

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



T E S I S

**Plan de negocios como herramienta para el crecimiento, de las
empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022**

Para optar el título profesional de:

Contador Público

Autores:

Bach. Elita ALVARADO TRINIDAD

Bach. Nelinda Rosa OSORIO CASAÑO

Asesor:

Dr. Ladislao ESPINOZA GUADALUPE

Cerro de Pasco – Perú – 2024

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



T E S I S

**Plan de negocios como herramienta para el crecimiento, de las
empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. León ALCÁNTARA NAVARRO

PRESIDENTE

Mg. Inés VIZA PUCLLAS

MIEMBRO

Mg. Nemías CRISPÍN COTRINA

MIEMBRO



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Facultad de Ciencias Económicas y Contables
Unidad de Investigación

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

INFORME DE ORIGINALIDAD N° 030-2024

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Contables de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Originality, que a continuación se detalla:

Presentado por:

Elita, ALVARADO TRINIDAD y Nelinda Rosa, OSORIO CASAÑO

Escuela de Formación Profesional

Contabilidad

Tipo de trabajo:

Tesis

Título del trabajo

Plan de negocios como herramienta para el crecimiento, de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022

Asesor:

Dr. Ladislao ESPINOZA GUADALUPE

Índice de Similitud: 22%

Calificativo

APROBADO

Se adjunta al presente informe, el reporte de identificación del porcentaje de similitud general: asimismo, a través del correo institucional de la Oficina de Grados y Títulos de nuestra Facultad – FACEC. Envío en la fecha el reporte completo de Turnitin; todo ello, en atención al Memorando N° 0000083-2024-UNDAC-D/DFCCEC.

Cerro de Pasco, 23 de julio del 2024



Firmado digitalmente por BERNALDO FAUSTINO Carlos David PRU
20768820248-44E
Módulo: Sign y valid del documento
Fecha: 23.07.2024 16:23:28 -05:00

Dr. Carlos D. BERNALDO FAUSTINO
Director de la Unidad de Investigación-FACEC

DEDICATORIA

Mis padres han sido mi faro en el camino de la vida, su sabiduría y apoyo han sido fundamentales para alcanzar este objetivo. Con gran gratitud, les dedico este logro que hoy celebramos juntos.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos profundamente a la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión por permitirnos adquirir nuestros conocimientos de pregrado, y a nuestros maestros por compartir su valioso saber con nosotros. También expresamos nuestra gratitud a nuestro asesor de tesis y a los respetados miembros del jurado.

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo establecer si existe correlación entre el plan de negocios y el crecimiento empresarial, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Para ambas variables se aplicó el cuestionario a sesenta (60) trabajadores de nueve (9) empresas exportadoras de café en la región Pasco.

En el análisis estadístico, se emplearon los coeficientes de Pearson y la Regresión Lineal para evaluar las cinco hipótesis específicas. Los resultados muestran que el valor de p es inferior a 0.05 (0.045, 0.047, 0.043, 0.038 y 0.033, respectivamente), lo que lleva a rechazar las hipótesis nulas (H_0) y a confirmar las hipótesis de estudio (H_1).

La conclusión general arribado es: El plan de negocios incide significativamente en el crecimiento, de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. Se llegó a las mismas conclusiones en las tesis de: (Gálvez 2022), (Gamonal & Tafur 2021) y (Santos 2015) considerados en los antecedentes de la investigación.

Palabras clave: Plan de negocios, crecimiento empresarial.

ABSTRACT

the business plan and business growth in coffee exporting companies in the Pasco region, year 2022.

For both variables, a questionnaire was applied to sixty (60) workers from nine (9) coffee exporting companies in the Pasco region.

In the statistical analysis, Pearson's coefficients and Linear Regression were used to evaluate the five specific hypotheses. The results show that the p value is less than 0.05 (0.045, 0.047, 0.043, 0.038 and 0.033, respectively), which leads to rejecting the null hypothesis (Ho) and confirming the study hypothesis (Hi).

The general conclusion reached is: The business plan has a significant impact on the growth of coffee exporting companies in the Pasco region, year 2022. The same conclusions were reached in the theses of: (Gálvez 2022), (Gamonal & Tafur 2021) and (Santos 2015) considered in the research background.

Keywords: Business plan, business growth

INTRODUCCIÓN

Señores miembros del jurado calificador:

Según el Reglamento de Grados y Títulos de la UNDAC, sometemos a vuestro elevado criterio la tesis intitulada: “Plan de negocios como herramienta para el crecimiento, de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022”. Con la finalidad de optar el título profesional de Contador Público.

La hipótesis general o conjetura realizado a partir del problema planteado fue: El plan de negocios incide significativamente en el crecimiento, de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Variable independiente: Plan de negocios y la variable dependiente: Crecimiento empresarial.

Este trabajo de investigación se divide en cuatro capítulos. El primero establece el problema a estudiar, define los objetivos y justifica la relevancia del estudio.

El segundo capítulo presenta los antecedentes y el marco teórico de la investigación.

El tercero describe la metodología utilizada, la cual corresponde a un diseño no experimental cuantitativo, de tipo aplicado y con un enfoque transversal-correlacional.

Finalmente, el cuarto capítulo expone los resultados obtenidos, incluyendo cuadros y gráficos, así como la contrastación de hipótesis y la discusión de los hallazgos

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO I.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

| | | |
|--------|---|---|
| 1.1. | Identificación y determinación del problema | 1 |
| 1.2. | Delimitación de la investigación | 2 |
| 1.3. | Formulación del problema..... | 2 |
| 1.3.1. | Problema general | 2 |
| 1.3.2. | Problemas específicos | 3 |
| 1.4. | Formulación de objetivos | 3 |
| 1.4.1. | Objetivo general | 3 |
| 1.4.2. | Objetivos específicos..... | 3 |
| 1.5. | Justificación de la investigación..... | 4 |
| 1.6. | Limitaciones de la investigación | 5 |

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO

| | | |
|------|-------------------------------|---|
| 2.1. | Antecedentes de estudio | 6 |
|------|-------------------------------|---|

| | | |
|--------|---|----|
| 2.2. | Bases teóricas – científicas | 7 |
| 2.2.1. | Plan de negocios | 7 |
| 2.2.2. | Crecimiento empresarial..... | 12 |
| 2.3. | Definición de términos básicos | 15 |
| 2.4. | Formulación de hipótesis..... | 16 |
| 2.4.1. | Hipótesis general | 16 |
| 2.4.2. | Hipótesis específicas | 17 |
| 2.5. | Identificación de variables..... | 17 |
| 2.6. | Definición operacional de variables e indicadores | 18 |

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

| | | |
|--------|---|----|
| 3.1. | Tipo de investigación | 20 |
| 3.2. | Nivel de investigación | 21 |
| 3.3. | Métodos de investigación | 21 |
| 3.4. | Diseño de investigación..... | 22 |
| 3.5. | Población y muestra | 23 |
| 3.5.1. | Población | 23 |
| 3.5.2. | Muestra | 24 |
| 3.6. | Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 25 |
| 3.7. | Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación..... | 26 |
| 3.8. | Técnicas de procesamiento y análisis de datos..... | 26 |
| 3.9. | Tratamiento estadístico..... | 28 |
| 3.10. | Orientación ética filosófica y epistémica | 28 |

CAPITULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

| | | |
|--------|--|----|
| 4.1. | Descripción del trabajo de campo | 30 |
| 4.2. | Presentación, análisis e interpretación de resultados..... | 31 |
| 4.3. | Prueba de hipótesis | 62 |
| 4.3.1. | Primera hipótesis | 62 |
| 4.3.2. | Segunda hipótesis | 64 |
| 4.3.3. | Tercera hipótesis..... | 67 |
| 4.3.4. | Cuarta hipótesis | 70 |
| 4.3.5. | Quinta hipótesis | 73 |
| 4.4. | Discusión de resultados | 75 |

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|-----------------|--|----|
| Tabla 1 | Identificación de variables..... | 17 |
| Tabla 2 | Matriz de operacionalización de variables | 18 |
| Tabla 3 | Muestreo aleatorio estratificado | 25 |
| Tabla 4 | Matriz de consistencia en la construcción de instrumentos de investigación . | 26 |
| Tabla 5 | Cuestionario pregunta: 01 - V.I..... | 31 |
| Tabla 6 | Cuestionario pregunta: 02 - V.I..... | 32 |
| Tabla 7 | Cuestionario pregunta: 03 - V.I..... | 33 |
| Tabla 8 | Cuestionario pregunta: 04 - V.I..... | 34 |
| Tabla 9 | Cuestionario pregunta: 05 - V.I..... | 35 |
| Tabla 10 | Cuestionario pregunta: 06 - V.I..... | 36 |
| Tabla 11 | Cuestionario pregunta: 07- V.I..... | 37 |
| Tabla 12 | Cuestionario pregunta: 08 - V.I..... | 38 |
| Tabla 13 | Cuestionario pregunta: 09 - V.I..... | 39 |
| Tabla 14 | Cuestionario pregunta: 10 -V.I..... | 40 |
| Tabla 15 | Cuestionario pregunta: 11 - V.I..... | 41 |
| Tabla 16 | Cuestionario pregunta: 12 -V.I..... | 42 |
| Tabla 17 | Cuestionario pregunta: 13 - V.I..... | 43 |
| Tabla 18 | Cuestionario pregunta: 14 - V.I..... | 44 |
| Tabla 19 | Cuestionario pregunta: 15 - V.I..... | 45 |
| Tabla 20 | Cuestionario pregunta: 16 - V.I..... | 46 |
| Tabla 21 | Cuestionario pregunta: 17 - V.I..... | 47 |
| Tabla 22 | Cuestionario pregunta: 18 - V.I..... | 48 |
| Tabla 23 | Cuestionario pregunta: 01- V.D. | 49 |
| Tabla 24 | Cuestionario pregunta: 02 - V.D. | 50 |
| Tabla 25 | Cuestionario pregunta: 03 - V.D. | 51 |
| Tabla 26 | Cuestionario pregunta: 04 - V.D. | 52 |
| Tabla 27 | Cuestionario pregunta: 05 - V.D. | 53 |
| Tabla 28 | Cuestionario pregunta: 06 - V.D. | 54 |
| Tabla 29 | Cuestionario pregunta: 07 - V.D. | 55 |
| Tabla 30 | Cuestionario pregunta: 08 - V.D. | 56 |
| Tabla 31 | Cuestionario pregunta: 09 - V.D. | 57 |
| Tabla 32 | Cuestionario pregunta: 10 - V.D. | 58 |

| | |
|--|----|
| Tabla 33 Cuestionario pregunta: 11 - V.D. | 59 |
| Tabla 34 Cuestionario pregunta: 12 - V.D. | 60 |
| Tabla 35 Cuestionario pregunta: 13- V.D. | 61 |
| Tabla 36 Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación de Pearson | 62 |
| Tabla 37 Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 1 | 63 |
| Tabla 38 Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson | 63 |
| Tabla 39 Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 1 | 63 |
| Tabla 40 Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación de Pearson | 65 |
| Tabla 41 Coeficiente de Correlación de Pearson, Hipótesis específico 2 | 66 |
| Tabla 42 Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson | 66 |
| Tabla 43 Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 2 | 66 |
| Tabla 44 Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación de Pearson | 68 |
| Tabla 45 Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 3 | 68 |
| Tabla 46 Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson | 69 |
| Tabla 47 Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 3 | 69 |
| Tabla 48 Resumen cuestionario: Hipótesis específico 4, Coeficiente de Correlación de Pearson | 71 |
| Tabla 49 Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 4 | 71 |
| Tabla 50 Resumen cuestionario: Hipótesis específico 4, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson | 71 |
| Tabla 51 Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 4 | 72 |
| Tabla 52 Resumen cuestionario: Hipótesis específico 5, Coeficiente de Correlación de Pearson | 73 |
| Tabla 53 Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 5 | 74 |
| Tabla 54 Resumen cuestionario: Hipótesis específico 5, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson | 74 |
| Tabla 55 Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 5 | 74 |
| Tabla 56 Discusión de resultados: Hipótesis específico 1 | 76 |

| | | |
|-----------------|--|----|
| Tabla 57 | Discusión de resultados: Hipótesis específico 2..... | 77 |
| Tabla 58 | Discusión de resultados: Hipótesis específico 3..... | 78 |
| Tabla 59 | Discusión de resultados: Hipótesis específico 4..... | 78 |
| Tabla 60 | Discusión de resultados: Hipótesis específico 5..... | 79 |
| Tabla 61 | Discusión de resultados: Hipótesis específico 1..... | 80 |
| Tabla 62 | Discusión de resultados: Hipótesis específico 2..... | 81 |
| Tabla 63 | Discusión de resultados: Hipótesis específico 3..... | 81 |
| Tabla 64 | Discusión de resultados: Hipótesis específico 4..... | 82 |
| Tabla 65 | Discusión de resultados: Hipótesis específico 5..... | 83 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | | |
|-------------------|---|----|
| Gráfico 1 | Cuestionario pregunta: 01 - V.I..... | 31 |
| Gráfico 2 | Cuestionario pregunta: 02 - V.I..... | 32 |
| Gráfico 3 | Cuestionario pregunta: 03 - V.I..... | 33 |
| Gráfico 4 | Cuestionario pregunta: 04 - V.I..... | 34 |
| Gráfico 5 | Cuestionario pregunta: 05 - V.I..... | 35 |
| Gráfico 6 | Cuestionario pregunta: 06 - V.I..... | 36 |
| Gráfico 7 | Cuestionario pregunta: 07 - V.I..... | 37 |
| Gráfico 8 | Cuestionario pregunta: 08 - V.I..... | 38 |
| Gráfico 9 | Cuestionario pregunta: 09 - V.I..... | 39 |
| Gráfico 10 | Cuestionario pregunta: 10 - V.I..... | 40 |
| Gráfico 11 | Cuestionario pregunta: 11 - V.I..... | 41 |
| Gráfico 12 | Cuestionario pregunta: 12 - V.I..... | 42 |
| Gráfico 13 | Cuestionario pregunta: 13 - V.I..... | 43 |
| Gráfico 14 | Cuestionario pregunta: 14 - V.I..... | 44 |
| Gráfico 15 | Cuestionario pregunta: 15 - V.I..... | 45 |
| Gráfico 16 | Cuestionario pregunta: 16 - V.I..... | 46 |
| Gráfico 17 | Cuestionario pregunta: 17 - V.I..... | 47 |
| Gráfico 18 | Cuestionario pregunta: 18 - V.I..... | 48 |
| Gráfico 19 | <i>Cuestionario pregunta: 01 - V.D.....</i> | 49 |
| Gráfico 20 | Cuestionario pregunta: 02 - V.D..... | 50 |
| Gráfico 21 | <i>Cuestionario pregunta: 03 - V.D.....</i> | 51 |
| Gráfico 22 | <i>Cuestionario pregunta: 04 - V.D.....</i> | 52 |
| Gráfico 23 | Cuestionario pregunta: 05 - V.D..... | 53 |
| Gráfico 24 | Cuestionario pregunta: 06 - V.D..... | 54 |
| Gráfico 25 | Cuestionario pregunta: 07 - V.D..... | 55 |
| Gráfico 26 | Cuestionario pregunta: 08 - V.D..... | 56 |
| Gráfico 27 | Cuestionario pregunta: 09 - V.D..... | 57 |
| Gráfico 28 | Cuestionario pregunta: 10 - V.D..... | 58 |
| Gráfico 29 | Cuestionario pregunta: 11 - V.D..... | 59 |
| Gráfico 30 | Cuestionario pregunta: 12 - V.D..... | 60 |
| Gráfico 31 | Cuestionario pregunta: 13 - V.D..... | 61 |

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

Paulo Yvan Almeida director regional de Yara South Pacific, escribió en la revista América (Análisis & Opinión) indicando:

“En el Perú, más de 220,000 familias dependen del cultivo y venta del café, pero lamentablemente, su situación financiera se deteriora cada año; a diferencia de los productores de Brasil, Colombia o Vietnam, la mayoría de los cafetaleros peruanos ya no encuentran rentable este negocio; el precio internacional del café convencional se mantiene por debajo de los US\$ 100 por quintal, mientras que el costo de producir la misma cantidad en Perú supera los US\$ 120. ¿Cuál es la razón detrás de esta problemática? La producción de cultivos en el país está por debajo del promedio de 840 kilos por hectárea, mientras que Brasil logra duplicar esta cantidad; es decir, la productividad local se encuentra muy por debajo del rendimiento que alcanzan los productores brasileños en sus campos” (Almeida, 2019).

Paulo Yvan Almeida director regional de Yara South Pacific, propone algunas estrategias para competir en el mercado exterior:

“El cultivo de café en Perú puede mejorar su eficiencia y productividad mediante un enfoque más riguroso en el manejo del cultivo y el proceso postcosecha; los productores en zonas como Jaén y Moyobamba han logrado superar los 50 quintales por hectárea gracias a un mayor cuidado y conocimiento; las empresas del sector podrían brindar capacitaciones y asistencia técnica para transferir estos métodos efectivos; otra alternativa prometedora es la producción de cafés especiales, donde la calidad de taza es clave y puede generar mayores precios de mercado, llegando incluso a US\$ 1 por quintal con una puntuación superior a 88 puntos; los programas de capacitación agrícola ofrecen a los pequeños y medianos productores los recursos necesarios para implementar técnicas agrícolas eficientes, lo que les permite ser más competitivos en el mercado” (Almeida, 2019).

1.2. Delimitación de la investigación

Dimensión social. Aplicación del cuestionario, comprendió a sesenta (60) trabajadores de nueve (9) empresas exportadoras de café de la región Pasco.

Dimensión espacial. Región de Pasco.

Dimensión temporal. Período investigado año 2022.

Dimensión conceptual. Variable independiente: Plan de negocios.
Variable dependiente: Crecimiento empresarial.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿En qué medida el **plan de negocios** incide en el **crecimiento**, de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022?

1.3.2. Problemas específicos

¿En qué medida la **descripción del negocio**, incide en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022?

¿En qué medida el **plan de mercadeo**, incide en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022?

¿En qué medida el **plan de producción**, incide en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022?

¿En qué medida el **plan legal y de administración**, incide en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022?

¿En qué medida el **plan financiero**, incide en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar en qué medida el **plan de negocios**, incide en el **crecimiento**, de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

1.4.2. Objetivos específicos

Determinar en qué medida la **descripción del negocio**, incide en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Determinar en qué medida el **plan de mercadeo**, incide en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Determinar en qué medida el **plan de producción**, incide en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Determinar en qué medida el **plan legal y de administración**, incide en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Determinar en qué medida el **plan financiero**, incide en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

1.5. Justificación de la investigación

La investigación propuesta, busca mejorar ostensiblemente el **crecimiento empresarial**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, mediante la implementación de un **plan de negocios**, a fin de mejorar los negocios actuales o poner en ejecución los nuevos emprendimientos; permitiendo incrementar el valor de las exportaciones, aprovechando el clima especial y la tierra generosa de la selva de la región Pasco, por tanto, se tiene una ventaja comparativa y un inmenso potencial para el cultivo del café.

El trabajo de investigación va a contribuir a optimizar los procesos de producción y los procesos operativos, para minimizar los costos, maximizar el rendimiento y aumentar las exportaciones.

Teóricamente, es importante porque induce a revisar las principales teorías de crecimiento empresarial, como un incremento duradero de la dimensión de una unidad económica.

Es importante **metodológicamente**, por cuanto existen una variada definición sobre crecimiento empresarial, a fin de unificar conceptos

metodológicos, que permita una aplicación eficaz y eficiente en el campo empresarial.

Empíricamente, es importante porque los resultados de la investigación van a servir a los funcionarios y trabajadores de las empresas exportadoras de café de la región Pasco, haciéndose extensivo a otras regiones cafetaleras del país.

1.6. Limitaciones de la investigación

Moreno (2013), se refiere acerca de las limitaciones en los trabajos de investigación:

“Los obstáculos que pueden surgir durante una investigación son factores externos al equipo investigador, que se convierten en limitaciones que escapan a su control. En otras palabras, un factor limitante es todo aquello que puede afectar la calidad del estudio, sin que el investigador tenga la capacidad de gestionarlo directamente” (p. 5).

No se tuvo limitaciones en desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

Se considera antecedentes relacionados con las variables Para comprender mejor las relaciones entre las variables de investigación; se presenta los antecedentes más significativos:

Gálvez (2022), en la investigación “*Estrategias financieras para incrementar la productividad de las empresas exportadoras de café en la región Cajamarca, 2020 - 2021*”, llego a las siguientes conclusiones:

“Según los datos analizados, el tipo de financiamiento que utilizan las empresas exportadoras de café en la región de Cajamarca durante el período 2020-2021 tiene un efecto significativo en la rentabilidad neta por hectárea cosechada; esto se debe al impacto positivo que genera el escudo fiscal en el costo promedio ponderado del capital de estas empresas.” (p. 33,68,69,71,123).

Gamonal & Tafur (2021), en la investigación “*Plan de negocios para implementar un minimarket en la ciudad de Lambayeque – 2019*”, llegó a las siguientes conclusiones:

“Según el estudio realizado, la inversión total requerida es de 96,215.79 soles, los socios aportarán el 60% de la inversión, mientras que el 40% restante será financiado mediante un préstamo de una entidad financiera local. La tasa interna de retorno (TIR) es del 171%, y el valor actual neto (VAN) asciende a 651,235.2 soles; por lo tanto, desde el punto de vista financiero, la implementación del proyecto es viable.” (p. 5,32,33,34,150).

Santos (2015), en la tesis “*Plan de negocios: Estancia Chica (Restaurant)*”, concluyó:

“Los análisis realizados han demostrado que este proyecto es financieramente viable; al evaluar los resultados obtenidos mediante los métodos de evaluación de inversiones, como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Período de Recuperación Descontado, se puede concluir que el proyecto cumple con los criterios necesarios para ser rentable y generar beneficios a los inversionistas” (p. 86,87).

2.2. Bases teóricas – científicas

2.2.1. Plan de negocios

“El plan de negocio es una hoja de ruta escrita que ayuda a establecer y dirigir un nuevo emprendimiento. Desarrollar este plan implica un proceso minucioso de análisis y planificación, donde cada parte se encuentra estrechamente conectada” (Franco, 2015, p. 21).

“**Entorno de la empresa**, el entorno empresarial abarca todos los elementos externos, ya sean eventos o circunstancias, que tienen un impacto directo o indirecto en el funcionamiento y evolución de una organización” (Franco, 2015, p. 23).

Según Franco (2015), hace referencia a la preocupación por estudiar el contexto en el que la empresa desarrolla sus actividades:

“Un emprendedor exitoso debe estar atento a las influencias del entorno que rodea a su organización; una forma de lograr esto es identificar tanto las amenazas como las oportunidades que enfrentará la nueva empresa; estas exigencias implican que la organización se adapte a la situación específica, ya sea diseñando e implementando una estrategia de contingencia o, de lo contrario, generando e implementando estrategias preventivas; estas estrategias preventivas requieren generar múltiples soluciones para responder a diferentes posibilidades simuladas que puedan ocurrir en el futuro.” (p. 23).

