



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**SERVICIO DE CAFETERÍA PARA CAT LOVERS EN EL  
DISTRITO DE MIRAFLORES**

**PRESENTADA POR  
HELEN JESSICA MEZA AGUILAR**

**PLAN DE NEGOCIOS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN**

**LIMA – PERÚ**

**2017**



**CC BY-NC**

**Reconocimiento – No comercial**

La autora permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLAN DE NEGOCIOS

SERVICIO DE CAFETERIA PARA CAT LOVERS EN EL DISTRITO DE  
MIRAFLORES

PARA OPTAR

EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTADO POR:

HELEN JESSICA MEZA AGUILAR

LIMA, PERÙ

2017

## **DEDICATORIA**

El presente plan de trabajo está dedicado a Dios por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaron. Gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto se lo debo a ustedes.

A mis hermanos, Carlos, Faustino, Magdalena, Raúl, Edith y Roy, por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho.

A mis amigas Claudia, Eliana y Rosa, por compartir los buenos y malos momentos.

A todos aquellos familiares y amigos que no recordé al momento de escribir esto, ustedes saben quiénes son.

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, doy gracias a Dios por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco a mis padres por la confianza y el apoyo brindado que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me han demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mis hermanos, que con sus consejos me han ayudado a afrontar los retos que se han presentado a lo largo de mi vida.

A mis amigas Claudia, Eliana y Rosa por su apoyo incondicional en el transcurso de toda nuestra carrera universitaria, y por compartir momentos de alegría, tristeza y demostrarme que siempre podré contar con ustedes.

# ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| 1. RESUMEN EJECUTIVO .....   | 11 |
| 2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES .....   | 13 |
| 2.1 Nombre de la Empresa.....  | 13 |
| 2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU) .....                     | 13 |
| 2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial .....                             | 13 |
| 2.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la empresa en Marcha.....                  | 14 |
| 2.4.1 Objetivos de la Empresa: .....   | 14 |
| 2.4.2. Principio de la empresa en Marcha .....                                       | 15 |
| 2.5 Ley de Mype, Micro y pequeña empresa característicos.....                        | 15 |
| 2.6 Estructura Orgánica .....  | 16 |
| 2.6.1 Funciones .....  | 17 |
| 2.7 Cuadro de Asignación de Personal .....   | 22 |
| 2.8 Forma Jurídica Empresarial .....   | 22 |
| 2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI .....                              | 24 |
| 2.10 Requisitos y Trámites Municipales.....  | 25 |
| 2.11 Régimen Tributario Procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades ..... | 26 |
| 2.12 Registro de Planillas Electrónicas: .....                                       | 28 |
| 2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral .....                                | 28 |
| 2.14. Modalidades de Contratos Laborales.....  | 29 |
| 2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas .....         | 30 |
| 3. ESTUDIO DE MERCADO .....  | 31 |
| 3.1 Descripción del Entorno del Mercado .....  | 31 |
| a) Análisis Económico: .....   | 33 |
| b) Análisis Socio Cultural .....   | 34 |
| c) Análisis Político - Legal.....  | 36 |
| d) Análisis Tecnológico .....  | 36 |
| e) Análisis Demográfico .....  | 38 |
| 3.1.1 Análisis FODA.....   | 40 |
| Matriz de evaluación de los factores internos -MEFI .....                            | 42 |
| Matriz de evaluación de los factores externos – MEFE.....                            | 44 |

|       |   |     |
|-------|---|-----|
| 3.2   | Ámbito de Acción del Negocio.....                                       | 45  |
| 3.3   | Descripción del bien o del servicio .....                               | 45  |
| 3.3.1 | Misión: .....   | 46  |
| 3.3.2 | Visión: .....   | 46  |
| 3.3.3 | Valores: .....  | 46  |
| 3.3.4 | Principios de la Empresa.....   | 46  |
| 3.3.5 | Cultura Organizacional .....  | 47  |
| 3.3.6 | Políticas .....   | 47  |
| 3.4   | Estudio de la Demanda .....   | 52  |
| 3.4.1 | Segmento del Mercado: Público Objetivo .....                            | 54  |
| 3.5   | Estudio de la Oferta .....  | 57  |
| 3.5.1 | Marco del Sector Según Análisis de Porter.....                          | 61  |
| 3.6   | Determinación de la Demanda Insatisfecha.....                           | 63  |
| 3.7   | Proyecciones y Provisiones para Comercializar .....                     | 75  |
| 3.8   | Descripción de la Política Comercial.....                               | 77  |
| 3.8.1 | Análisis de las 4P's .....  | 78  |
| 3.9   | Cuadro de la Demanda Proyectada para el Negocio.....                    | 81  |
| 4.    | ESTUDIO TÉCNICO.....  | 83  |
| 4.1   | Tamaño del Negocio, Factores Determinantes .....                        | 83  |
| 4.2   | Proceso y Tecnología.....   | 83  |
| 4.2.1 | Descripción y Diagrama de los Procesos .....                            | 83  |
| 4.2.2 | Capacidad instalada y operativa.....                                    | 89  |
| 4.2.3 | Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos ..... | 90  |
| 4.2.4 | Infraestructura y características físicas .....                         | 97  |
| 4.3   | Localización del negocio, Factores determinantes .....                  | 98  |
| 5.    | ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....                           | 101 |
| 5.1   | Inversión Fija .....  | 101 |
| 5.1.1 | Inversión Tangible .....  | 101 |
| 5.1.2 | Inversión Intangible .....  | 102 |
| 5.2   | Capital del Trabajo.....  | 103 |
| 5.3   | Inversión Total.....  | 104 |
| 5.4   | Estructura de la Inversión y Financiamiento .....                       | 104 |
| 5.5   | Fuentes Financieras.....  | 105 |
| 5.6   | Condiciones de Crédito.....   | 106 |
| 6.    | ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS .....                         | 108 |
| 6.1   | Presupuesto de los Costos .....   | 108 |

