



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

**Plan de negocios para desarrollar el mercado lechero
caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios – MBA**

AUTOR:

Vásquez Quispe, Miguel Edgardo (ORCID:0000-0002-2349-5929)

ASESOR:

Dr. Huiman Tarrillo, Hugo Enrique (ORCID:0000-0002-8152-7570)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y herramientas gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO – PERÚ

2022

Dedicatoria

Al Creador de Todas las Cosas, el me dio la fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello con toda la humildad que en mi corazón pueda haber, dedico primeramente mi trabajo a Dios. A mi padre Epifanio Vásquez León y mi madre Flor de María Quispe Mesones, que han sido un pilar fundamental en mi formación como profesional, por brindarme la confianza, consejos, y recursos para poder lograrlo. A mi esposa, Lourdes Milagros López Coronel, por estar siempre presentes en esos momentos difíciles brindándome su amor, paciencia y comprensión.

Miguel Edgardo

Agradecimiento

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón; sin importar en donde estén, quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Autor.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	v
Resumen.....	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables de operacionalización.....	13
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos	15
3.6. Método de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN	23
VI. CONCLUSIONES	28
VII. RECOMENDACIONES	29
VIII.PROPUESTA.....	30
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS	39

Índice de tablas

Tabla 1. Población del bosque seco de Piura.	14
Tabla 2. Diagnostico del mercado lechero caprinocultor.	17
Tabla 3. Diagnostico del desarrollo técnico del mercado lechero caprinocultor. ...	18
Tabla 4. Diagnostico de los fondos concursables del mercado lechero.	19
Tabla 5. Diagnostico del equilibrio ecológico del mercado lechero caprinocultor...	20
Tabla 6. Características del mercado lechero caprinocultor.	21
Tabla 7. Valoración del coeficiente Alfa de Cronbach	46

Índice de figuras

Figura 1. Diseño de la investigación descriptiva con propuesta	12
--	----

Resumen

El presente estudio buscó proponer y validar un plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura, para lo que se tuvo en cuenta el enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel descriptivo, considerando como participantes a 384 familias de la zona, quienes dieron respuesta a un cuestionario utilizado como instrumento de investigación. Los resultados obtenidos fueron analizados por medio del software SPSS 26. De este modo, se encontró que el desarrollo del mercado lechero caprinocultor se encuentra desarrollado medianamente (53.4%), además que los factores con mayor relevancia identificados en el mercado es la calidad del producto (32.6%) y en la amplitud del mercado en el cual se ofrece (43.2%), por lo que se elaboró un plan de negocios para mejorar dicha problemática.

Palabras clave: Lácteo, caprinos de leche, mercado, estrategia.

Abstract

The present study sought to design and validate a business plan to develop the goat dairy market for families in the dry forest of Piura, using a quantitative approach, non-experimental design and descriptive level, considering 384 families in the area as participants, who responded to a questionnaire used as a research instrument. The results obtained were analyzed using SPSS 26 software. Thus, it was found that the development of the goat dairy market is moderately developed (53.4%), and that the most relevant factors identified in the market are the quality of the product (32.6%) and the breadth of the market in which it is offered (43.2%), so a business plan was developed to improve this problem.

Keywords: Dairy, dairy goats, market, strategy.

I. INTRODUCCIÓN

Desde los primeros intentos de civilización humana, las actividades como la agricultura, pesca y ganadería fueron los cimientos en el desarrollo humano, desde ese momento a la actualidad son innumerables las familias dedicadas a seguir efectuando mencionadas labores (Li & Xiong, 2021). En línea con lo anterior, la ganadería lechera en la actualidad ha tomado mayor fuerza en las familias de todo el mundo, dado que el consumo de leche es fundamental en los niños para su crecimiento sano, considerando no solo su origen bovino dado que, la leche de cabra u otros animales se ha vuelto popular en las últimas décadas (Carvalho, 2020).

Alrededor del mundo la industria láctea no solo incursiona el sector alimenticio, pues influye de gran manera en el sector financiero convirtiéndolo en una de las actividades económicas con mayor fuerza en el mercado (Sarkar & Dutta, 2020; Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, [FAO], 2020); en esa línea, la agroindustria láctea australiana se distingue por su alta concentración en las etapas de procesamiento gracias al empleo de estrategias previas (Simao & Antonialli, 2022); tanto es su éxito que, incursionó en el mercado de leche de camello (Gaye & Bhanugopan, 2020). En China para el consumo de alimentos de origen lácteo de buena calidad realizó inversiones en tierras agrícolas australiana, dejando en evidencia una vez más la sostenibilidad económica del sector lechero, logrando entre sus consumidores una percepción de seguridad (Böhme, 2021).

Por su parte, los ganaderos de la leche de Estados Unidos están dispuestos a aceptar una compensación menor (2,3% del precio medio de la leche), para ser miembros de una cooperativa puesto que ello les garantiza mayores beneficios sociales y económicos dados que de manera independiente no cuentan con plan de soporte para lograrlo (Munch y otros, 2021), no obstante el sector fue duramente golpeado en los inicios de la pandemia (United States Department of Agriculture, [USDA], 2022).

En Etiopía, la mayor parte del mercado de comercialización de la leche es informal, dado que la experiencia en explotación, el tamaño, la distancia al mercado, la pertenencia a cooperativas lácteas locales y la calidad de la leche son los factores que más influyen en la comercialización, además el precio y la ubicación de la explotación influyen en la elección del canal de comercialización láctea (Mamo et al., 2021; Belay, 2020), encontrando un panorama similar en los mercados de Serbia, Grecia y Croacia (Srdjan et al., 2020; Banjari et al., 2020).

El consumo de leche a nivel nacional, se posiciona como uno de los productos de mayor ingesta en las familias peruanas, representado como un gasto total del 6% de la canasta básica, siendo las de mayor comercialización la leche evaporada siendo abastecida por el 50% del total producido en las ganaderías de leche a nivel nacional, además el 40% se emplea para el consumo artesanal y el 10% para el auto consumo (Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia, [INDECOPI], 2021). Asimismo, la solvencia económica del mercado lechero durante el 2020 disminuyó en 10.8% a diferencia del 2019, siendo una de sus causas la ausencia de planes estratégicos (Vidaurre, 2021); a ello se le suma el duro golpe vivido por la pandemia y la diarrea viral bovina (Arauco et al., 2020).

En contraste, la localidad Piura, en las familias del bosque seco, objeto de estudio de la presente investigación, se puede evidenciar el poco interés del Estado peruano en el apoyo del desarrollo del mercado lechero de origen caprino, pues solo existe mencionada comercialización en pocos eventos ganaderos (Gobierno Regional de Piura, [GORE - PIURA], 2020); por tal motivo las familias de caprinocultores eligen por afianzar una producción de autoconsumo; no obstante se pretende lograr ingresos y una ocasional producción en mejoras de sus rebaños; sin embargo, ambas opciones se encuentran limitadas por sus activos ambientales y sociales.

En ese orden de ideas, el mayor problema se evidencia cuando el sector caprinocultor no pueda afrontar los cambios en el mercado lechero, perdiendo grandes oportunidades económicas; una de las causas de ello es la ausencia de un plan de negocios, mismo que debe encontrarse enfocado al desarrollo del mercado lechero caprino; el no afrontar este problema a tiempo puede

desencadenar en una crisis económica para el sector y a su vez el aumento de pobreza y población no activa laboralmente; en ese sentido, el estudio aquí presentado ofrece como una posible solución una propuesta de plan de negocios. Por consiguiente, se plantea como problema general la siguiente pregunta de investigación ¿De qué manera proponer un plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura?

Kreamer et al. (2021), indican necesario fundamentar una investigación siendo las de mayor relevancia las justificaciones teóricas, metodológicas, sociales, el estudio presente posee justificación teórica por generar conocimientos actualizados relacionados al mercado lechero en caprinos, además de la contrastación de teórica relevante, siendo un aporte en el mundo académico; asimismo, la justificación metodológica de investigación se presenta debido a la elaboración, adaptación y aplicación de los instrumentos empleados para obtener los datos correspondientes al estudio del mercado, además se considerarán aplicables en el entorno a estudiar, además de ser empleado en próximos estudios; en esa misma línea, se creó una propuesta de valor para aportar en el crecimiento y progreso de las familias pertenecientes al bosque seco de Piura dedicadas a la ganadería lechera; de ahí se obtiene la justificación social, dado a la relevancia de la investigación por la población estudiada pues serán las familias las que se encuentren directamente beneficiadas con el desarrollo de la investigación.

En consecuencia, el objetivo planteado en la pesquisa fue Proponer un plan de negocio para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura; para alcanzarlo se tuvo la necesidad de lograr los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel del desarrollo del mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura, Reconocer las características el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura, Validar el plan de negocio para el desarrollo del mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura.

Para finalizar se plantea como posible hipótesis de la investigación que al diseñar un plan de negocios existe la probabilidad de desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura.

II. MARCO TEÓRICO

En el presente apartado se realizaron revisiones bibliográficas con alcance nacional e internacional; sin embargo, debido a la escasez de información sobre el mismo tema, se decidió realizar una investigación sobre los planes de negocios y mercados en general, siendo el presente estudio uno de los primeros. En esa línea, entre las investigaciones internacionales con mayor relevancia se tiene a:

Cadena (2022), en su estudio desarrollado en Ecuador pretendió diseñar un plan de negocios para crear productos de derivados lácteos; por ello fue necesario realizar una investigación de enfoque cuantitativo, descriptivo. Los resultados evidenciaron la oportunidad de implementar una plantan de productora de queso por la disponibilidad de materia prima, además el estudio del mercado indica el acceso a leche de buena calidad y costos de producción accesibles, ayudando al incremento de la rentabilidad.

Godoy (2022), la pesquisa desarrollada para lograr el grado de maestría, tuvo por finalidad diseñar un plan estratégico para mejorar la comercialización de productos lecheros en ganaderos ecuatorianos, para lograr el objetivo, el autor empleó un enfoque cuantitativo, no experimental, descriptivo y transversal, aplicando a los sujetos en estudio el cuestionario CONLAC-T; logrando como principales resultados que la ausencia del apoyo estatal es uno de los principales causas del sub desarrollo del mercado, añadido a ello las grandes empresas monopólicas que ofrecen un precio único y bajo a los productores de la materia, al visualizar estas falencias se elaboró un plan basado en merchandasing y marketing digital, mismo que fue validado por especialistas en el área.

Blanco (2021), en su investigación de maestría, el autor tuvo como principal objetivo crear una propuesta para comercializar productos derivados de la leche. La metodología usada se basó en el enfoque cuantitativo y en el alcance descriptivo con propuesta, gracias a lo cual se pudo obtener que la calidad del producto y el alto valor nutritivo del mismo son dos características fundamentales señalados por los consumidores para concretar la compra.

Kele et al. (2021), en el artículo publicado pretendieron analizar la estrategia de marketing de la leche líquida y el plan de lanzamiento de una nueva variedad de leche, para lo cual se siguió una metodología cuantitativa, descriptiva, no experimental; por ello se aplicó una encuesta a 350 productores de leche, llegando a la conclusión que si un ganadero ya establecido intenta comercializar un nuevo tipo de leche es desfavorable a diferencia de uno inexperto que recién ingresaría al mercado productor.

Hernández et al. (2021), en el artículo publicado con el fin de identificar el mercado del queso pasteurizado con leche de cabra; para ello el enfoque utilizado fue el cuantitativo de alcance descriptivo; en esa línea, se llegó a la conclusión de pasteurizar la leche caprina con la finalidad de evitar la transmisión de enfermedades, de esa manera conseguir quesos de buena calidad y sabor.

Sandoval, (2021) investigadora argentina, en su estudio de maestría, observó que el sector productor en queso caprino argentino, se diferencia según el nivel del sistema de producción (grande y pequeño). Los sistemas de mayor acopio, obtienen el volumen adecuado para procesar mayor cantidad de litros por día, con tecnología moderna, cumpliendo requisitos y normas de calidad para el proceso de sus productos. En el caso de los pequeños productores en su mayoría en donde la mano de obra es propia de las amas de casa, siendo estas en su mayoría mujeres, las que participan desde el ordeño hasta la elaboración del queso mostrándose una clara costumbre en dicha zona

Ramírez (2020), en su investigación realizada en Colombia, tuvo por propósito realizar un plan de negocios con el fin de evaluar la viabilidad de una empresa lechera; para lograrlo se empleó una metodología cuantitativa y de alcance descriptivo; en ese sentido luego del análisis del mercado de leche se llegó a la conclusión que la producción de leche se realiza de manera tradicional (manual); no obstante la inversión tecnológica optimizará las ganancias; asimismo la aplicación de un plan es 100% viable respecto a la rentabilidad.

Gaytán, (2020) investigador mexicano, en su estudio realizado en planes de negocios y rentabilidad, establecieron metas de largo y mediano plazo a la espera de alcanzar en la organización, metas que están establecidas y trazadas con objetivos concretizados y específicos permitiendo en cada uno de los comprometidos desarrollar y articular con el resto de los agentes involucrados. En contexto como instrumento un plan de negocio, hace que las organizaciones encaminan su idea trazada, alcanzando dichos objetivos propuestos por medio de resultados encontrados y verificados.

Dudukalova et al. (2020) en su artículo buscan determinar la importancia del mercado lechero ruso desde una perspectiva económica, por ello la metodología empleado fue cuantitativa – descriptiva; logrando así como resultados que el precio y la expansión del mismo mercado (nacional y extranjero), son las principales tendencias para el desarrollo de la comercialización lechera. Frente a las situaciones económicas del país, los autores culminan su estudio realizando una propuesta de mejora hacia los ganaderos dedicados al rubro lechero.

Bentley et al. (2020), en el artículo publicado buscaron identificar las necesidades de los productores para desarrollar diversas estrategias con el fin de mejorar la rentabilidad de los ganaderos lecheros; para lograr su propósito fue necesario seguir una metodología cuantitativa, de nivel descriptivo; asimismo, con el uso de una encuesta aplicada a los productores de cabras lecheras se evaluó la gestión y sus necesidades. Los resultados a largo plazo incluyen el desarrollo de estos de estos programas educativos incluye la adquisición de conocimientos, la comercialización, las finanzas y de gestión de la producción; para mejorar en general el rendimiento de las cabras rendimiento de las cabras lecheras y el aumento de la rentabilidad.

Pronko et al. (2020), en el artículo presentado tuvieron por fin identificar las perspectivas de desarrollo del mercado de la leche y productos lácteos, empleando una metodología cuantitativa de diseño no experimental, se estudió las preferencias de consumo de diversos hogares ucranianos, llegando a la conclusión que la calidad y seguridad que ofrece el producto son los principales factores para el

desarrollo además del precio del mismo; por otro lado, se identificó como amenaza la producción ilegal misma que podría solucionarse con el apoyo estatal.

Wiersejski et al. (2020) tuvieron como máximo objetivo evaluar los factores seleccionados que determinan el desarrollo de la producción del sector lácteo, por ello su estructura metodológica fue de enfoque cuantitativo y alcance explicativo empleando datos de origen secundario. Los resultados demuestran que para el desarrollo del sector analizado las ventas de exportación resultaron más importantes que el consumo interno; Entre las tendencias negativas, destacan la elevada dinámica de las ventas al exterior de productos no elaborados, la escasa promoción de las marcas polacas en los mercados exteriores y la aceptación de las ventas sin marca propia; concluyendo en una señal interesante para construir estrategias de internacionalización del sector lácteo polaco, tanto en el apoyo institucional como a las decisiones empresariales.

López (2020), en su tesis para el grado de maestría tuvo la finalidad de proponer una alternativa para mejorar la comercialización de productos lácteos, para ello fue necesario conocer las características más relevantes del mercado, como estructura metodológica empleó el enfoque cuantitativo además de un cuestionario estructurado por 23 ítems, encontrando que el origen del producto es uno de los principales de compra (natural o industrializado), además de la conciencia colectiva que al comprar un producto natural se mejora la calidad económica no solo del ganadero y comercializador si no del país.

Krivoší-ková et al. (2019), en el artículo publicado buscaron evaluar las preferencias de los consumidores en el mercado de la leche; para ello fue necesario emplear la estructura metodológica cuantitativa aplicando una encuesta en las familias eslovacas; así pues se pudo afirmar que el 76,98% de los encuestados compran leche, el gasto en leche oscila entre 11 y 20 euros (42,06%), se compra principalmente en hipermercados y supermercados (36,71%), el precio admisible por litro es de media 0,89 euros y se decide según la calidad de la leche, el sabor y la durabilidad, siendo estos tres últimos los factores determinantes para la compra del producto.