Franco (2015), define el **estudio de mercado**, como un proceso sistemático y objetivo sobre las estrategias del negocio:

“El análisis del mercado es un proceso metódico de recopilar y organizar información relevante que ayuda a las empresas a tomar decisiones estratégicas; al estudiar y comprender los datos, las compañías pueden obtener valiosos conocimientos sobre el desarrollo y la comercialización de sus productos o servicios; de hecho, esta investigación se convierte en el pilar fundamental del marketing, ya que proporciona los medios necesarios para conocer a fondo el mercado en el que se desempeñan” (p. 45).

Franco (2015), indica que el **planeamiento estratégico** deben estar alineados hacia la dirección que va tomar el plan estratégico de una empresa:

“El proceso de planificación estratégica implica organizar y enfocar los esfuerzos hacia el logro de objetivos específicos a mediano y largo plazo. Esto requiere definir claramente la dirección que la empresa debe seguir, estableciendo una visión, misión y objetivos estratégicos que guíen el desarrollo de políticas y planes operativos. La estrategia empresarial se convierte en la hoja de ruta a seguir, estableciendo la línea a adoptar en cada uno de los planes y actividades de la organización, todo ello con el fin de alcanzar los propósitos trazados” (p. 77).

En la organización de la empresa, es fundamental establecer la **estructura de la empresa**, Franco (2015) lo define como:

“La estructura organizacional se diseña con el objetivo de distribuir las responsabilidades y establecer mecanismos de coordinación que faciliten el logro de los objetivos empresariales, la aplicación de la estrategia, el desarrollo de los procesos y la interacción entre los trabajadores, a fin de alcanzar niveles de productividad competitivos; en una estructura, todas las partes están interconectadas, de modo que cualquier cambio en uno de los componentes repercute y genera modificaciones en los demás elementos, en sus relaciones y en toda la organización” (p. 93).

El **plan de márketing** según Franco (2015), desempeña un papel clave en la planeación estratégica de la empresa:

“El plan de marketing tiene como objetivo llegar al público objetivo y transmitirle un mensaje específico; esto busca posicionar el producto o servicio en la mente del consumidor, informarle sobre sus características

y beneficios, y finalmente, lograr que decida comprarlo; para ello, el plan de marketing debe ser sólido y coherente, de modo que pueda influir directamente en el consumidor y conducirlo a la decisión de adquirir un determinado producto o servicio. Según Kotler, el marketing es la función empresarial que identifica las necesidades y deseos de los clientes, determina los mercados meta a los que mejor puede atender la organización, y diseña los productos, servicios y programas adecuados para servir a esos mercados; en la planificación de marketing se desarrollan las estrategias de marketing que ayudan a la empresa a alcanzar sus objetivos estratégicos generales” (p. 101).

El **plan de operaciones** es importante en un plan de negocios, Franco (2015) define de la siguiente manera:

“El plan de operaciones es fundamental para organizar y ejecutar eficientemente los procesos de producción o prestación de servicios de la empresa; establece los aspectos técnicos y organizativos necesarios para transformar insumos en productos o servicios de valor; una transformación eficaz genera riqueza al superar el costo de producción con el valor generado; los objetivos del plan de negocios se alinean con la misión de la empresa y se pueden medir y cuantificar; estos objetivos se desarrollan en cuatro áreas clave: costos, calidad, flexibilidad y tiempos de respuesta” (p. 127).

Los recursos humanos, los colaboradores de una empresa representan el activo más valioso que tiene una organización, Franco (2015), indica:

“El plan de gestión de personal es un documento que establece la estrategia general de recursos humanos para dirigir los principales

elementos organizacionales relacionados con el manejo de los colaboradores; este plan define los objetivos del departamento, los puestos requeridos, los procesos de contratación, las políticas salariales, los programas de capacitación y desarrollo, así como las iniciativas de motivación del personal” (p. 143).

La **contabilidad** se encarga de reportar la información financiera de la empresa, Franco (2015) indica:

“En la administración eficiente de un negocio, el papel de la contabilidad es muy importante no solo por cumplir con la normativa legal, sino porque constituye una herramienta que proporciona información para la toma de decisiones y que puede evaluar el éxito o fracaso de una empresa, la contabilidad es un sistema de información integrado que expresa la gestión de la empresa en reportes numéricos” (p. 155).

El **plan financiero** representa el último eslabón que complementa el proceso del plan de negocios, (Franco, 2015), menciona:

“El plan financiero es un documento que traduce en números el plan estratégico de una compañía; representa la unión de las estrategias elegidas con los recursos financieros requeridos para implementarlas; este planeamiento financiero determina la factibilidad económica del proyecto, detallando la inversión inicial, los costos y gastos de producción y comercialización; los principales elementos que incluye son el presupuesto maestro, el flujo de efectivo, la tasa interna de retorno y el valor actual neto” (p. 165).

2.2.2. Crecimiento empresarial

“El desarrollo empresarial carece de una teoría universal y de una definición consensuada, ya que este concepto se ajusta a diferentes enfoques y perspectivas sobre su alcance, indicadores de medición y factores influyentes” (Correa, González y Pérez, 2001, como se citó en Blázquez et al., 2006).

“El crecimiento empresarial requiere una sólida planificación financiera que asegure el equilibrio entre las operaciones y las estrategias de la compañía; esta planificación garantiza que el desarrollo de la empresa se realice de manera sostenible y coherente con sus objetivos y capacidades” (Cuervo y Fernández, 1987, como se citó en Blázquez et al., 2006).

Según Salas (1986, como se citó en Blázquez et al., 2006), es importante adoptar una estrategia de crecimiento:

“En esta situación, optar por una estrategia de crecimiento ayuda a identificar dos tipos de problemas: por un lado, cuestiones de índole cualitativa, como la necesidad de modificar la estructura, los métodos de gestión y de control, entre otros; y por otro, problemas de carácter cuantitativo, relacionados con las exigencias de recursos para la inversión y financiación que dicho crecimiento conlleva” (p. 4).

Al margen de las diferentes definiciones sobre crecimiento empresarial es importante citar a Gibrat (1931, como se citó en Blázquez et al., 2006):

“El investigador, reconocido como uno de los precursores en el análisis del desarrollo empresarial, si bien no proporcionó una definición precisa de este fenómeno, propuso la hipótesis más estudiada y contrastada en este campo; la llamada ley del efecto proporcional de Gibrat plantea que el

crecimiento es el producto de múltiples fuerzas o elementos que actúan de manera proporcional al tamaño de las organizaciones” (p. 5).

Es imprescindible hablar de Penrose (1962, como se citó en Blázquez et al., 2006):

“Penrose, pionera de la teoría de crecimiento empresarial basada en los recursos, enfocó su modelo de crecimiento en los recursos de la empresa, tanto tangibles como intangibles, como impulsores clave del crecimiento; según ella, la motivación para crecer radica en la existencia de recursos subutilizados que pueden ser aprovechados en nuevas áreas de actividad, generando así mayor valor para la empresa; sin embargo, a pesar de contar con recursos excedentes, es posible que éstos no sean suficientes para afrontar el proceso de crecimiento; por lo tanto, es necesario adquirir nuevos recursos, lo cual a su vez conlleva una reconfiguración de la estructura organizativa de la empresa” (p. 6).

Para De Ravel (1972, como se citó en Blázquez et al., 2006), se refiere al crecimiento cuantitativo:

“El crecimiento empresarial se centra en expandir la producción, aumentando su volumen; aunque el crecimiento implica un cambio en las dimensiones de la empresa, la dimensión en sí misma no es más que un resultado del crecimiento; la empresa experimenta un cambio en su tamaño y alcance precisamente porque su actividad se ha expandido” (p. 6).

Desde la óptica cuantitativa Sallenave (1984, como se citó en Blázquez et al., 2006):

“El concepto de crecimiento se amplía más allá de lo cuantitativo, abarcando ahora expresiones como "crecimiento controlable" y "crecimiento sostenible"; el autor sostiene que el crecimiento debe impulsarse por la evolución de la demanda, de modo que la estrategia de crecimiento se centre en mantener un ritmo de desarrollo compatible con la capacidad de financiación y control; este objetivo de crecimiento equilibrado se ve motivado tanto por factores humanos (crecimiento controlable) como por variables como activos, producción, ventas, beneficios, líneas de producto y mercados” (p. 7).

Desde el entorno de asociaciones profesionales, AECA (1996, como se citó en Blázquez et al., 2006):

“La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) tiene una visión dinámica del progreso empresarial, señalando que el aumento de la empresa refleja su evolución, evidenciado tanto por el alza de los indicadores económicos que explican su funcionamiento como por los cambios observados en su estructura económica y organizativa” (p. 7).

Por otra parte Blázquez et al. (2006), hace referencia a la importancia de la política de inversiones:

“Desde la perspectiva empresarial, el objetivo principal es mantener la viabilidad y el crecimiento del negocio; para lograrlo, es fundamental identificar y acceder a nuevos mercados, lo que permite diversificar las actividades y asegurar la rentabilidad a largo plazo; en este contexto, la clave radica en implementar una política de inversiones acertada, de modo

que los beneficios obtenidos puedan sostener el desarrollo continuo de la empresa”(p. 10).

2.3. Definición de términos básicos

Descripción del negocio. “Este documento presenta de manera clara y concisa la empresa en funcionamiento o la nueva idea de negocio que se planea poner en marcha; destaca las capacidades de la organización y su capacidad para alcanzar las metas y objetivos establecidos” (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2018, p. 5).

Indicadores de crecimiento o productividad. “Los indicadores clave de desempeño (KPI) son herramientas esenciales para evaluar el nivel de actividad de una organización y su impacto, ya sea beneficioso o perjudicial, en los resultados operativos; estos datos métricos proporcionan una imagen clara del rendimiento empresarial” (SYDLE, 2021).

Plan de mercadeo. “El estudio del mercado es un proceso cuidadoso y racional que nos ayuda a recopilar la información indispensable para valorar un proyecto empresarial recién iniciado, o para definir las estrategias comerciales más adecuadas en el caso de una empresa ya existente” (Franco, 2015, p. 45).

Plan de producción. La capacidad de producir el producto o servicio es definido por Rodríguez (2010, como se citó en Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2018):

“Ofrece a la empresa un mapa de ruta que explica el proceso de fabricación del producto, cómo se genera ingresos y cómo se atienden las demandas del público objetivo; el plan de producción tiene como fin evaluar si la empresa tiene la capacidad de fabricar el producto o servicio

de manera oportuna, a un precio competitivo y en las cantidades requeridas” (p. 27).

Plan legal y de administración. “La finalidad es demostrar que la empresa que se quiere operar dispone del personal apropiado en cantidad y destrezas, con una organización funcional y la capacidad de cumplir con la regulación correspondiente” (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2018, p. 38).

Plan financiero. Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018), plan financiero indica a cuánto asciende la inversión y/o financiamiento:

“El plan financiero es el resultado final del proceso de planificación del negocio; su propósito es proporcionar información para determinar si el proyecto es financieramente viable y, con base en ese análisis, decidir si se lleva a cabo o no; abarca la planificación de las inversiones, ingresos y gastos que generará el proyecto, así como sus fuentes de financiamiento; también evalúa la viabilidad financiera del proyecto utilizando indicadores de rentabilidad como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR)” (p. 44).

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

El **plan de negocios** incide significativamente en el **crecimiento**, de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

2.4.2. Hipótesis específicas

La **descripción del negocio** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

El **plan de mercadeo** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

El **plan de producción** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

El **plan legal y de administración** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

El **plan financiero** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

2.5. Identificación de variables

Tabla 1

Identificación de variables

| Tipo de variables | Variables (Rxy) |
|---------------------------------|--------------------------|
| Variable independiente (causa): | Plan de negocios. |
| Variable dependiente (efecto): | Crecimiento empresarial. |

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

Tabla 2

Matriz de operacionalización de variables

| Variables | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Instrumento | Ítems |
|---|---|---|---|---------------------|----------------------------------|
| X: Plan de negocios. (Variable dependiente) | “Un plan de negocio es una hoja de ruta para emprendedores y empresarios; es un documento que describe un negocio, analiza el panorama del mercado y establece las acciones y estrategias futuras, tanto para la promoción como para la producción, si se trata de un producto;este plan sirve como guía para el empresario en la toma de decisiones y la ejecución de su idea de negocio” (Definicion.de, s. f.). | X1 Descripción del negocio. | <ul style="list-style-type: none"> Entorno del negocio. Planeamiento estratégico (valores, misión, visión, objetivos estratégicos). | Cuestionario | 01 02 |
| | | X2 Plan de mercadeo. | <ul style="list-style-type: none"> Producto (marca, empaque y etiquetado) Precio Distribución Promoción. | | 03 04 05 06 |
| | | X3 Plan de producción. | <ul style="list-style-type: none"> Materias primas (perfil del producto, disponibilidad de la materia prima). Localización. Ingeniería del negocio (proceso de producción, costos de producción, inversiones en maquinaria, equipo e instalaciones). | | 07 08 09 |
| | | X4 Plan legal y de administración. | <ul style="list-style-type: none"> Estructura organizacional. Impacto ambiental. Gastos administrativos y de ventas. | | 10 11 12 |
| | | X5 Plan financiero. | <ul style="list-style-type: none"> Planificación de presupuestos. Precio de venta. Flujo de caja mensual. Punto de equilibrio. Financiamiento. Rentabilidad (VAN, TIR). | | 13 14 15 16 17 18 |

| Variables | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Instrumento | Ítems |
|--|---|---------------------------------------|---|---------------------|--|
| Y: Crecimiento empresarial. (Variable dependiente) | “El desarrollo empresarial se enfoca en los pasos que permiten a una compañía avanzar de manera constante y alcanzar las metas o logros exitosos que se planificaron previamente” (Andrés, 2020). | Y1 Indicadores de crecimiento. | <ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de las ventas. • Incremento del margen de contribución. • Disminución de costos y gastos fijos. • Incremento de la calidad del producto. • Crecimiento de las ganancias. • Crecimiento de los flujos de caja. • Crecimiento de las inversiones de capital. • Crecimiento del patrimonio de la empresa. • Crecimiento en el valor de mercado de la empresa. • Crecimiento del valor financiero de la empresa. • Ampliación de instalaciones. • Apertura de nuevos mercados internacionales. • Ventajas competitivas. | Cuestionario | 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 |

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

En la investigación se aplicó la **ciencia aplicada**; al respecto Sánchez et al. (2018), indica:

“El ámbito en el que se lleva a cabo la investigación de problemas científicos con un propósito práctico, aplicado o pragmático es esencialmente el de todas las ciencias fácticas que tienen como objetivo conocer una realidad o un fenómeno para mejorar el bienestar humano; gran parte de la tecnología que se desarrolla es resultado de la ciencia aplicada” (p. 28).

Es necesario indicar sobre la investigación aplicada, según Vara (2015), menciona:

“La investigación aplicada se centra en la práctica, ya que sus hallazgos se implementan de inmediato para resolver problemas reales; normalmente, identifica un problema específico y busca la solución más apropiada para ese contexto en particular; es importante recordar que la

investigación empresarial casi siempre es aplicada, pues intenta resolver un problema concreto y práctico de la vida diaria de las empresas” (p. 235).

3.2. Nivel de investigación

“La investigación se centra en establecer la conexión o vínculo entre diferentes elementos, con el objetivo de comprender cómo se relacionan dentro de un contexto específico” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 109).

“La conexión entre eventos no implica causalidad directa; simplemente indica una probabilidad estadística de ocurrencia conjunta; los estudios correlacionales no pueden establecer relaciones de causa y efecto, sino solo señalar vínculos potenciales entre fenómenos” (Supo, 2012, p. 5).

3.3. Métodos de investigación

En la investigación se aplicó el método de investigación **no experimental cuantitativa**, Hernández-Sampiere & Mendoza (2018) indica:

“La investigación no experimental se caracteriza por observar y evaluar fenómenos en su entorno natural, sin alterar intencional o deliberadamente las variables involucradas; en este tipo de estudios, el investigador se limita a medir y analizar las variables tal y como se presentan, sin intervenir en su comportamiento o manipular sus efectos; el objetivo es comprender y describir las relaciones entre las diferentes variables, sin ejercer ninguna influencia directa sobre ellas” (p. 174).

Niglas (2010, como se citó en Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018), indica: “La palabra "cuantitativo" tiene sus raíces en el latín "quantitas", y originalmente se refería a recuentos numéricos y métodos matemáticos; hoy en

día, el término representa un procedimiento estructurado y ordenado que se utiliza para verificar determinadas hipótesis” (p. 5,6).

3.4. Diseño de investigación

Según Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), “Diseñar un proyecto involucra crear un plan o una estrategia que guíe la recopilación de la información (datos) necesaria para abordar de manera satisfactoria la pregunta o problema planteado en la investigación” (p. 150).

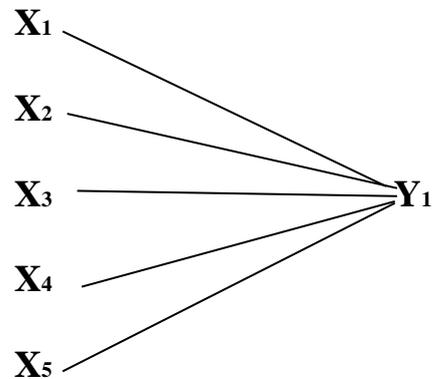
Respecto a los tipos de diseños no experimentales Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), indica:

“Diversos expertos han sugerido diferentes formas de clasificar la investigación no experimental; no obstante, consideramos que la mejor manera de hacerlo es según la dimensión temporal o la cantidad de momentos en los que se recopilan los datos; así, tenemos el diseño transversal (recolección de datos en un único momento) y el diseño longitudinal (recolección de datos en varios momentos)” (p. 176).

“El diseño transeccional o transversal puede servir para explorar, describir, relacionar o explicar fenómenos; estos tipos de diseños permiten investigar situaciones o eventos en un momento específico, sin necesidad de seguir su evolución en el tiempo” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 177).

“Este tipo de diseño nos permite examinar cómo se relacionan diferentes elementos en un momento específico; algunas veces, esa relación se limita a una mera asociación, mientras que en otras ocasiones, podemos identificar un vínculo de causalidad entre ellos” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 178).

Se utilizó el diseño transeccional o transversal: correlacional; el esquema es:



X: Variable independiente (causa)

Y: Variable dependiente (efecto)

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

“La totalidad de elementos a estudiar, ya sean personas, objetos, registros, datos, sucesos, organizaciones o circunstancias, se conoce como población” (Vara, 2015, p. 261).

Respecto al concepto de población, según Gamarra et al. (2015) nos indica lo siguiente:

“La población, también conocida como universo o colectivo, se refiere al conjunto de todos los elementos, personas o unidades que comparten características similares, las cuales pueden ser observadas, medidas o estudiadas; este grupo constituye el campo de investigación para cualquier tipo de estudio” (p. 136).

“Está constituido la población por sesenta (60) funcionarios y/o trabajadores de nueve (9) empresas agroexportadoras de café de la región Pasco” (PROMPERÚ, 2022).

3.5.2. Muestra

Vara (2015) indica “La muestra es una representación de la población, seleccionada de manera deliberada y racional; esta fracción de la población es utilizada para obtener información y hacer inferencias sobre el conjunto completo” (p. 261).

Hernández et al. (2014) respecto a la muestra dice “Para el enfoque cuantitativo, la muestra es una parte seleccionada de la población objetivo, de la cual se recopilarán datos; esta muestra debe definirse y delimitarse con precisión previamente, y también debe ser representativa de la población general” (p. 173).

“Para determinar el tamaño de la muestra del estudio, se utiliza una ecuación específica para poblaciones de tamaño limitado; esta fórmula permite calcular el número adecuado de participantes a incluir en la investigación, asegurando que la muestra sea representativa y confiable” (Vara, 2014,p.269). La fórmula es:

$$n = \frac{p(1-p) \cdot Z^2 \cdot N}{E^2 \cdot (N-1) + p(1-p) Z^2}$$

Dónde:

n= Tamaño de muestra

Z= Margen de confiabilidad (95% de confiabilidad, Z = 1.96).

p= Proporción de éxito (50% = 0.5)

E= Máximo error permisible = 0.05 (5%)

N= Tamaño de la población.

Se entrevistó a un total de (60) trabajadores de nueve (9) empresas cafetaleras exportadoras de la región Pasco, utilizando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% en la muestra.

“En este estudio, se empleó un muestreo aleatorio simple, donde cada individuo de la población tenía la misma probabilidad de ser seleccionado para las mediciones realizadas” (Bernal, 2010, p. 164).

En la siguiente tabla se establece la muestra aleatoria:

Tabla 3

Muestreo aleatorio estratificado

| MUESTREO ALEATORIO ESTRATIFICADO CON AFIJACIÓN PROPORCIONAL | | | | | |
|---|---|--|------------------------------|----------------|---------------------|
| | Tamaño de la población | | 70 | | |
| | Tamaño de la muestra | | 60 (Obtenida con la fórmula) | | |
| | Número de estratos considerados | | 9 | | |
| | A fijación simple: elegir de cada estrato | | 6.7 sujetos | | |
| Número estrato | RUC | Identificación de estratos | Nº Sujetos en el estrato | Proporción | Muestra del estrato |
| 1 | 20602054480 | COOPERATIVA AGRARIA ECOLÓGICA MUJERES CAFETALERAS VILLA RICA | 10 | 14.29% | 9 |
| 2 | 20601641608 | TIERRA DEL INKA MJC E.I.R.L. - TERRA DEL INKA MJC E.I.R.L. | 6 | 8.57% | 5 |
| 3 | 20600340001 | ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES CAFETALEROS DE LOS MELLIZOS | 13 | 18.57% | 11 |
| 4 | 20568745699 | FUNDO WILD MOUNTAIN VILLA RICA E.I.R.L. | 6 | 8.57% | 5 |
| 5 | 20568567731 | COOPERATIVA AGRARIA VILLA RICA GOLDEN COFFEE LTDA. | 9 | 12.86% | 8 |
| 6 | 20568516827 | EMPRESA FUNDO SAN CRISPIN S.A.C. | 5 | 7.14% | 4 |
| 7 | 20568071281 | COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA CEPRO YANESHA | 12 | 17.14% | 11 |
| 8 | 20486473089 | MARINCA INVERSIONES E.I.R.L. | 4 | 5.71% | 3 |
| 9 | 20365581569 | EMPRESA NEGOCIACIONES AGROINDUSTRIAL AREVALO S. A. | 5 | 7.14% | 4 |
| Total | | | 70 | 100.00% | 60 |

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Vara (2012), sobre las técnicas e instrumentos de recolección de datos indica:

“Los métodos de análisis de datos son recursos útiles para obtener datos científicos; una vez que se han organizado los datos, es necesario analizarlos de manera cualitativa o cuantitativa, dependiendo del tipo de

datos; para determinar la muestra de la investigación, se aplica la fórmula adecuada para poblaciones finitas” (p. 459).