|   |     |
|---|-----|
| 6.2 Punto de Equilibrio .....                                       | 112 |
| 6.3 Estado de Ganancias y Pérdidas .....                            | 114 |
| 6.4 Presupuesto de Ingresos.....                                    | 115 |
| 6.5 Presupuesto de Egresos.....                                     | 116 |
| 6.6 Flujo de Caja Proyectado .....                                  | 117 |
| 6.7 Balance General .....   | 119 |
| 7. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA .....                            | 120 |
| 7.1 Evaluación del Costo de Oportunidad - COK .....                 | 120 |
| 7.2 Evaluación del Costo Promedio Ponderado de Capital – CPPK ..... | 120 |
| 7.3 Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....               | 121 |
| 7.3.1 Valor Actual Neto Económico (VANE) .....                      | 121 |
| 7.3.2 Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE).....                 | 122 |
| 7.4 Evaluación Financiera, Parámetros de Medición.....              | 122 |
| 7.4.1 Valor Actual Neto Financiero (VANF).....                      | 122 |
| 7.4.2 Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) .....               | 122 |
| 7.5 Análisis de Sensibilidad.....                                   | 123 |
| 7.6 Evaluación Social .....   | 124 |
| 7.7 Impacto Ambiental.....  | 125 |
| 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....                              | 128 |
| 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....                                  | 132 |
| 10. ANEXOS .....  | 134 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla N°1 Cuadro de Asignación de personal .....   | 22 |
| Tabla N°2 Aporte de Capital Social de los Accionistas .....  | 23 |
| Tabla N°3 Renta Régimen Mype Tributario .....  | 27 |
| Tabla N°4 Pagos a Cuenta Impuesto a la Renta .....   | 27 |
| Tabla N°5 Población de Perú al año 2016.....   | 38 |
| Tabla N°6 Matriz FODA de la Empresa La Cafetería SAC.....  | 42 |
| Tabla N°7 Matriz de Evaluación de los Factores Internos de la Empresa La Cafetería S.A. ....                       | 43 |
| Tabla N°8 Matriz de Evaluación de los Factores Externos de la Empresa La Cafetería S.A.C .....                     | 44 |
| Tabla N°9 Segmentación por Variable Demográfica.....   | 57 |
| Tabla N°10 Principales Competidores .....  | 58 |
| Tabla N°11 Demanda Estimada de Café Buena Vista .....  | 59 |
| Tabla N°12 Demanda Estimada de Armónica Café .....   | 59 |
| Tabla N°13 Demanda Estimada de Besó Francés .....  | 60 |
| Tabla N°14 Oferta de Productos por Año .....   | 60 |
| Tabla N°15 Proyección de la Oferta para los próximos 5 Años.....   | 60 |
| Tabla N°16 Mercado Potencial de La Cafetería SAC .....   | 63 |
| Tabla N°17 ¿Tiene un gato como mascota? .....  | 65 |
| Tabla N°18 ¿Qué rol desempeña tu gato(a) en tu vida? .....   | 66 |
| Tabla N°19 ¿Cuánto tiempo pasas con tu gato(a)? .....  | 67 |
| Tabla N°20 ¿Acude usted a cafeterías? .....  | 68 |
| Tabla N°21 ¿Con qué frecuencia visita una cafetería?.....  | 69 |
| Tabla N°22 ¿En algunas ocasiones que visitó una cafetería le permitieron ingresar en compañía de su gato(a)? ..... | 70 |
| Tabla N°23 ¿Le gustaría contar con un concepto nuevo y diferente un Cat Café?.....                                 | 71 |
| Tabla N°24 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por tomar un café en compañía de su gato(a)? .....                    | 72 |
| Tabla N°25 ¿Qué tanto le interesa a usted la calidad en el servicio? .....   | 73 |
| Tabla N°26 ¿Qué tipo de instalaciones le gustaría en la cafetería?.....  | 74 |
| Tabla N°27 Cuadro de Determinación del Mercado Objetivo .....  | 75 |
| Tabla N°28 Determinación de la Demanda de la Empresa “La Cafetería S.A.C.” .....                                   | 75 |
| Tabla N°29 Demanda Proyectada de la Empresa “La Cafetería S.A.C.” .....  | 82 |
| Tabla N°30 Diagrama de Gantt del Proceso del Servicio de la Cafetería S.A.C .....                                  | 85 |
| Tabla N°31 Diagrama de Gantt Preparación de Café Gourmet .....   | 86 |
| Tabla N°32 Diagrama de Gantt Preparación de Café No Gourmet.....   | 87 |
| Tabla N°33 Diagrama de Gantt Preparación de Complementos .....   | 89 |
| Tabla N°34 Cuadro de requerimiento de Maquinaria y Equipo de La Cafetería S.A.C. ....                              | 90 |
| Tabla N°35 Cuadro de Requerimiento de Mobiliario para La Cafetería S.A.C.....                                      | 92 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla N°36 Cuadro de Requerimiento de Insumos para la Cafetería S.A.C.....                           | 93  |
| Tabla N°37 Cuadro de Requerimiento de Sándwiches (tercerizados) para la Cafetería S.A.C .....        | 93  |
| Tabla N°38 Cuadro de Requerimiento de Postres y Pasteles (tercerizados) para la Cafetería S.A.C..... | 94  |
| Tabla N°39 Cuadro de Requerimiento de Accesorios de La Cafetería S.A.C .....                         | 94  |
| Tabla N°40 Cuadro de Requerimiento de Equipo de Seguridad de La Cafetería S.A.C .....                | 95  |
| Tabla N°41 Cuadro de Requerimiento de Servicios Básicos de La Cafetería S.A.C....                    | 95  |
| Tabla N°42 Cuadro de Requerimiento de Recursos Humanos para La Cafetería S.A.C .....                 | 96  |