En el ámbito nacional, la investigación de maestría de Hidalgo et al. (2021) se propuso elaborar un plan de negocios para la comercialización de alfajores, para diagnosticar el estado del mercado empleó la metodología cuantitativa y para el desarrollo del plan diversas estrategias y modelos como el Canvas, PESTE, las cinco fuerzas de Porter. Se llegó a la conclusión que se busca alimentos con altos valor proteico pero a su vez aceptables al paladar, asimismo se prefiere los dulces con origen lácteo (manjar blanco).

Ojeda y Vidaurre (2021), en su investigación para el grado de magister, tuvo por finalidad elaborar un plan de negocios y con ello determinar las características del mercado lácteo, para ello fue necesario emplear la metodología cuantitativa de alcance descriptivo y diseño no experimental, encuestando a 384 habitantes de Piura. Los resultados muestran que los productos de origen lácteo son diariamente consumidos dándoles un presupuesto semanal de S/.50.00, además la calidad, el sabor, frescura y precio son las principales características para su consumo; de ello se llegó a la conclusión que llevar a cabo un plan de negocio es económicamente viable.

García y Zeledón, (2020) Investigadoras nicaragüenses, en su trabajo de investigación señalan, que la explotación caprina proporciona a las familias, múltiples productos derivados, con alto valor proteico y de muy buena calidad, incluso en los niños satisface las necesidades con referente al hierro. influido en aspectos técnicos y de mercado los derivados y subproductos de origen caprino son calificados por su bajo rendimiento, en un incremento a manera de actividad necesariamente artesanal y de subsistencia, siendo una actividad pecuaria esencial desde un punto de vista comercial.

Figueredo, (2020) investigadora colombiana, en su Investigación realizada que los seres humanos buscando opciones o sustitutos a la leche de vaca, encontró una solución alterna a este problema, siendo una alternativa más nutritiva, la leche de cabra y sus derivados, hoy en día, si bien es cierto sobre la leche de cabra que su consumo es bajo, debido a que existen ciertas costumbres sobre preferencias frente a productos lácteos hechos de cabra.

Jove et al. (2017), en su investigación de magister buscó desarrollar un plan para la implementación de un centro de acopio lechero, para ello se tuvo que evaluar los abastecimientos y la calidad y cantidad de la producción de la materia; con dicha finalidad fue necesario desarrollar una metodología cuantitativa y descriptiva, de diseño no experimental. Los principales resultados logrados refieren a la calidad de la leche pues se concluyó que el producto es excelente, no obstante se identificó las deficiencias en las gestiones de comercialización de los ganaderos lecheros, de ahí la importancia del estudio; concluyendo que la implementación del centro de acopio propuesto sería económica rentable.

Se entiende por plan de negocios al documento que propone un nuevo proyecto comercial centrado en un producto, un servicio o un grupo de empresas (Moyano, 2015). De lo anterior, es necesario realizar el diagnóstico estratégico, considerado como el punto de partida del proceso, pues desde el inicio se debe conocer la posición estratégica, de tal forma en el futuro se pueda evitar o predecir problemas. Su finalidad es establecer la posición en la cual se encuentra la empresa, en otras palabras, sus capacidades internas y eventos a afrontar (Maldonado, 2018).

Por su parte, el plan estratégico, es una herramienta esencial, se realiza una auditoría interna para definir distintos perfiles de la empresa, basándose en sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), con la finalidad de ser apoyo al diseño de la estrategia poniendo los resultados en una matriz de doble entrada (Maldonado, 2018; Cano, 2017); asimismo, se define la misión, visión y los valores de la empresa, donde la misión justifica la existencia de la organización y la visión indica la situación futura que desea obtener, por último, los valores forman parte de la cultura organizacional asimismo las creencias; siendo los objetivos propuestos las guías de apoyo para cumplir la misión (Marco, 2016).

Cano (2017), indica como oportunidades y amenazas: como un análisis externo, el cual pretende identificar la influencia del éxito en la empresa, por medio de siete indicadores: económicos, políticos, sociales, legales, tecnológicos, competitivos y geográficos para sistematizar en una matriz; por su parte, las fortalezas y debilidades: conocido también como el Perfil de capacidad interna (PCI), es un análisis interno, el cual realiza una lluvia de ideas definiendo las fortalezas y

debilidades de la empresa, para luego sintetizar la información en matrices, determinado el impacto e importancia, brindándoles un valor ponderado.

La formulación estratégica es diseñar o formular la estrategia propiamente dicha, primero se debe conocer de manera clara y precisa el resultado del análisis; por otro lado, las estrategias competitivas o conductas operativas, son grupo de conductas y actividades definidas por los niveles ejecutivos las cuales permiten el logro de metas de forma exitosa (Maldonado, 2018). En la administración se considera tres tipos de estrategias: ofensivas, defensivas y funcionales.

Por su parte, la implementación estratégica se encuentra determinado cual es la dirección de las acciones a realizar, lo que continua es la implementación de la estrategia seleccionada. Normalmente, esta acción conlleva a tomar nuevas decisiones con referencia al modo de cómo se implementará, así, por ejemplo: quienes son los encargados de dicha labor y la forma en que se dividen las actividades. El proceso de implementación de la estrategia inicia con un esquema de participación, donde se traduce los planes en acciones y con ello lograr los resultados deseados (Marco, 2016).

Una implementación exitosa es aquella donde el rendimiento real de la organización concuerda con las metas propuestas, en caso contrario el resultado obtenido podría ser catastrófico; por ello la estrategia debe implementarse de tal modo que se ajuste a la situación de la empresa, y en ocasiones puede generar cambios y redirecciones en la propia estrategia (Maldonado, 2018).

Desarrollo socio-económico organizacional: implementar una estrategia de forma segura y exitosa depende de la capacidad de la organización, la cual debe ser buena y competente, por ello desarrollar una organización capaz siempre será una alta prioridad (Maldonado, 2018).

Es común visualizar que la implementación de la estrategia genere cambios en la forma de administrar algunas actividades internas, por lo cual existe una función de políticas nuevas, las cuales se revisan y promulgan procedimientos operativos estándar relativamente nuevos, pues la políticas y procedimientos son de ayuda para el éxito de la estrategia (Maldonado, 2018).

Aunado a ello es fundamental el análisis económico, para ello es de suma importancia emplear diferentes medidas financieras como el VAN o la TIR (Beneficio Neto actualizado y Tasa Interna de Retorno, respectivamente), mientras que el VAN es la medida que permite la comparación para determinar la mejor inversión el TIR indica el tiempo estimado para recuperar la inversión, donde si el VAN toma un valor de 0 indica que el plan no brindará ganancias, ni pérdidas; si es mayor a cero el plan será rentable, caso contrario se considera un proyecto no viable (ESAN, 2022)

El estudio de mercado es un procedimiento realizado para recolectar información, con el fin de analizarla para la identificación de las características y con ello elaborar un plan de negocios (Pérez, 2018). Realizar un estudio de mercado es útil debido a su ayuda para la comprensión potencial del mercado, el análisis de la competencia, ello con la finalidad de dar inicio a las actividades de marketing para el posicionamiento (Besems et al., 2020).

Existen diferentes tipos de estudio de mercado, encontrándose entre los más relevantes a los estudios de medición y el de entendimiento al consumidor, también denominados como estudios cualitativos y cuantitativos, encontrándose, además existen los estudios para la toma de decisiones.

Para realizar un estudio de mercado óptimo lo primero a realizar es la definición del problema y objetivo, determinar la estructura científica recopilar y analizar la información, para finalizar la creación del plan de acción.

El mercado y comercio lácteo para el desarrollo del sector lechero es una herramienta sostenible, equitativa y poderosa para lograr el crecimiento económico, la seguridad alimentaria y la reducción de la pobreza debido a la actividad (FAO, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

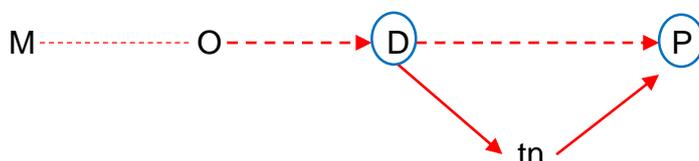
Tipo de investigación: El desarrollo de la presente investigación tendrá como base la tipología básica, dado que se encuentra orientada hacia el proceso de la resolución de un problema específico dentro de una comunidad, región o país (Ñaupas et al., 2018). De modo que se buscó dar solución a las deficiencias identificadas.

Diseño de investigación: La investigación no experimental es aquella en la cual ninguna variable es manipulada y de corte transversal dado que la información es recolectada en un solo momento en su estado natural, el alcance descriptivo es aquel que pretende brindar detalles específicos de una o más variables en específico (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018); y una investigación con propuesta es aquella que pretende ofrecer una posible solución a un problema en específico (Tantaleán, 2015).

En base a lo mencionado anteriormente, la investigación fue de enfoque cuantitativo, dado que la información a recolectada fue cuantificable; asimismo, ninguna variable fue manipulada, por lo que la investigación fue no experimental, de tipo descriptiva ello debido a que tuvo por objetivos identificar los niveles del mercado caprinocultor; por otro lado, la investigación contó con propuesta gracias a que el objetivo general es elaborar un plan de negocios. El esquema propuesto por Estela (2020) es el siguiente:

Figura 1

Diseño de la investigación descriptiva con propuesta



donde:

M: representa la muestra que se va estudiar.

O: representa la información de interés a recolectar

D: Representa el diagnostico.

tn: es el análisis para comprender el fenómeno.

P: representa a la propuesta, expresada mediante una estrategia.

3.2. Variables de operacionalización

Variable 1. Plan de negocios

- **Definición conceptual:** Según Oscar et al. (2017), ya habiéndose considerado sus dimensiones mencionadas por medio del análisis de mercado donde el emprendedor enfocó su percepción en todas las oportunidades de negocio muy competitivas.
- **Definición operacional:** La variable se desarrolló como un plan estratégico de negocios como propuesta para futuras investigaciones.
- **Indicadores:** Será necesario, el análisis del mercado, análisis FODA, plan de marketing y el operativo, además de la evaluación financiera.
- **Escala de medición:** Ordinal.

Variable 2. Desarrollo de mercado lechero caprinocultor

- **Definición conceptual:** El desarrollo del mercado lechero caprinocultor, de acuerdo con Martínez (2017), su principal objetivo en determinar la relación existente entre sus variables, concluyendo con el desarrollo económico local, adecuándole una ley de competitividad productiva.
- **Definición operacional:** La variable se encontró medida por el desarrollo técnico, fondos concursables y el equilibrio ecológico.
- **Indicadores:** Localidad del proyecto, tamaño del proyecto, capacidad del proyecto, objetivos organizativos de los fondos concursables, asociativos, herramientas y equipos de la asociación, gestión socio-organizativa, desarrollo sostenible, gestión responsable y sostenible.
- **Escala de medición:** Ordinal.

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Población: La población se define como el conjunto de casos, personas u objetos que guardan en común diversas características específicas (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). En esa línea, la presente investigación contó con la población conformada por los habitantes de la región del bosque seco de Piura, con un total 1,856,789 habitantes.

- **Criterios de inclusión:** Familias que todos sus integrantes al menos cuenten con dos vacunas contra el Covid – 19, familias que desearon ser parte de la investigación.
 - **Criterios de selección:** Familias que se encuentren en edades que fluctúan entre los 15 a más años
- la población quedó conformada por 1,301,339 detallada en siguiente tabla

Tabla 1

Población del bosque seco de Piura.

	TOTAL	15 a 29	30 a 44	45 a 59	60 a más.
Departamento Piura	1301339	444150	376377	273924	206888
Provincia de Piura	570040	202807	165579	118159	83495
Provincia Ayabaca	76359	24456	20740	16180	14983
Provincia de Huancabamba	73927	23651	20014	15670	14592
Provincia de Morropón	114949	34663	30621	26102	23563
Provincia de Paita	88591	31844	27178	17614	11955
Provincia de Sullana	223450	74568	65486	48151	35245
Provincia de Talara	103540	32605	31138	22674	17123
Provincia de Sechura	50483	19556	15621	9374	5932

Nota: Resultados definitivos Piura, (Tomo – I Lima, octubre del 2018)

Muestra: La muestra se caracteriza por el subgrupo o subconjunto de la población, con la que se trabajará para reunir los datos, por lo que debe caracterizarse por ser representativa y significativa (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). De aquí que, la muestra se conformará por 384 familias del bosque seco de Piura.

Muestreo: Se trabajó con el muestreo probabilístico, puesto que al ser una población muy grande, no se contó con los recursos económicos suficientes para la aplicación de los instrumentos a todos los objetos de estudio (Arias, 2020). (Anexo B).

Unidad de análisis: de acuerdo con Arias (2020), la unidad de análisis representa en solitario a cada uno de los objetos de estudio en la investigación, en

ese sentido la unidad de análisis fue una familia perteneciente al bosque seco de Piura.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La presente propuesta investigativa se desarrolló empleando la técnica de la encuesta, misma que permite el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento (Gallardo, 2017). Para ello se empleó un cuestionario como instrumento, mismo que sirve como soporte para la obtención de datos (Paniagua & Condori, 2018).

En esa línea, Sarabia y Alconero (2019) indican que muchas veces es difícil encontrar un cuestionario adecuado para medir la variable en investigación, o que si existe , es bastante complejo, por lo que se recomienda crear uno nuevo de acuerdo con la finalidad del estudio.

En ese sentido, se creó un instrumento para cada variable en estudio contando con 44 ítems en total entre ambas variables.

Los instrumentos fueron validados por los expertos: además luego de la aplicación de la prueba piloto se obtuvo un coeficiente de validez interna (Alpha de Cronbach) aceptable para su aplicación.

3.5. Procedimientos

Para iniciar, se solicitó los permisos correspondientes a cada uno de los jefes de familias; en seguida se procedió a realizar las coordinaciones con las mismas para determinar la disponibilidad horaria en que se desarrolló la administración del instrumento. Finalmente se procedió a aplicar el instrumento de la investigación.

3.6. Método de análisis de datos

En primer lugar, se organizaron los datos reunidos en una base de datos generada mediante el software Microsoft Excel 2019, para luego procesarla en el programa estadístico SPSS Statistics 26, en el que se identificó las estadísticas descriptivas y con ello se pudo desarrollar la contrastación de hipótesis correspondiente.

3.7. Aspectos éticos

La ejecución investigativa presente se encontró sujeto a diversos principios éticos que velaron por la integridad de los participantes, tal como la autonomía, la cual sostiene la libertad de decisión ejercida por los usuarios para participar o no en el estudio; la beneficencia hace referencia a que la investigación no dañó a sus

participantes, sino que busca beneficiarlas para lo que se empleará, también, el principio de no maleficencia que responde a realizar un análisis de las implicancias de la investigación para respetar la integridad de los involucrados. Y la justicia se sustenta en la equidad de trato dado a los participantes de la investigación (Vicerrectorado de Investigación, 2020).

IV. RESULTADOS

Resultados descriptivos

Tabla 2

Diagnóstico del mercado lechero caprinocultor

	n	%
Regular	205	53,4
Alto	179	46,6
Total	384	100,0

Nota. En la tabla 2 muestra el nivel de desarrollo del mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura, encontrándose 53.4% en un rango medio, dicho de otra forma, los jefes de cada familia brindó la información necesaria indicando un desarrollo en progreso de la comercialización del producto lácteo obtenido de las cabras; asimismo, ello se encuentra seguido de un nivel alto representado por el 46.6% de las familias, llegando así a deducir que el desarrollo del mercado caprinocultor se encuentra por el camino indicado para su exención.

Tabla 3*Diagnostico del desarrollo técnico del mercado lechero caprinocultor*

	n	%
Regular	232	60,4
Alto	152	39,6
Total	384	100,0

Nota. La tabla 3, muestra el nivel del desarrollo técnico existente en el mercado lechero caprinocultor, predominando el nivel regular representado por 60.42% familias, a ello se le puede atribuir el escaso uso de tecnología para la comercialización del producto, dado que la expansión aún se encuentra en desarrollo; asimismo el 39.58% posee un nivel alto de desarrollo técnico, este porcentaje se le puede atribuir a las ventas concretadas fuera del mercado local, expandiendo el producto y su marca (nombre del caprinocultor), a mercados aledaños al propio, con el fin de crecer a nivel nacional e inclusive internacional.