Tabla 4

Matriz de consistencia en la construcción de instrumentos de investigación

| No | Técnicas | Instrumento | Informantes | Aspectos para informar |
|----|----------|--------------|---|------------------------|
| 01 | Encuesta | Cuestionario | <ul style="list-style-type: none"> Sesenta (60) trabajadores de nueve (9) empresas exportadoras de café de la región Pasco. | VARIABLES DE ESTUDIO. |

3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

“Herramientas de análisis de datos son recursos valiosos para obtener resultados científicos; una vez organizados los datos, se deben analizar de forma cualitativa o cuantitativa, según el tipo; para definir la muestra de estudio, se utiliza la fórmula apropiada para poblaciones limitadas” Sánchez et al. (2018):

“El alfa de Cronbach es una herramienta estadística utilizada para evaluar la consistencia interna de un instrumento que contiene una serie de elementos. Este indicador refleja el grado de correlación entre los elementos, los cuales pueden tener múltiples opciones de respuesta. El resultado se expresa en un rango de valores entre -1 y +1, y se emplea comúnmente para instrumentos con preguntas que no tienen simplemente respuestas binarias (sí/no)” (p. 16).

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

“En el estudio, se emplearon dos técnicas estadísticas para examinar los datos: la Correlación de Pearson y la Regresión Lineal; estas herramientas permitieron analizar la relación entre las variables y establecer modelos predictivos” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 345-349).

Estrategias o procedimientos de contrastación de hipótesis.

Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), sobre la investigación cuantitativa, con diseño transversal – correlacional, dice:

“El coeficiente de correlación de Pearson no determina la relación causa-efecto entre las variables, por lo que el análisis de regresión lineal resulta más apropiado para este estudio. El modelo de regresión lineal permite estimar el efecto de una variable sobre otra, y se vincula con el coeficiente r de Pearson. Este enfoque es adecuado cuando las hipótesis son de tipo causal y las variables se miden en una escala de intervalos o de razón” (p. 345-349).

Para contrastar las hipótesis Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), menciona sus procedimientos:

“Plantear la hipótesis como punto de partida (H_0), plantear la hipótesis de investigación (H_1), establecer el nivel de confianza (95%, $p=0.05$), aplicar la prueba estadística de Correlación de Pearson, aplicar la prueba estadística de Regresión Lineal y realizar la interpretación de los resultados” (p. 345-349).

Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), respecto a la toma de decisiones hace mención:

“El índice de correlación de Pearson puede oscilar entre -1.00 y +1.00, donde: -1.00 indica una relación negativa perfecta, es decir, cuando una variable aumenta, la otra disminuye, o viceversa; +1.00 representa una correlación positiva perfecta, lo que significa que cuando una variable crece, la otra también lo hace, o cuando una baja, la otra baja igualmente; el signo del coeficiente señala la dirección de la relación (positiva o

negativa), mientras que el valor numérico refleja la magnitud o fuerza de dicha correlación” (p. 346).

A su vez, Hernández-Sampiere & Mendoza (2018) respecto al nivel de significancia indica:

“Cuando el valor de P es inferior a 0.05, se considera que el coeficiente es estadísticamente significativo al nivel de confianza del 95%, lo que significa que existe una alta probabilidad de que la correlación observada sea real y no se deba al azar; en este caso, se confirma la hipótesis alternativa (H1) planteada en el estudio. Por el contrario, si el valor de P es superior a 0.05, se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula” (p. 341).

3.9. Tratamiento estadístico

Se aplicó la Correlación de Pearson y Regresión Lineal, Hernández-Sampiere & Mendoza (2018), indica:

“Existen diversas técnicas estadísticas, y al elegir el método de análisis, deben considerarse cuatro criterios clave: el propósito del estudio (descripción, correlación, causalidad, predicción, etc.); el número de variables a analizar (univariado, bivariado o multivariado); el nivel de medición de las variables (nominal, ordinal, de intervalo o de razón); y el objetivo específico, como describir variables, comparar grupos, correlacionar variables, analizar relaciones causales, o evaluar la fiabilidad y validez” (p. 474,475).

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

Se utilizó las citas y referencias de las Normas APA (American Psychological Association), respecto a las fuentes de información revisada.

“La ética es un pilar fundamental que todo investigador debe incorporar en su labor; es crucial que se respete a través del seguimiento de las normas establecidas para citar y referenciar las fuentes utilizadas” (Salazar et al., 2018).

CAPITULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

Para llevar a cabo el estudio, se aplicó un cuestionario a 60 personas de nueve (9) empresas exportadoras de café de la región Pasco.

Las respuestas obtenidas se compilaron en una hoja de cálculo Excel, donde se resumieron por cada indicador, dimensión y pregunta, generando gráficos estadísticos e interpretaciones.

Posteriormente, estos resúmenes se transfirieron al software SPSS para calcular el Coeficiente de Correlación de Pearson y el Coeficiente de Regresión Lineal de Pearson y así probar las hipótesis planteadas.

“Un estudio de campo es una indagación en la que el autor se sitúa en el entorno donde se hallan los datos requeridos para elaborar su texto académico; es una actividad que conlleva recopilar información, observar y analizar el área donde se plantea una hipótesis” (Godoy, 2022) .

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

PLAN DE NEGOCIOS – VI DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Gráfico 1

Cuestionario pregunta: 01 - V.I.

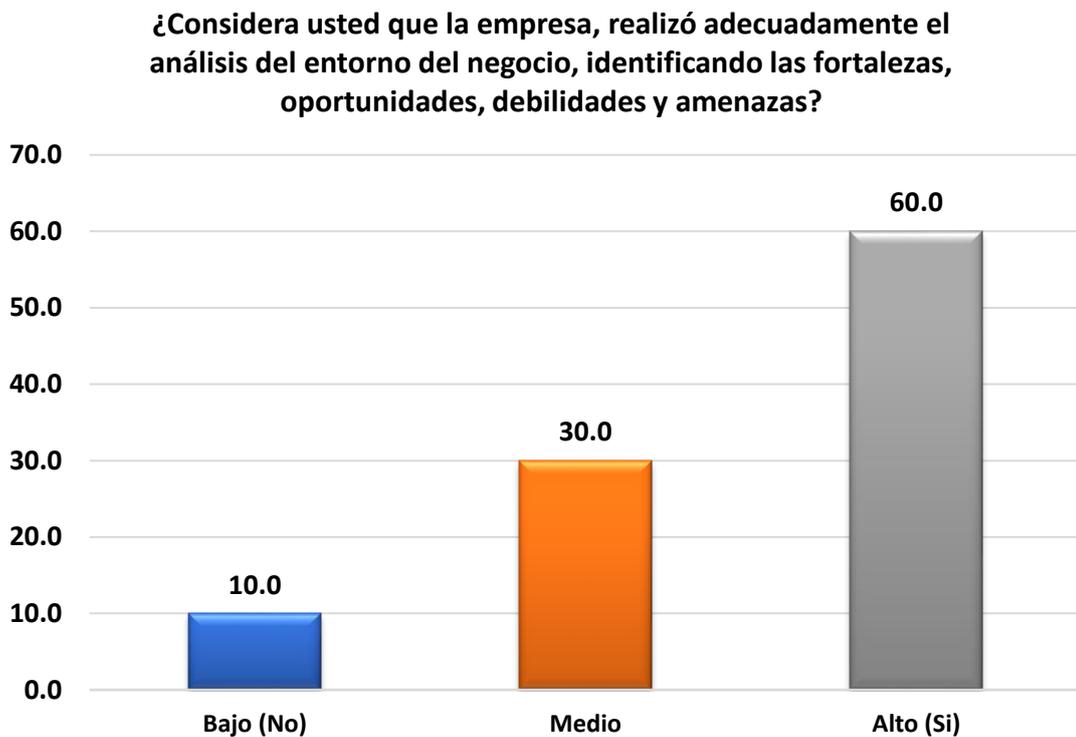


Tabla 5

Cuestionario pregunta: 01 - V.I.

| 1 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 6 | 10.0 |
| Medio | 18 | 30.0 |
| Alto (Si) | 36 | 60.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Con respecto a la interrogante, el gráfico muestra que el 60.0 % de los entrevistados afirman que la empresa realizó adecuadamente el análisis del entorno del negocio, identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; un 30.0 % consideran medianamente y un 10.0 % estiman que no.

Gráfico 2

Cuestionario pregunta: 02 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el planeamiento estratégico en sus componentes: valores, misión, visión, objetivos estratégicos?

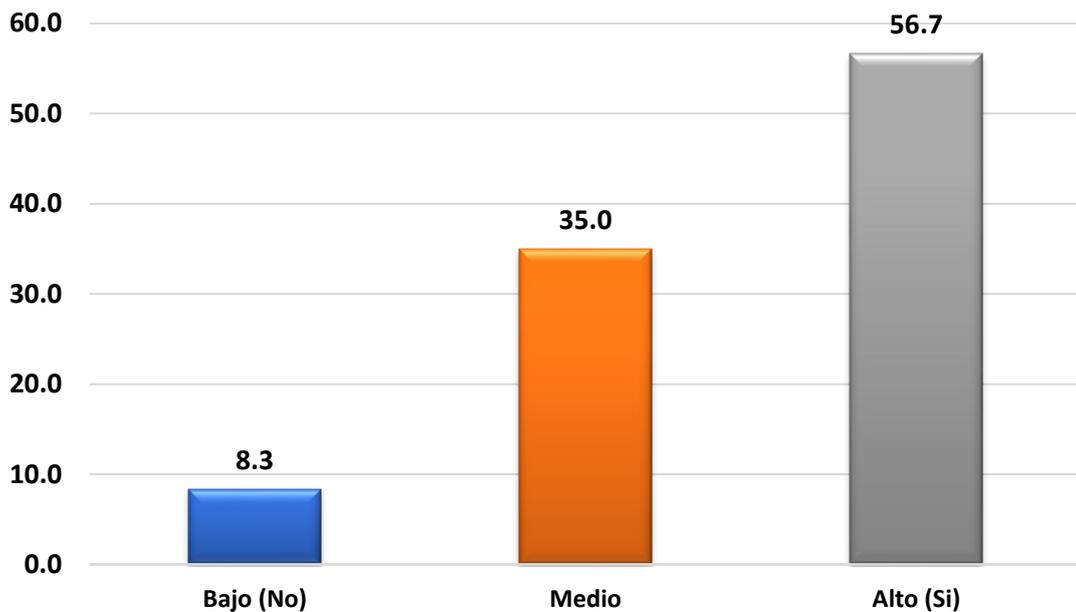


Tabla 6

Cuestionario pregunta: 02 - V.I.

| 2 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 5 | 8.3 |
| Medio | 21 | 35.0 |
| Alto (Si) | 34 | 56.7 |
| TOTAL | 60 | 100 |

El gráfico muestra que el 56.7 % de los entrevistados aseveran que la empresa realizó adecuadamente el planeamiento estratégico en sus componentes: valores, misión, visión, objetivos estratégicos; un 35.0% consideran medianamente y un 8.3 % estiman que no.

Gráfico 3

Cuestionario pregunta: 03 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de mercadeo, respecto al producto (marca, empaque y etiquetado)?

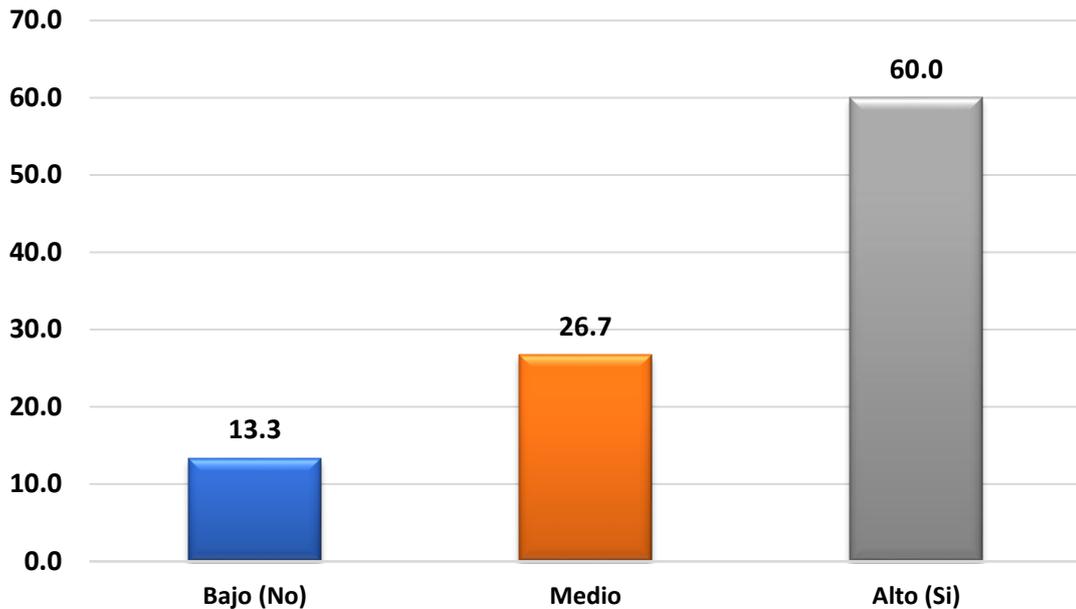


Tabla 7

Cuestionario pregunta: 03 - V.I.

| 3 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 8 | 13.3 |
| Medio | 16 | 26.7 |
| Alto (Si) | 36 | 60.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Los resultados de la muestra aseveran que el 60.0 % de los entrevistados afirman que la empresa realizó adecuadamente el plan de mercadeo, respecto al producto (marca, empaque y etiquetado); un 26.7% consideran medianamente y un 13.3% estiman que no.

Gráfico 4

Cuestionario pregunta: 04 - V.I.

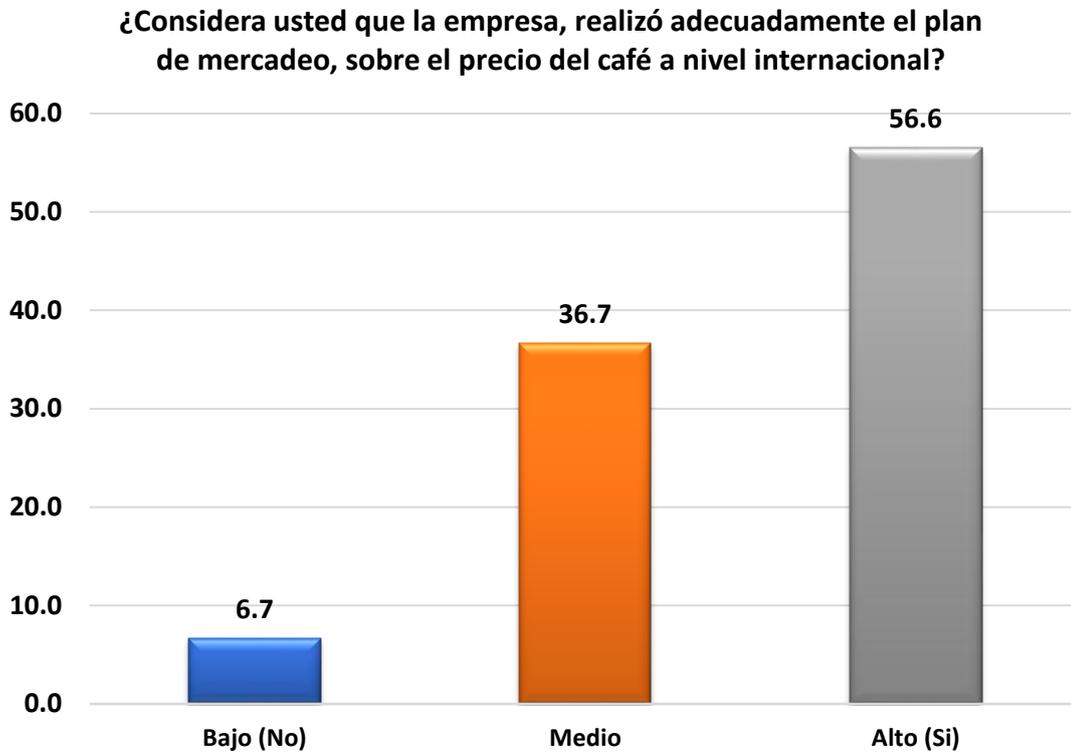


Tabla 8

Cuestionario pregunta: 04 - V.I.

| 4 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 4 | 6.7 |
| Medio | 22 | 36.7 |
| Alto (Si) | 34 | 56.6 |
| TOTAL | 60 | 100 |

La estadística muestra que el 56.6 % de los entrevistados afirman que en la empresa se realizó adecuadamente el plan de mercadeo, sobre el precio del café a nivel internacional; un 36.7% consideran medianamente y un 6.7% estiman que no.

Gráfico 5

Cuestionario pregunta: 05 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de mercadeo, acerca de la distribución del café en el mercado exterior?

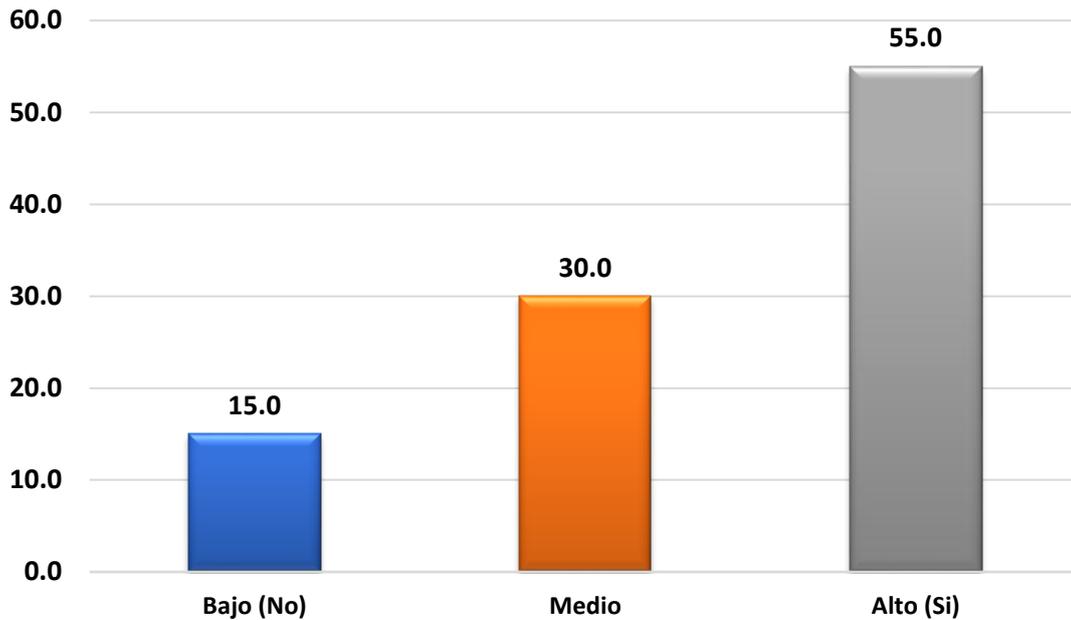


Tabla 9

Cuestionario pregunta: 05 - V.I.

| 5 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 9 | 15.0 |
| Medio | 18 | 30.0 |
| Alto (Si) | 33 | 55.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Los resultados que se muestran corresponden a la interrogante: ¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de mercadeo, acerca de la distribución del café en el mercado exterior?; un 55.0 % de los encuestados lo afirman, el 30.0 % indican mediamente y un 15.0 % lo niegan.

Gráfico 6

Cuestionario pregunta: 06 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de mercadeo, en cuanto a la promoción de la venta del café en el mercado exterior?

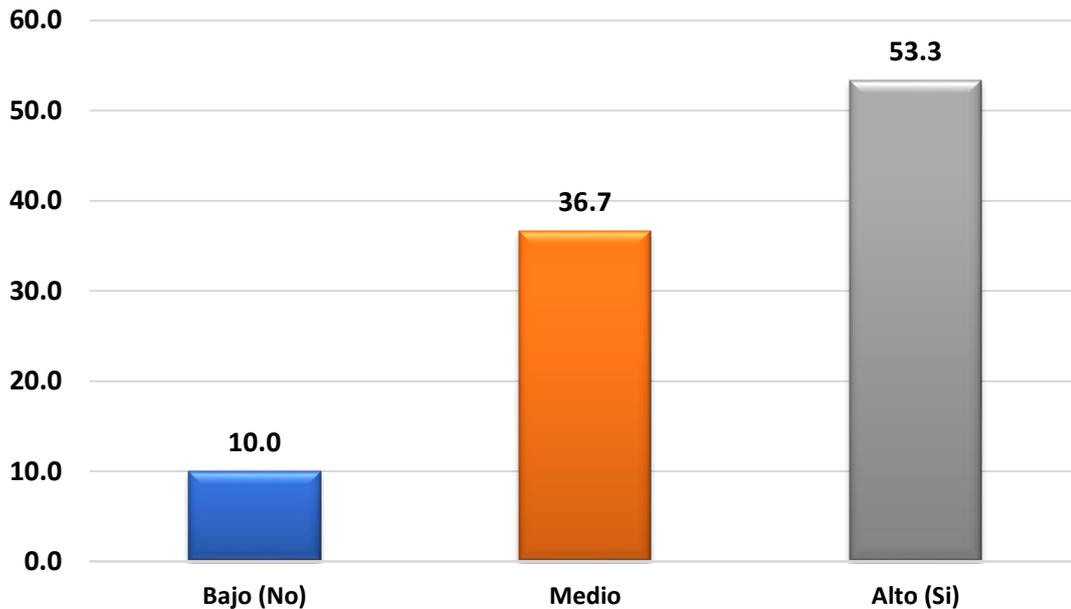


Tabla 10

Cuestionario pregunta: 06 - V.I.

| 6 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 6 | 10.0 |
| Medio | 22 | 36.7 |
| Alto (Si) | 32 | 53.3 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Con respecto a la interrogante: ¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de mercadeo, en cuanto a la promoción de la venta del café en el mercado exterior?; el 53.3 % afirman positivamente, 36.7 % indican medianamente y un 10.0 % respondieron negativamente.

Gráfico 7

Cuestionario pregunta: 07 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de producción, respecto a la disponibilidad de la materia prima, mediante el sembrío y acopio del café?