| Tabla N°43 Cuadro de Localización mediante Método Cuantitativo por Puntos .....                      | 100 |
| Tabla N°44 Inversión en Equipos.....   | 101 |
| Tabla N°45 Inversión en Mobiliario.....  | 102 |
| Tabla N°46 Inversión en Constitución .....   | 103 |
| Tabla N°47 Inversión en Instalación .....  | 103 |
| Tabla N°48 Capital de Trabajo.....   | 104 |
| Tabla N°49 Inversión Total .....   | 104 |
| Tabla N°50 Estructura de la Inversión y Financiamiento .....   | 105 |
| Tabla N°51 Fuentes de Financiamiento .....   | 105 |
| Tabla N°52 Condiciones de Financiamiento .....   | 107 |
| Tabla N°53 Costo Unitario de las Bebidas y Aperitivos .....  | 108 |
| Tabla N°54 Costo de los Insumos .....  | 108 |
| Tabla N°55 Costo de la Mano de Obra .....  | 109 |
| Tabla N°56 Costos Indirectos.....  | 109 |
| Tabla N°57 Depreciación de Equipos .....   | 110 |
| Tabla N°58 Depreciación de Mobiliarios.....  | 110 |
| Tabla N°59 Depreciación y Amortización .....   | 110 |
| Tabla N°60 Gastos de Promoción y Ventas .....  | 111 |
| Tabla N°61 Gastos Administrativos .....  | 111 |
| Tabla N°62 Gastos Financieros .....  | 111 |
| Tabla N°63 Costos Fijos.....   | 112 |
| Tabla N°64 Cálculo del Punto de Equilibrio .....   | 112 |
| Tabla N°65 Cálculo del Punto de Equilibrio .....   | 112 |
| Tabla N°66 Punto de Equilibrio (Unidades) .....  | 113 |
| Tabla N°67 Punto de Equilibrio (Soles).....  | 113 |
| Tabla N°68 Proyección del Punto de Equilibrio .....  | 114 |
| Tabla N°69 Estado de Ganancias y Pérdidas .....  | 114 |
| Tabla N°70 Demanda Proyectada .....  | 115 |
| Tabla N°71 Precio Proyectado .....   | 115 |
| Tabla N°72 Ingresos por el Giro de Negocio .....   | 116 |
| Tabla N°73 Egresos por el Giro del Negocio.....  | 116 |
| Tabla N°74 Flujo de Caja Económico.....  | 117 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla N°75 Flujo de Caja Financiero .....            | 118 |
| Tabla N°76 Balance General .....                     | 119 |
| Tabla N°77 Evaluación Económica.....                 | 121 |
| Tabla N°78 Resumen de la Evaluación Económica .....  | 121 |
| Tabla N°79 Evaluación Financiera.....                | 122 |
| Tabla N°80 Resumen de la Evaluación Financiera ..... | 122 |
| Tabla N°81 Análisis de Sensibilidad Económico.....   | 123 |
| Tabla N°82 Análisis de Sensibilidad Financiero.....  | 124 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |     |
|---|-----|
| Figura N°1: Plano de Ubicación de “La Cafetería S.A.C.” .....               | 14  |
| Figura N°2 Organigrama de La Cafetería S.A.C.....                           | 16  |
| Figura N°3 Cat Flower Garden en Taipéi.....                                 | 31  |
| Figura N°4 Cat Café en Tokyo .....  | 32  |
| Figura N°5 Cat Café Rende Bu en Chile.....                                  | 32  |
| Figura N°6 Proyección Producto Bruto Interno .....                          | 33  |
| Figura N°7 Hogares con Acceso a Servicio y Bienes de TIC .....              | 37  |
| Figura N°8 Hogares con Mascota.....   | 40  |
| Figura N°9 Tipos de Cafés .....   | 48  |
| Figura N°10 Tipos de Sándwiches .....                                       | 49  |
| Figura N°11 Tipos de Smoothies .....  | 49  |
| Figura N°12 Tipos de Infusiones a ofrecer en el Servicio.....               | 50  |
| Figura N°13 Tipos de Postres y Pasteles a ofrecer en el Servicio.....       | 51  |
| Figura N°14 Zona Gatuna .....   | 52  |
| Figura N°15 Porcentaje de Crecimiento de cafeterías por Año .....           | 53  |
| Figura N°16 PBI según actividad económica de cafeterías.....                | 53  |
| Figura N°17 Distribución de Personas según NSE .....                        | 55  |
| Figura N°18 Personas por Zonas Geográficas según NSE.....                   | 56  |
| Figura N°19 Hogares y Población por Grupos de Edad según NSE.....           | 56  |
| Figura N°20 Tienen un gato como mascota .....                               | 65  |
| Figura N°21 Rol que desempeña el gato .....                                 | 66  |
| Figura N°22 Tiempo que pasan con su gato.....                               | 67  |
| Figura N°23 Visitan las cafeterías .....                                    | 68  |
| Figura N°24 Frecuencia de visita a las cafeterías.....                      | 69  |
| Figura N°25 Permitieron el ingreso junto a su gato .....                    | 70  |
| Figura N°26 Buscan un servicio nuevo y diferente.....                       | 71  |
| Figura N°27 Disponibilidad de pago .....                                    | 72  |
| Figura N°28 Interés por la calidad del servicio .....                       | 73  |
| Figura N°29 Preferencia en cuanto al ambiente del local .....               | 74  |
| Figura N°30 Logo de la Empresa .....  | 81  |
| Figura N°31 Diagrama de Flujo del Proceso del Servicio de la Cafetería..... | 84  |
| Figura N°32 Diagrama de Flujo de la Preparación de Café Gourmet.....        | 86  |
| Figura N°33 Diagrama de Flujo de la Preparación de Café No Gourmet.....     | 87  |
| Figura N°34 Diagrama de Flujo de la Preparación de Complementos .....       | 88  |
| Figura N°35 Layout de La Cafetería S.A.C .....                              | 98  |
| Figura N°36 Proyección del Punto de Equilibrio .....                        | 113 |