Tabla 4*Diagnostico de los fondos concursables del mercado lechero caprinocultor*

	n	%
Bajo	13	3,4
Regular	223	58,1
Alto	148	38,5
Total	384	100,0

Nota. La tabla 4 muestra el diagnóstico del mercado lechero desde los fondos concursables, mostrando a un 3.4% de familias en niveles bajos y el 38.5% en niveles altos, no obstante, el grueso de la muestra se encuentra en un nivel regular (58.1%); de lo anteriormente expuesto, se puede concretar la idea del apoyo social brindado por el Estado peruano, no obstante se visualiza que los recursos brindados no son administrados de la mejor manera, ello queda en evidencia puesto que el mercado lechero caprinocultor aún se encuentra en un nivel regular de desarrollo; sin embargo se puede apreciar al 38.5% de familias pertenecientes al bosque seco de Piura, con altos fondos concursables, dejando en evidencia que bajo una buena gestión de recursos brindados por el gobierno, el desarrollo del mercado lechero tiende a mejorar.

Tabla 5*Diagnostico del equilibrio ecológico del mercado lechero caprinocultor*

	n	%
Bajo	25	6,5
Regular	197	51,3
Alto	162	42,2
Total	384	100,0

Nota. La tabla 5 deja en evidencia el nivel del equilibrio ecológico del mercado lechero de caprinos, donde más de la mitad de las familias (51.3%) poseen niveles medios, indicando que la calidad ambiental de la leche se encuentra en un estado neutro no es mala pero tampoco es muy buena, refiriéndose a todo el proceso de producción, esta cifra se encuentra seguido por un porcentaje considerable (42.19%) en el nivel alto, donde deja en evidencia la alta cultura ecológica de los productores; no obstante, al menos 6.51% de las familias proyectan poseer un nivel bajo.

Tabla 6*Características del mercado lechero caprinocultor.*

	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Los derivados de leche que usted elabora cubren las necesidades de los clientes.	0	0,0	36	9,4	79	20,6	148	38,5	121	31,5
La calidad de la leche que usted comercializa, cumple con los requisitos del mercado local	47	12,2	64	16,7	24	6,3	125	32,6	124	32,3
Considera usted que la palabra “orgánico”, hace más atractivo para su comercialización	18	4,7	68	17,7	70	18,2	116	30,2	112	29,2
Según su criterio de venta, sus productos son diferentes a los de su competencia	23	6,0	79	20,6	115	29,9	112	29,2	55	14,3
Considera usted que la competencia sería una amenaza en la venta de sus productos.	18	4,7	82	21,4	61	15,9	84	21,9	139	36,2
De acuerdo a su experiencia, el mercado regional tendría mayor capacidad de compras que le mercado local.	14	3,6	64	16,7	28	7,3	112	29,2	166	43,2
Los clientes son más exigentes en la compra de sus productos lácteos.	28	7,3	87	22,7	38	9,9	103	26,8	128	33,3
Usted vende sus productos lácteos en el mercado local	37	9,6	96	25,0	62	16,1	120	31,3	69	18,0

Nota. La tabla 6 indica, los factores para identificar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura, primero describiendo el producto ofrecido, dicho de otra manera la descripción de la leche caprina, donde el 38.5% de las familias indica que casi siempre cumplen las expectativas de sus clientes, además el 32.5% manifiesta que los productos ofrecidos siempre son de buena calidad; a ello se le suma que el 30.2% de familias cree que ofrecer productos orgánicos casi siempre hace más atractivo la comercialización del producto lácteo; no obstante, el 29.9% de familias solo considera que en algunas oportunidades su producto es diferente a los demás.

Por otro lado, en el análisis de competencia el 36.2% de las familias considera que siempre la competencia es una amenaza; por otro lado, 43.2% de las familias consideran que el mercado regional tendría mayor capacidad de compra que el local; en esa línea, la brecha entre el mercado local y regional el 33% de familias indican que el mercado regional es más exigente a comparación del local.

V. DISCUSIÓN

Con la finalidad de realizar una propuesta basada en un plan de negocio para el desarrollo del mercado lechero caprinocultor, se aplicó dos cuestionarios a las familias productoras de leche caprina, mismas que fueron representadas por el jefe del hogar, es decir la información primaria se obtuvo de la cabeza familiar; mencionada aplicación fue de utilidad para recoger los datos necesarios y estructurar el plan bajo los parámetros establecidos en el interior del documento, aunado, las sugerencias de expertos.

En contexto con lo anterior, luego de realizar el análisis de los resultados se determinó que el desarrollo del mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura aún se encuentran en un nivel regular, ello se puede ser explicado por diversos factores, tales como el apoyo social por parte del Estado peruano, la implementación de diversas estrategias para la sostenibilidad, dado que al ser una ciudad alejada la obtención de la materia suele ser de manera manual, sin ayuda de apoyo tecnológico o maquinarias que facilite la producción y optimice los gastos y aumente las ganancias.

Lo anteriormente expuesto, presenta semejanza con lo estudiado por Godoy (2022), donde confirma que la ausencia del apoyo estatal causa el desarrollo deficiente del mercado lechero; además añade la desventaja presentada por los grandes monopolios de la leche, quienes compran los productos a precios muy bajos.

Lo anteriormente descrito guarda relación con lo estudiado por Ojeda y Vidaurre (2021), indicando que el mercado lácteo en la ciudad de Piura es uno de los sectores con mayor demanda entre las familias, puesto que se consumen de manera diaria con un ingreso promedio de S/.50.00; un resultado similar indica Krivoší-ková et al. (2019), donde más de dos tercios de la población consume leche con un gasto promedio de 15 euros diarios.

Por su parte, Jove et al. (2017), indica que existe suficiente materia prima lechera para desarrollar un mercado potencialmente alto dedicado a la comercialización de leche; no obstante debido a las deficiencias de gestión el crecimiento de este sector se ve afectado por lo que, al igual que presente estudio, se propuso la implementación de un plan estratégico que al ser aplicado de la

manera correcta entre los habitantes tendrá resultados óptimos mejorando la calidad de vida debido a su rentabilidad económica; llegando a la misma conclusión de Cadena (2022), quién afirma que al llevar a cabo un plan de implantación de una planta productora incrementaría notablemente los ingresos económicos de los ganaderos de leche.

Asimismo, uno de los pasos para elaborar un plan de negocios es identificar las fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades del mercado donde se empleará mencionada estrategia, por ello lograr las expectativas del consumidor es esencial para el ganadero lechero de la región, en su mayoría considera cumplir mencionado requisito, la calidad del producto es fundamental para concretar la compra de la leche, por ello los ganaderos procuran mantener una alimentación saludables y balanceada del ganado caprino, garantizando la calidad de la leche producida, el origen de la leche es otro factor considerado por los consumidores, siendo de su elección alimentos orgánicos sobre los procesados.

De igual manera, es necesario identificar las características del mercado donde se pretende desarrollar el plan de negocios, por tal motivo surge la necesidad de conocer la localidad donde se ejecutará el plan, además de la capacidad y tamaño del mismo, ello con la finalidad de proponer objetivos reales o alcanzables. Otro aspecto fundamental para el diseño de una propuesta loable es la distinción de la existencia de fondos concursables, dicho de otra manera es necesario conocer si existe algún tipo de herramienta o equipos que apoyen a la producción de la leche, además si la familia se encuentra inscrita en alguna asociación u organización, siendo de comuneros, proporcionada por el Estado o alguna Organización No Gubernamental (ONG), dado que, la gestión de mencionados grupos ayuda a la expansión en el mercado del producto en cuestión; en resumen es de suma utilidad identificar los mecanismos de asignación de los recursos empleados por los ganaderos pues otorgan la responsabilidad al mismo productor de mejorar su calidad de vida.

A lo anterior se le suma la necesidad de identificar el desarrollo del equilibrio ecológico del mercado, mismo que se encuentra medido por el desarrollo y gestión responsable y sostenible. Cabe resaltar que las principales características identificadas en el mercado lechero caprinocultor en el bosque seco de Piura fueron, la extensión del mercado donde se comercializa la leche de cabra ayuda al

desarrollo del sector; por otro lado, el mercado informal es amenazante para los comercializadores legales, ya que al no contar con los permisos necesarios sus precios son inferiores, ocasionándoles pérdidas al mercado lechero caprino.

Lo indicado posee similitud con diversos autores, entre ellos Cadena (2022) quién manifiesta que el principal factor de consumo de la leche es la calidad de la misma, de la misma forma lo indica Blanco (2021), quien no solo descubrió que los consumidores aprecian la calidad del producto, sino también el valor nutricional del mismo; de ahí se puede inferir su predisposición por productos orgánicos frente a los procesados, como lo encontró Ramírez (2020), López (2020) e Hidalgo et al. (2021).

Continuando con lo mencionado, Pronko et al. (2020), al igual que la presente investigación, indica que la calidad del servicio es lo primero que el cliente comprueba para la elección del producto; asimismo lo indica Krivoší-ková et al. (2019).

Frente a la calidad de la leche caprina, el sabor del producto lácteo es otro factor influyente en su comercialización, ello es contrastado por Krivoší-ková et al. (2019), al igual que Hidalgo et al. (2021), quienes priorizan la gustabilidad del producto para su comercialización, sincronizando los resultados con Ojeda y Vidaurre (2021). A lo indicado se le suma la frescura del producto, pues es de suma importancia que el material ofrecido al público sea reciente, o dicho de otra manera “del día”, como lo indica Ojeda y Vidaurre (2021) y Krivoší-ková et al. (2019).

Otro factor relevante y mencionado dentro de la investigación es el precio del producto, mismo que debe ser accesible al público, cumpliendo el dicho popular de buenos, bonito y barato; Cadena (2022) llegó a la misma conclusión indicando que los costos de producción son aquellos que establecen el precio del producto; a su vez el tiempo de vida de la leche es otro indicador de compra, como lo verifica Krivoší-ková et al. (2019) y Dudukalova et al. (2020).

Para la expansión y desarrollo del mercado lechero caprinocultor, es necesario la inversión, misma que debe probar diversos campos como la tecnológica, es decir se podría usar maquinarias como sacaleches para optimizar el tiempo de producción, en lugar de la extracción manual como concluye Ramírez (2020), además el mercado de comercialización es esencial para desarrollar el mercado lechero así como lo indica Dudukalova et al. (2020) que indica la

expansión del mismo a nivel nacional e internacional, de igual forma lo manifiesta Wiersejski et al. (2020), quien descubrió que el mayor desarrollo del mercado lechero es la exportación del mismo.

De acuerdo con lo evidenciado una de las amenazas detectadas es el mercado ilegal, como ya se ha mencionado anteriormente, el mismo problema lo evidencia Pronko et al. (2020), quien propone como solución el apoyo social brindado por el gobierno; el problema del mercado ilícito también lo descubre Wiersejski et al. (2020), quien indicó que las ventas sin marca es la principal amenaza en la comercialización.

En tal sentido, la propuesta del plan de negocios fue desarrollada considerando el proceso establecido realizando el diagnóstico y así predecir en mayor parte los problemas en el futuro, como lo indica Moyano (2015); su elaboración tiene por cimientos diferentes medidas y análisis, desde el estudio del mercado y producto, conocer la posición estratégica, el plan de marketing y operativo hasta la evaluación financiera para considerar la rentabilidad del plan de negocios propuesto; Maldonado (2018) recomienda seguir las pautas con el propósito de conocer la posición actual del productor en el mercado, de modo se pueda enfrentar a diversos eventos.

Retomando lo mencionado anteriormente, el análisis estratégico representado por una matriz de doble entrada conocida como FODA, ayuda a la familia comercializadora a identificar el pro y contra de los productos y el mercado (Cano, 2017).

En contexto, el estudio posee similitud en sus resultados logrados con la investigación desarrollada por Cadena (2022), quien diseñó un plan de negocios con el propósito de establecer productos provenientes de la leche, siendo el de mayor impacto la producción de queso; por su parte Godoy (2022), desarrolló un plan estratégico con la finalidad de mejorar la comercialización de la leche, para ello, al igual que el presente estudio, se basó en un diagnóstico realizado gracias a la aplicación de un cuestionario; de igual forma Blanco (2021), creó una estrategia para comercializar productos derivados de la leche.

Por su parte, Kele et al. (2021), desarrolló una estrategia basada en la actividad de comunicar e intercambiar ofertas del producto lácteo, dicho de otro modo desarrolló un plan de marketing con el fin de posicionar en el mercado

consumidor una nueva variedad de leche (Godoy, 2022); en conjunto, lo desarrollado por Ramírez (2020), posee semejanza con los resultados logrados, pues diseñó un plan de negocios con el fin de evaluar la viabilidad de una empresa lechera.

Asimismo, Ojeda y Vidaurre (2021), desarrollaron un plan de negocios para el posicionamiento de productos con origen lácteo en el mercado nacional, identificando las características del consumo del producto, considerándose la viabilidad financiera del plan propuesto. Por su parte, Jove et al. (2017), realizó su investigación para desarrollar un plan con el cual se implemente un centro de acopio lechero; identificando deficiencia en las gestiones de los diferentes comercializadores lecheros además de la falta de optimización de recursos como materia prima y talento humano, por ello llegó a la conclusión que la implementación del centro de acopio propuesto sería económica rentable.

Para finalizar, se desarrolló la validación de la propuesta planteada considerando lo anteriormente mencionado, misma que fue validada bajo estrictos estándares de calidad impuestos por la universidad, en tal sentido se verificó la pertinencia de la propuesta con la investigación y con su futura aplicación, respetando diversos criterios, desde la relación con los objetivos del estudio, tomando en cuenta variables, dimensiones e indicadores, la fundamentación teórica, la estructura de la investigación propia, además la pertinencia con el diagnóstico del problema estudiado; aunado, la necesidad de evaluar la conveniencia frente a su aplicación, considerando cinco criterios desde si el plan de negocios es aplicable al contexto de estudio, si se soluciona el problema estudiado, si al realizar la aplicación es sostenible en el tiempo, si es viable la aplicación, además si el plan trasciende y puede aplicarse en otras realidades con la misma problemática; en contexto con lo anterior, la aplicabilidad de la propuesta posee un nivel de validez del 97%, la contextualización de 98% y la pertinencia bordea una validez al 99%, dejando evidencia de la adecuada elaboración del plan de negocio, basada en el diagnóstico de los resultados obtenido; en ese sentido, se encuentra construida con información relevante y oportuna para la toma de decisiones; lo indicado guarda relación con lo logrado por Godoy (2022), donde su plan basado en merchandasing y marketing digital fue validado por expertos en el área de estudio.