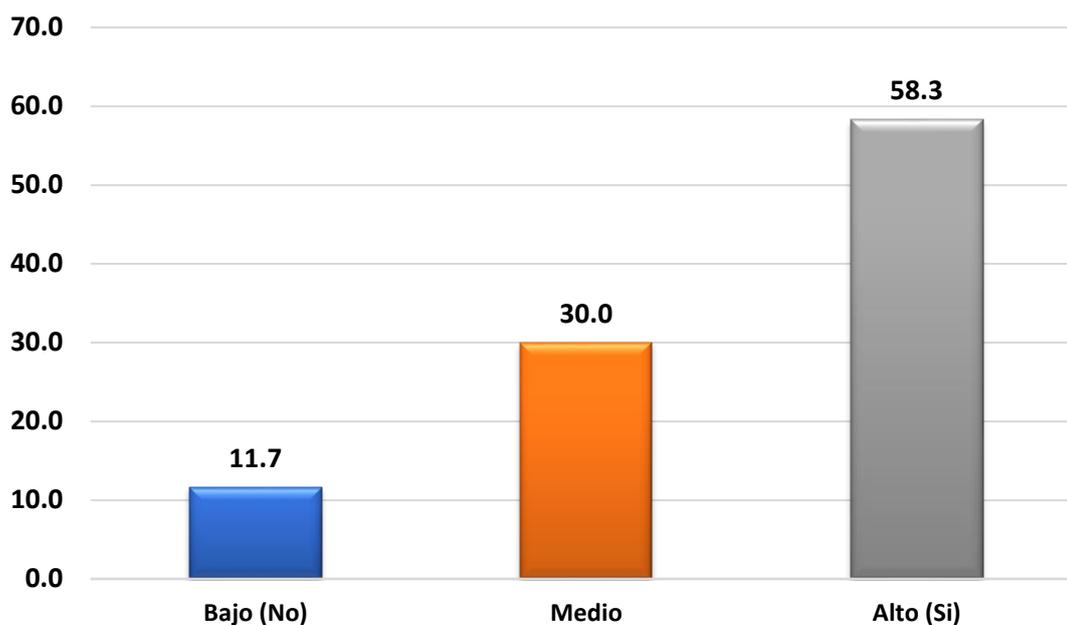


Tabla 11

Cuestionario pregunta: 07- V.I.

| 7 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 7 | 11.7 |
| Medio | 18 | 30.0 |
| Alto (Si) | 35 | 58.3 |
| TOTAL | 60 | 100 |

En el presente cuadro estadístico, el 58.3 % de los consultados indican que la empresa realizó adecuadamente el plan de producción, respecto a la disponibilidad de la materia prima, mediante el sembrío y acopio del café; indican medianamente un 30.0 % y un 11.7 % lo niegan.

Gráfico 8

Cuestionario pregunta: 08 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de producción, referente a la localización de los centros de producción?

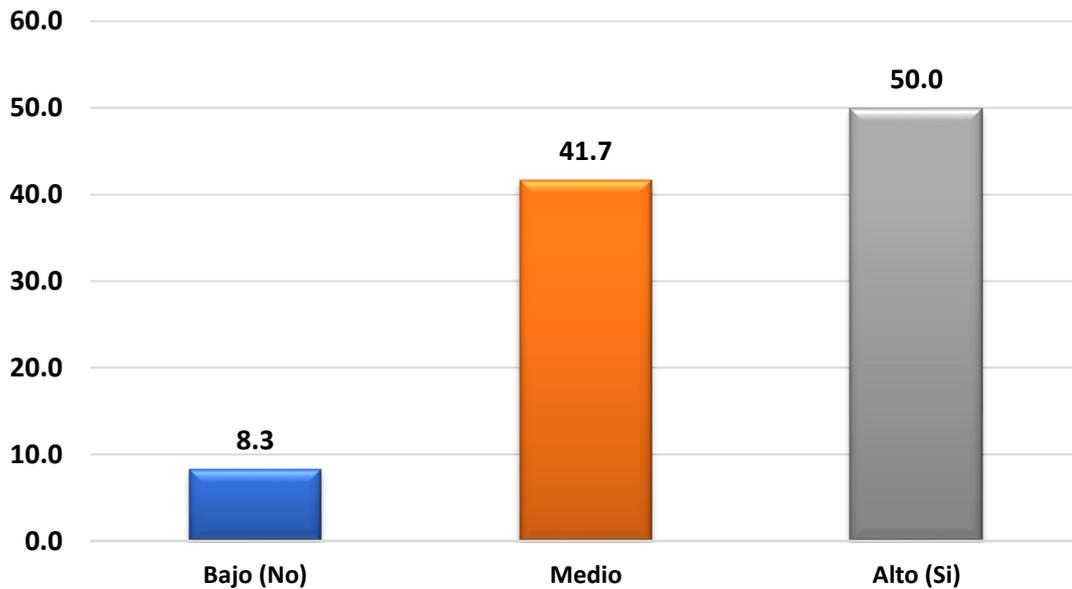


Tabla 12

Cuestionario pregunta: 08 - V.I.

| 8 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 5 | 8.3 |
| Medio | 25 | 41.7 |
| Alto (Si) | 30 | 50.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

El gráfico nos muestra que un 50.0 % de los entrevistados indican que la empresa realizó adecuadamente el plan de producción, referente a la localización de los centros de producción; el 41.7 % indican medianamente y el 8.3 % indican que no.

Gráfico 9

Cuestionario pregunta: 09 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, diseñó adecuadamente la ingeniería del negocio, comprendiendo los procesos de producción, costos de producción e inversiones en maquinaria, equipo e instalaciones?

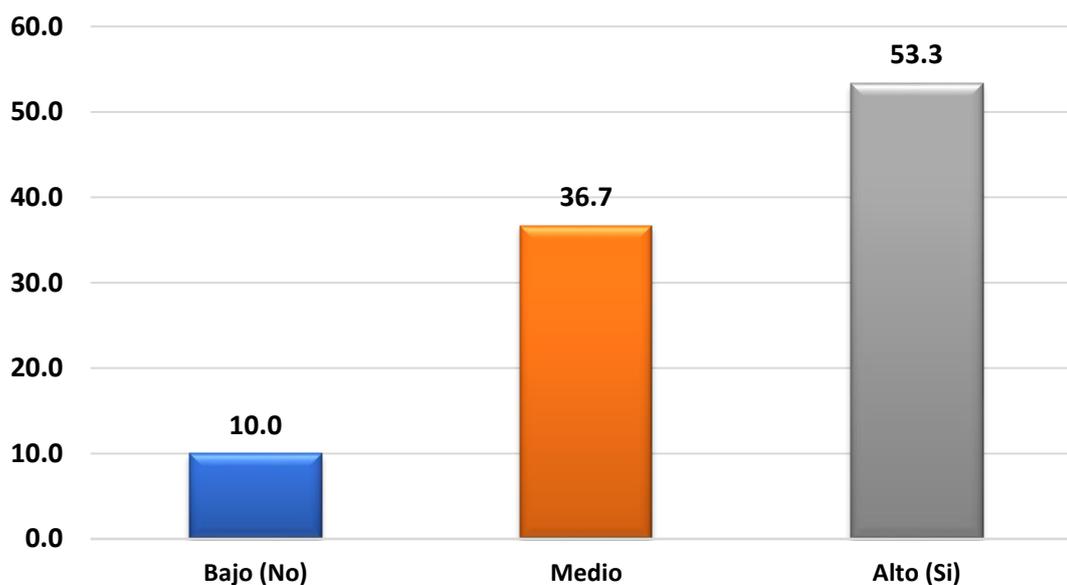


Tabla 13

Cuestionario pregunta: 09 - V.I.

| 9 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 6 | 10.0 |
| Medio | 22 | 36.7 |
| Alto (Si) | 32 | 53.3 |
| TOTAL | 60 | 100 |

En el presente gráfico podemos apreciar que el 53.3 % de los entrevistados afirman que en la empresa se diseñó adecuadamente la ingeniería del negocio, comprendiendo los procesos de producción, costos de producción e inversiones en maquinaria, equipo e instalaciones; indican medianamente un 36.7 % y un 10.0 % señalan que no.

Gráfico 10

Cuestionario pregunta: 10 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, estableció adecuadamente la estructura organizacional, como el reglamento de organización y funciones, organigrama, etc.?

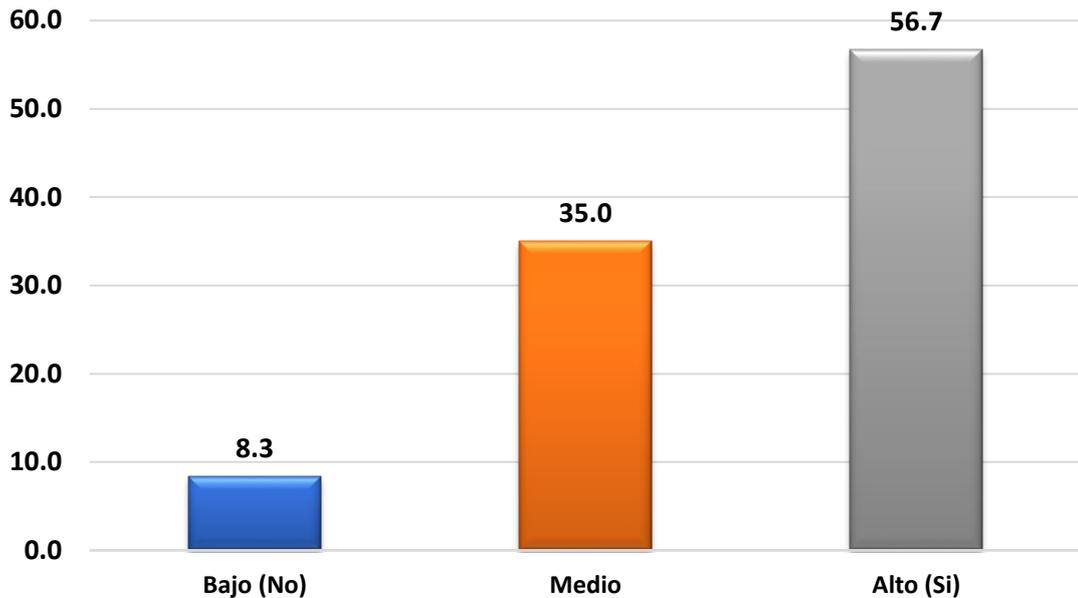


Tabla 14

Cuestionario pregunta: 10 -V.I.

| 10 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 5 | 8.3 |
| Medio | 21 | 35.0 |
| Alto (Si) | 34 | 56.7 |
| TOTAL | 60 | 100 |

En el gráfico se aprecia que el 56.7 % de los entrevistados manifiestan que en la empresa se estableció adecuadamente la estructura organizacional, como el reglamento de organización y funciones, organigrama, etc.; un 35.0 % indican medianamente y un 8.3 % estiman que no.

Gráfico 11

Cuestionario pregunta: 11 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, cumple en forma adecuada las normas ambientales, de acuerdo a los objetivos de desarrollo sostenible?

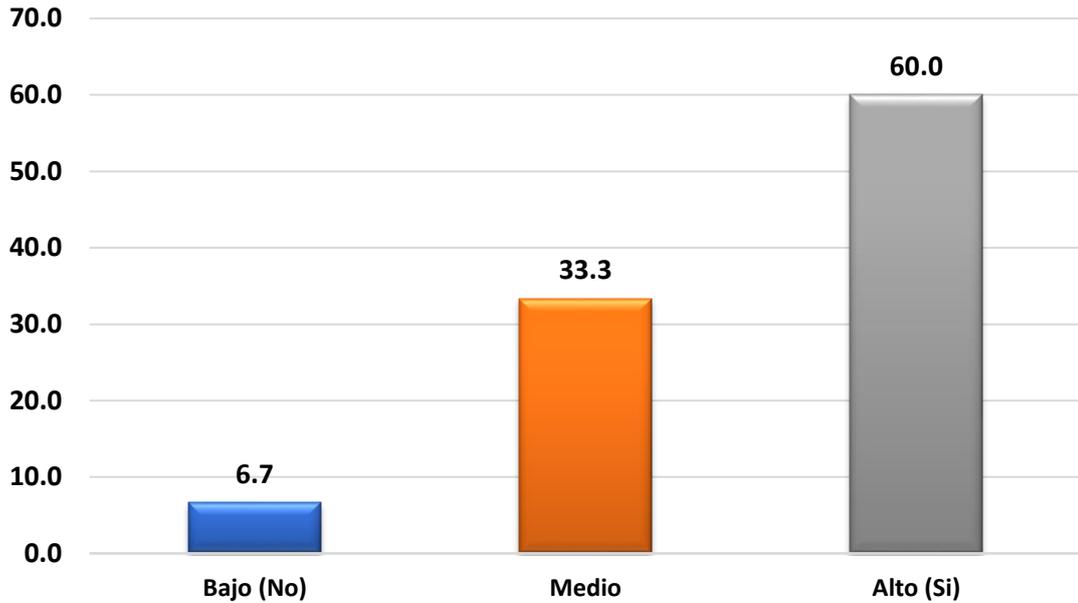


Tabla 15

Cuestionario pregunta: 11 - V.I.

| 11 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 4 | 6.7 |
| Medio | 20 | 33.3 |
| Alto (Si) | 36 | 60.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

En el presente gráfico podemos apreciar que el 60.0 % de los entrevistados afirman que la empresa cumple en forma adecuada las normas ambientales, de acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenible; indican medianamente un 33.3 % y un 6.7 % señalan que no.

Gráfico 12

Cuestionario pregunta: 12 - V.I.

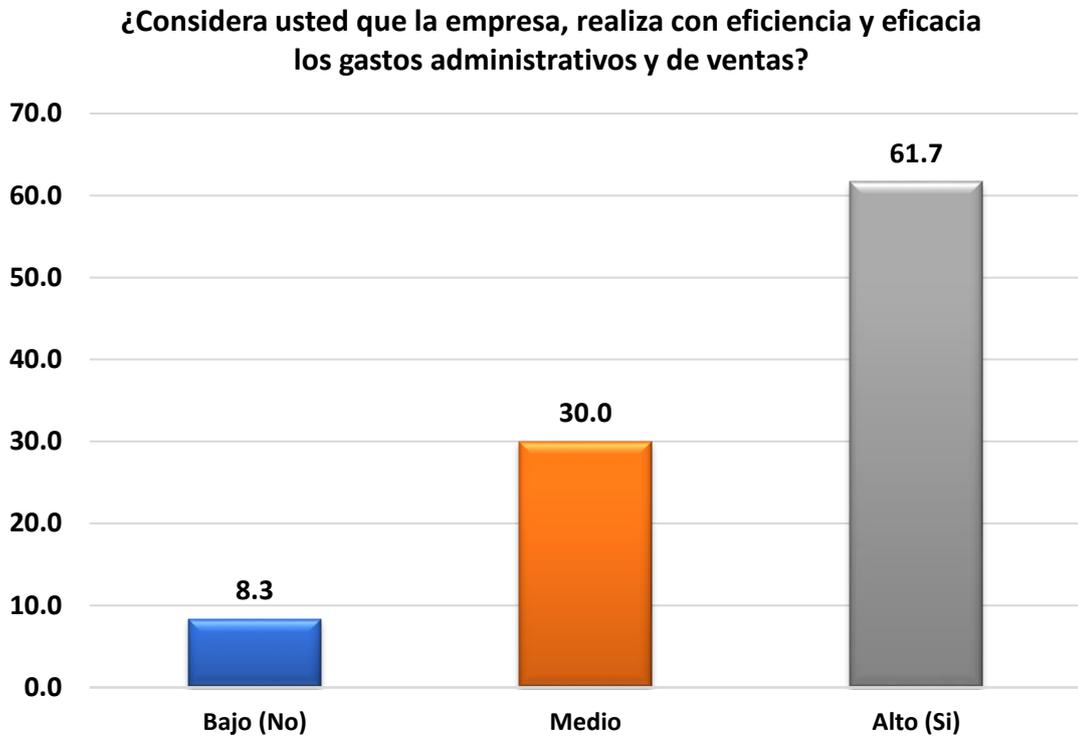


Tabla 16

Cuestionario pregunta: 12 -V.I.

| 12 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 5 | 8.3 |
| Medio | 18 | 30.0 |
| Alto (Si) | 37 | 61.7 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Con respecto a la interrogante, el gráfico muestra que el 61.7 % de los entrevistados afirman que la empresa realiza con eficiencia y eficacia los gastos administrativos y de ventas; consideran medianamente un 30.0% y estiman que no 8.3%.

Gráfico 13

Cuestionario pregunta: 13 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, implementó en forma adecuada la planificación de presupuestos, mediante el presupuesto maestro?

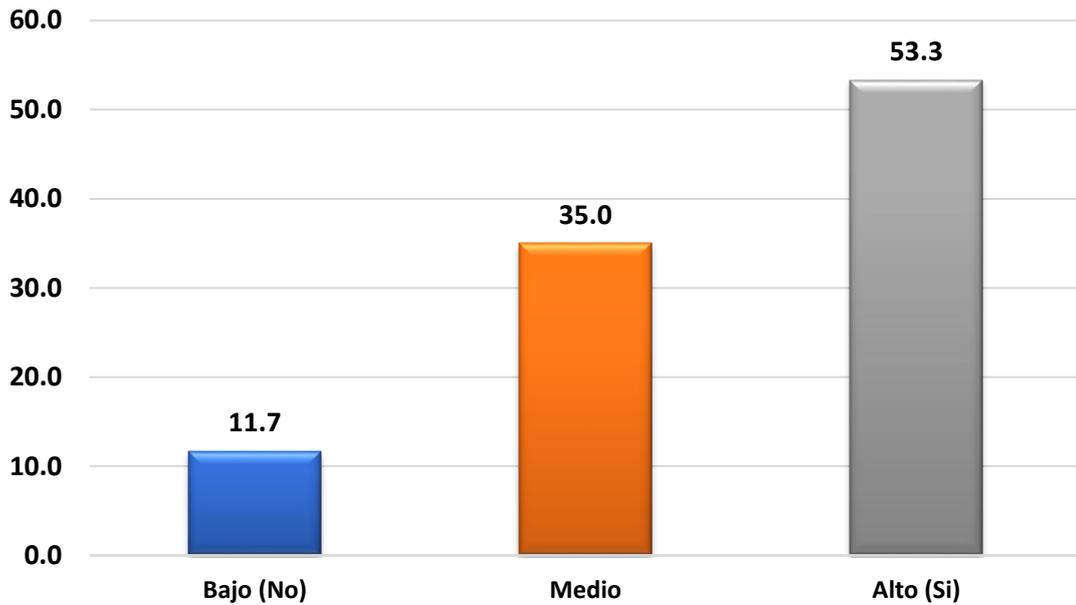


Tabla 17

Cuestionario pregunta: 13 - V.I.

| 13 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 7 | 11.7 |
| Medio | 21 | 35.0 |
| Alto (Si) | 32 | 53.3 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Con respecto a la interrogante, el gráfico muestra que el 53.3 % de los entrevistados afirman que la empresa implementó en forma adecuada la planificación de presupuestos, mediante el presupuesto maestro; un 35.0 % consideran medianamente y un 11.7 % estiman que no.

Gráfico 14

Cuestionario pregunta: 14 - V.I.

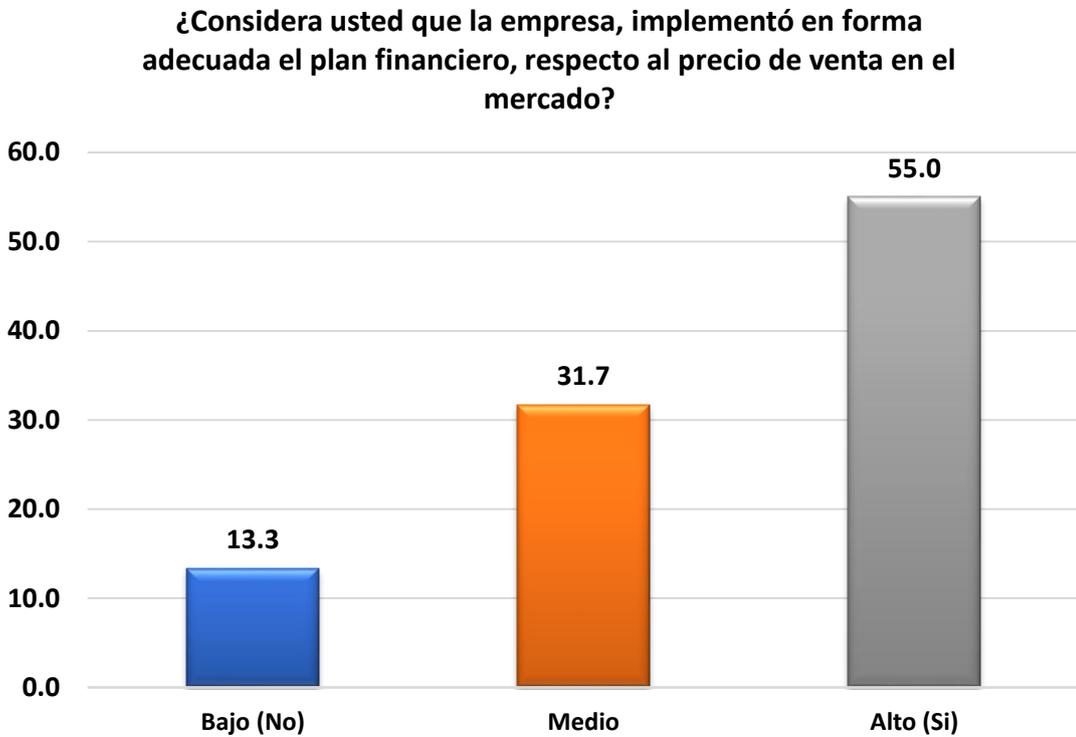


Tabla 18

Cuestionario pregunta: 14 - V.I.

| 14 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 8 | 13.3 |
| Medio | 19 | 31.7 |
| Alto (Si) | 33 | 55.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

El gráfico muestra que el 55.0 % de los entrevistados aseveran que la empresa implementó en forma adecuada el plan financiero, respecto al precio de venta en el mercado; un 31.7% consideran medianamente y un 13.3 % estiman que no.

Gráfico 15

Cuestionario pregunta: 15 - V.I.