## **1. RESUMEN EJECUTIVO**

El presente plan de negocio que se presenta a continuación surge debido a que hoy en día las personas que tienen un minino o minina no lo consideran simplemente como una mascota sino que para ellos es como un gathijo o gathija, y lo que buscan es pasar un momento agradable fuera de casa, y que mejor que haya un lugar especial donde puedas pasar un momento agradable con ellos, sin el temor de que en el establecimiento a donde te dirijas te estén llamando la atención por entrar en compañía de tu mascota.

De esta necesidad, nace “La Cafetería SAC” y lo que busca es traer un concepto nuevo y diferente, un “Cat Café”, el primer lugar en la capital Lima ideal para los cat lovers, donde no solo se podrá ir a pasar un buen rato disfrutando del café o el té, sino que te dará la oportunidad de pasar un rato ameno y disfrutar de una peluda compañía.

Además de ello se ofrecerá una variedad de aperitivos con diseños gatunescos y con ingredientes de alta calidad, y con productos locales en su mayoría. Entre ellos cafés, frappes, tés, cupcakes, postres entre otros.

Nuestro mercado objetivo estará compuesto por el nivel socioeconómico B de Lima Moderna, entre las edades de 24 a 56 años a más, ya que son personas con un nivel de ingresos medio y con intereses por la crianza de mascotas y que están dispuestos a pagar por un servicio diferente al que se ofrece en el mercado.

El negocio tendrá éxito debido a que presentará un concepto diferente a lo que brindan normalmente las cafeterías. Se ofrecerá un ambiente feliz en compañía de sus gatunos, así como también es una muy buena opción para las personas que no tienen mascotas por distintos motivos.

A continuación, el presente plan de negocios mostrará un análisis de los aspectos legales, estudios de mercado, viabilidad técnica, comercial, financiera y económica con el objetivo final de proponer la creación de la empresa La Cafetería S.A.C, la cual se dedicará a brindar un servicio de cafetería en el distrito de Miraflores.

## **2. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES**

### **2.1 Nombre de la Empresa**

La razón social y el nombre comercial de la empresa será “LA CATFETERÍA SAC.” Este nombre se eligió con el propósito de mostrar el valor agregado de la empresa que es traer un concepto nuevo y diferente para los cat lovers donde no solo se podrá ir a pasar un buen rato disfrutando del café o el té, sino que le dará la oportunidad de pasar un rato ameno y disfrutar de una peluda compañía.

### **2.2 Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)**

De acuerdo con el sistema de clasificación internacional industrial uniforme, el código de la actividad económica de la empresa es el siguiente:

Grupo: 563 – Actividades de servicio de bebidas

#### **Clase 5630 – Actividades de servicio de bebidas**

Esta clase comprende la preparación y el servicio de bebidas para su consumo inmediato en el local. Se incluyen las actividades de: bares, tabernas, coctelerías, discotecas (con predominio del servicio de bebidas), cervecerías y pubs, cafeterías, tiendas de jugos de frutas y vendedores ambulantes de bebidas.

Fuente: INEI

### **2.3 Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial**

De acuerdo con la evaluación de los factores internos relacionados con la selección de localización del proyecto, para el presente plan se determinó que la ubicación de la empresa será en el distrito de Miraflores, el motivo por el cual se eligió esta ubicación es por un tema de costos de alquiler e instalación del local, asimismo cuenta con

avenidas principales que facilitan el traslado a los distritos del público objetivo. El local cuenta con 120 m<sup>2</sup> los cuales serán utilizados para brindar el servicio de cafetería.