VI. CONCLUSIONES

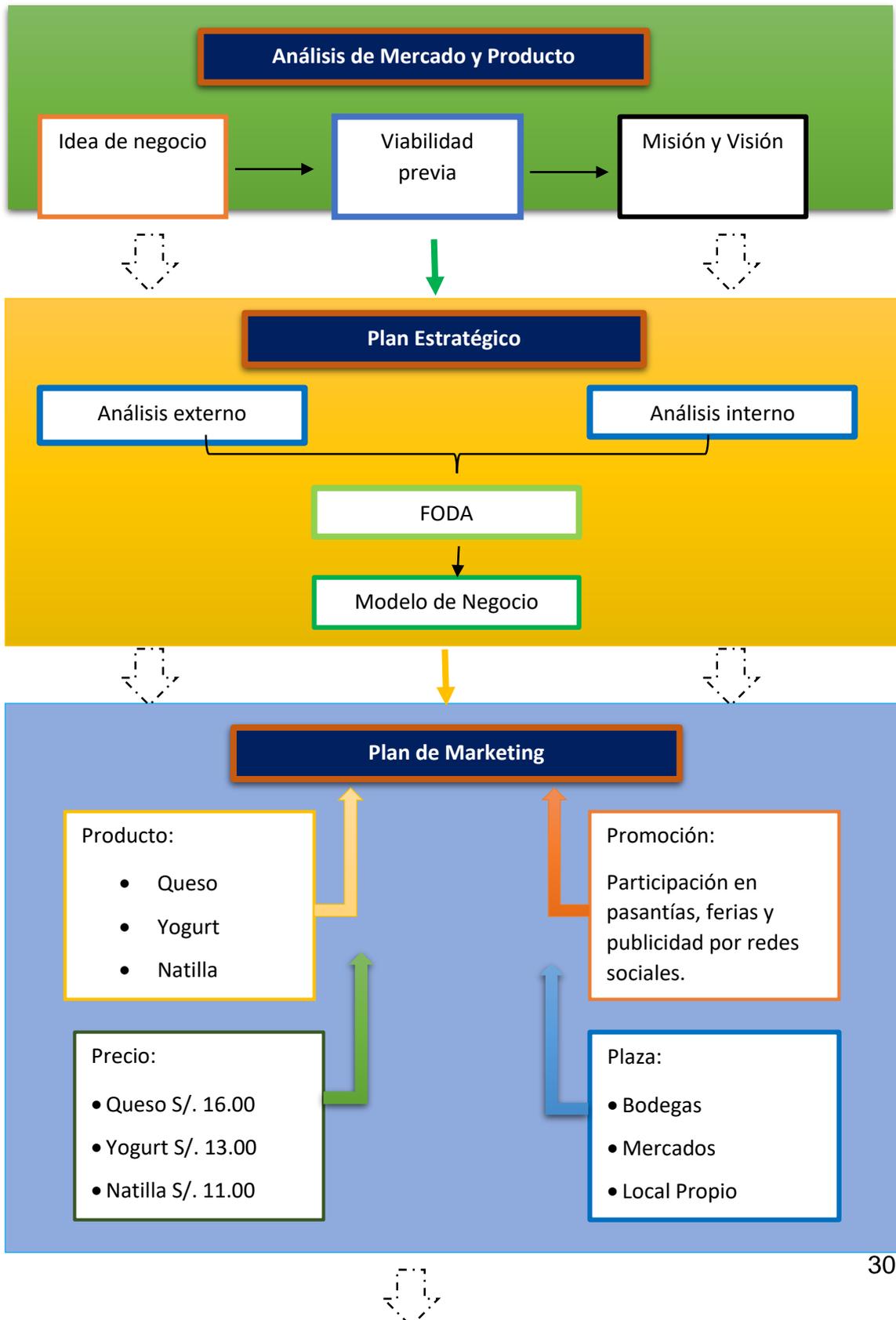
1. Realizar la propuesta de un plan de negocio ayuda a la sociedad en estudio al crecimiento del mismo, ello gracias a estudio de las características de los productos ofrecidos, como la calidad y precio de los lácteos, realizando un contraste con lo demandado por el mercado local y nacional. Para el diseño del plan se tuvo la necesidad de identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del grupo de familias productoras de leche con origen caprino, ello permitió del desarrollo objetivo del plan de negocios presentado.
2. El mercado lechero caprinocultor se encuentra en desarrollo, dado que el nivel predominante es el regular; ello indica la posibilidad de crecimiento al incluir un plan de negocio, además trasmite a las familias la seguridad de invertir o buscar fondos concursables para su beneficio.
3. Se logró identificar las características del mercado lechero caprinocultor, para ello fue necesario verificar las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades de cada familia productora, encontrándose que la calidad del producto y la magnitud del mercado donde estos se ofrecen son los factores con mayor predominio para el desarrollo del mercado lechero, seguido por el precio del producto lácteo.
4. Tras finalizar el diagnóstico del mercado, se realizó la propuesta del plan de negocios poniendo en práctica todos los parámetros consignados, además de seguir las recomendaciones brindadas por lo expertos con la finalidad de enriquecer la propuesta del plan de negocios; logrando la validación de la misma, dejando en evidencia la importancia del plan de negocios para el desarrollo del mercado lechero caprinocultor garantizando su extensión y rentabilidad.

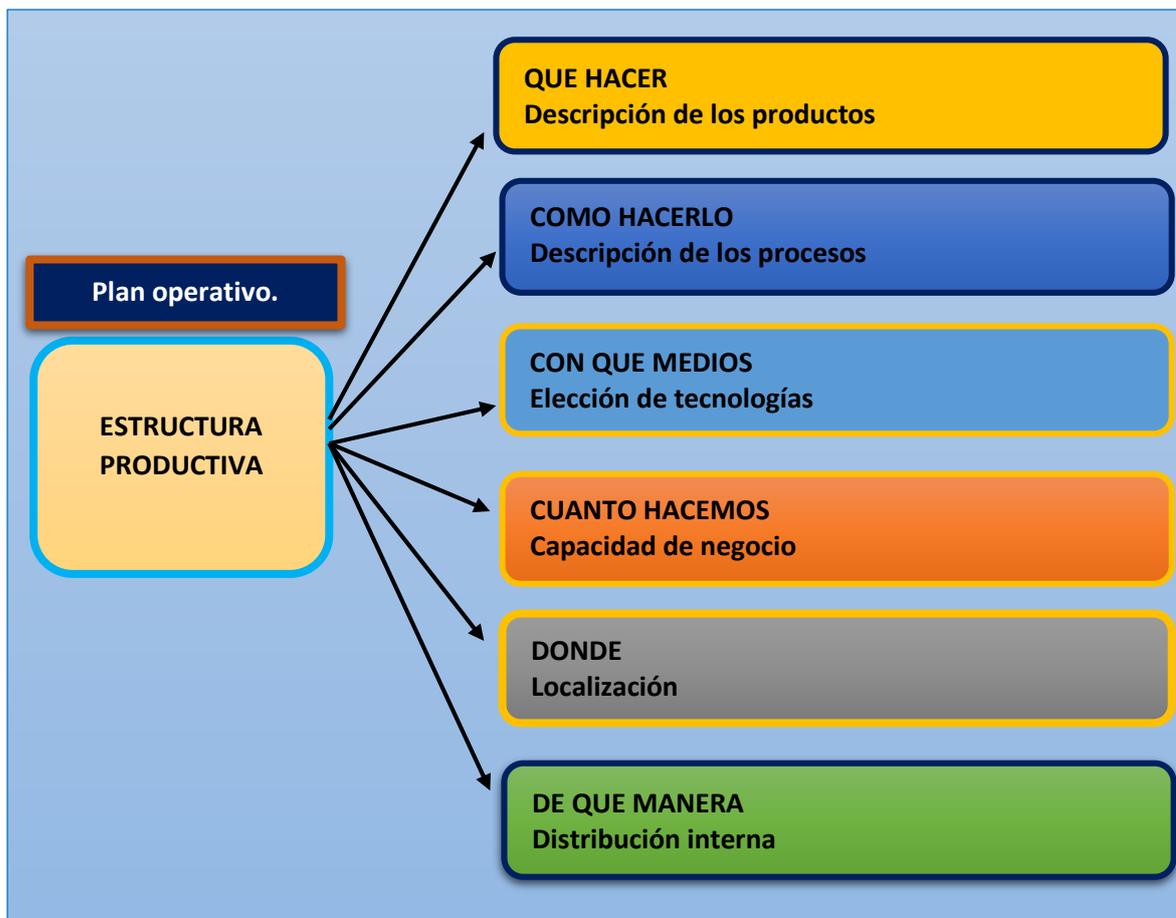
VII. RECOMENDACIONES

1. A las familias del bosque seco de Piura, implementar el plan de negocio propuesto, pues su ejecución ayudará a su posicionamiento en el mercado local y alrededores, además su apertura al mercado nacional, trayendo como consecuencia la mejora en la rentabilidad.
2. Al gobierno regional, realizar mayor apoyo a las familias de la comunidad ganadera por medio de fondos concursables, con la finalidad de brindarles el sustento económico por medio de su labor, ayudando ello en la sostenibilidad económica del país, además se recomienda a las familias buscar asesoramiento técnico para garantizar el éxito en la implementación del plan de negocio.
3. A las comunidades productoras de leche caprina, salir de la zona de confort y ofrecer sus productos a nuevos mercados, además priorizar la calidad del producto, mismo que debe reflejado por el precio del mismo.
4. A los futuros investigadores, optar por este tipo de propuestas, con el fin de dar seguimiento, implementar de nuevas ideas si fuera el caso, y de compartir los conocimientos adquiridos.

VIII. PROPUESTA

Objetivo: Proponer un plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura





Evaluación Financiera.

VAN INGRESOS	S/ 301.802,76
VAN EGRESOS	S/ 251.085,95
VAN + INVERSIÓN	S/ 276.435,95
R/B	1,1

Es así como se toma de referencia al B/C es mayor a 1, esto nos indica que le beneficio que se estaría generando en el proyecto resultaría mayores a los costos; es por lo cual el proyecto debe de ser considerado. Por consiguiente, indicar que, por cada nuevo sol invertido, el proyecto generará en beneficio de S/1.1 nuevo sol

REFERENCIAS

- Arauco, F., Mayorga, N., Cruz, D., & Astohuamán, J. (2020). Dinámica de seroconversión de diarrea viral bovina y neosporosis en hatos lecheros de la sierra central del Perú. *Revista de Investigaciones Veterinarias del Perú*, 31(3), 1-10. <https://doi.org/10.15381/rivep.v31i3.18727>
- Arias, J. (2020). *Proyecto de Tesis. Guía para la elaboración*. Biblioteca Nacional del Perú. <https://bit.ly/3HdrURL>
- Banjari, I., Domiter, M., Ostrognjaj, T., & Petrovic, I. (2020). Consumers' attitudes towards functional dairy market in Croatia - a cross-sectional study. *Original Scientific Paper*, 1(1), 242-253. <https://doi.org/10.15567/mljekarstvo.2020.0402>
- Belay, D. (2020). The effect of trust on farmers' milk market participation in dairy cooperatives in West Shoa, Ethiopia. *Agricultural Economics Research, Policy and Practice in Southern Africa*, 59(3), 287-302. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/03031853.2020.1734036>
- Bentley, J., Hall, F., & Tranel, L. (2020). Iowa Dairy Goat Survey Conducted to Assess the Industry and Needs of Dairy Goat Producers . *Iowa State University Animal Industry* 2020, 17(1), 1-4. <https://doi.org/https://doi.org/10.31274/air.11907>
- Besems, J., Mangelaere, L., Mast, S., & Spits, I. (2020). *Business plan*. Green Santa. <https://www.coebbe.nl/app/uploads/2021/04/Business-plan-Green-Santa.pdf>
- Blanco, J. (2021). *Diseño y creación, en la empresa Inversiones Melissa del Caribe SAS, de una ruta de producción y comercialización de un queso costeño certificado y con altos estándares de calidad, alineado a las necesidades saludables y de alimentación consciente del mar*. [Tesis de maestría. Universidad de la Costa]. Repositorio Insitucional UDLC. <https://hdl.handle.net/11323/9096>
- Böhme, M. (2021). 'Milk from the purest place on earth': examining Chinese investments in the Australian dairy sector. *Agriculture and Human Values*, 38(1), 327-338. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10460-020-10153-2>
- Cadena, M. (2022). *Plan de negocios para la creación de una microempresa productora de quesos semimaduros en la provincia del Carchi*. [Tesis de

- maestría. Universidad Técnica del Norte]. Repositorio Institucional UTDN. <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/12118/2/PG%201065%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Cano, C. (2017). *La administración y el proceso administrativo*. Bogotá, Colombia: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo. <https://ccie.com.mx/wp-content/uploads/2020/04/Proceso-Administrativo.pdf>
- Carvalho, A. (2020). Tendencias para el mercado lácteo mundial en 2020. *Tetra Pak*, 1(1), 1-58. http://proleche.com/recursos/documentos/congreso2011/15.Tendencias_mercado_lacteo_2020.pdf
- Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia. (2021). *Informe de lanzamiento del estudio de mercado sobre el sector lácteo en el Perú*. Presidencia del Consejo de Ministro. <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51771/6194832/Informe+Lanzamiento+Leche/4e4de918-4f25-ad5f-e014-80e13be3b682>
- Dudukalova, G., Tkach, A., & Nechitaylov, A. (2020). The Development of the Dairy Market in Russia. *Complex Systems: innovation and sustainability in the digital age*, 1(1), 437-447. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-44703-8_47
- ESAN. (2022). VAN y TIR: ¿para qué sirven y cuándo usarlos? *ESAN Business*, 1(1), 1. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/van-y-tir-para-que-sirven-y-cuando-usarlos>
- Estela, R. (2020). *Investigación propositiva* (1a ed. ed.). Instituto de Educación Superior Pedagógico Público Indoamérica. Retrieved 7 de Septiembre de 2021, from <https://es.calameo.com/read/006239239f8a941bec906>
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la Investigación: manual autoformativo interactivo*. Universidad Continental.
- Gaye, E., & Bhanugopan, M. (2020). Survey of Australian commercial dairy camel farms. *Journal of Camelid Science*, 13(1), 22-39. <https://doi.org/http://www.isocard.net/images/journal/FILE41b2cae4dbdd017.pdf>
- Gobierno Regional de Piura. (23 de junio de [GORE - PIURA], 2020). *Sitio oficial del GORE - PIURA*. Gore realizará II Feria Regional Caprina:

<https://www.gob.pe/institucion/regionpiura/noticias/546764-gore-realizara-ii-feria-regional-caprina>

- Godoy, D. (2022). *La gestión estratégica comercial de marketing para el sector productivo lechero y sus derivados*. [Tesis de maestría. Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Institucional PUCE. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3448/1/77605.pdf>
- Hernández, J., Camacho, J., Moreno, S., Retes, R., Hernández, D., & Urea, F. (2021). Elaboración y mercadeo de queso pasteurizado con leche de cabra en un región de Puebla. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 48(1), 101-110. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14169723011>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1a ed. ed.). McGraw-Hill Interamericana. Retrieved 7 de Septiembre de 2021, from <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1292/1/Hern%C3%A1ndez-%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES. <https://bit.ly/3rOWzjG>
- Hidalgo, Y., Ortiz, P., Huaman, A., & Apaza, B. (2021). *Plan de negocios para la elaboración y comercialización de alfajores saludables*. [Tesis de maestría. Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional UTP. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5389/Y.Hidalgo_P.Otiz_Y.Huaman_B.Apaza_Trabajo_de_Investigacion_Maestria_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jove, Y., Champi, J., & Fernández, Z. (2017). *Plan de negocio para la implementación de un centro de acopio de leche fresca, para la venta y producción de derivados en los distritos de José Luis Bustamante y Rivero y Paucarpata en la provincia de Arequipa 2017*. [Tesis de maestría. Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional UTP. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/1234>
- Kele, V., Nair, P., Upadhye, V., & Padval, A. (2021). Analyzing Marketing Strategy of Milk and Dairy Products Launch Plan for New Variety of Milk. *Internacional*

- Journal of Pharmaceutical and Bio Medical Science*, 1(8), 159-164.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47191/ijpbms/v1-i8-06>
- Kreamer, L., Albritton, B., Tonidandel, S., & Rogelberg, S. (2021). The Use and Misuse of Organizational Research Methods 'Best Practice' Articles. *Organizational Research Methods*, 1(1), 1.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177%2F10944281211060706>
- Krivošíková, A., Nagyová, L., Kubelaková, A., & Mokry, S. (2019). Consumer preferences on milk market: evidence from Slovak Republic. *Potravinarstvo slovak journal of food sciences*, 13(1), 1-10.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5219/1221>
- Li, L., & Xiong, K. (2021). Study on peak cluster-depression rocky desertification landscape evolution and human activity-influence in South of China. *European Journal of Remote Sensing*, 54(2), 309-3017.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/22797254.2020.1777588>
- López, E. (2020). *Estudio de preferencias del consumidor hacia productos lácteos de origen campesino del municipio de Guatavita - Cundinamarca*. [Tesis de maestría. Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio Institucional UNC.
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/77993/1013610782.2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Maldonado, J. (2018). *La estrategia empresarial*. Honduras: Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
https://www.academia.edu/36936075/LA_ESTRATEGIA_EMPRESARIAL
- Mamo, T., Haji, J., Bekele, A., teklewold, T., Berg, S., Moore, H., & Hodge, C. (2021). Determinants of milk marketing channel selection by urban and peri-urban commercial dairy producers in Ethiopia. *Ethiop. J. Agric. Sci.*, 31(3), 69-100.
<https://doi.org/https://www.ajol.info/index.php/ejas/article/view/211863>
- Marco, F. (2016). *Gestión y Administración en las organizaciones*. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional Arturo Jauretche.
<http://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>