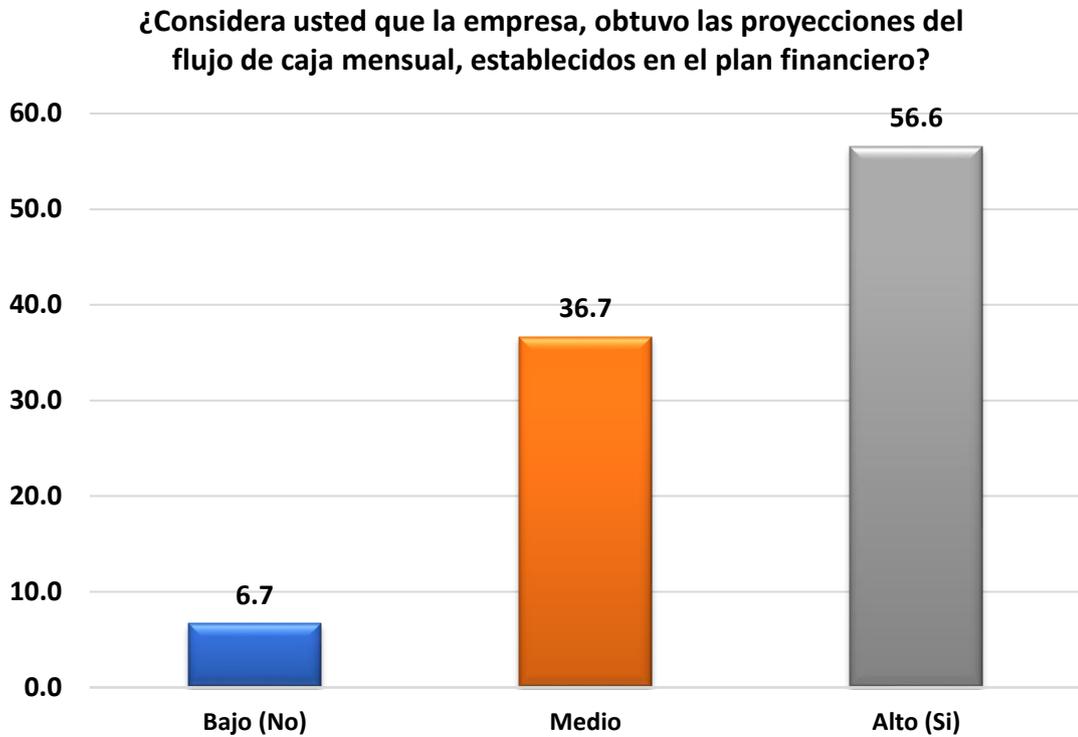


Tabla 19

Cuestionario pregunta: 15 - V.I.

| 15 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 4 | 6.7 |
| Medio | 22 | 36.7 |
| Alto (Si) | 34 | 56.6 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Los resultados de la muestra aseveran que el 56.6 % de los entrevistados afirman que la empresa obtuvo las proyecciones del flujo de caja mensual, establecidos en el plan financiero; un 36.7% consideran medianamente y un 6.7% estiman que no.

Gráfico 16

Cuestionario pregunta: 16 - V.I.

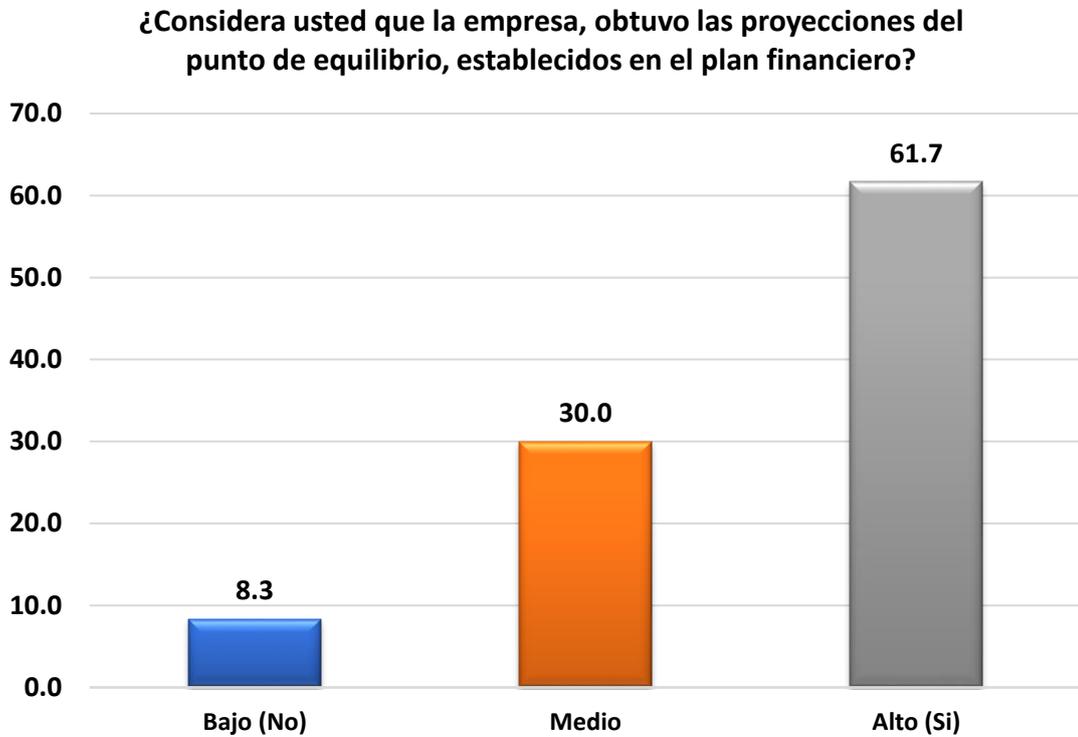


Tabla 20

Cuestionario pregunta: 16 - V.I.

| 16 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 5 | 8.3 |
| Medio | 18 | 30.0 |
| Alto (Si) | 37 | 61.7 |
| TOTAL | 60 | 100 |

La estadística muestra que el 61.7 % de los entrevistados afirman que la empresa obtuvo las proyecciones del punto de equilibrio, establecidos en el plan financiero; un 30.0% consideran medianamente y un 8.3% estiman que no.

Gráfico 17

Cuestionario pregunta: 17 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, implementó en forma adecuada el plan financiero, en cuanto al financiamiento de la inversión?

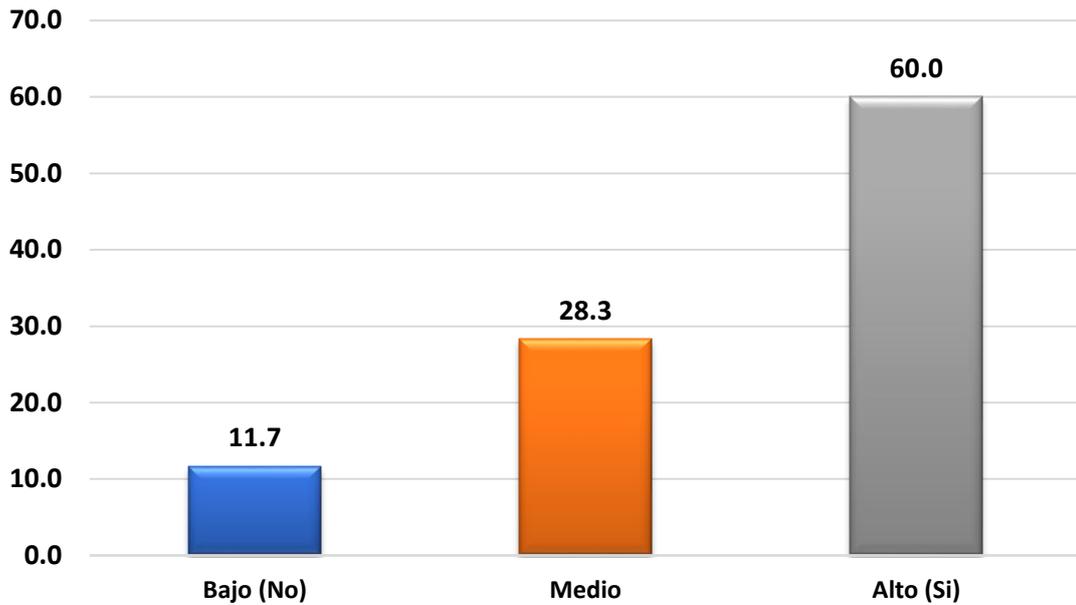


Tabla 21

Cuestionario pregunta: 17 - V.I.

| 17 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 7 | 11.7 |
| Medio | 17 | 28.3 |
| Alto (Si) | 36 | 60.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Los resultados que se muestran corresponden a la interrogante: ¿Considera usted que la empresa, implementó en forma adecuada el plan financiero, en cuanto al financiamiento de la inversión?; un 60.0 % de los encuestados lo afirman, el 28.3 % indican mediamente y un 11.7 % lo niegan.

Gráfico 18

Cuestionario pregunta: 18 - V.I.

¿Considera usted que la empresa, obtuvo las proyecciones sobre la rentabilidad, como el VAN, TIR, etc., establecidos en el plan financiero?

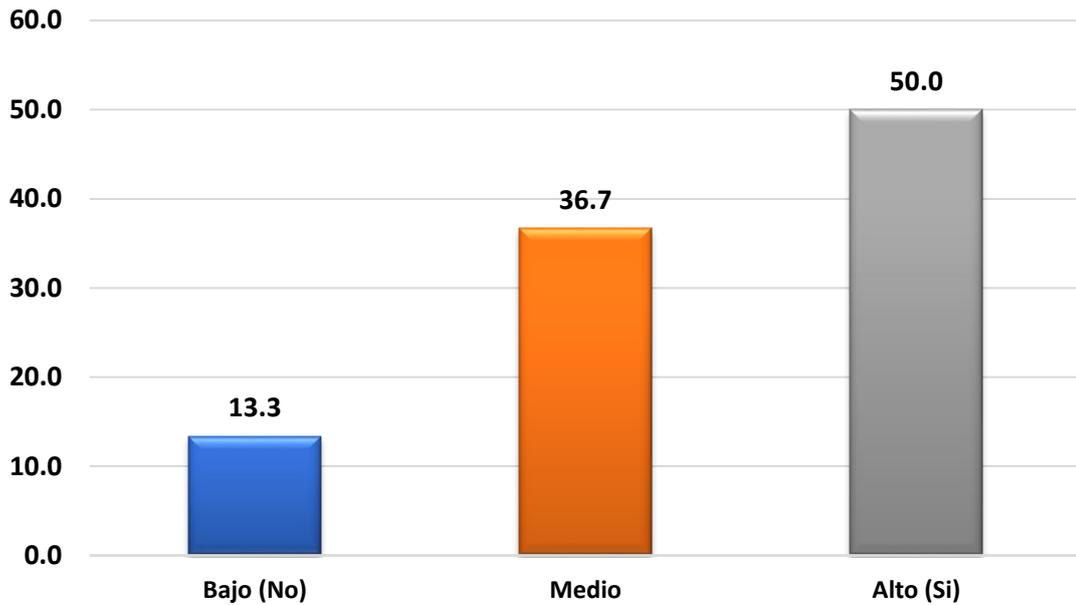


Tabla 22

Cuestionario pregunta: 18 - V.I.

| 18 - VI | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 8 | 13.3 |
| Medio | 22 | 36.7 |
| Alto (Si) | 30 | 50.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Con respecto a la interrogante: ¿Considera usted que la empresa, obtuvo las proyecciones sobre la rentabilidad, como el VAN, TIR, etc., establecidos en el plan financiero?; el 50.0 % afirman positivamente, 36.7 % indican medianamente y un 13.3 % respondieron negativamente.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL – VD

INDICADORES DE CRECIMIENTO

Gráfico 19

Cuestionario pregunta: 01 - V.D.

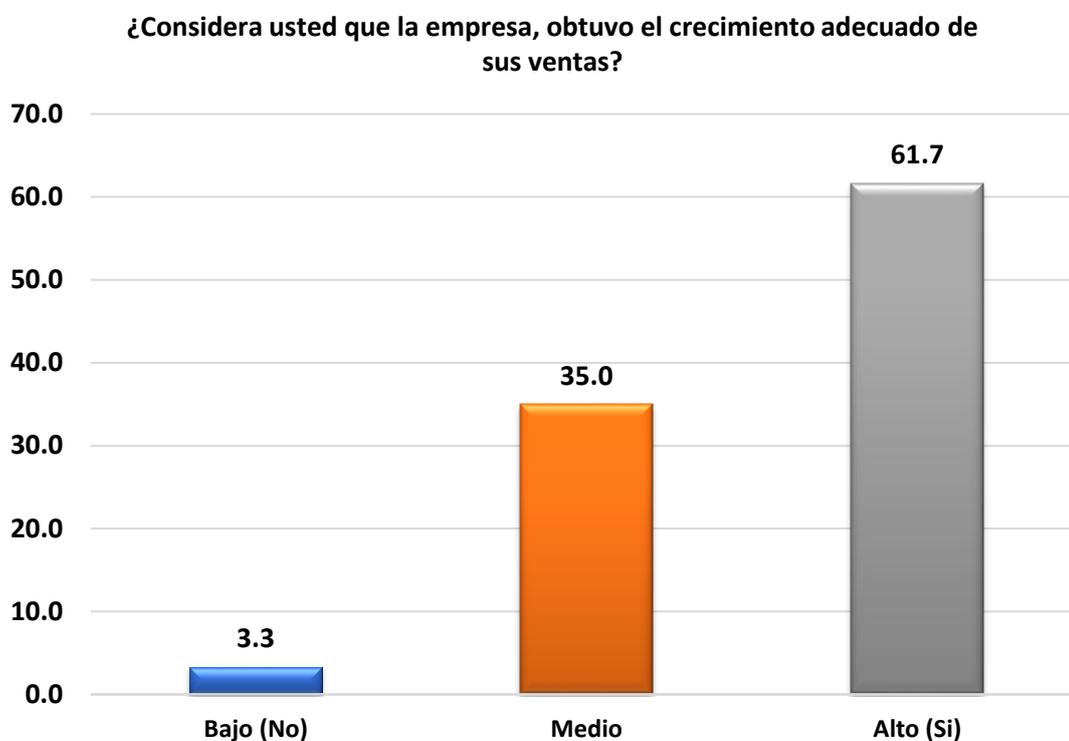


Tabla 23

Cuestionario pregunta: 01- V.D.

| 1 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 2 | 3.3 |
| Medio | 21 | 35.0 |
| Alto (Si) | 37 | 61.7 |
| TOTAL | 60 | 100 |

El gráfico muestra que el 61.7 % de los entrevistados aseveran que la empresa obtuvo el crecimiento adecuado de sus ventas; un 35.0% consideran medianamente y un 3.3% estiman que no.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL – VD

INDICADORES DE CRECIMIENTO

Gráfico 20

Cuestionario pregunta: 02 - V.D.

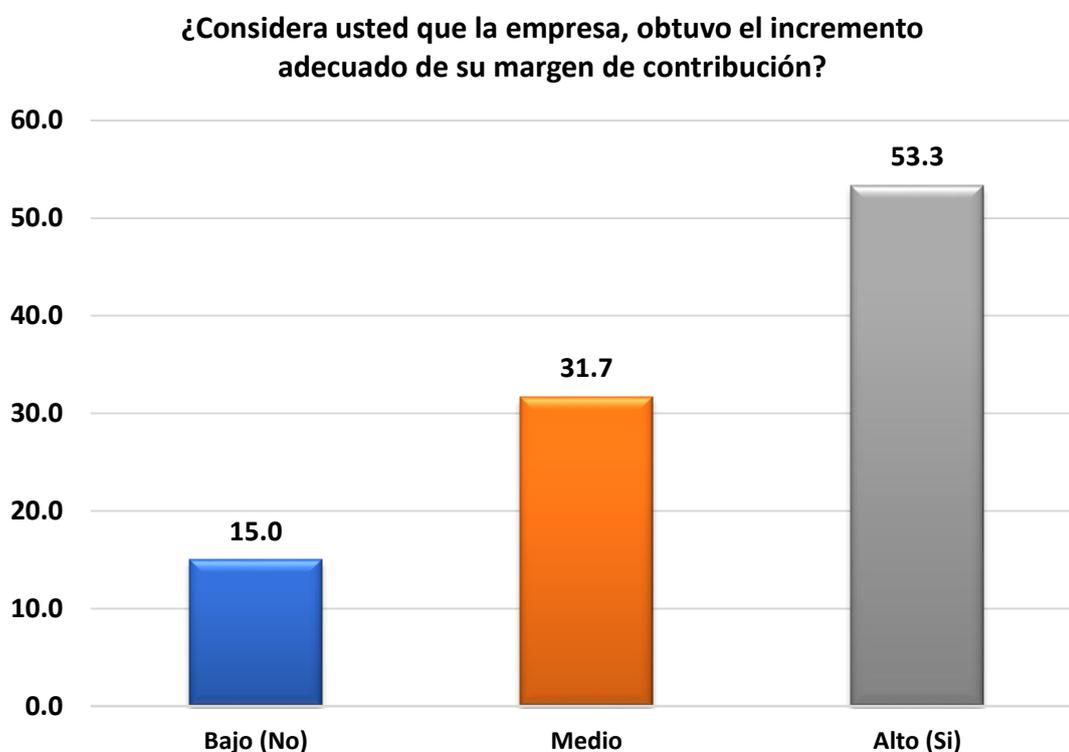


Tabla 24

Cuestionario pregunta: 02 - V.D.

| 2 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 9 | 15.0 |
| Medio | 19 | 31.7 |
| Alto (Si) | 32 | 53.3 |
| TOTAL | 60 | 100 |

El gráfico muestra que el 53.3 % de los entrevistados aseveran que la empresa obtuvo el incremento adecuado de su margen de contribución; un 31.7% consideran medianamente y un 15.0% estiman que no.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL – VD

INDICADORES DE CRECIMIENTO

Gráfico 21

Cuestionario pregunta: 03 - V.D.

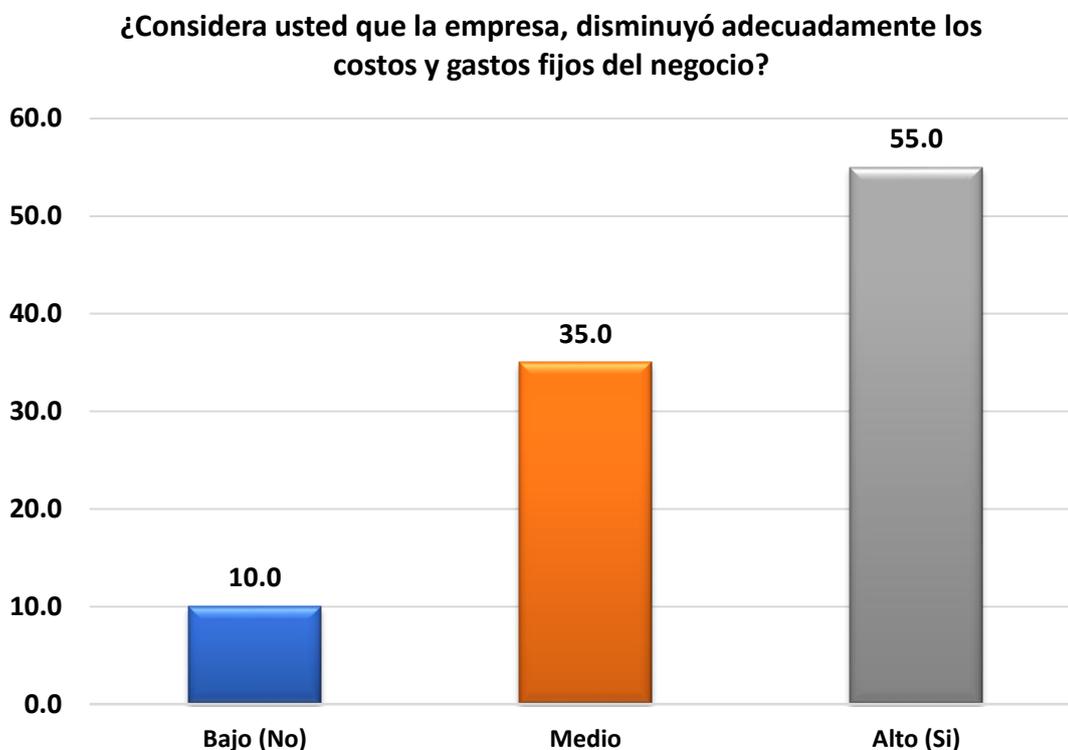


Tabla 25

Cuestionario pregunta: 03 - V.D.

| 3 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 6 | 10.0 |
| Medio | 21 | 35.0 |
| Alto (Si) | 33 | 55.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Los resultados de la muestra aseveran que el 55.0 % de los entrevistados afirman que la empresa disminuyó adecuadamente los costos y gastos fijos del negocio; un 35.0% consideran medianamente y un 10.0% estiman que no.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL – VD

INDICADORES DE CRECIMIENTO

Gráfico 22

Cuestionario pregunta: 04 - V.D.

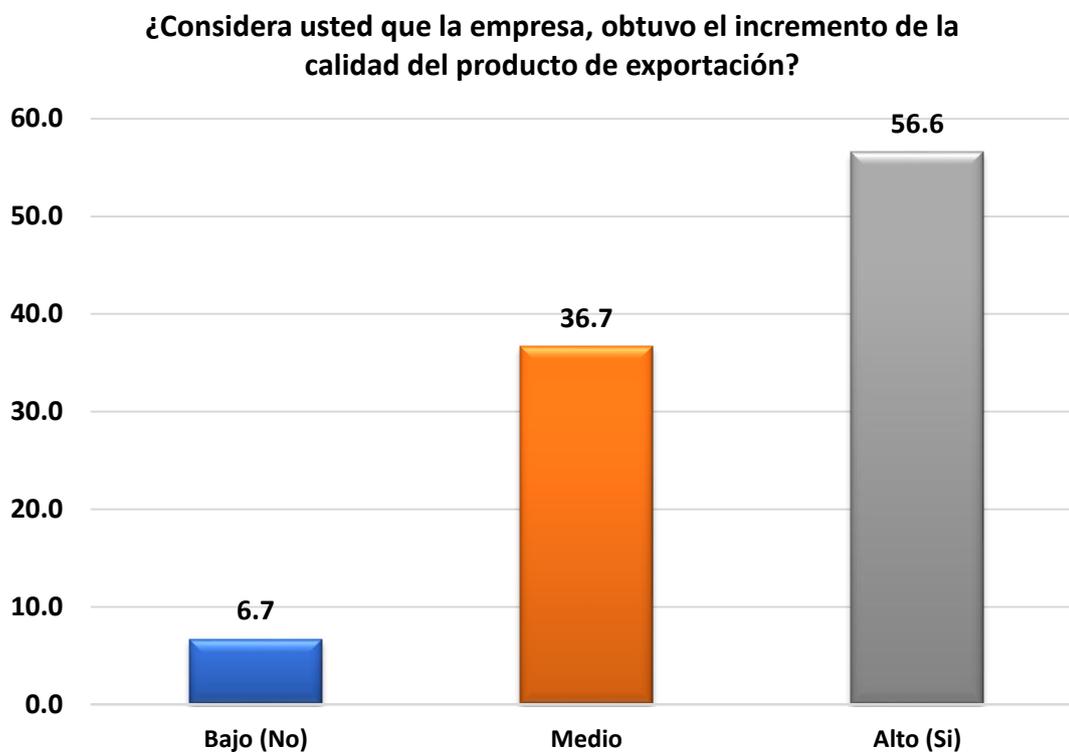


Tabla 26

Cuestionario pregunta: 04 - V.D.

| 4 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 4 | 6.7 |
| Medio | 22 | 36.7 |
| Alto (Si) | 34 | 56.6 |
| TOTAL | 60 | 100 |

La estadística muestra que el 56.6 % de los entrevistados afirman que la empresa obtuvo el incremento de la calidad del producto de exportación; un 36.7% consideran medianamente y un 6.7% estiman que no.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL – VD

INDICADORES DE CRECIMIENTO

Gráfico 23

Cuestionario pregunta: 05 - V.D.