Con relación a la licencia de funcionamiento la Municipalidad de Miraflores nos indicó que es factible, ya que se encuentra dentro de la zonificación comercial establecido por la municipalidad.

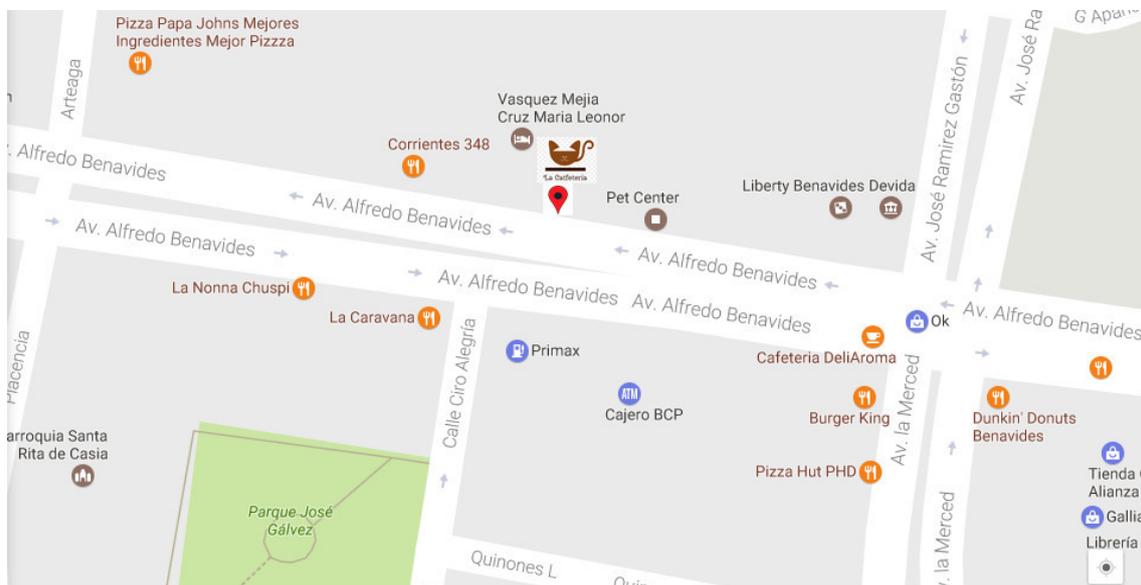
### **Ubicación:**

Departamento: Lima

Dirección: Av. Alfredo Benavides, Miraflores 15048

Distrito: Miraflores

### **Mapa de ubicación**



**Figura N°1:** Plano de Ubicación de “La Cafetería S.A.C.”

**Fuente:** Google Maps

## **2.4 Objetivos de la Empresa, Principio de la empresa en Marcha**

### **2.4.1 Objetivos de la Empresa:**

Los principales objetivos de la empresa son los siguientes:

- ❖ Generar rentabilidad y crecimiento sostenible en función a la inversión realizada.
- ❖ Brindar excelente servicio y atención personalizada.
- ❖ Revolucionar el concepto de servicio de cafetería, dándole otra dimensión.
- ❖ Liderar en el mercado de servicios de cafeterías en el distrito de Miraflores.

#### **2.4.2. Principio de la empresa en Marcha**

El principio de la empresa en Marcha es que toda empresa debe de cumplir primero en obtener rentabilidad basada en la utilidad para lo cual deberá cumplir con el registro de sus costos y gastos y sobretodo del pago del tributo resultante del margen de ventas (20%) y con el pago de la rentabilidad (impuesto a la renta 10%). En el presente plan de negocios se ha cuidado el principio de la empresa en marcha que es la razón del sustento de viabilidad del presente plan de negocio.