- Moyano, L. (2015). *Plan de Negocios*. Empresa Editora Macro EIRL. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=j7wtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=definici%C3%B3n+de+plan+de+negocios&ots=_aw1mKvvpv&sig=Jb4CB_898Hiw45MToMQS9bTlrgM#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20plan%20de%20negocios&f=false
- Munch, D., Schmit, T., & Severson, R. (2021). Assessing the value of cooperative membership: a case of dairy marketing in the United States. *Science Direct*, 1(1), 1-55. <https://doi.org/https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213297X2100001X>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y redacción de la tesis*. Ediciones U. https://doi.org/https://edicionesdelau.com/wp-content/uploads/2018/09/Anexos-Metodologia_%C3%91aupas_5aEd.pdf
- Ojeda, N., & Vidaurre, D. (2021). *Plan de negocio para la producción y comercialización de productos lácteos, Piura, 2021*. [Tesis de maestría. Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86908/Naira_OA-Vidaurre_PDL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (30 de junio de 2020). *Sitio web oficial FAO*. El desarrollo del sector lechero: <https://www.fao.org/dairy-production-products/socio-economics/dairy-development/es/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (9 de junio de 2020). *Sitio web oficial FAO*. Mercados y comercio: <https://www.fao.org/dairy-production-products/socio-economics/markets-and-trade/es/>
- Paniagua, F., & Condori, P. (2018). *Investigación científica en educación*. Industria Gráfica Maxcolor. <https://bit.ly/3pnrBh4>
- Pérez, E. (2018). *Marketing y plan de negocio de la microempresa: planificación e iniciativa*. Ediciones de la U. <https://books.google.com.pe/books?id=HZYQEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=plan+de+negocio&hl=es->

419&sa=X&ved=2ahUKEwiop7j3ro35AhXzrZUCHUjgD78Q6AF6BAgLEAI#v=onepage&q&f=true

- Pronko, L., Kolesnik, T., & Samborska, O. (2020). Ukraine Dairy Market: State and Prospects of Development. *European Journal of Sustainable Development*, 9(1), 1-10. <https://doi.org/https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n1p243>
- Ramírez, J. (2020). *Plan de negocios para la creación de una empresa de producción lechera en el municipio del agrado departamento del Huila*. [Tesis de licenciatura. Universidad Santo Tomás]. Repositorio Institucional UST. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/34605/2021jorgeandresramirez.pdf?sequence=1>
- Rodríguez-Rodríguez, J., & Reguant-Álvarez, M. (2020). Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 13(2), 1-13. <https://revistes.ub.edu/index.php/REIRE/article/view/30048>
- Sarabia, C., & Alconero, C. (2019). Claves para el diseño y validación de cuestionarios en Ciencias de la Salud. *Enfermería en cardiología: revista científica e informativa de la Asociación Española de Enfermería en Cardiología*, 1(77), 69-73. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7142007>
- Sarkar, A., & Dutta, A. (2020). Challenges and opportunities of dairy sector in India vis-a-vis world: a critical review. *Explor Anim Med Res*, 10(1), 9-17. https://doi.org/https://www.animalmedicalresearch.org/Vol.10_Issue-1_June_2020/ChallengeS%20%20and%20opportunities.pdf
- Simao, G., & Antonialli, L. (2022). Dairy cooperatives marketing strategy determinants in Brazil and Australia: case studies. *Revista Exacta*, 20(1), 95. <https://link.gale.com/apps/doc/A694469577/IFME?u=anon~21d69815&sid=googleScholar&xid=241471c7>
- Srdjan, M., Nikolaos, S., & Konstantinos, R. (2020). Consumers purchase intentions towards novel dairy products: evidence from greece and Serbia. *Studies in Business and Economics*, 15(3), 152-168. <https://doi.org/10.2478/sbe-2020-0051>
- Tantaleán, R. (2015). El alcance de las investigaciones jurídicas. *Derecho y Cambio Social*, 12(41), 1-21. Retrieved 7 de Septiembre de 2021, from

https://www.derechoycambiosocial.com/revista041/EL_ALCANCE_DE_LAS_INVESTIGACIONES_JURIDICAS.pdf

United States Department of Agriculture. (2022). New paths to sustainability and productivity growth: dairy outlook. *Agricultural Outlook Forum*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/https://ageconsearch.umn.edu/record/321076/files/2022AOF-agricultural-economic-foreign-trade-outlook.pdf>

Vicerrectorado de Investigación. (2020). *Código de Ética en Investigación*. Universidad César Vallejo.

Vidaurre, C. (2021). Líquidez en el mercado lácteo peruano. *Universidad Nacional Agraria La Molina*, 1(1), 1-4. http://www.igfeasesoria.com/img/analisis_liquidez_lacteos_2021.pdf

Wierzejski, T., Lizinska, W., & Jakubowska, D. (2020). Consumption and Internationalization: Determinants for the Development of the Dairy Market in Poland. *European research studies journal*, 23(3), 629-644. <https://doi.org/10.35808/ersj/1659>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Plan de negocios	Según Oscar, Augusto, & Henry, (2017) ya habiéndose considerado sus dimensiones mencionadas por medio del análisis de mercado donde el emprendedor enfoca su percepción en todas las oportunidades de negocio muy competitivas.	La variable se desarrolló como un plan estratégico de negocios como propuesta para futuras investigaciones.	Análisis de mercado y producto	Descripción del producto.	Ordinal
				Análisis de la competencia	
				Brecha de mercado local y regional	
			Plan estratégico	FODA	
			Plan de Marketing	Precio	
				Producto	
				Plaza	
			Plan Operativo	Promoción	
Evaluación financiera	Capacidad de producción				
	VAN				
	TIR				
Desarrollo del mercado lechero	De acuerdo con Martínez, (2017) su principal objetivo en determinar la relación existente entre sus variables, concluyendo con el desarrollo económico local, adecuándole una ley de competitividad productiva.	La variable se encontró medida por el desarrollo técnico, fondos concursables y el equilibrio ecológico.	Desarrollo técnico	Localidad del proyecto	Ordinal
				Tamaño del proyecto	
				Capacidad del Proyecto	
			Fondos Concursables .	Objetivos organizativos de los fondos concursables, asociativos	
				Herramientas y equipos de la asociación	
			Equilibrio ecológico	Gestión socio-organizativa	
				Desarrollo sostenible	
	Gestión responsable y sostenible				

Anexo 2. Matriz de consistencia

Título de la tesis: Plan de negocio para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura.

Formulación del problema	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Variables	Población y muestra	Enfoque / nivel (alcance) / diseño	Técnica / instrumento
<p>Problema principal:</p> <p>Pp. ¿De qué manera proponer un plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura?</p>	<p>Objetivo principal:</p> <p>Og. Proponer un plan de negocio para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura.</p>	<p>Hg. Al diseñar un plan de negocio será probable que desarrolle el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura.</p>	<p>V.I.:</p> <p>Plan de negocios, el cual será medido a través de cinco dimensiones , permitiendo nos medir dicha variable. Con 32 ítems</p>	<p>Unidad de análisis: Por medio de encuesta con 32 ítem. Para la variable 1 y 12 ítem para la variable 2</p> <p>Población: Económicamente activos, tomando solo la población joven (15 - 29), adulta (30 - 44), adulta (45 – 59), (60 a más) la población quedaría conformada por 1301339</p> <p>Muestra: En efecto, la muestra seleccionada mostrará la proporcionalidad en estudio compuesta por 384 habitantes; los datos que se lleguen a estudiar de las encuestas nos ayudarán a elaborar un formato de propuesta para la presente investigación en estudio.</p>	<p>Enfoque de investigación: El enfoque seleccionado para esta investigación es metodológico cuantitativo, debido a que este es un proceso deductivo donde las variables deben ser estudiadas, por medio de un análisis estadística, con medición numérica</p> <p>Diseño: No experimental, con propuesta</p> <pre> graph LR M --> O O --> D D --> P D --> T T --> P </pre> <p>Donde:</p> <p>Muestra (m): estaría representado por una parte de la población</p> <p>Observación (o): se refiere a la observación de las variables</p> <p>Diagnostico (d): hace referencia al diagnóstico de la problemática.</p> <p>Teorías (t): se refiere al análisis de las teorías fundamentales.</p> <p>Propuesta (p): estaría relacionada al plan de negocios.</p>	<p>Técnica: Instrumento:</p> <p>La técnica se estableció la encuesta para la recolección de datos en la investigación. Señaló falcón, (2018)</p> <p>El instrumento utilizado fue a través de un cuestionario la cual es para la recopilación de información, en nuestra investigación</p> <p>Métodos de análisis de investigación: El procesamiento y análisis de datos se realizara mediante ayuda del software análisis estadístico spss 26, así mismo se aplicará una prueba piloto de 36 encuestados en cada variable, para hallar la fiabilidad de un instrumento se optó por usar alpha de cronbach</p>
<p>Problemas específicos:</p> <p>P1 ¿Cuál es el nivel del desarrollo el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura?</p> <p>P2 ¿Cómo es el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura?</p> <p>P3 ¿Cómo se valida el plan de negocio para el desarrollo del mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura?</p>	<p>Objetivos Específicos:</p> <p>O1. Determinar el nivel del desarrollo el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura.</p> <p>O2 Reconocer las características el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura.</p> <p>O3. Validar el plan de negocio para el desarrollo del mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura.</p>		<p>V.D.: Desarrollo del mercado lechero cual será medido a través de tres dimensiones , permitiendo nos medir dicha variable. Con 12 ítems</p>			

Anexo 3. Muestreo

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N = Total de la Población.

Z_{α}^2 = 1,96 al cuadrado (si la seguridad es de 95%)

p*q = Probabilidad del fenómeno. (50%)

d = Margen de error 5%

n = Muestra

$$n = \frac{1301339 * 1.96_a^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (1301339 - 1) + 1.96_a^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1249805.98}{3254.31}$$

$$n = 384$$

Anexo 4. Validación por juicio de expertos



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocio para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario.

3. TESISTA:

Br.: Vasquez Quispe, Miguel Edgardo.

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 28 de mayo 2022

 <hr/> <p>41538632 EXPERTO</p>	<p>HUELLA</p>
---	---------------

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocio para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario.

3. TESISTA:

Br.: Vasquez Quispe, Miguel Edgardo.

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 27 de julio del 2022

 <hr/> <p>DNI: 16768861 EXPERTO</p>	<p>huella</p>
--	---------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocio para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario.

TESISTA:

Br.: Vasquez Quispe, Miguel Edgardo.

DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 07 de junio del 2022

 <hr/> <p>Firma/DNI: 46575972 EXPERTO: 1054</p>	 <p>HUELLA</p>
---	--

Colocar Constancia SUNEDU del validador



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocio para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario.

TESISTA:

Br.: Vasquez Quispe, Miguel Edgardo.

DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 07 de junio del 2022

 Firma/DNI: 45456942 EXPERTO	 HUELLA
---	---

Colocar Constancia SUNEDU del validador

Anexo 5. Confiabilidad

Tabla 7

Valoración del coeficiente Alfa de Cronbach de las variables de Plan de negocios y desarrollo del mercado lechero caprinocultor.

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Plan de negocios	0,870	32
Desarrollo del mercado lechero caprinocultor	0,778	12

De los instrumentos, se obtuvo un coeficiente Alfa de Cronbach para la totalidad de los ítems del cuestionario empleado para el plan de negocios igual a 0.870 y para los ítems del cuestionario desarrollo del mercado lechero caprinocultor fue de 0.778; ambos se encuentran dentro del rango considerado como un coeficiente de confiabilidad bueno, ello de acuerdo con lo estipulado por Rodríguez-Rodríguez y Reguant-Álvarez (2020).

Anexo 6. Instrumentos de recolección de datos.

Cuestionario para el Plan de Negocios

Autor: Vasquez Quispe, Miguel Edgardo.

Se agradece anticipadamente su colaboración. Marque con un aspa (x) la alternativa que mejor valora cada ítem.

Edad entre:	15 a 29		30 a 44		54 a 59		60 a más	
Edad:	M		F					

ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
	1	2	3	4	5
Análisis de mercado					
Descripción del producto					
Los derivados de leche que usted elabora cubren las necesidades de los clientes.					
La calidad de la leche que usted comercializa, cumple con los requisitos del mercado local					
Considera usted que la palabra “orgánico”, hace más atractivo para su comercialización					
Según su criterio de venta, sus productos son diferentes a los de su competencia					
Análisis de la Competencia					
Considera usted que la competencia sería una amenaza en la venta de sus productos.					
De acuerdo a su experiencia, el mercado regional tendría mayor capacidad de compras que le mercado local.					
Brecha de mercado local y regional					
Los clientes son más exigentes en la compra de sus productos lácteos.					
Usted vende sus productos lácteos en el mercado local					
Plan estratégico					
FODA					
Considera una fortaleza, el usar productos orgánicos para la elaboración de sus derivados lácteos					
El poco manejo de tecnología para promocionar sus productos lácteos, hace que usted se encuentre en desventaja frente a la competencia					
Los productos lácteos son valorados en los mercados, por lo tanto sería una oportunidad para usted como asociación					
La poca producción de leche, pone en riesgo su negocio					
La falta de proveedores, es una amenaza para la elaboración de productos lácteos					
Plan de Marketing					
Precio					

Según su opinión, el precio establecido a los productos lácteos es el correcto.					
Los precios ofrecidos por su asociación son competitivos en los mercados.					
Producto					
Si usted fuera un cliente foráneo compraría un producto lácteo artesanal orgánico de la zona					
Plaza					
El espacio brindado por su municipalidad cumple con las condiciones para la venta de productos lácteos.					
Participa usted en ferias locales, nacionales, o pasantías, organizadas por su Mucipalidad local					
Promoción					
Usa usted, redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, para ofertar sus productos lácteos.					
Cuenta usted con publicidad radial, televisiva o alguna otra (folletos, trípticos, fotos, etc.) para la venta de sus productos lácteos.					
Realiza usted algún tipo de oferta para aumentar sus ventas en productos lácteos.					
Utiliza alguna herramienta para calcular la cantidad de leche en la elaboración de sus derivados lácteos y otros materiales.					
Plan operativo					
Capacidad de producción					
La producción láctea elaborada por su asociación cubre los pedidos mensuales.					
Según su experiencia, utiliza alguna herramienta para calcular la cantidad de leche en la elaboración de sus derivados lácteos y otros materiales.					
La asociación de caprinocultores debería recibir asesoramiento para determinar la cantidad de productos lácteos a elaborar					
De acuerdo con la interacción con la asociación de caprinocultores, su producto lácteo orgánico cubre los pedidos mensuales					
Desde su punto de vista, la asociación de caprinocultores debería contratar a un especialista para el desarrollo del plan de negocio.					
Evaluación financiera					
VAN					
Considera, que los asociados, debería invertir más en su asociación de caprinocultores, teniendo en cuenta los resultados de la VAN					
Se debería tomar en cuenta el VAN para la toma de decisiones en la asociación de caprinocultores sobre los productos lácteos					
TIR					
Para la asociación de caprinocultores, es importante tener conocimiento sobre el TIR.					
Considera usted que se debe mantener actualizados los datos financieros de la asociación de caprinocultores para realizar un mejor cálculo de la TIR					
Desde su punto de vista la TIR es uno de los elementos más importantes para elaborar un Plan de negocio.					

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se agradece anticipadamente su colaboración. Marque con un aspa (x) la alternativa que mejor valora cada ítem.

Edad entre:	15 a 29		30 a 44		54 a 59		60 a más	
Edad:	M		F					

ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
	1	2	3	4	5
Desarrollo técnico					
Localidad del proyecto					
La ubicación de un nicho de mercado para la venta de sus productos lácteos es la adecuada					
Existe importancia en el desenvolvimiento de la actividad lechera, para satisfacer las necesidades en su localidad					
Tamaño del proyecto					
Conoce usted la posición financiera actual de su negocio					
Capacidad del proyecto					
Piensa en expandir su negocio a otras localidades, o integrar nuevos socios dentro de su asociación.					
Existió la importancia para mejorar la genética de su ganado caprino, estos últimos años					
Fondos concursables					
Objetivos organizativos de los fondos concursables, asociativos					
Cree usted en la importancia, por parte de su Mucipalidad en recibir información sobre fondos concursables					
Conoce, la importancia de un presupuesto necesario para la realización de proyectos o planes de negocio					
Herramientas y equipos de la asociación					
Para usted, la participación del gobierno, será importante en lo referente a su producción y comercialización de productos lácteos					
Gestión socio-organizativa					
Conoce de la importancia de su localidad en la participación en alguno de los fondos concursables					
Equilibrio ecológico					
Desarrollo sostenible					
Existe concientización y participación importante por parte de la población en la conservación del medio ambiente					
Conoce de la importancia de aprovecha los recursos de la zona en su actividad lechera.					
Gestión responsable y sostenible					
Conoce de la importancia del uso de técnicas mejoradas para reducir el consumo de recursos naturales					

Anexo 8. Validación de la propuesta por expertos

VALIDACIÓN DE PROPUESTA (JUICIO DE EXPERTOS)

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR EL MERCADO LECHERO CAPRINOCULTOR DE LAS FAMILIAS DEL BOSQUE SECO DE PIURA.