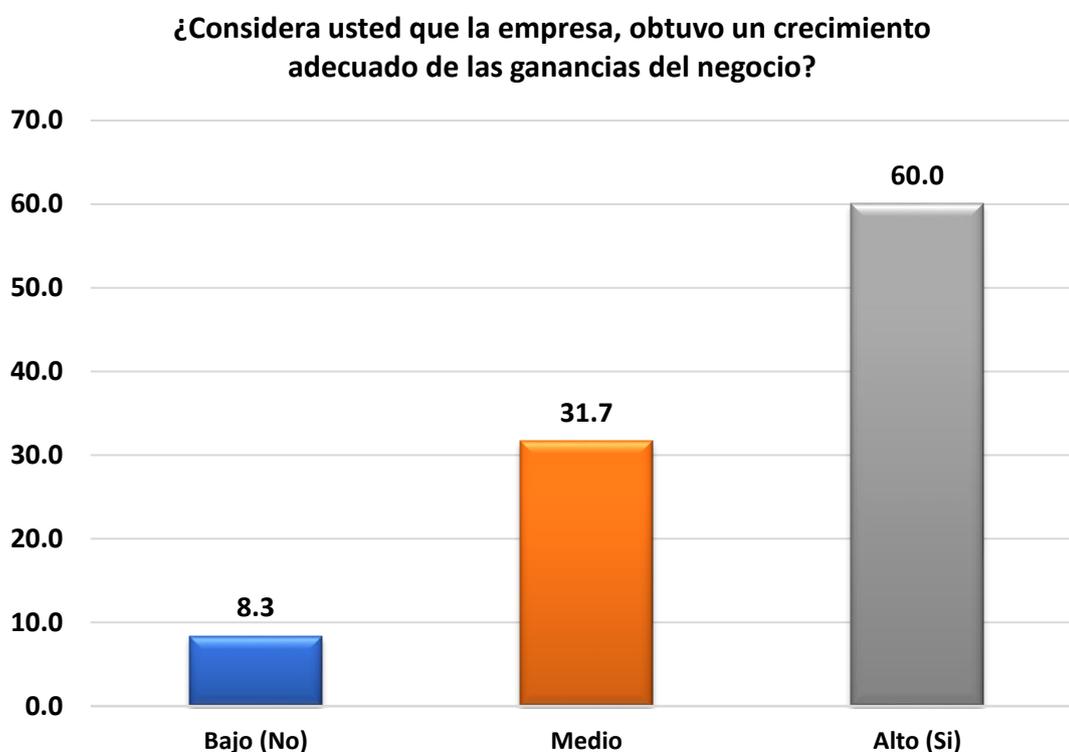


Tabla 27

Cuestionario pregunta: 05 - V.D.

| 5 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 5 | 8.3 |
| Medio | 19 | 31.7 |
| Alto (Si) | 36 | 60.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Los resultados que se muestran corresponden a la interrogante: ¿Considera usted que la empresa, obtuvo un crecimiento adecuado de las ganancias del negocio?; un 60.0 % de los encuestados lo afirman, el 31.7 % indican mediamente y un 8.3 % lo niegan.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL – VD

INDICADORES DE CRECIMIENTO

Gráfico 24

Cuestionario pregunta: 06 - V.D.

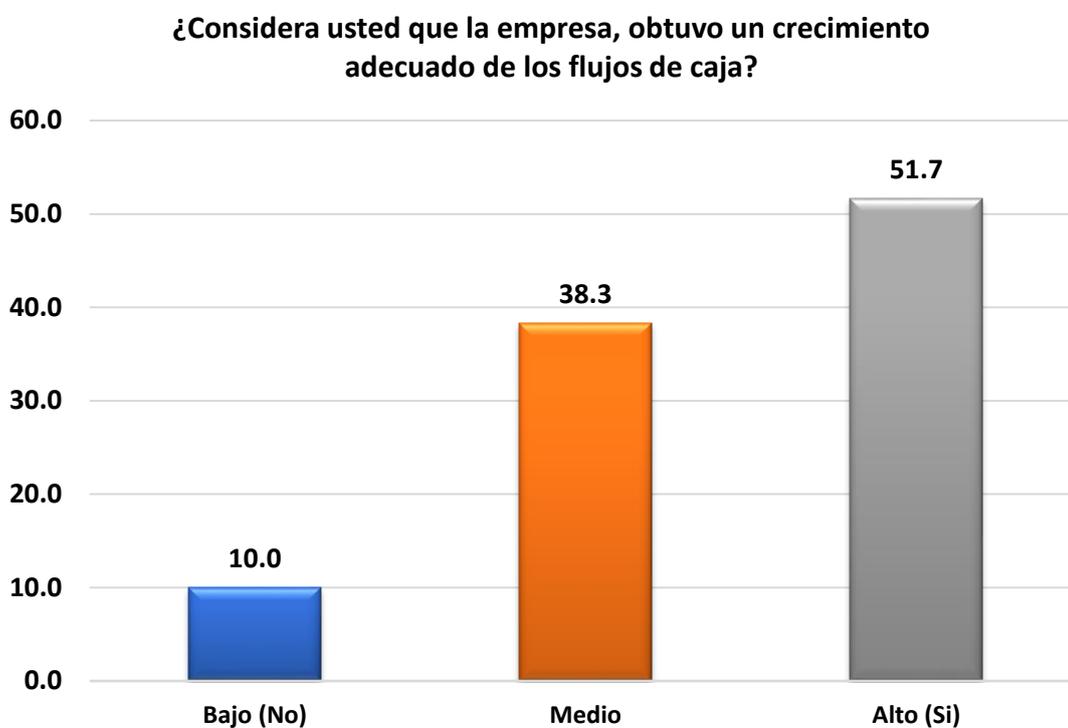


Tabla 28

Cuestionario pregunta: 06 - V.D.

| 6 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 6 | 10.0 |
| Medio | 23 | 38.3 |
| Alto (Si) | 31 | 51.7 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Con respecto a la interrogante: ¿Considera usted que la empresa, obtuvo un crecimiento adecuado de los flujos de caja?; el 51.7% lo afirman, el 38.3 % indican medianamente y un 10.0 % respondieron negativamente.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL – VD

INDICADORES DE CRECIMIENTO

Gráfico 25

Cuestionario pregunta: 07 - V.D.

¿Considera usted que la empresa, obtuvo un crecimiento adecuado de las inversiones de capital, para la expansión y mejora de la productividad?

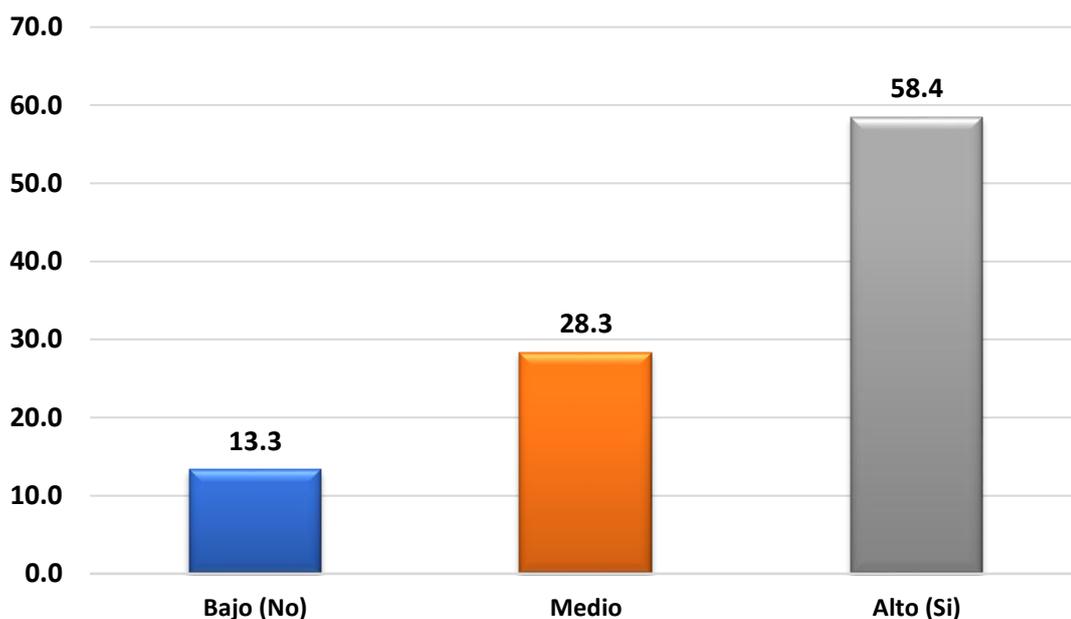


Tabla 29

Cuestionario pregunta: 07 - V.D.

| 7 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 8 | 13.3 |
| Medio | 17 | 28.3 |
| Alto (Si) | 35 | 58.4 |
| TOTAL | 60 | 100 |

En el presente cuadro estadístico, el 58.4 % de los consultados indican que la empresa obtuvo un crecimiento adecuado de las inversiones de capital, para la expansión y mejora de la productividad; indican medianamente un 28.3 % y un 13.3 % lo niegan.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL – VD

INDICADORES DE CRECIMIENTO

Gráfico 26

Cuestionario pregunta: 08 - V.D.

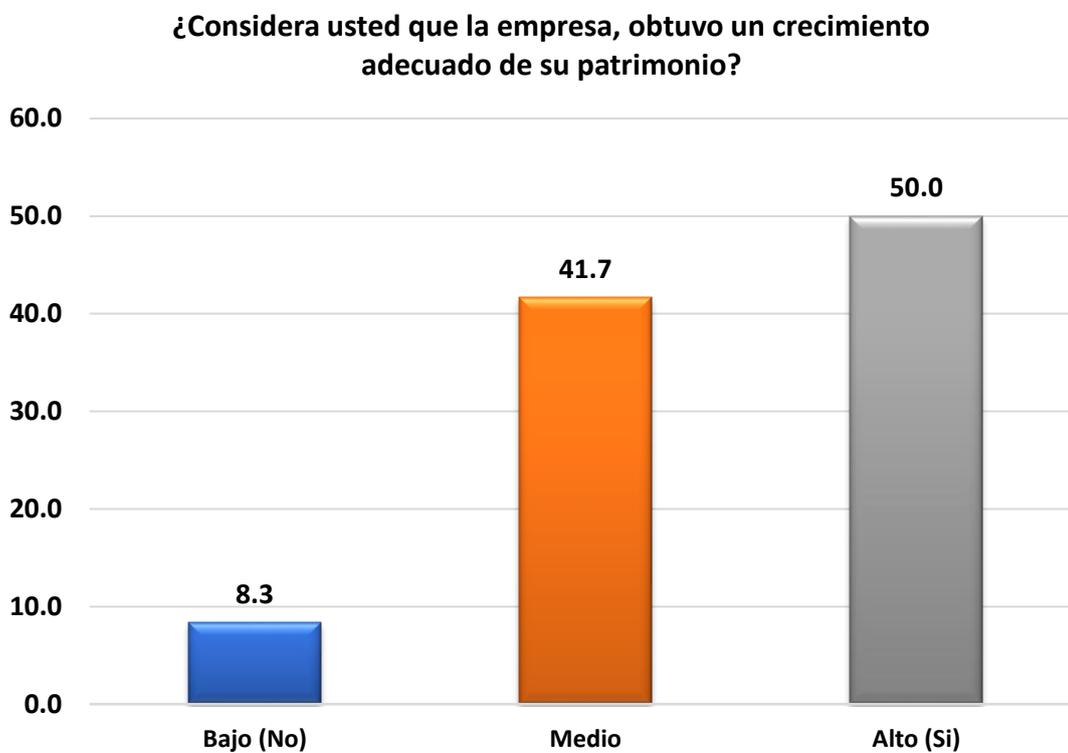


Tabla 30

Cuestionario pregunta: 08 - V.D.

| 8 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 5 | 8.3 |
| Medio | 25 | 41.7 |
| Alto (Si) | 30 | 50.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Del gráfico y cuadro estadístico, se afirma que el 50.0 % de los entrevistados indican que la empresa obtuvo un crecimiento adecuado de su patrimonio; el 41.7 % indican medianamente y el 8.3 % lo niegan.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL – VD

INDICADORES DE CRECIMIENTO

Gráfico 27

Cuestionario pregunta: 09 - V.D.

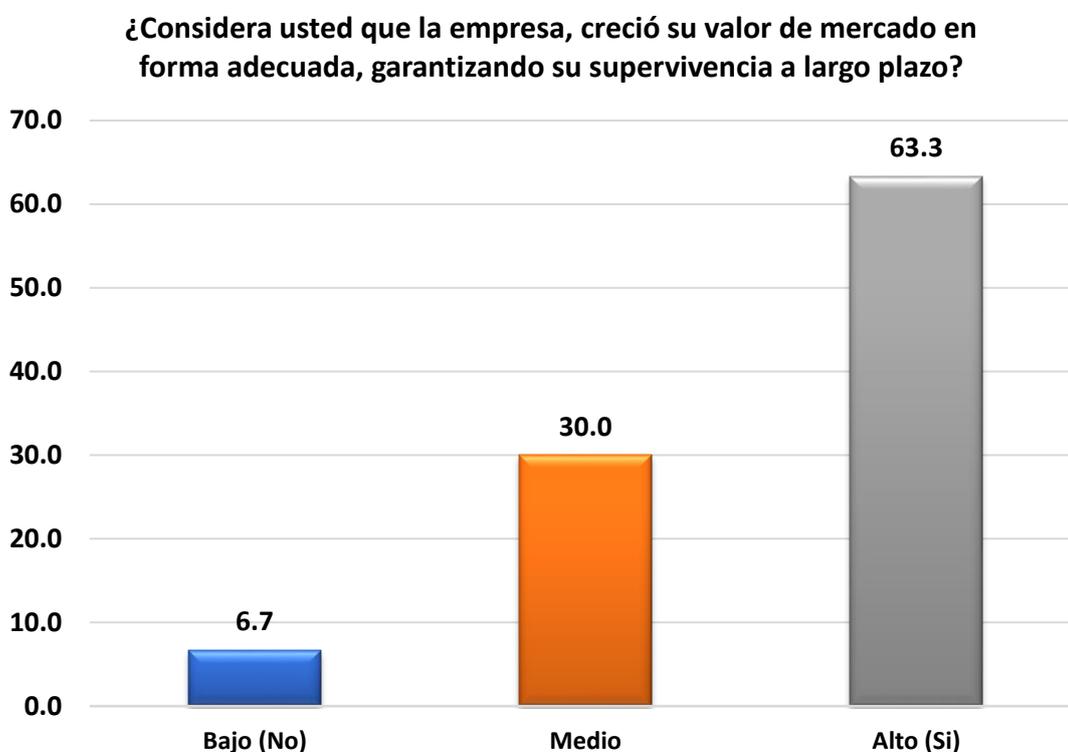


Tabla 31

Cuestionario pregunta: 09 - V.D.

| 9 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 4 | 6.7 |
| Medio | 18 | 30.0 |
| Alto (Si) | 38 | 63.3 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Los resultados que se muestran corresponden a la interrogante: ¿Considera usted que la empresa, creció su valor de mercado en forma adecuada, garantizando su supervivencia a largo plazo?; lo afirman un 63.3 %; un 30.0 % señalan mediamente y un 6.7 % lo niegan.

Gráfico 28

Cuestionario pregunta: 10 - V.D.

¿Considera usted que la empresa, creció su valor financiero en forma adecuada, garantizando la estabilidad financiera del negocio?

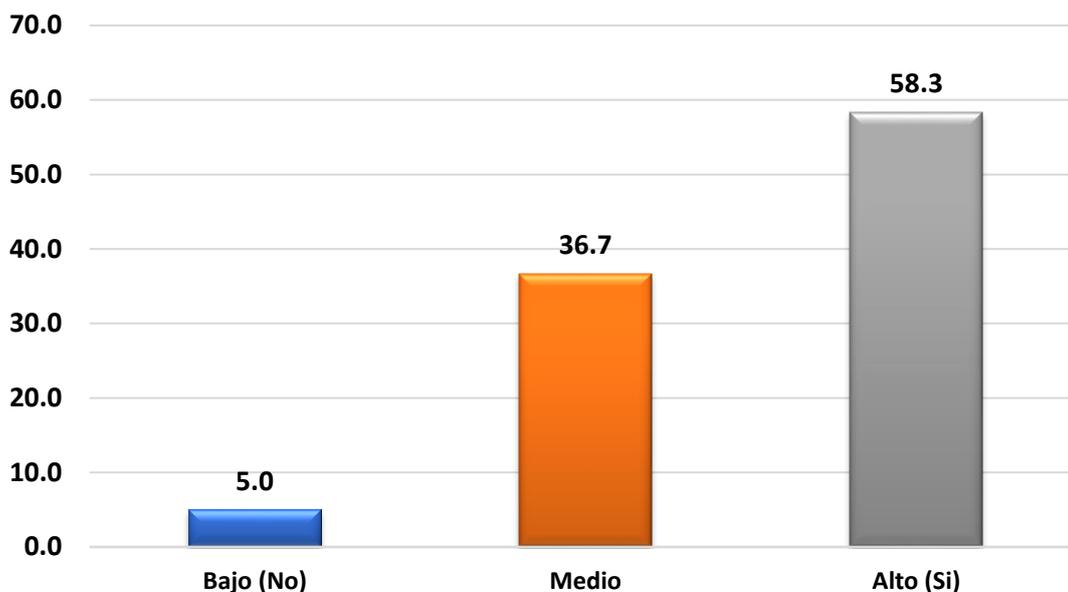


Tabla 32

Cuestionario pregunta: 10 - V.D.

| 10 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 3 | 5.0 |
| Medio | 22 | 36.7 |
| Alto (Si) | 35 | 58.3 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Del gráfico y cuadro estadístico, afirman el 58.3 % de los entrevistados que creció el valor financiero de la empresa en forma adecuada, garantizando la estabilidad financiera del negocio; el 36.7 % indican medianamente y el 5.0 % lo niegan.

Gráfico 29

Cuestionario pregunta: 11 - V.D.

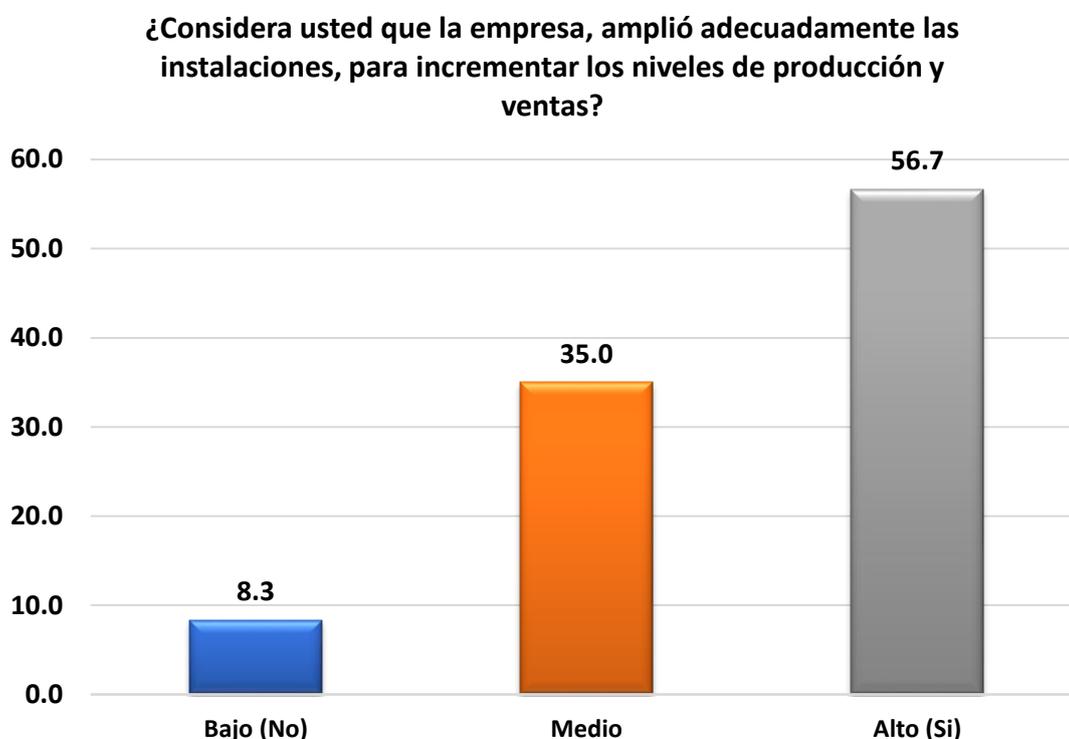


Tabla 33

Cuestionario pregunta: 11 - V.D.

| 11 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 5 | 8.3 |
| Medio | 21 | 35.0 |
| Alto (Si) | 34 | 56.7 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Los resultados que se muestran corresponden a la interrogante: ¿Considera usted que la empresa, amplió adecuadamente las instalaciones, para incrementar los niveles de producción y ventas?; un 56.7% lo afirman; un 35.0 % señalan mediamente y un 8.3 % lo niegan.

Gráfico 30

Cuestionario pregunta: 12 - V.D.

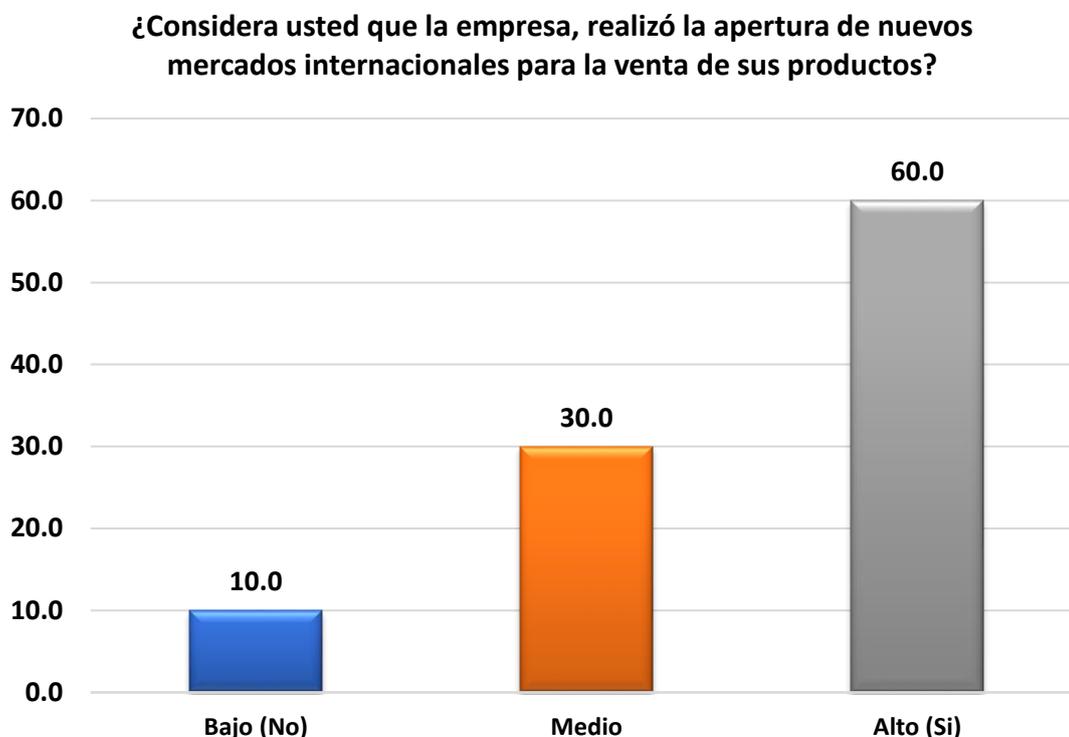


Tabla 34

Cuestionario pregunta: 12 - V.D.

| 12 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 6 | 10.0 |
| Medio | 18 | 30.0 |
| Alto (Si) | 36 | 60.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

Del gráfico y cuadro estadístico, afirman el 60.0 % de los entrevistados que la empresa, realizó la apertura de nuevos mercados internacionales para la venta de sus productos; el 30.0 % indican medianamente y el 10.0 % indican que no.