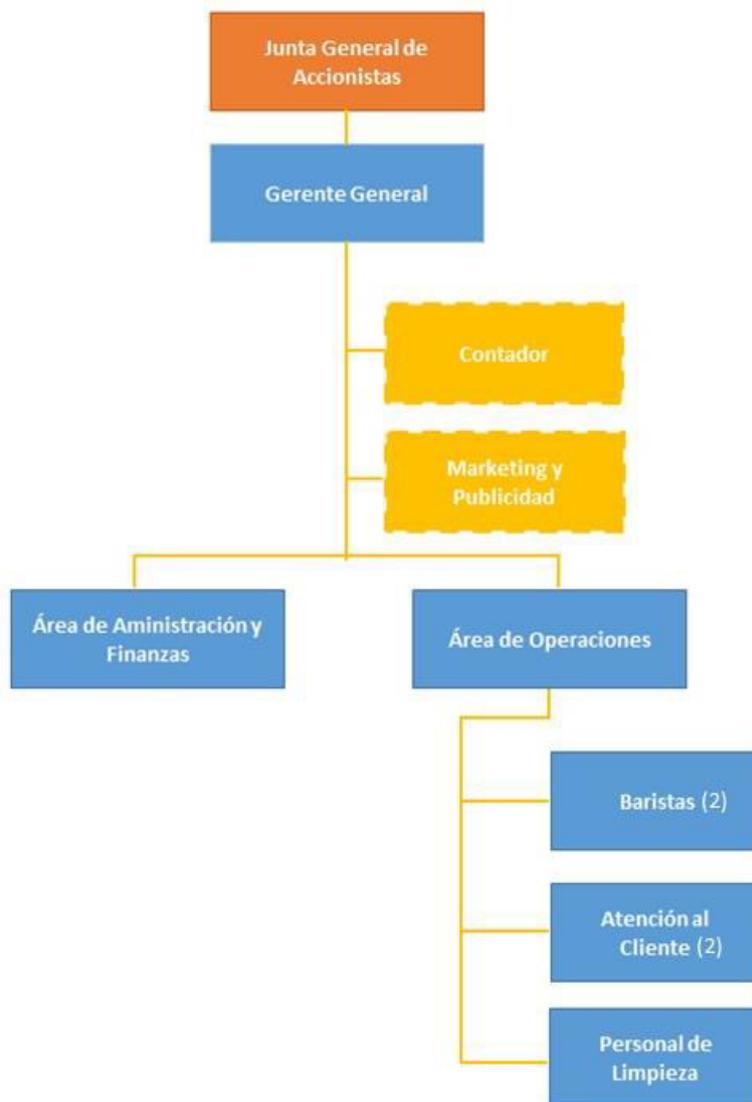
#### **2.5 Ley de Mype, Micro y pequeña empresa característicos**

Para el presente plan de negocio se ha optado por la microempresa, mediante Ley vigente N°30056, La Cafetería S.A.C. para su creación se acogerá al Decreto Legislativo N° 1269 el cual entró en vigencia a partir del 01 de Enero del 2017, y que tiene por objeto establecer el Régimen MYPE Tributario – RMT para contribuyentes que sus ingresos netos no superen las 1700 UIT.

Asimismo de acuerdo a lo establecido por la ley la empresa llevará como mínimo un registro de ventas, compras, caja y libro diario de formato simplificado.

## 2.6 Estructura Orgánica

La estructura orgánica de La Cafetería S.A.C es de tipo funcional y de jerarquización, donde cada miembro tiene bien definidas sus funciones y responsabilidades, con el objetivo de reducir la duplicidad de funciones, asimismo, se basa en la comunicación directa para la toma de decisiones.



**Figura N°2** Organigrama de La Cafetería S.A.C

**Fuente:** Elaboración propia.

## **2.6.1 Funciones**

### **Junta General de Accionistas:**

- ❖ Conocer y aprobar el balance general y el estado de pérdidas y ganancias presentadas.
- ❖ Toma de decisiones importantes.
- ❖ Selección de auditores externos en caso de ser requerido.
- ❖ Nombramiento y revocación de cargos estratégicos.
- ❖ Aumentar o reducir capital social.
- ❖ Designar objetivos al Gerente General.

### **Gerente General:**

- ❖ Encargado de administrar, planificar, y organizar todos los procesos y actividades de la empresa.
- ❖ Representante legal de la empresa la debe dirigir de manera responsable.
- ❖ Responsable de coordinar el planeamiento estratégico, así como los objetivos y metas de la empresa.
- ❖ Delegar y controlar las actividades del personal a cargo.
- ❖ Desarrolla estrategias de servicio y fidelización del cliente.

### **Perfil:**

- ❖ Titulado en Ciencias Administrativas.
- ❖ Experiencia mínima de 1 año con personal a cargo.
- ❖ Estudios o conocimientos en contabilidad.
- ❖ Idioma ingles a nivel avanzado.
- ❖ Conocimiento en gestión y dirección de procesos y personas.

- ❖ Competencias: Liderazgo, orientación al logro, capacidad analítica, proactivo, puntual y trabajo en equipo.

### **Contador:**

El contador será el encargado de llevar las operaciones contables con el fin de evitar problemas tributarios. Este será externo a la empresa y su pago será a través de recibo por honorarios cada vez que se solicite su trabajo.

### **Perfil:**

- ❖ Contador de profesión.
- ❖ Conocer aspectos legales y tributarios de MYPES o negocios a fines del rubro.

### **Marketing y Publicidad:**

- ❖ Encargado de supervisar la correcta administración de la página web y redes sociales de la empresa.
- ❖ Encargado de la publicidad de la empresa.
- ❖ Encargado de la elaboración del plan de marketing de la empresa.
- ❖ Encargado de fidelizar al cliente.
- ❖ Encargado de las relaciones públicas.

### **Perfil:**

- ❖ Estudiante de Ciencias de la Comunicación o Marketing.
- ❖ Conocimiento en gestión de redes sociales.
- ❖ Administración de páginas web, diseño entre otros.

### **Área de Administración y Finanzas:**

- ❖ Administrar adecuadamente los recursos de la empresa.
- ❖ Cumplir y hacer cumplir las políticas, principios, procedimientos y presupuestos de la organización
- ❖ Encargado de mantener el número óptimo de personal para brindar un correcto servicio.
- ❖ Encargado de solucionar inconvenientes relacionados al personal.
- ❖ Encargado de la declaración de impuestos, declaración y pago de planillas electrónicas.
- ❖ Encargado de contratar y hacer cumplir las cláusulas contractuales al personal.
- ❖ Coordinación directa con el Contador.
- ❖ Reportar al Gerente General.