Yo, Jesús Miguel Vizconde Campos, identificado con DNI N° 41538632, con Grado Académico de Magister en Administración Estratégica de Empresas, en la Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú, con código de inscripción en SUNEDU: <https://enlinea.sunedu.gob.pe/orientacion>.

Hago constar que he leído y revisado el **plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura**, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en **Administración de Negocios - MBA** de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta corresponde a la tesis: "**Plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura**".

a. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	<i>Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.</i>	X		
2	<i>Pertinencia con las variables y dimensiones.</i>	X		
3	<i>Pertinencia con las dimensiones e indicadores.</i>	X		
4	<i>Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).</i>	X		
5	<i>Pertinencia con los fundamentos teóricos</i>	X		
6	<i>Pertinencia con la estructura de la investigación</i>	X		
7	<i>Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema</i>	X		

b. Pertinencia con la aplicación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	X		
2	Soluciona el problema de la investigación	X		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	X		
4	Es viable en sus aplicación	X		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	X		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: Plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
96%	98%	99%	99%

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

OBSERVACIONES: Sin observaciones

Chiclayo, 26 de mayo del 2022.

Mg. Jesús Miguel Vizconde Campos, Código de registro de Sunedu:

<https://enlinea.sunedu.gob.pe/orientacion>, Centro de labores: Contraloría General de

la República Cargo: Supervisor de Control Social.



Mg. Jesús Miguel Vizconde Campos

DNI 41538632

EXPERTO



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **VIZCONDE CAMPOS**
Nombres **JESUS MIGUEL**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Número de Documento de Identidad **41538632**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**
Rector **RUBIO CORREA, MARCIAL ANTONIO**
Secretario General **ORTIZ CABALLERO, RENE ELMER MARTIN**
Decana **MARTINEZ URIBE, PATRICIA**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **MAESTRO**
Denominación **MAGISTER EN ADMINISTRACION ESTRATEGICA DE EMPRESAS**
Fecha de Expedición **16/11/2011**
Resolución/Acta **-**
Diploma **-**
Fecha Matrícula **Sin información (****)**
Fecha Egreso **Sin información (****)**

Fecha de emisión de la constancia:
18 de Setiembre de 2022



CÓDIGO VIRTUAL 0000911534

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Motivo: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 18/09/2022 19:00:16-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

(*****) Ante la falta de información, puede presentar su consulta formalmente a través de la mesa de partes virtual en el siguiente enlace <https://entlinea.sunedu.gob.pe>

**VALIDACIÓN DE PROPUESTA
(JUICIO DE EXPERTOS)****FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR EL
MERCADO LECHERO CAPRINOCULTOR DE LAS FAMILIAS DEL BOSQUE SECO
DE PIURA.**

Yo, Beatriz del Pilar Colter Apaza identificado con DNI N°16768861., con Grado Académico de Maestro en Administración con mención en gerencia empresarial en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, con código de inscripción en SUNEDU N° <https://enlinea.sunedu.gob.pe/> Hago constar que he leído y revisado el plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta corresponde a la tesis: "**Plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura**".

a. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	<i>Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.</i>	X		
2	<i>Pertinencia con las variables y dimensiones.</i>	X		
3	<i>Pertinencia con las dimensiones e indicadores.</i>	X		
4	<i>Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).</i>	X		
5	<i>Pertinencia con los fundamentos teóricos</i>	X		
6	<i>Pertinencia con la estructura de la investigación</i>	X		
7	<i>Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema</i>	X		

b. Pertinencia con la aplicación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	X		
2	Soluciona el problema de la investigación	X		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	X		
4	Es viable en sus aplicación	X		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	X		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: Plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
98%	97%	98%	100

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

OBSERVACIONES: Sin observaciones.

Chiclayo, 27 de Julio del 2022.

MSc, Beatriz del Pilar Colter Apaza Código de registro de Sunedu:

<https://enlinea.sunedu.gob.pe/>. Centro de labores: Universidad Nacional Pedro Ruiz

Gallo.

Cargo: Docente



MSc. Beatriz del Pilar Colter Apaza

DNI: 16768861

EXPERTO

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **COLTER APAZA**
Nombres **BEATRIZ DEL PILAR**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Número de Documento de Identidad **16768861**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO**
Rector **MARIANO AGUSTIN RAMOS GARCIA**
Secretario General **MIGUEL ANGEL JIMENEZ GAMARRA**
Director **JUAN EDUARDO AGUINAGA MORENO**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **MAESTRO**
Denominación **MAESTRO EN ADMINISTRACION
CON MENCION EN GERENCIA EMPRESARIAL**
Fecha de Expedición **28/12/2012**
Resolución/Acta **049-2012-CU**
Diploma **A1135210**
Fecha Matrícula **Sin información (****)**
Fecha Egreso **Sin información (****)**

Fecha de emisión de la constancia:
18 de Setiembre de 2022



CÓDIGO VIRTUAL 0000911536

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Motivo: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 18/09/2022 19:10:33-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

(****) Ante la falta de información, puede presentar su consulta formalmente a través de la mesa de partes virtual en el siguiente enlace <https://entlinea.sunedu.gob.pe>

**VALIDACIÓN DE PROPUESTA**
(JUICIO DE EXPERTOS)**FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR EL
MERCADO LECHERO CAPRINOCULTOR DE LAS FAMILIAS DEL BOSQUE SECO
DE PIURA**

Yo, Jhana Guevara Dávila identificado con DNI N° **46575972**, con Grado Académico de **Maestra en administración de negocios - MBA** en la Universidad Privada Cesar vallejo con código de inscripción en SUNEDU <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>

a. Hago constar que he leído y revisado el **plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura**, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en **Administración de Negocios - MBA** de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta corresponde a la tesis: "**Plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura**".

b. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	x		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	x		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	x		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	x		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	x		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	x		
7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	x		

c. Pertinencia con la aplicación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	x		
2	Soluciona el problema de la investigación	x		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	x		
4	Es viable en sus aplicación	x		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	x		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: <i>Plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura</i>			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
95%	98%	98%	98%

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

OBSERVACIONES.

Chiclayo, 07 de junio del 2022.

Mg. MSc, Dr Jhana Guevara Dávila Código de registro de

Sunedu <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>

Centro de Labores: Independiente. Cargo: Independiente



Dr. Jhana Guevara Dávila

DNI46575972

EXPERTO



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **GUEVARA DAVILA**
Nombres **JHANA**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Número de Documento de Identidad **46575972**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO**
Rector **LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION**
Secretario General **SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL**
Director **PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico **MAESTRO**
Denominación **MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**
Fecha de Expedición **12/11/18**
Resolución/Acta **0378-2018-UCV**
Diploma **052-046518**
Fecha Matriculación **29/08/2016**
Fecha Egreso **21/12/2017**

Fecha de emisión de la constancia:
18 de Setiembre de 2022



CÓDIGO VIRTUAL 0000911538

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación
Superior Universitaria
Motivo: Servidor de
Agente automatizado.
Fecha: 18/09/2022 18:12:27-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde Internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

**VALIDACIÓN DE PROPUESTA**
(JUICIO DE EXPERTOS)**FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA DESARROLLAR EL MERCADO LECHERO CAPRINOCULTOR DE LAS FAMILIAS DEL BOSQUE SECO DE PIURA**

Yo, Melissa Susana Gisela Mechán Espinoza identificado con DNI N° 45456942, con Grado Académico de **Máster en alta dirección empresarial** en la Universidad Rey Juan Carlos con código de inscripción en SUNEDU <https://enlinea.sunedu.gob.pe/>

a. Hago constar que he leído y revisado el **plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura**, correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en **Administración de Negocios - MBA** de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta corresponde a la tesis: "**Plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura**".

b. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	x		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	x		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	x		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	x		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	x		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	x		
7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	x		

c. Pertinencia con la aplicación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	x		
2	Soluciona el problema de la investigación	x		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	x		
4	Es viable en sus aplicación	x		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	x		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: <i>Plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura</i>			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
96%	99%	99%	97%

DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

OBSERVACIONES:.....
.....
.....
.....
.....

Chiclayo, 07 de junio del 2022.

Mg. MSc, Dr. Melissa Susana Gisela Mechán Espinoza Código de registro de Sunedu:

<https://enlinea.sunedu.gob.pe/>

Centro de labores: Z y S Inmobiliaria S.A Cargo: Asesora Tributaria.

Dr. Melissa Susana Gisela Mechán Espinoza

DNI: 45456942

EXPERTO



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos **MECHAN ESPINOZA**
Nombres **MELISSA SUSANA GISELA**
Tipo de Documento de Identidad **DNI**
Número de Documento de Identidad **45456942**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre **UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS**
País de Procedencia **ESPAÑA**

INFORMACIÓN DE LA RESOLUCIÓN

Título profesional y/o Grado Académico **TÍTULO PROPIO DE MÁSTER EN ALTA DIRECCIÓN EMPRESARIAL (GRADO DE MAESTRO)**
Resolución N° **RESOLUCIÓN N° 008080-2021-SUNEDU-02-15-02**
Fecha de Resolución **10/12/2021**

Fecha de emisión de la constancia:
18 de Setiembre de 2022



CÓDIGO VIRTUAL 0000911539

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu



Firmado digitalmente por:
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria
Motivo: Servidor de Agente automatizado.
Fecha: 18/09/2022 18:14:24-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde Internet.

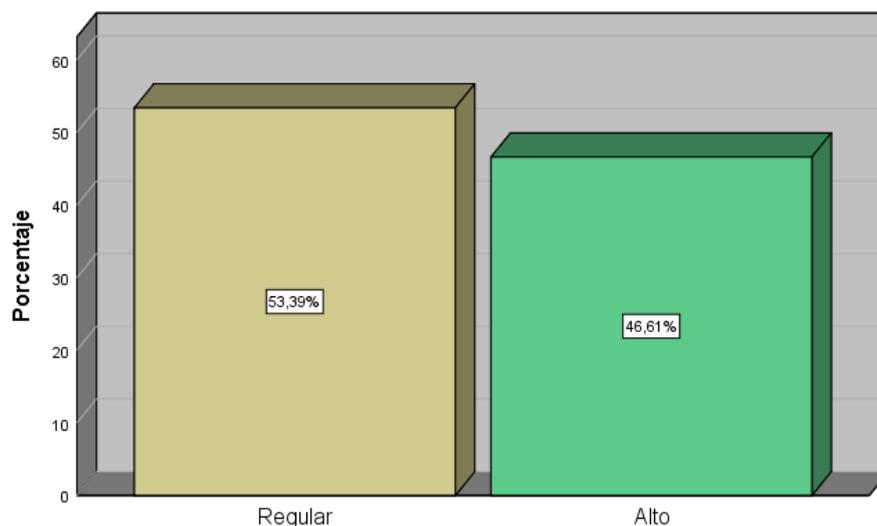
Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 - Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

Anexo 9. Resultados de figuras descriptivas

Figura 2

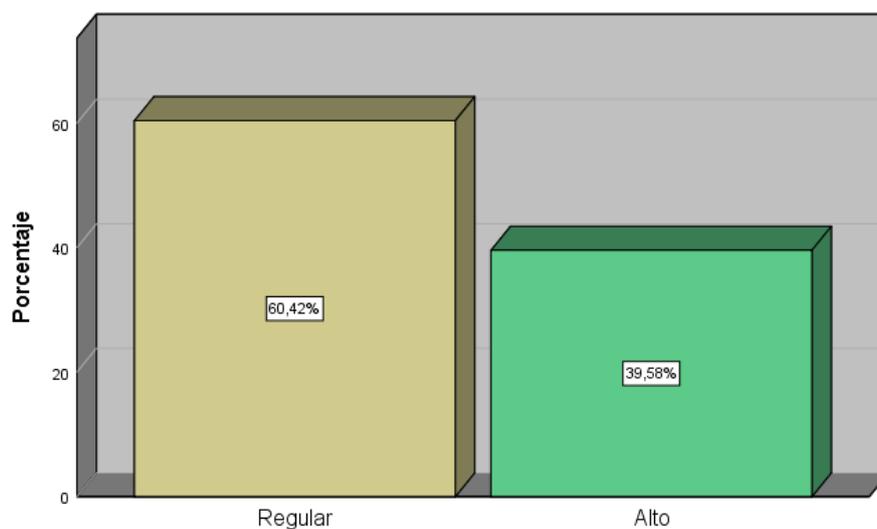
Nivel de diagnóstico del mercado lechero caprinocultor



Nota. En la figura 2 muestra el nivel de desarrollo del mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura, encontrándose 53.4% en un rango medio, dicho de otra forma, los jefes de cada familia brindó la información necesaria indicando un desarrollo en progreso de la comercialización del producto lácteo obtenido de las cabras; asimismo, ello se encuentra seguido de un nivel alto representado por el 46.6% de las familias, llegando así a deducir que el desarrollo del mercado caprinocultor se encuentra por el camino indicado para su exención.

Figura 3.

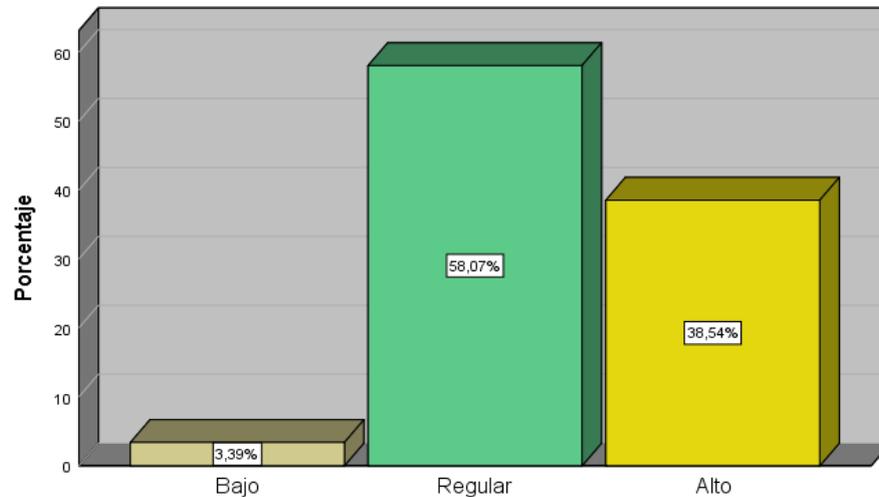
Nivel de diagnóstico del desarrollo técnico del mercado lechero caprinocultor



Nota. La figura 3, muestra el nivel del desarrollo técnico existente en el mercado lechero caprinocultor, predominando el nivel regular representado por 60.42% familias, a ello se le puede atribuir el escaso uso de tecnología para la comercialización del producto, dado que la expansión aún se encuentra en desarrollo; asimismo el 39.58% posee un nivel alto de desarrollo técnico, este porcentaje se le puede atribuir a las ventas concretadas fuera del mercado local, expandiendo el producto y su marca (nombre del caprinocultor), a mercados aledaños al propio, con el fin de crecer a nivel nacional e inclusive internacional.

Figura 4.