Gráfico 31

Cuestionario pregunta: 13 - V.D.

¿Considera usted que la empresa, obtuvo ventajas competitivas, con la implementación de estrategias de enfoque de mercados?

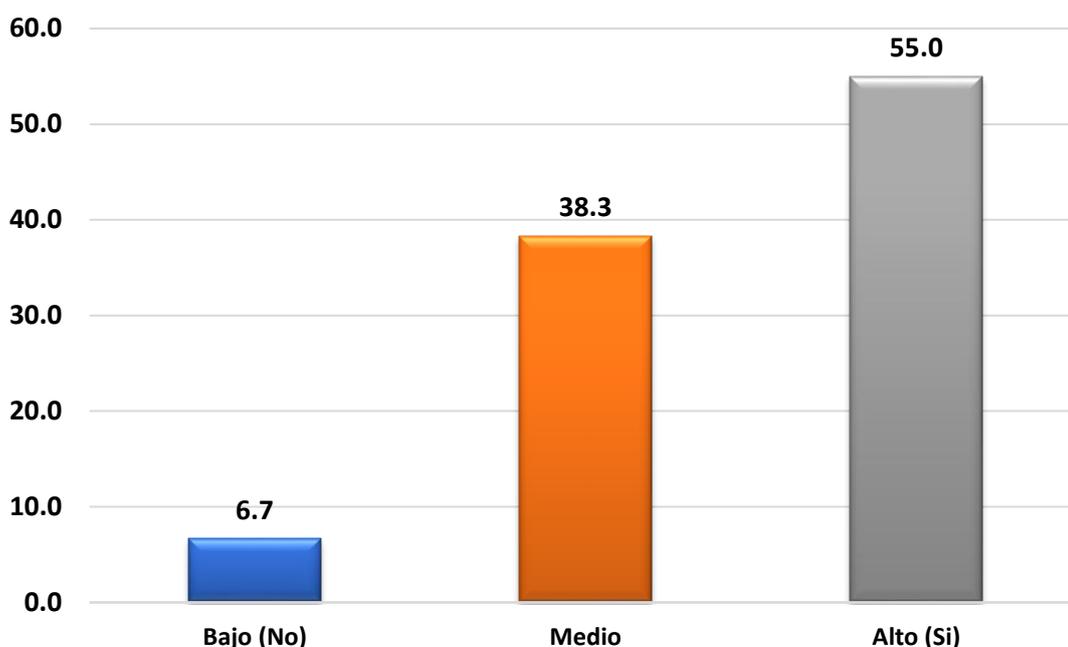


Tabla 35

Cuestionario pregunta: 13- V.D.

| 13 - VD | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Bajo (No) | 4 | 6.7 |
| Medio | 23 | 38.3 |
| Alto (Si) | 33 | 55.0 |
| TOTAL | 60 | 100 |

El gráfico muestra que el 55.0 % de los entrevistados aseveran que la empresa, obtuvo ventajas competitivas, con la implementación de estrategias de enfoque de mercados; un 38.3% consideran medianamente y un 6.7% estiman que no.

4.3. Prueba de hipótesis

4.3.1. Primera hipótesis

La **descripción del negocio** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Procedimiento de contrastación:

a) Hipótesis nula (H₀)

La **descripción del negocio NO** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

b) Hipótesis de estudio (H₁)

La **descripción del negocio** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

c) Nivel de significancia= 5%.

d) Coeficiente de Correlación de Pearson

Tabla 36

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación de Pearson

| HIPÓTESIS ESPECIFICO 1 | BAJO | MEDIO | ALTO | TOTAL |
|-----------------------------------|------|-------|------|-------|
| INDICADORES DE CRECIMIENTO - V.D. | 67 | 269 | 444 | 780 |
| DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO - V.I. | 11 | 39 | 70 | 120 |

Tabla 37*Coefficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 1*

| | | DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO | INDICADORES DE CRECIMIENTO |
|----------------------------|------------------------|-------------------------|----------------------------|
| DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO | Correlación de Pearson | 1 | ,998 [*] |
| | Sig. (bilateral) | | ,045 |
| | N | 3 | 3 |
| INDICADORES DE CRECIMIENTO | Correlación de Pearson | ,998 [*] | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,045 | |
| | N | 3 | 3 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

e) Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Tabla 38

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

| HIPÓTESIS ESPECIFICO 1 | BAJO | MEDIO | ALTO | TOTAL |
|-----------------------------------|------|-------|------|-------|
| INDICADORES DE CRECIMIENTO - V.D. | 67 | 269 | 444 | 780 |
| DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO - V.I. | 11 | 39 | 70 | 120 |

Tabla 39

Coefficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 1

| Resumen del modelo | | | | |
|--------------------|-------------------|------------|---------------------|---------------------------------|
| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado ajustado | Error estándar de la estimación |
| 1 | ,998 ^a | ,995 | ,990 | 18,840 |

a. Predictores: (Constante), DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

ANOVA^a

| Modelo | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--------|-----------|-------------------|----|------------------|---------|-------------------|
| 1 | Regresión | 70831,036 | 1 | 70831,036 | 199,544 | ,045 ^b |
| | Residuo | 354,964 | 1 | 354,964 | | |
| | Total | 71186,000 | 2 | | | |

a. Variable dependiente: INDICADORES DE CRECIMIENTO

b. Predictores: (Constante), DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Coefficientes^a

| Modelo | | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes estandarizados | t | Sig. |
|--------|-------------------------|--------------------------------|-------------|-----------------------------|--------|------|
| | | B | Desv. Error | | | |
| 1 | (Constante) | 4,937 | 21,080 | | ,234 | ,854 |
| | DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO | 6,377 | ,451 | ,998 | 14,126 | ,045 |

a. Variable dependiente: INDICADORES DE CRECIMIENTO

f) Interpretación

El análisis estadístico muestra que el valor de P, tanto en la Correlación de Pearson como en la Regresión Lineal, es de 0.045, lo cual es menor que 0.05. Esto indica que el coeficiente es estadísticamente significativo. Dado que el valor de P es 0.045, se confirma la hipótesis de estudio (hipótesis alterna H_1), lo que implica que existe una relación significativa entre las variables. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

4.3.2. Segunda hipótesis

El **plan de mercadeo** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Procedimiento de contrastación:

a) Hipótesis nula (H₀)

El **plan de mercadeo NO** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

b) Hipótesis de estudio (H_i)

El **plan de mercadeo** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de **café** en la región Pasco, año 2022.

c) Nivel de significancia= 5%.

d) Coeficiente de Correlación de Pearson

Tabla 40

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación de Pearson

| HIPÓTESIS ESPECIFICO 2 | BAJO | MEDIO | ALTO | TOTAL |
|-----------------------------------|------|-------|------|-------|
| INDICADORES DE CRECIMIENTO - V.D. | 67 | 269 | 444 | 780 |
| PLAN DE MERCADEO - V.I. | 27 | 78 | 135 | 240 |

Tabla 41*Coefficiente de Correlación de Pearson, Hipótesis específico 2*

| | | PLAN DE MERCADEO | INDICADORES DE CRECIMIENTO |
|----------------------------|------------------------|-------------------|----------------------------|
| PLAN DE MERCADEO | Correlación de Pearson | 1 | ,997 [*] |
| | Sig. (bilateral) | | ,047 |
| | N | 3 | 3 |
| INDICADORES DE CRECIMIENTO | Correlación de Pearson | ,997 [*] | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,047 | |
| | N | 3 | 3 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

e) Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Tabla 42

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

| HIPÓTESIS ESPECIFICO 2 | BAJO | MEDIO | ALTO | TOTAL |
|-----------------------------------|------|-------|------|-------|
| INDICADORES DE CRECIMIENTO - V.D. | 67 | 269 | 444 | 780 |
| PLAN DE MERCADEO - V.I. | 27 | 78 | 135 | 240 |

Tabla 43

Coefficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 2

| Resumen del modelo | | | | |
|--------------------|-------------------|------------|---------------------|---------------------------------|
| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado ajustado | Error estándar de la estimación |
| 1 | ,997 ^a | ,995 | ,989 | 19,563 |

a. Predictores: (Constante), PLAN DE MERCADEO

ANOVA^a

| Modelo | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--------|-----------|-------------------|----|------------------|---------|-------------------|
| 1 | Regresión | 70803,282 | 1 | 70803,282 | 185,001 | ,047 ^b |
| | Residuo | 382,718 | 1 | 382,718 | | |
| | Total | 71186,000 | 2 | | | |

a. Variable dependiente: INDICADORES DE CRECIMIENTO

b. Predictores: (Constante), PLAN DE MERCADEO

Coefficientes^a

| Modelo | | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes estandarizados Beta | t | Sig. |
|--------|------------------|--------------------------------|-------------|-------------------------------------|--------|------|
| | | B | Desv. Error | | | |
| 1 | (Constante) | -18,602 | 23,391 | | -,795 | ,572 |
| | PLAN DE MERCADEO | 3,483 | ,256 | ,997 | 13,602 | ,047 |

a. Variable dependiente: INDICADORES DE CRECIMIENTO

f) Interpretación

El análisis estadístico demuestra que el valor de P, tanto en la Correlación de Pearson como en la Regresión Lineal, es 0.047, el cual es inferior al umbral de 0.05. Esto significa que el coeficiente es estadísticamente significativo, confirmando así la hipótesis alternativa (H_i) que es la hipótesis de estudio. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0), concluyendo que existe una relación significativa entre las variables analizadas (Hernández-Sampiere et al., 2014).

4.3.3. Tercera hipótesis

El **plan de producción** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Procedimiento de contrastación:

a) Hipótesis nula (H_0)

El **plan de producción NO** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

b) Hipótesis de estudio (Hi)

El **plan de producción** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

c) Nivel de significancia= 5%

d) Coeficiente de Correlación de Pearson

Tabla 44

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación de Pearson

| HIPÓTESIS ESPECIFICO 3 | BAJO | MEDIO | ALTO | TOTAL |
|-----------------------------------|------|-------|------|-------|
| INDICADORES DE CRECIMIENTO - V.D. | 67 | 269 | 444 | 780 |
| PLAN DE PRODUCCIÓN - V.I. | 18 | 65 | 97 | 180 |

Tabla 45

Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 3

Correlaciones

| | | PLAN DE PRODUCCIÓN | INDICADORES DE CRECIMIENTO |
|----------------------------|------------------------|--------------------|----------------------------|
| PLAN DE PRODUCCIÓN | Correlación de Pearson | 1 | ,998 [*] |
| | Sig. (bilateral) | | ,043 |
| | N | 3 | 3 |
| INDICADORES DE CRECIMIENTO | Correlación de Pearson | ,998 [*] | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,043 | |
| | N | 3 | 3 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

e) **Coefficiente de Correlación Lineal de Pearson**

Tabla 46

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

| HIPÓTESIS ESPECIFICO 3 | BAJO | MEDIO | ALTO | TOTAL |
|-----------------------------------|------|-------|------|-------|
| INDICADORES DE CRECIMIENTO - V.D. | 67 | 269 | 444 | 780 |
| PLAN DE PRODUCCIÓN - V.I. | 18 | 65 | 97 | 180 |

Tabla 47

Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 3

Resumen del modelo

| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado ajustado | Error estándar de la estimación |
|--------|-------------------|------------|---------------------|---------------------------------|
| 1 | ,998 ^a | ,995 | ,991 | 18,092 |

a. Predictores: (Constante), PLAN DE PRODUCCIÓN

ANOVA^a

| Modelo | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--------|-----------|-------------------|----|------------------|---------|-------------------|
| 1 | Regresión | 70858,670 | 1 | 70858,670 | 216,475 | ,043 ^b |
| | Residuo | 327,330 | 1 | 327,330 | | |
| | Total | 71186,000 | 2 | | | |

a. Variable dependiente: INDICADORES DE CRECIMIENTO

b. Predictores: (Constante), PLAN DE PRODUCCIÓN

Coefficientes^a

| Modelo | | Coefficients no estandarizados | | Coefficients estandarizados Beta | t | Sig. |
|--------|--------------------|--------------------------------|-------------|-------------------------------------|--------|------|
| | | B | Desv. Error | | | |
| 1 | (Constante) | -24,212 | 21,960 | | -1,103 | ,469 |
| | PLAN DE PRODUCCIÓN | 4,737 | ,322 | ,998 | 14,713 | ,043 |

a. Variable dependiente: INDICADORES DE CRECIMIENTO

f) Interpretación

El análisis estadístico muestra que, tanto en la Correlación de Pearson como en la Regresión Lineal, el valor de P es 0.043, lo cual es inferior al valor de 0.05 establecido como límite. Esto indica que el coeficiente es significativo, confirmando así la hipótesis de estudio (Hi) y rechazando la hipótesis nula (Ho). En otras palabras, los resultados respaldan la propuesta inicial de la investigación (Hernández-Sampiere et al., 2014).

4.3.4. Cuarta hipótesis

El **plan legal y de administración** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Procedimiento de contrastación:

a) Hipótesis nula (H₀)

El **plan legal y de administración** **NO** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

b) Hipótesis de estudio (Hi)

El **plan legal y de administración** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

c) Nivel de significancia= 5%

d) Coeficiente de Correlación de Pearson

Tabla 48

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 4, Coeficiente de Correlación de Pearson

| HIPÓTESIS ESPECIFICO 4 | BAJO | MEDIO | ALTO | TOTAL |
|---------------------------------------|------|-------|------|-------|
| INDICADORES DE CRECIMIENTO - V.D. | 67 | 269 | 444 | 780 |
| PLAN LEGAL Y DE ADMINISTRACIÓN - V.I. | 14 | 59 | 107 | 180 |

Tabla 49

Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 4

Correlaciones

| | | PLAN LEGAL Y ADMINISTRATIVO | INDICADORES DE CRECIMIENTO |
|-----------------------------|------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| PLAN LEGAL Y ADMINISTRATIVO | Correlación de Pearson | 1 | ,998 [*] |
| | Sig. (bilateral) | | ,038 |
| | N | 3 | 3 |
| INDICADORES DE CRECIMIENTO | Correlación de Pearson | ,998 [*] | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,038 | |
| | N | 3 | 3 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

e) Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Tabla 50

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 4, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

| HIPÓTESIS ESPECIFICO 4 | BAJO | MEDIO | ALTO | TOTAL |
|---------------------------------------|------|-------|------|-------|
| INDICADORES DE CRECIMIENTO - V.D. | 67 | 269 | 444 | 780 |
| PLAN LEGAL Y DE ADMINISTRACIÓN - V.I. | 14 | 59 | 107 | 180 |

Tabla 51*Coefficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 4***Resumen del modelo**

| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado ajustado | Error estándar de la estimación |
|--------|-------------------|------------|---------------------|---------------------------------|
| 1 | ,998 ^a | ,996 | ,993 | 15,985 |

a. Predictores: (Constante), PLAN LEGAL Y ADMINISTRATIVO

ANOVA^a

| Modelo | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--------|-----------|-------------------|----|------------------|---------|-------------------|
| 1 | Regresión | 70930,488 | 1 | 70930,488 | 277,601 | ,038 ^b |
| | Residuo | 255,512 | 1 | 255,512 | | |
| | Total | 71186,000 | 2 | | | |

a. Variable dependiente: INDICADORES DE CRECIMIENTO

b. Predictores: (Constante), PLAN LEGAL Y ADMINISTRATIVO

Coefficientes^a

| Modelo | | Coefficients no estandarizados | | Coefficients estandarizados | t | Sig. |
|--------|-----------------------------|--------------------------------|-------------|-----------------------------|--------|------|
| | | B | Desv. Error | Beta | | |
| 1 | (Constante) | 17,046 | 17,257 | | ,988 | ,504 |
| | PLAN LEGAL Y ADMINISTRATIVO | 4,049 | ,243 | ,998 | 16,661 | ,038 |

a. Variable dependiente: INDICADORES DE CRECIMIENTO

f) Interpretación

El análisis estadístico revela que, tanto en la Correlación de Pearson como en la Regresión Lineal, el valor de P es 0.038, el cual es inferior al valor de referencia 0.05. Esto indica que el coeficiente es estadísticamente significativo. Al ser P igual a 0.038, se confirma la hipótesis alternativa (Hi), que es la hipótesis de estudio. Por lo tanto, se puede afirmar que existe evidencia estadística significativa, y en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (Ho) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

4.3.5. Quinta hipótesis

El **plan financiero** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Procedimiento de contrastación:

a) Hipótesis nula (H₀)

El **plan financiero NO** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

b) Hipótesis de estudio (H_i)

El **plan financiero** incide significativamente en los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

c) Nivel de significancia= 5%

d) Coeficiente de Correlación de Pearson

Tabla 52

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 5, Coeficiente de Correlación de Pearson

| HIPÓTESIS ESPECIFICO 5 | BAJO | MEDIO | ALTO | TOTAL |
|-----------------------------------|------|-------|------|-------|
| INDICADORES DE CRECIMIENTO - V.D. | 67 | 269 | 444 | 780 |
| PLAN FINANCIERO - V.I. | 39 | 119 | 202 | 360 |

Tabla 53*Coefficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 5*

| | | PLAN FINANCIERO | INDICADORES DE CRECIMIENTO |
|----------------------------|------------------------|-------------------|----------------------------|
| PLAN FINANCIERO | Correlación de Pearson | 1 | ,999 [*] |
| | Sig. (bilateral) | | ,033 |
| | N | 3 | 3 |
| INDICADORES DE CRECIMIENTO | Correlación de Pearson | ,999 [*] | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,033 | |
| | N | 3 | 3 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

e) Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Tabla 54

Resumen cuestionario: Hipótesis específico 5, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

| HIPÓTESIS ESPECIFICO 5 | BAJO | MEDIO | ALTO | TOTAL |
|-----------------------------------|------|-------|------|-------|
| INDICADORES DE CRECIMIENTO - V.D. | 67 | 269 | 444 | 780 |
| PLAN FINANCIERO - V.I. | 39 | 119 | 202 | 360 |

Tabla 55

Coefficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 5

| Resumen del modelo | | | | |
|--------------------|-------------------|------------|---------------------|---------------------------------|
| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado ajustado | Error estándar de la estimación |
| 1 | ,999 ^a | ,997 | ,995 | 13,855 |

a. Predictores: (Constante), PLAN FINANCIERO

ANOVA^a

| Modelo | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--------|-----------|-------------------|----|------------------|---------|-------------------|
| 1 | Regresión | 70994,050 | 1 | 70994,050 | 369,856 | ,033 ^b |
| | Residuo | 191,950 | 1 | 191,950 | | |
| | Total | 71186,000 | 2 | | | |

a. Variable dependiente: INDICADORES DE CRECIMIENTO

b. Predictores: (Constante), PLAN FINANCIERO

Coefficientes^a

| Modelo | | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes estandarizados | t | Sig. |
|--------|-----------------|--------------------------------|-------------|-----------------------------|--------|------|
| | | B | Desv. Error | Beta | | |
| 1 | (Constante) | -17,393 | 16,493 | | -1,055 | ,483 |
| | PLAN FINANCIERO | 2,312 | ,120 | ,999 | 19,232 | ,033 |

a. Variable dependiente: INDICADORES DE CRECIMIENTO

f) Interpretación

El análisis estadístico muestra que, tanto en la Correlación de Pearson como en la Regresión Lineal, el valor de P es 0.033, lo que es menor que 0.05. Esto indica que el coeficiente es estadísticamente significativo. Dado que el valor de P es 0.033, se confirma la hipótesis alternativa (Hi), que es la hipótesis de estudio, lo que significa que hay una relación significativa entre las variables. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (Ho) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

4.4. Discusión de resultados

En la discusión de resultados se tomó en cuenta en el cuestionario:

- Variable independiente: **Plan de negocios**, en las empresas exportadoras de café en la región de Pasco, se midieron de la siguiente forma:

Alto: Adecuada implementación del plan de negocios.

Medio: Medianamente adecuada implementación del plan de negocios.

Bajo: Inadecuada implementación del plan de negocios.

➤ Variable dependiente: **Crecimiento empresarial**, en las empresas exportadoras de café en la región de Pasco, se midieron de la siguiente forma:

Alto: Adecuado crecimiento empresarial.

Medio: Medianamente adecuado crecimiento empresarial.

Bajo: Inadecuado crecimiento empresarial.

“El coeficiente de correlación (R_{xy}) es una herramienta que nos permite medir la fuerza y la dirección de la relación lineal entre dos variables, X e Y (donde X es la variable independiente y Y es la variable dependiente). Cuando el valor de R_{xy} es +1, significa que estas dos variables están perfectamente relacionadas de manera lineal y positiva” (Anderson et al., 2008).

- **Discusión de resultados hipótesis específico 1**

Dimensión: Descripción del negocio (causa).

Dimensión: Indicadores de crecimiento (efecto).

Tabla 56

Discusión de resultados: Hipótesis específico 1

| Estadísticos | Nivel de Significancia P=0.05 | Coeficiente de Correlación (R_{xy}) | Referencia Tablas |
|------------------------|---|--|-------------------|
| Correlación de Pearson | 0.045 | 0.998 | Tabla 37 |
| Regresión Lineal | 0.045 | 0.998 | Tabla 39 |

De acuerdo con los resultados mostrados en las Tablas 37 y 39, se confirma la hipótesis alternativa o de estudio, ya que el nivel de significancia es inferior a 0.05. Además, se observa una correlación positiva muy fuerte (superior a 0.90, acercándose a +1.00) entre las dimensiones "Descripción del negocio"

(causa) e "Indicadores de crecimiento" (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye que, la **descripción del negocio** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

- **Discusión de resultados hipótesis específico 2**

Dimensión: Plan de mercadeo (causa).

Dimensión: Indicadores de crecimiento (efecto).