### **Perfil:**

- ❖ Titulado en Ciencias Administrativas.
- ❖ Experiencia mínima de 1 año en funciones similares.
- ❖ Idioma inglés a nivel avanzado.
- ❖ Conocimiento en gestión y dirección de procesos y personas.
- ❖ Competencias: Liderazgo, orientación al logro, capacidad analítica, proactivo, puntual y trabajo en equipo.

### **Área de Operaciones:**

- ❖ Gestionar de forma óptima el aprovisionamiento y la planificación, es decir, la logística interna.

- ❖ Mantener, administrar y velar por el inventario óptimo de la empresa en función del nivel de servicio esperado y tiempo de respuesta.
- ❖ Controlar y coordinar las funciones en la cadena de suministro.
- ❖ Reducir el coste, plazos e itinerarios de entrega.
- ❖ Velar en forma proactiva para implementar medidas que apunten a fomentar la RSE.
- ❖ Gestionar y planificar las actividades de compras, producción, transporte, almacenaje y distribución.
- ❖ Mantener las mejores relaciones laborales con todo el personal bajo su cargo, obteniendo el mayor compromiso de dicho personal con la empresa.

**Perfil:**

- ❖ Titulado en Ciencias Administrativas.
- ❖ Experiencia mínima de 1 año en funciones similares.
- ❖ Idioma inglés a nivel avanzado.
- ❖ Conocimiento en gestión y dirección de procesos y personas.
- ❖ Competencias: Liderazgo, orientación al logro, capacidad analítica, proactivo, puntual y trabajo en equipo.

**Baristas:**

- ❖ Diseñar productos y promociones en la oferta de negocio.
- ❖ Preparar los productos manteniendo una alta calidad en los mismos, lo que permita diferenciar al negocio.
- ❖ Diseñar y hacer el arte latte dándole varias opciones a los clientes.
- ❖ Realizar el adecuado mantenimiento a las máquinas así como supervisar su correcto funcionamiento.

- ❖ Proponer mejoras en el servicio, productos, ambientación, actividades, etc.

**Perfil:**

- ❖ Experiencia mínima de 1 año, conocimiento en marketing de cafeterías, arte latte.
- ❖ Competencias técnicas en mantenimiento de máquinas procesadoras de café.
- ❖ Diseñar y elaborar una oferta completa en base al café, logrando superar las expectativas del cliente, realizar otras funciones afines o complementarias que sean pedidas por el administrador de la tienda.

**Atención al Cliente:**

- ❖ Ser el canal de comunicación entre las necesidades de los clientes y las operaciones de la empresa.
- ❖ Recibir las solicitudes de productos y servicios que desea comprar un cliente.
- ❖ Recibir y dar solución a las quejas y reclamaciones.

**Perfil:**

- ❖ Experiencia mínima de un año en la realización de labores similares.
- ❖ Calidad del servicio, buen trato y respeto hacia los demás.

**Personal de Limpieza:**

- ❖ Encargado de mantener la limpieza del local.

**Perfil:**

- ❖ Estudios secundarios completos como mínimo.
- ❖ Experiencia mínima de 1 año referente al cargo.

## 2.7 Cuadro de Asignación de Personal

Los trabajadores de la empresa LA CATFETERÍA SAC, se encuentran bajo el régimen laboral especial, a continuación se muestra el cuadro de asignación de personal:

**Tabla N° 1 Cuadro de Asignación de personal**

**Cuadro de Asignación de Personal - Microempresa - Regimen Mype Tributario**

| Descripción                               | N° de empleados | Remuneración mensual | Remuneración Anual (11.5 sueldos) | CTS 1 Sueldo  | Gratificación 2 sueldos | Vacaciones 1/2 sueldo | Sub Total           | Essalud 9 %       | Total Anual         |
|---|-----------------|----------------------|-----------------------------------|---------------|-------------------------|-----------------------|---------------------|-------------------|---------------------|
| Gerente General                           | 1               | S/1,500.00           | S/17,250.00                       | S/0.00        | S/0.00                  | S/750.00              | S/18,000.00         | S/1,620.00        | S/19,620.00         |
| Jefe de Administración y Finanzas         | 1               | S/1,300.00           | S/14,950.00                       | S/0.00        | S/0.00                  | S/650.00              | S/15,600.00         | S/1,404.00        | S/17,004.00         |
| Jefe de Operaciones                       | 1               | S/1,300.00           | S/14,950.00                       | S/0.00        | S/0.00                  | S/650.00              | S/15,600.00         | S/1,404.00        | S/17,004.00         |
| Baristas                                  | 2               | S/900.00             | S/20,700.00                       | S/0.00        | S/0.00                  | S/900.00              | S/21,600.00         | S/1,944.00        | S/23,544.00         |
| Colaboradores (Atención al Cliente)       | 2               | S/850.00             | S/19,550.00                       | S/0.00        | S/0.00                  | S/850.00              | S/20,400.00         | S/1,836.00        | S/22,236.00         |
| Personal de Limpieza                      | 1               | S/850.00             | S/9,775.00                        | S/0.00        | S/0.00                  | S/425.00              | S/10,200.00         | S/918.00          | S/11,118.00         |
| <b>SUBTOTAL</b>                           | <b>8</b>        | <b>S/6,700.00</b>    | <b>S/97,175.00</b>                | <b>S/0.00</b> | <b>S/0.00</b>           | <b>S/4,225.00</b>     | <b>S/101,400.00</b> | <b>S/9,126.00</b> | <b>S/110,526.00</b> |
| Personal externo (Contador)               | 1               | S/400.00             | S/4,800.00                        | S/0.00        | S/0.00                  | S/0.00                | S/0.00              | S/0.00            | S/4,800.00          |
| Personal externo (Marketing y Publicidad) | 1               | S/400.00             | S/4,800.00                        | S/0.00        | S/0.00                  | S/0.00                | S/0.00              | S/0.00            | S/4,800.00          |
| <b>TOTAL</b>                              | <b>10</b>       | <b>S/8,400.00</b>    | <b>S/100,800.00</b>               | <b>S/0.00</b> | <b>S/0.00</b>           | <b>S/3,500.00</b>     | <b>S/92,000.00</b>  | <b>S/7,875.00</b> | <b>S/120,126.00</b> |