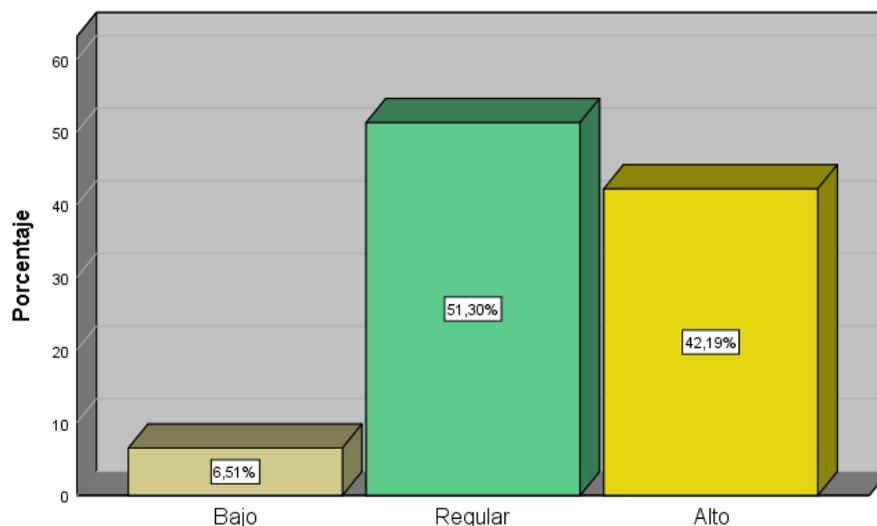
Nivel de diagnóstico de los fondos concursables del mercado lechero caprinocultor



Nota. La figura 4 muestra el diagnóstico del mercado lechero desde los fondos concursables, mostrando a un 3.4% de familias en niveles bajos y el 38.5% en niveles altos, no obstante, el grueso de la muestra se encuentra en un nivel regular (58.1%); de lo anteriormente expuesto, se puede concretar la idea del apoyo social brindado por el Estado peruano, no obstante se visualiza que los recursos brindados no son administrados de la mejor manera, ello queda en evidencia puesto que el mercado lechero caprinocultor aún se encuentra en un nivel regular de desarrollo; sin embargo se puede apreciar al 38.5% de familias pertenecientes al bosque seco de Piura, con altos fondos concursables, dejando en evidencia que bajo una buena gestión de recursos brindados por el gobierno, el desarrollo del mercado lechero tiende a mejorar.

Figura 5.

Nivel de diagnóstico del equilibrio ecológico del mercado lechero caprinocultor.



Nota. La figura 5 deja en evidencia el nivel del equilibrio ecológico del mercado lechero de caprinos, donde más de la mitad de las familias (51.3%) poseen niveles medios, indicando que la calidad ambiental de la leche se encuentra en un estado neutro no es mala pero tampoco es muy buena, refiriéndose a todo el proceso de producción, esta cifra se encuentra seguida por un porcentaje considerable (42.19%) en el nivel alto, donde deja en evidencia la alta cultura ecológica de los productores; no obstante, al menos 6.51% de las familias proyectan poseer un nivel bajo.

Anexo 10. Propuesta de valor.

Plan de Negocio

1. Resumen Ejecutivo.

El Plan de Negocio propuesto desarrollara a las familias caprinocultoras, que fueron escogidas y seleccionadas para la presente investigación, cuentan con los recursos necesarios, animales genéticamente altos en producción, derivados de su leche de buena calidad y muy favorables, para su comercialización, se encuentran ubicados en la zona del bosque seco donde se encuentra la mayoría de criadores de caprinos. Por medio de la asociatividad del resto de familias de caprinocultoras, se piensa en el acopio y recolección de leche, el cual pasara por un proceso y tecnificación de la leche donde luego pasara a la venta como producto íntegro y a la ves sus derivados. Así también crear el hábito de consumo de productos lácteos caprinos en zonas donde no se frecuenta su consumo.

2. Descripción de la empresa

2.1. Cultura empresarial.

La familia de caprinocultores y sus asociados, busca formalizar una empresa que involucre a todos sus colaboradores, proveedores, y otros agentes dedicados a la Caprinocultura. A mantener una cultura empresarial motivada que conlleve a un respeto mutuo y comprensión. Lo que dará como resultado propuesto a mantener un mercado de clientes satisfechos en atención sobre sus productos adquiridos.

Misión

Las familias de caprinocultoras dedicadas a la comercialización de leche de cabra y sus derivados, con una buena calidad y apta para el consumo al público, además busca las oportunidades para llevar adelante el proyecto propuesto sobre el desarrollo del mercado lechero.

Visión

Representar en la región norte la primera asociación dedicada a este rubro que ofrece productos de la zona del bosque seco, ecológicos altos niveles nutricionales para el ser humano.

2.2. Valores empresariales

Transparencia. - Mantener con claridad la información de los productos ofrecidos a los clientes, esto significara una observación de los socios tanto interno como externamente.

Honestidad. - Mantener la credibilidad de los productos ofrecidos a los clientes y proveedores de la leche de cabra, esto mantendrá un beneficio a largo plazo.

Puntualidad. – Hacer entrega de los productos en las fechas indicadas, y cumplir con los proveedores y clientes, cumplir con las obligaciones de los asociados en el tiempo establecido.

Adaptabilidad. – Tener siempre muy en claro los procesos de cambios que se dan hoy en día, y no dar la espalda a los cambios que suceden en nuestros alrededores, debemos estar siempre a la vanguardia y ser adaptables a todo cambio que se venga por delante.

2.3. Análisis empresarial.

Se estima que el Perú cuenta con 1´777,630 cabezas de caprinos, los cuales actualmente están distribuidos: Piura con la mayor población de 59.9%, el departamento de Ayacucho con una población de 19.5%, Ayacucho con una población de caprinos de 11.7%, Huancavelica su población de caprinos es 9.7, Ancash con 9.6%, y la capital de Lima con 9.3%. Así mismo a nivel nacional son 22 los departamentos que se dedican a la crianza de ganado caprino.

Se puede decir, que encabeza la lista de mayores productores caprinos, el departamento de Piura, seguido por la Ciudad Capital de Lima, le sigue La Libertad y luego Lambayeque. MINAGRI, (2018).

En Productividad las cifras en mayor escala son de Lambayeque, Ica y Piura, con peso mayor igual a 13 Kg de P.V/Unidad. Datos elaborados por GRLL-GRSA-OIA La Libertad/MIANGRI.

Tabla 1*Perú - Crianza de caprinos por departamento - 2018*

Ambito	Población	Saca (unidades)	Producción (t)	Rendimiento (kg/unid.)
Total nacional	1.771.630	410.567	4.966	12,1
Piura	346.221	86.591	1.128	13,0
Ayacucho	207.710	27.672	324	11,7
Huancavelica	172.240	24.103	309	12,8
Ancash	169.785	20.565	218	10,6
Lima	165.431	40.586	533	13,1
Apurímac	109.305	17.431	191	11,0
Cajamarca	103.252	28.894	250	8,6
Huánuco	102.350	25.971	251	9,7
Lambayeque	90.560	27.998	416	14,9
Ica	77.013	14.133	198	14,0
Tumbes	68.210	25.750	273	10,6
La Libertad	44.588	36.726	451	12,3
Cusco	35.775	3.524	44	12,5
Los Demás 9	79.190	30.623	380	12,4

Nota. La mayor raza de caprinos que predomina es la que tiene denominación criolla, así mismo en estos últimos años se han ido introduciendo ganado de doble propósito y exclusivamente lecheros. Se sabe que la mayor población la tiene el departamento de Piura, concentrada en las zonas de Lancones, Marcavelica, Chulucanas y el bajo Piura.

3. Análisis de mercado y producto.

3.1. Producto.

Recepción y filtrado de la Leche.

La recopilación de la leche de cabra será del ordeño del día, en tanque inoxidable de 30 litros, lugar de acopio específico que posee cada asociación. Debe contar con todos los parámetros sanitarios, y reglas de almacenaje de la leche, hasta que llegue el camión recolector.

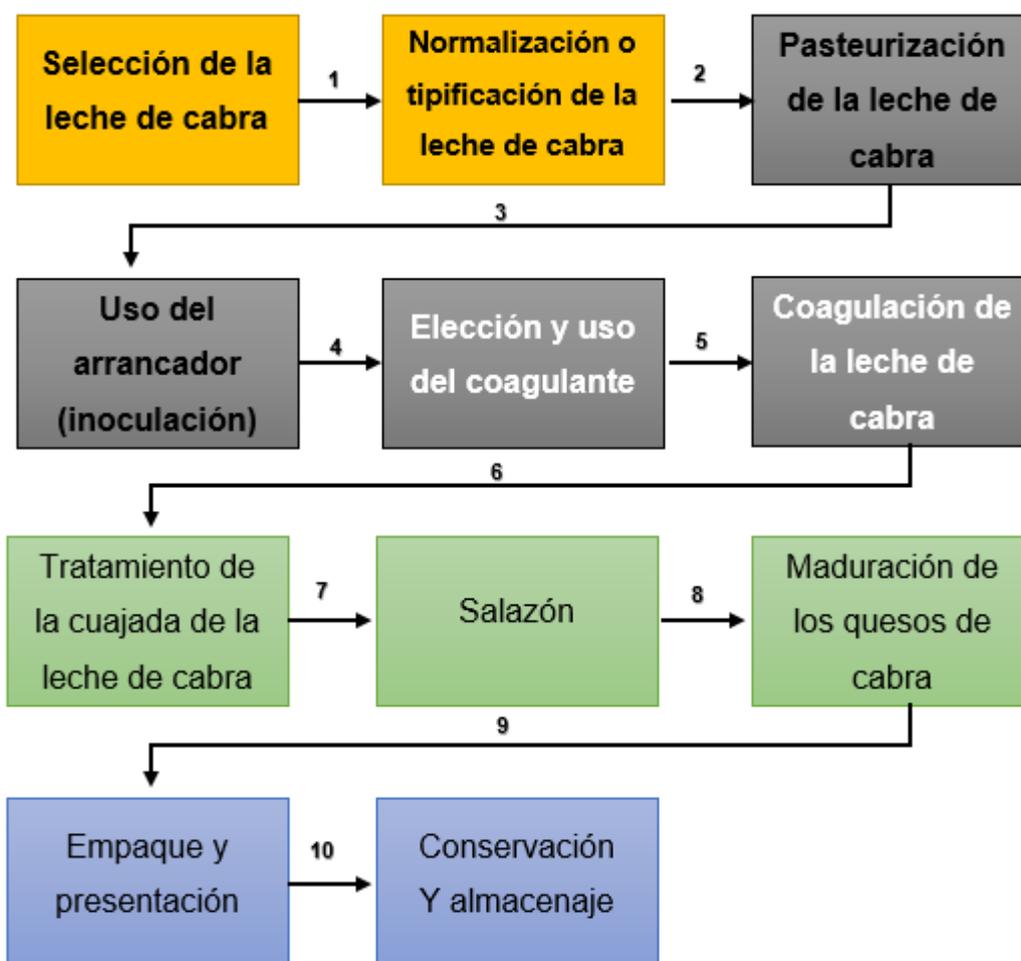
Producción de leche.

La leche producida por cabra variara con lo acorde a la cantidad de animales en servicio de producción dentro de la granja establecida, teniéndose en cuenta el inicio de año de producción del proyecto.

Leche de cabra/litro/día.

Para determinar el requerimiento de elaboración se tomará en cuenta la cantidad de personas que se pueda atender al mes y tomando como referencia al distrito Sullana con mayor población de cabras en el departamento de Piura, es por la cual se seleccionó a su población que es de 223450 pobladores; esto estimara que cada una de las personas adquiriera un queso por día en el primer año.

Proceso de elaboración de queso.



Selección de la leche de cabra. En el proceso de elaboración de quesos, su influencia de la composición química es muy grande, así como en su rendimiento de fabricación y sobre su composición final del producto; también está la buena calidad en su correcta preparación de la leche de cabra, para obtener quesos de con muy buena calidad nutricional, organoléptica y microbiológica, que les ayude a disminuir los fallos en la elaboración. Elección

de animales totalmente controlados sanitariamente (sanos), con buen índice de grasa, y un buen rendimiento de leche por animal, su traslado natural, no debe demorar más 12 hora.

Normalización o tipificación de la leche de cabra.

En la elaboración de quesos de cabra, de 6 litros de leche se obtiene 1 un kilo de queso, esto se debe por su gran cantidad de solidos totales que la leche de cabra posee, en la manufactura para la elaboración de quesos indicara su riqueza en grasa de la cual es proveniente.

Pasteurización.

La leche naturalmente, al contacto con el medio ambiente adquiere algunas bacterias durante su manipulación, diríamos que sus condiciones higiénicas no son las debidas, es por ello que se realiza el proceso de pasteurización la cual es llevada a temperaturas de 75° C durante un periodo de 15 segundos o también a 63° C por 30 minutos.

Uso del arrancador (Inoculador).

Mayormente son empleados en la elaboración de quesos artesanales, estos ayudan a la mantención de características sensoriales, control de patógenos, también mantiene la calidad de conservación, la existencia de estos son muchos (Lactobacillus helveticus, Lactobacillus durans, Lactobacillus bulgaricus, Streptococcus thermophilus) estos hacen producir baja acidez (0.2% – 0.10%) dando una presentación de quesos de pasta firma y dura.

Elección y uso del coagulante

En los quesos se tiene por objetivo en su elaboración la coagulación de la leche utilizando el cuajo, este contiene dos enzimas importantes como lo es la renina (coagula o precipita) y la enzima pepsina (disuelve).

La resistencia del cuajo es muy proporcional a su volumen empleado de leche que se coagula inversamente proporcional en un estado de tiempo de coagulación en volumen de leche. En Muchas endopeptidasa, en su mayoría sean de origen animal o de vegetal o microbianas, son capaces del rompimiento del enlace fenilalanina-metiooinina (o un enlace similar) así como el cuajo en la K-caseína. Así mismo su temperatura óptima para la coagulación es de 35° a 37° C por un periodo de tiempo de 40 minutos.

Coagulación de la leche de cabra.

Características más habituales de la coagulación de la leche:

Coagulación por:		
	Acción de las enzimas	Acidificación
Proceso bioquímico	Acción enzimática (Lactosa no degrada)	Fermentación
Modificación de la caseína	Transformación en paracaseína y separación de una parte no proteica.	Sin modificado de la proteína.
pH	6,8	4,6
Composición del coágulo	Fosfoparacaseinato de calcio	Caseína (desmineralizada)
Naturaleza del coágulo	Gel elástico impermeable	Cuajada desmenuzable, sin cohesión
Sinéresis	Rápida	Lenta

Fuente: Alais (1985)

Tratamiento de la Cuajada de leche de cabra.

La cuajada debe ser tratada, con el inicio de la separación del coágulo en porciones muy pequeñas, esto favorecerá la eliminación del suero, cada queso tendrá su dimensión y tamaño ideal. Con una lira de cuerdas metalizas inoxidable se cortará la cuajada muy lentamente evitando pérdidas de rendimiento, luego dejar en reposo durante 2 a 3 minutos, normalmente el suero cubrirá la cuajada, ya que esta se endurecerá un poco más, la cantidad de suero sobrante en su mayoría es de 15 a 30 %.

Salazón.

Existen dos formas de salación según u forma y uso del queso que se le quiere producir, salazón con sal; en incorporar sal al cuajo o también al queso ya listo en su fase seca y madura (salazón por ambas caras). Salazón con salmuera: aquí es la combinación de sal con agua en proporciones determinadas.

La salación le da mayor sabor y durabilidad en conservación al queso ya que esta regula el porcentaje de humedad, por lo cual ralentizar la formación de microorganismos, la cantidad usada e quesos varia en promedio de 0.8% y 0.2%. en temperaturas de 13°, 20° y 30° según el queso a elaborar.

Maduración de los quesos de cabra.

La maduración de los quesos dependerá, la forma en la que se requiera los quesos en su mayoría estos están entre los 5° a 18° C, mejorando la calidad de los quesos en producción.

Empaque y presentación.

Los empaques en quesos se hacen a partir de los empaques barrera, conocidos como películas de termoformado, bolsas para empaque al vacío o bolsas termoencogibles de empaque al vacío. Estas podrán ser impresas y en su posterioridad laminadas. Esto también permite la visualización del producto al cliente, dándole la impresión de fresca al consumidor final. Esto mantendrá los estándares de calidad en lo producido.

Conservación y almacenaje.

Los quesos ya empacados deben de estar en lugares limpios, a temperaturas de 17° C y en quesos frescos, es preferible a temperaturas de 5° a 10 ° C para su almacenamiento a largo periodo.

3.2. Competencia

En los bosques secos, las familias de caprinocultores, sus principales competidores son los comerciantes acaparadores que compran y venden los productos por debajo del costo que las familias lo producen. Sin embargo, dichos comerciantes, ofrecen productos a los mercados sin la debida garantía que un queso en buenas condiciones sanitarias pueda ofrecer como lo es un queso fresco, bien envasado, que cuente con su registro sanitario, etc.