Tabla 57

Discusión de resultados: Hipótesis específico 2

| Estadísticos | Nivel de Significancia P=0.05 | Coefficiente de Correlación (Rxy) | Referencia Tablas |
|------------------------|--------------------------------------|--|--------------------------|
| Correlación de Pearson | 0.047 | 0.997 | Tabla 41 |
| Regresión Lineal | 0.047 | 0.997 | Tabla 43 |

De acuerdo con los datos presentados en las Tablas 41 y 43, se comprueba la hipótesis alternativa H_1) o hipótesis de investigación, ya que el nivel de significancia es inferior a 0.05. Además, se observa una correlación positiva muy fuerte (mayor a +0.90, acercándose a +1.00) entre las dimensiones: Plan de mercadeo (causa) e Indicadores de crecimiento (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye que, el **plan de mercadeo** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

- **Discusión de resultados hipótesis específico 3**

Dimensión: Plan de producción (causa).

Dimensión: Indicadores de crecimiento (efecto).

Tabla 58

Discusión de resultados: Hipótesis específico 3

| Estadísticos | Nivel de Significancia P=0.05 | Coefficiente de Correlación (Rxy) | Referencia Tablas |
|------------------------|--|--|--------------------------|
| Correlación de Pearson | 0.043 | 0.998 | Tabla 45 |
| Regresión Lineal | 0.043 | 0.998 | Tabla 47 |

De acuerdo con los datos presentados en las Tablas 45 y 47, se verifica que la hipótesis alternativa H_1), o la hipótesis de estudio, es válida. Esto se debe a que el nivel de significancia es inferior al valor de 0.05. Además, se observa una correlación positiva muy sólida ($> +0.90$, acercándose a +1.00) entre las dimensiones: Plan de producción (causa) e indicadores de crecimiento (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye que, el **plan de producción** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

- **Discusión de resultados hipótesis específico 4**

Dimensión: Plan legal y de administración (causa).

Dimensión: Indicadores de crecimiento (efecto).

Tabla 59

Discusión de resultados: Hipótesis específico 4

| Estadísticos | Nivel de Significancia P=0.05 | Coefficiente de Correlación (Rxy) | Referencia Tablas |
|------------------------|--|--|--------------------------|
| Correlación de Pearson | 0.038 | 0.998 | Tabla 49 |

De acuerdo con los datos presentados en las Tablas 49 y 51, se puede aceptar la hipótesis de estudio planteada, ya que el nivel de significancia es inferior a 0.05. Además, se observa una correlación positiva muy fuerte (superior a +0.90, acercándose a +1.00) entre las dimensiones: Plan legal y de administración (causa) e indicadores de crecimiento (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye que, el **plan legal y de administración** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

- **Discusión de resultados hipótesis específico 5**

Dimensión: Plan financiero (causa).

Dimensión: Indicadores de crecimiento (efecto).

Tabla 60

Discusión de resultados: Hipótesis específico 5

| Estadísticos | Nivel de Significancia P=0.05 | Coefficiente de Correlación (Rxy) | Referencia de Tablas |
|------------------------|--|--|-----------------------------|
| Correlación de Pearson | 0.033 | 0.999 | Tabla 53 |
| Regresión Lineal | 0.033 | 0.999 | Tabla 55 |

Basándose en la información de las Tablas 53 y 55, se comprueba la hipótesis alternativa H_i) o hipótesis de estudio, ya que el nivel de significancia es inferior a 0.05. Además, se ha encontrado una correlación positiva muy fuerte ($> +0.90$, aproximándose a +1.00) entre las dimensiones: plan financiero (causa) e indicadores de crecimiento (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye que, el **plan financiero** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

Dimensión: Indicadores de crecimiento (efecto).

Tabla 61

Discusión de resultados: Hipótesis específico 1

| Estadísticos | Nivel de Significancia P=0.05 | Coefficiente de Correlación (Rxy) | Referencia Tablas |
|------------------------|--------------------------------------|--|--------------------------|
| Correlación de Pearson | 0.045 | 0.998 | Tabla 37 |
| Regresión Lineal | 0.045 | 0.998 | Tabla 39 |

De acuerdo con los resultados mostrados en las Tablas 37 y 39, se confirma la hipótesis alternativa o de estudio, ya que el nivel de significancia es inferior a 0.05. Además, se observa una correlación positiva muy fuerte (superior a +0.90, acercándose a +1.00) entre las dimensiones "Descripción del negocio" (causa) e "Indicadores de crecimiento" (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye que, la **descripción del negocio** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

- **Discusión de resultados hipótesis específico 2**

Dimensión: Plan de mercadeo (causa).

Dimensión: Indicadores de crecimiento (efecto).

Tabla 62*Discusión de resultados: Hipótesis específico 2*

| Estadísticos | Nivel de Significancia P=0.05 | Coefficiente de Correlación (Rxy) | Referencia Tablas |
|------------------------|--------------------------------------|--|--------------------------|
| Correlación de Pearson | 0.047 | 0.997 | Tabla 41 |
| Regresión Lineal | 0.047 | 0.997 | Tabla 43 |

De acuerdo con los datos presentados en las Tablas 41 y 43, se comprueba la hipótesis alternativa H_1) o hipótesis de investigación, ya que el nivel de significancia es inferior a 0.05. Además, se observa una correlación positiva muy fuerte (mayor a +0.90, acercándose a +1.00) entre las dimensiones: Plan de mercadeo (causa) e Indicadores de crecimiento (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye que, el **plan de mercadeo** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

- **Discusión de resultados hipótesis específico 3**

Dimensión: Plan de producción (causa).

Dimensión: Indicadores de crecimiento (efecto).

Tabla 63*Discusión de resultados: Hipótesis específico 3*

| Estadísticos | Nivel de Significancia P=0.05 | Coefficiente de Correlación (Rxy) | Referencia Tablas |
|------------------------|--------------------------------------|--|--------------------------|
| Correlación de Pearson | 0.043 | 0.998 | Tabla 45 |
| Regresión Lineal | 0.043 | 0.998 | Tabla 47 |

De acuerdo con los datos presentados en las Tablas 45 y 47, se verifica que la hipótesis alternativa H_1), o la hipótesis de estudio, es válida. Esto se debe a que el nivel de significancia es inferior al valor de 0.05. Además, se observa una correlación positiva muy sólida ($> +0.90$, acercándose a $+1.00$) entre las dimensiones: Plan de producción (causa) e indicadores de crecimiento (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye que, el **plan de producción** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

- **Discusión de resultados hipótesis específico 4**

Dimensión: Plan legal y de administración (causa).

Dimensión: Indicadores de crecimiento (efecto).

Tabla 64

Discusión de resultados: Hipótesis específico 4

| Estadísticos | Nivel de Significancia P=0.05 | Coefficiente de Correlación (Rxy) | Referencia de Tablas |
|------------------------|--|--|-----------------------------|
| Correlación de Pearson | 0.038 | 0.998 | Tabla 49 |
| Regresión Lineal | 0.038 | 0.998 | Tabla 51 |

De acuerdo con los datos presentados en las Tablas 49 y 51, se puede aceptar la hipótesis de estudio planteada, ya que el nivel de significancia es inferior a 0.05. Además, se observa una correlación positiva muy fuerte (superior a $+0.90$, acercándose a $+1.00$) entre las dimensiones: Plan legal y de administración (causa) e indicadores de crecimiento (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye que, el **plan legal y de administración** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

- **Discusión de resultados hipótesis específico 5**

Dimensión: Plan financiero (causa).

Dimensión: Indicadores de crecimiento (efecto).

Tabla 65

Discusión de resultados: Hipótesis específico 5

| Estadísticos | Nivel de Significancia P=0.05 | Coefficiente de Correlación (Rxy) | Referencia de Tablas |
|------------------------|--------------------------------------|--|-----------------------------|
| Correlación de Pearson | 0.033 | 0.999 | Tabla 53 |
| Regresión Lineal | 0.033 | 0.999 | Tabla 55 |

Basándose en la información de las Tablas 53 y 55, se comprueba la hipótesis alternativa H_i o hipótesis de estudio, ya que el nivel de significancia es inferior a 0.05. Además, se ha encontrado una correlación positiva muy fuerte ($> +0.90$, aproximándose a $+1.00$) entre las dimensiones: plan financiero (causa) e indicadores de crecimiento (efecto) (Hernández-Sampiere et al., 2014).

Consecuentemente se concluye que, el **plan financiero** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.

CONCLUSIONES

- 1) Respecto al objetivo general se concluye que, el **plan de negocios** incide significativamente en el **crecimiento**, de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. Se llegó a las mismas conclusiones en las tesis de: (Gálvez 2022), (Gamonal & Tafur 2021) y (Santos 2015) considerados en los antecedentes de la investigación.
- 2) Respecto del primer objetivo específico concluimos que, la **descripción del negocio** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. Se obtuvo el nivel de significancia de 0.045 y un coeficiente de correlación de 0.998.
- 3) A cerca del segundo objetivo específico concluimos que, el **plan de mercadeo** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. El nivel de significancia es de 0.047 y el coeficiente de correlación 0.997.
- 4) Respecto al tercer objetivo específico se concluye que, el **plan de producción** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. El nivel de significancia es 0.043 y el coeficiente de correlación 0.998.
- 5) En lo referente al cuarto objetivo específico concluimos que el **plan legal y de administración** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. Obteniéndose un nivel de significancia de 0.038 y un coeficiente de correlación de 0.998.
- 6) Acerca del quinto objetivo específico concluimos que, el **plan financiero** incide significativamente en el incremento de los **indicadores de crecimiento**, en las

empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. El nivel de significancia es 0.033 y el coeficiente de correlación de 0.999.

RECOMENDACIONES

El desarrollo y la evolución de una empresa implican un proceso continuo de mejoras que les permite alcanzar los objetivos y las metas de éxito que han establecido previamente. Para lograr este crecimiento empresarial, es fundamental considerar lo siguiente:

- 1) El plan de crecimiento empresarial debe contemplar el incrementar del volumen de las ventas de los productos o servicios, mediante un plan de negocios que defina objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo definido.
- 2) La reducción de los costos de operación, sin desmejorar la calidad de los productos o servicios, para el efecto es necesario contar con una adecuada contabilidad de costos.
- 3) Aumentar la productividad a través de la automatización de procesos, para el efecto la tecnología es sumamente importante para este fin (robótica, inteligencia artificial, etc.).
- 4) Expandir las ventas en nuevos mercados buscando nuevos nichos de mercado nacional e internación, mediante un plan de negocios.
- 5) El equipo directivo tiene que dedicar tiempo a la planificación y ejecución de las estrategias de crecimiento.
- 6) La tecnología juega un papel fundamental para el desarrollo y el crecimiento de una organización, esto ayudará a la empresa a darse a conocer forjándose una marca, emprender nuevos negocios, retener y fidelizar a su clientes, debiéndose optimizar el marketing, las ventas, los servicios al cliente, los procesos operacionales.
- 7) Utilizando la tecnología las organizaciones se reinventan, involucrando a todas las áreas de la empresa para incrementar la productividad, mediante la eficiencia de sus procesos, innovando productos y servicios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, P. Y. (2019). *¿Por qué la producción de café en el Perú no es rentable?*
<https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/por-que-la-produccion-de-cafe-en-el-peru-no-es-rentable>
- Andrés, Á. (2020, julio 17). Estrategias de crecimiento empresarial. *Blog de Recursos Humanos de Bizneo HR: práctico y actual*.
<https://www.bizneo.com/blog/crecimiento-empresarial/>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera edición). Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Blázquez, F., Dorta, J. A., & Verona, M. C. (2006). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administración*, 19(31), 165-195.
- Definicion.de. (s. f.). *Definición de plan de negocios*. Definición.de. Recuperado 16 de febrero de 2023, de <https://definicion.de/plan-de-negocios/>
- Franco, P. (2015). *Planes de negocios: Una metodología alternativa*. Universidad del Pacífico.
- Gálvez, A. M. (2022). *Estrategias financieras para incrementar la productividad de las empresas exportadoras de café en la región Cajamarca, 2020—2021* [Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres].
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/11192>
- Gamarra, G., Rivera, T. A., Wong, F. J., & Pujay, O. E. (2015). *Estadística e investigación con aplicaciones de SPSS*. Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Gamonal, U., & Tafur, R. (2021). *Plan de Negocios para implementar un Minimarket en la Ciudad de Lambayeque – 2019* [Universidad Pedro Ruiz Gallo].
<http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/9301>

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta edición). McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Hernández-Sampiere, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación* (Primera edición). McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). *El plan de negocios y la gestión operativa*.
<https://gestionparticipativa.pe.iica.int/getattachment/326bb94b-496a-4fbc-9602-b1b6c82b0a72/Planes-de-negocios-y-la-gestion-operativa.aspx>
- Moreno, E. (2013, agosto 7). Metodología de investigación, pautas para hacer tesis. *Metodología de investigación, pautas para hacer tesis*. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/limitaciones-del-problema-de.html>
- PROMPERÚ. (2022). *Directorio de empresas agroexportadoras en el Perú*.
<https://exportemos.pe/servicios-digitales/directorio>
- Salazar, M. B., Icaza, M. de F., & Alejo, O. J. (2018). La importancia de la ética en la investigación. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 305-311.
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma - Vicerectorado de Investigación. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1480>
- Santos, A. M. (2015). *Plan de negocios* [Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Económicas]. <http://feminismo.bdigital.uncu.edu.ar/7579>
- Supo, J. (2012). *Seminario de investigación científica*. Bioestadístico.com.

SYDLE. (2021, junio 11). *Indicadores de productividad: ¿qué son y cómo medirlos?*

SYDLE. <https://www.sydle.com/br/blog/indicadores-de-productividade-60c3708b688db6117f3d5c09/>

Vara, A. A. (2015). *7 Pasos para elaborar una tesis* (Primera edición). Empresa Editora Macro EIRL.

Vilchez, P., Mejía, E., Pontet, N., González, J. M., Choy, E. E., Farfán, M. A., Sánchez, X., & Orellano, J. C. (2019). *Fundamentos y reflexiones de teoría contable*. Edigraber.

ANEXOS

ANEXO 01: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Cuestionario

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

INVESTIGACIÓN: “Plan de negocios como herramienta para el crecimiento, de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022”

CUESTIONARIO: Sesenta (60) funcionarios y/o trabajadores de nueve (9) empresas exportadoras de café de la región Pasco.

OBJETIVOS: Obtener datos de las variables: Plan de negocios y crecimiento, en las empresas agroexportadoras de la región Pasco, año 2022.

INSTRUCCIÓN:

Lea usted con atención y conteste a todas las preguntas, su participación es de suma importancia, para el logro de los objetivos de la investigación.

GRACIAS POR TU COOPERACIÓN

INFORMACIÓN GENERAL:

Fecha: ____/____/2024.

| V.I. PLAN DE NEGOCIOS | | | | |
|---------------------------------------|--|-------------|--------------|---------------------|
| DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO | | BAJO | MEDIO | ALTO |
| 01 | ¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el análisis del entorno del negocio, identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 02 | ¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el planeamiento estratégico en sus componentes: valores, misión, visión, objetivos estratégicos? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| PLAN DE MERCADEO | | BAJO | MEDIO | ALTO |
| 03 | ¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de mercadeo, respecto al producto (marca, empaque y etiquetado)? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 04 | ¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de mercadeo, sobre el precio del café a nivel internacional? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 05 | ¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de mercadeo, acerca de la distribución del café en el mercado exterior? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 06 | ¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de mercadeo, en cuanto a la promoción de la venta del café en el mercado exterior? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| PLAN DE PRODUCCIÓN | | BAJO | MEDIO | ALTO |
| 07 | ¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de producción, respecto a la disponibilidad de la materia prima, mediante el sembrío y acopio del café? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 08 | ¿Considera usted que la empresa, realizó adecuadamente el plan de producción, referente a la localización de los centros de producción? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 09 | ¿Considera usted que la empresa, diseñó adecuadamente la ingeniería del negocio, comprendiendo los procesos de producción, costos de producción e inversiones en maquinaria, equipo e instalaciones? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| PLAN LEGAL Y DE ADMINISTRACIÓN | | BAJO | MEDIO | ALTO |
| 10 | ¿Considera usted que la empresa, estableció adecuadamente la estructura organizacional, como el reglamento de organización y funciones, organigrama, etc.? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 11 | ¿Considera usted que la empresa, cumple en forma adecuada las normas ambientales, de acuerdo a los objetivos de desarrollo sostenible? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 12 | ¿Considera usted que la empresa, realiza con eficiencia y eficacia los gastos administrativos y de ventas? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| PLAN FINANCIERO | | BAJO | MEDIO | ALTO |
| 13 | ¿Considera usted que la empresa, implementó en forma adecuada la planificación de presupuestos, mediante el presupuesto maestro? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 14 | ¿Considera usted que la empresa, implementó en forma adecuada el plan financiero, respecto al precio de venta en el mercado? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 15 | | No | Medianamente | Si |

| | | | | |
|----|---|----|--------------|------------------|
| | ¿Considera usted que la empresa, obtuvo las proyecciones del flujo de caja mensual, establecidos en el plan financiero? | | | Adecuadamente |
| 16 | ¿Considera usted que la empresa, obtuvo las proyecciones del punto de equilibrio, establecidos en el plan financiero? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 17 | ¿Considera usted que la empresa, implementó en forma adecuada el plan financiero, en cuanto al financiamiento de la inversión? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 18 | ¿Considera usted que la empresa, obtuvo las proyecciones sobre la rentabilidad, como el VAN, TIR, etc., establecidos en el plan financiero? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |

V.D. CRECIMIENTO EMPRESARIAL

| INDICADORES DE CRECIMIENTO | | BAJO | MEDIO | ALTO |
|----------------------------|--|------|--------------|------------------|
| 01 | ¿Considera usted que la empresa, obtuvo el crecimiento adecuado de sus ventas? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 02 | ¿Considera usted que la empresa, obtuvo el incremento adecuado de su margen de contribución? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 03 | ¿Considera usted que la empresa, disminuyó adecuadamente los costos y gastos fijos del negocio? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 04 | ¿Considera usted que la empresa, obtuvo el incremento de la calidad del producto de exportación? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 05 | ¿Considera usted que la empresa, obtuvo un crecimiento adecuado de las ganancias del negocio? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 06 | ¿Considera usted que la empresa, obtuvo un crecimiento adecuado de los flujos de caja? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 07 | ¿Considera usted que la empresa, obtuvo un crecimiento adecuado de las inversiones de capital, para la expansión y mejora de la productividad? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 08 | ¿Considera usted que la empresa, obtuvo un crecimiento adecuado de su patrimonio? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 09 | ¿Considera usted que la empresa, creció su valor de mercado en forma adecuada, garantizando su supervivencia a largo plazo? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 10 | ¿Considera usted que la empresa, creció su valor financiero en forma adecuada, garantizando la estabilidad financiera del negocio? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 11 | ¿Considera usted que la empresa, amplió adecuadamente las instalaciones, para incrementar los niveles de producción y ventas? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 12 | ¿Considera usted que la empresa, realizó la apertura de nuevos mercados internacionales para la venta de sus productos? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |
| 13 | ¿Considera usted que la empresa, obtuvo ventajas competitivas, con la implementación de estrategias de enfoque de mercados? | No | Medianamente | Si Adecuadamente |

EDICIÓN DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN:

Plan de negocios – Variable independiente (V.I.):

Alto = Adecuada implementación del plan de negocios.
Medio = Medianamente adecuada implementación del plan de negocios.
Bajo = Inadecuada implementación del plan de negocios.

Crecimiento empresarial – Variable dependiente (V.D.):

Alto = Adecuado crecimiento empresarial.
Medio = Medianamente adecuado crecimiento empresarial.
Bajo = Inadecuado crecimiento empresarial.

ANEXO 02: Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos

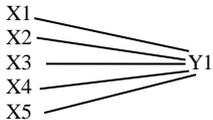
| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 10 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 10 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,924 | 31 |

ANEXO 03: Matriz de consistencia
“Plan de negocios como herramienta para el crecimiento, de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022”

| PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | OBJETIVO | HIPÓTESIS | VARIABLES E INDICADORES. | METODOLOGÍA INVESTIGACIÓN | TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS | POBLACIÓN Y MUESTRA. |
|---|---|---|--|---|--|---|
| PROBLEMA GENERAL: ¿En qué medida el plan de negocios incide en el crecimiento , de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022? | OBJETIVO GENERAL: Determinar en qué medida el plan de negocios , incide en el crecimiento , de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. | HIPÓTESIS GENERAL: El plan de negocios incide significativamente en el crecimiento , de las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. | VI: Plan de negocios. VD: Crecimiento empresarial. | MÉTODO DE INVESTIGACIÓN. No experimental cuantitativo. | TÉCNICAS: - Entrevista. | POBLACIÓN: Setenta (70) funcionarios y/o trabajadores de nueve (9) empresas exportadoras de café de la región Pasco. |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS: ¿En qué medida la descripción del negocio incide en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022? | OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Determinar en qué medida la descripción del negocio , incide en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. | HIPÓTESIS ESPECÍFICOS: La descripción del negocio incide significativamente en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. | VI: Plan de negocios. DIMENSIONES: X1 Descripción del negocio. X2 Plan de mercadeo. | TIPO DE INVESTIGACIÓN. Investigación aplicada. | HERRAMIENTAS: - Cuestionario | MUESTRA Según los cálculos estadísticos de muestra aleatoria simple, con un error muestral del 5%, la muestra es: Sesenta (60) funcionarios y/o trabajadores de nueve (9) empresas exportadoras de café de la región Pasco. |
| ¿En qué medida el plan de mercadeo incide en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022? | Determinar en qué medida el plan de mercadeo , incide en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. | El plan de mercadeo incide significativamente en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. | X3 Plan de producción. X4 Plan legal y de administración. X5 Plan financiero. | DISEÑO DE INVESTIGACIÓN. Transecional o transversal: Correlacional. | TRATAMIENTO DE DATOS. - Prueba de fiabilidad de alfa de Cronbach. - Excel. - SPSS versión 25. | |
| ¿En qué medida el plan de producción incide en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022? | Determinar en qué medida el plan de producción , incide en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. | El plan de producción incide significativamente en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. | VD: Crecimiento empresarial. DIMENSIONES: Y1 Indicadores de crecimiento del negocio. |  | TRATAMIENTO ESTADÍSTICO. - Correlación de Pearson. - Regresión lineal. | |
| ¿En qué medida el plan legal y de administración , incide en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022? | Determinar en qué medida el plan legal y de administración , incide en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. | El plan legal y de administración incide significativamente en los indicadores de crecimiento , en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022. | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|
| <p>¿En qué medida el plan financiero, incide en los indicadores de crecimiento, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022?</p> | <p>Determinar en qué medida el plan financiero, incide en los indicadores de crecimiento, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.</p> | <p>El plan financiero incide significativamente en los indicadores de crecimiento, en las empresas exportadoras de café en la región Pasco, año 2022.</p> | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|