3.3. Brecha de mercado

La tabla 6 indica, los factores para identificar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura, primero describiendo el producto ofrecido, dicho de otra manera la descripción de la leche caprina, donde el 38.5% de las familias indica que casi siempre cumplen las expectativas de sus clientes, además el 32.5% manifiesta que los productos ofrecidos siempre son de buena calidad; a ello se le suma que el 30.2% de familias cree que ofrecer productos orgánicos casi siempre hace más atractivo la comercialización del producto lácteo; no obstante, el 29.9% de familias solo considera que en algunas oportunidades su producto es diferente a los demás.

Por otro lado, en el análisis de competencia el 36.2% de las familias considera que siempre la competencia es una amenaza; por otro lado, 43.2% de las familias consideran que el mercado regional tendría mayor capacidad de compra que el local; en esa línea, la brecha entre el mercado local y regional el 33% de familias indican que el mercado regional es más exigente a comparación del local.

4. Planeamiento estratégico.

Tabla 2

Análisis FODA de las Familias de caprinocultoras del bosque seco

Fortalezas	Oportunidades
1. Variedad de productos derivados de la leche de cabra.	1. Existencia de nuevos mercados en la zona y fuera de esta, regionales.
2. Familias incentivadas en la venta de sus productos.	2. Productos elaborados orgánicamente de la zona del bosque seco.
3. Nuevos implementos para la elaboración y procesamiento de la leche de cabra.	3. Presentación de Stan de producción de quesos y derivados de la leche de cabra en ferias agropecuarias.
4. Apoyo de los gobiernos locales y regionales en la promoción de sus productos.	4. Crecimiento potencial en artículos a base de leche de cabra.
5. Ofrecer productos con las condiciones adecuadas, que cuenta con la calidad y nutrición requerida.	5. Crecimiento en la venta de sus productos en la zona del bosque seco.
Debilidades	Amenazas
1. Puntos de ventas desconocidos por el público.	1. Plagas y enfermedades que afecten al ganado.
2. Precios de ventas, que no reflejen la utilidad de venta.	2. Disminución de la demanda por falta de promoción.
3. Demanda mucho tiempo en la selección de la leche.	3. Principales competidores.
4. Poco abastecimiento de insumos para elaborar derivados.	4. Baja valoración a los productos derivados.
5. Limitación al acceso de la tecnología.	5. Terminó de ayuda por parte de los gobiernos locales.

Nota. Con la información recopilada de las familias de caprinocultores pudiéndose determinaron por medio del FODA y con la finalidad de realizar una buena investigación y obtener mejores beneficios para dichas familias.

Plan de Marketing.

Se utilizó el marketing mix en el tema de comercialización del producto que se pretende comercializar en los mercados de Piura

Estrategia de producto.

Los productos lácteos a base de leche de cabra son 100% orgánicos naturales y de alta calidad. con el avance de la demanda se propondrá un logo que los identifique.



Productos a ofrecer:

Yogur: El tipo de envase a presentar será en botellas plásticas de un litro, que cumpla todos los índices de calidad, elaborado y producido en base a estándares de calidad y durante su proceso de elaboración contará con los sabores de fresa, mango, vainilla.

Queso: Su presentación será en paquetes de medio quilo, contará con una calidad que cuente con los estándares definidos durante su elaboración de procesamiento, no presentará olor alguno a cabra, sin olor.

Natilla: Su presentación será en potes plásticos de 200 gramos, su calidad de elaboración cumplirá con los estándares requeridos, y definidos en su elaboración.

Estrategia de promoción.

El medio de promoción será por parte de las vías de redes sociales, carteles y afiches publicitarios, banner.



Estrategia de Plaza.

El producto será distribuido y comercializado en tiendas de la zona, siendo estas la de mayor acogida por parte de los clientes, luego de transcurrido el tiempo se tendrá su local propio de ventas, Las bodegas son los lugares donde el producto obtiene mayor exhibición.



Tabla 3*Presupuesto estrategia de marketing.*

Elemento	Unidad	Cantidad	Total
Tarjetas personales	Millar	1	150
Volantes	Millar	1	210
Cartel publicidad del local	Unidad	1	600
Banner	Unidad	2	300
Publicad redes sociales	Global	-	0
Diseño de logo otro	Global	-	350
Página Web	Global	1	2500
Total			4110

Estrategia de precios.**Tabla 4***Precio venta del producto*

Producto	Costo	MG	PV	PF
P1. Queso	S/.10.00	50%	S/.15.00	S/.16.00
P2. Natilla	S/.8.00	50%	S/.12.00	S/.13.00
P3. Yogurt	S/.7.00	50%	S/.10.50	S/.11.00

El incremento anual del precio es de 15%

Tabla 5*Proyección de precios*

Producto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
P1. Queso	S/.16.00	S/.18.00	S/.20.00	S/.23.00	S/.26.00
P2. Natilla	S/.13.00	S/.14.00	S/.16.00	S/.18.00	S/.20.00
P3. Yogurt	S/.11.00	S/.12.00	S/.13.00	S/.14.00	S/.16.00

Estudio económico y financiero

Inversiones.

Tabla 6

Inversión del proyecto.

<i>Inversión Fija Tangible</i>	<i>S/.23,280.00</i>	<i>91.83%</i>
Maquinarias	S/.10,850.00	
Equipos de Cómputo y oficina	S/.8,500.00	
Mobiliario	S/.3,930.00	
<i>Inversión Fija Intangible</i>	<i>S/ 2,070.00</i>	<i>8.17%</i>
Gastos de Constitución	S/.1,320.00	
Registro de marcas y otros	S/.750.00	
<i>Total</i>	<i>S/.25,350.00</i>	<i>100.00%</i>

Nota. En lo que se refiere a la inversión inicial esto se observa que asciende a **S/. 25,350.00** de los cuales incluye el 91.83% (**S/. 23,280.00**) Inversión Fija Tangible y el 8.17% (**S/ 2,070.00**) a la Inversión Fija Intangible.

Desglosable es el siguiente:

Tabla 7

Inversión en Maquinarias.

<i>Descripción</i>	<i>Unidad</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Total</i>
Molino	1	S/ 3.500,00	S/ 3.500,00
Prensa	1	S/ 830,00	S/ 830,00
Balanza	2	S/ 450,00	S/ 900,00
Congelador	1	S/ 4.000,00	S/ 4.000,00
Tanque inoxidable	1	S/ 90,00	S/ 90,00
Cámara de Vacío	1	S/ 1.530,00	S/ 1.530,00
		<i>Total</i>	<i>S/ 10.850,00</i>

Tabla 8

Inversión en cómputo y oficina.

Descripción	Unidad	Valor Unitario	Total
Computadora	1	S/.2,800.00	S/.2,800.00
Laptop	1	S/.2,800.00	S/.2,800.00
Extintores	2	S/.170.00	S/.340.00
Sillas giratorias	2	S/.450.00	S/.900.00
Escritorios	2	S/.600.00	S/.1,200.00
Tachos de basura	2	S/.40.00	S/.80.00
Papelería	1	S/.380.00	S/.380.00
Total			S/. 8,500.00

Tabla 9

Inversión en mobiliario y herramientas.

Descripción	Unidad	Valor Unitario	Total
Mesa de trabajo	3	S/ 351,00	S/ 1.053,00
Jarras	4	S/ 18,00	S/ 72,00
Ollas	3	S/ 180,00	S/ 540,00
Tinas	4	S/ 45,00	S/ 180,00
Recipientes	2	S/ 45,00	S/ 90,00
Paletas	2	S/ 48,00	S/ 96,00
Moldes	1	S/ 18,00	S/ 18,00
Colador	5	S/ 13,00	S/ 65,00
Cocina	5	S/ 363,20	S/ 1.816,00
Total			S/ 3.930,00

Tabla 10

Gastos de ventas

Descripción	Meses	Monto	Anual	Total
Estrategia de Marketing	1	S/ 4,110.00	12	S/ 49,320.00
Total				S/ 49,320.00

Tabla 11*Otros gastos.*

Descripción	Cantidad	Monto	Total	Anual
Alquiler de local	1	S/ 800.00	S/ 800.00	
Servicio de Luz	1	S/ 400.00	S/ 400.00	
Servicio de agua	2	S/ 200,00	S/ 400,00	
Teléfono e internet	1	S/ 130,00	S/ 130,00	
Carga extintores	2	S/ 90,00	S/ 180,00	
Combustible Gas	1	S/ 60,00	S/ 60,00	
		Total	S/ 1,970.00	S/ 23,640.00

Financiamiento.

La fuente de Financiamiento estará con el 60% que será la financiación y el 40% asumida por partes iguales por las familias de caprinocultoras asociadas.

Tabla 12*Distribución del financiamiento.*

Ítem	%	Monto (S/.)
Financiamiento	60%	S/.15,210.00
Aporte Familias de caprinocultoras socios	40%	S/.10,140.00
Total		S/.25,350.00

Ingresos**Tabla 13***Ingreso por ventas*

Producto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
P1. Queso	S/.51,467.72	S/.65,577.60	S/.87987.28	S/.115635.17	S/.149,603.00
P2. Natilla	S/.22,577.94	S/.30,056.40	S/.40849.38	S/.54,203.99	S/.70,645.86
P3. Yogurt	S/.15,610.32	S/.21,859.20	S/.28280.34	S/.36,135.99	S/.49,867.67
	S/89,655.98	S/117,493.20	S/157,117.00	S/205,975.14	S/270,116.53

Costos y gastos

Tabla 14

Costos de producción

Producto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
P1. Queso	S/.34,311.82	S/.35,341.17	S/.36,493.45	S/.37,493.45	S/.38,618.25
P2. Natilla	S/.15,051.96	S/.15,503.52	S/.15,968.62	S/.16,447.68	S/.16,941.11
P3. Yogurt	S/.10,406.88	S/.10,719.09	S/.11,371.88	S/.11,371.88	S/.11,713.04
	S/59,770.66	S/61,563.78	S/63,833.95	S/65,313.01	S/67,272.40

Tabla 15

Proyección de gastos

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de ventas	S/.49,320.00	S/.49,320.00	S/.49,320.00	S/.49,320.00	S/.49,320.00
Otros gastos	S/.21,240.00	S/.21,240.00	S/.21,240.00	S/.21,240.00	S/.21,240.00

Tabla 16

Datos del préstamo

Ítems	Descripción
Seguro	100
IR	30%
TEM	2%
Kd(tasa)	26.82%
COK	30%

Tabla 17*Flujo de caja económico y financiero.*

		Año	Año	Año	Año	Año
Año	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		S/ 89.655,98	S/ 117.493,20	S/ 157.117,00	S/ 205.975,15	S/ 270.116,53
EGRESOS	S/ 25.350,00	S/ 108.421,85	S/ 115.782,42	S/ 125.553,29	S/ 137.228,04	S/ 152.015,70
Inversiones						
Maquinaria	-S/ 10.850,00					
Equipo de computo	-S/ 8.500,00					
Mobiliario y herramientas	-S/ 3.930,00					
Intangibles	-S/ 2.070,00					
Costos de Producción		S/ 59.770,66	S/ 61.563,78	S/ 63.833,95	S/ 65.313,01	S/ 67.272,40
Otros gastos		S/ 23.640,00	S/ 23.640,00	S/ 23.640,00	S/ 23.640,00	S/ 23.640,00
Gastos Administrativos		S/ 17.931,20	S/ 23.498,64	S/ 31.422,60	S/ 41.195,03	S/ 54.023,31
Gastos de ventas		S/ 49.320,00	S/ 49.320,00	S/ 49.320,00	S/ 49.320,00	S/ 49.320,00
FC ECONÓMICO	-25350,00	-S/ 18.765,87	S/ 1.710,78	S/ 31.563,71	S/ 68.747,11	S/ 118.100,83
FINANCIAMIENTO NETO						
- Préstamo	15.210,00					
- Amortización de capital		-S/ 1.788,79	-S/ 2.268,55	-S/ 2.876,97	-S/ 3.648,57	-S/ 4.627,12
- Intereses y otros		-S/ 4.079,32	-S/ 3.599,57	-S/ 2.991,14	-S/ 2.219,54	-S/ 1.240,99
- Ahorro fiscal		S/ 1.223,80	S/ 1.079,87	S/ 897,34	S/ 665,86	S/ 372,30
FC FINANCIERO	S/ 40.560,00	-S/ 23.410,19	-S/ 3.077,46	S/ 26.592,94	S/ 63.544,86	S/ 112.605,01

Valor Actual Neto

Tabla 18

Flujo económico – financiero.

Resumen	0	1	2	3	4	5
FC ECONÓMICO	-25.350,00	-18.765,87	1.710,78	31.563,71	68.747,11	118.100,83
FC FINANCIERO	-40.560,00	-23.410,19	-3.077,46	26.592,94	63.544,86	112.605,01

Tabla 19

Indicador – financiero

INDICADOR	RESULTADOS
TIR ECONOMICO	51,43%
VAN ECONOMICO	S/ 31.472,00
TIR FINANCIERO	32,30%
VAN FINANCIERO	S/ 4.292,01

Nota. Observando el TIR económico, se acepta el proyecto, lo que demostró que es viable y rentable la constitución de una empresa para desarrollar el mercado lechero de las familias caprinocultoras del bosque seco de Piura, así también el TIR es superior a la tasa de costo de oportunidad que esta en este estudio.

Beneficio / costo

Periodo	Inversión	Ingresos	Egresos
0	S/ 25.350,00	S/ -	S/ -
1		S/ 89.655,98	S/ 108.421,85
2		S/ 117.493,20	S/ 115.782,42
3		S/ 157.117,00	S/ 125.553,29
4		S/ 205.975,15	S/ 137.228,04
5		S/ 270.116,53	S/ 152.015,70

VAN INGRESOS	S/ 301.802,76
VAN EGRESOS	S/ 251.085,95
VAN + INVERSIÓN	S/ 276.435,95
R/B	1,1

Nota. Es así como se toma de referencia al B/C es mayor a 1, esto nos indica que le beneficio que se estaría generando en el proyecto resultaría mayores a los costos; es por lo cual el proyecto debe de ser considerado. Por consiguiente, indicar que, por cada nuevo sol invertido, el proyecto generará en beneficio de S/1.1 nuevo sol.

Periodo de recuperación de la Inversión

Tabla 8

Periodo de recuperación

Periodo	FLUJO DE CAJA		FLUJO DE CAJA ACUMULADO	
0	-S/	10.140,00		
1	-S/	23.410,19	-S/	23.410,19
2	-S/	3.077,46	-S/	26.487,65
3	S/	26.592,94	S/	105,29
4	S/	63.544,86	S/	63.650,15
5	S/	112.605,01	S/	176.255,16

Nota. Se observó qué, el periodo de recuperación del proyecto empezará a partir del segundo año, recuperando aproximadamente el 52% de la inversión.

Anexo 11. Autorización de la organización

NEC LANCONES 01

Carta de autorización para realizar el trabajo de investigación en un Plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura.

Piura, 27 de mayo del 2022

Señores: Mgtr. Blanca Elisa Ramírez Medina

Jefa Encargada de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo-Chiclayo.

Asunto: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.

Por medio de la presente, Yo, Hugo Armando Oblea Infante, con DNI: 43651876, domiciliado en Encuentro de Pilares s/n, Lancones, Sullana, Piura. Como presidente de la asociación de caprinocultores del bosque seco de Piura, NEC Lancones-01.

La cual se autoriza con la presente carta a realizar el trabajo de investigación, Plan de negocios para desarrollar el mercado lechero caprinocultor de las familias del bosque seco de Piura.

La realización de este estudio será muy apreciada por nuestras familias de caprinocultoras. Podré colaborar en el momento que se me solicite o mediante llamada telefónica, con gusto responderé cualquier pregunta o inquietud que pueda tener en ese momento.

Sin otro particular, me despido de Usted, no sin antes expresar los sentimientos de mi especial consideración personal.

Atentamente



Presidente del NEC Lancones01
HUGO ARMANDO OBLEA INFANTE
PRESIDENTE
DNI: 43651876
NUCLEO EJECUTOR CENTRAL - LANCONES 01



Tesorero del NEC Lancones01
OSWALDO MORAN ROJAS
TESORERO
DNI: 03619116
NUCLEO EJECUTOR CENTRAL - LANCONES 01