Fuente: Elaboración propia

## 2.8 Forma Jurídica Empresarial

La empresa La Catfetería S.A.C será constituida bajo el régimen de Sociedad Anónima Cerrada sin directorio, la cual está regularizada por la Ley General de Sociedades 26887, esta sociedad es la que mejor se adecuó a la empresa y cuyas características son las siguientes.

- El número de accionistas no puede ser menor de dos y como máximo tendrá 20 accionistas.
- Se impone el derecho de adquisición preferente por los socios, salvo que el estatuto disponga lo contrario.

- El Capital Social está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes (en bienes y/o en efectivo) de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales.
- No puede inscribir sus acciones en el Registro Público del Mercado de Valores.
- Predomina el elemento personal, dentro de un esquema de sociedad de capitales.
- Es ideal para empresas familiares.

La empresa contará con dos socios quienes aportarán el capital en efectivo y en bienes, por otro lado las acciones serán divididas de acuerdo al porcentaje aportado por cada socio.

La tabla N°2 detalla el aporte de cada uno de los aportes y participación de los socios.

El aporte inicial ascienda a S/ 60,000.00 soles que representan 60000 acciones (S/.1 = 1 acción nominativa).

**Tabla N°2 Aporte de Capital Social de los Accionistas**

| <b>Nombre de Socios</b> | <b>Aporte</b>        | <b>Acciones Nominativas</b> | <b>Participación</b> |
|-------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| Helen Meza Aguilar      | S/. 40,000.00        | 40000                       | 67%                  |
| Juan Meza Villena       | S/. 20,000.00        | 20000                       | 33%                  |
| <b>Total Aportes</b>    | <b>S/. 60,000.00</b> | <b>60000 acciones</b>       | <b>100%</b>          |

Fuente: Elaboración propia

El procedimiento que se llevará a cabo para la constitución de la empresa de manera virtual será el siguiente:

1. Se ingresará al SID-Sunarp a través de <https://www.sunarp.gob.pe/w-sid/index.html>
2. Luego se procederá a registrarse en el sistema en donde nos proporcionará un usuario y clave, y seleccionar el icono “Solicitud de Constitución de Empresas”.

3. Una vez que se acepte las condiciones y términos se deberá elegir la notaría de nuestra preferencia y el tipo de sociedad o empresa que planeas constituir.
4. Luego se ingresará los datos de la empresa (domicilio, objeto social, capital, participantes o socios), a fin de que el sistema nos asigne un número que se deberá imprimir y llevar a la notaria que se seleccionó previamente para culminar el trámite.
5. La notaría recepcionará y procesará la solicitud de constitución. Luego enviará el parte notarial con la firma digital (emitida por el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil-Reniec, conforme a la Ley de Firmas y Certificados Digitales y su reglamento) de manera electrónica a la Sunarp.
6. Finalmente, la Sunarp nos enviará la notificación de inscripción también al notario incluyendo el número de RUC de la empresa constituida, obtenido paralelamente en la Sunat.

Y como se puede ver, durante el proceso de inscripción y constitución de una empresa en línea, la Sunarp trabaja coordinadamente con la Reniec y la Sunat, integrando sus procesos a fin de garantizar la seguridad jurídica de los usuarios.

## **2.9 Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI**

Para garantizar que la marca La Cafetería S.A.C sea la única en el mercado y que por tanto no exista otra marca idéntica o similar es necesario registrarla ante INDECOPI para ello es necesario realizar una serie de trámites ante dicha dependencia.

Para registrar una Marca, se deben seguir los siguientes pasos:

### **❖ Etapa 1: Búsqueda de Antecedentes y Evaluación de Registrabilidad.**

- ❖ **La Búsqueda de Antecedentes:** Cuya finalidad es determinar si ya existen marcas idénticas o similares ya sea por sus elementos fonéticos y/o por sus elementos gráficos.
- ❖ **La Evaluación de Registrabilidad:** Su finalidad es verificar que la Marca cumpla con las condiciones de registrabilidad establecidos por la Legislación de la materia.
- ❖ **Etapa 2: Expediente y Solicitud de Registro de Marca.**
  - ❖ Se refiere a la conformación del expediente con todos los requisitos establecidos por la Legislación de la materia. Asimismo, comprende la presentación del Expediente ante el INDECOPI.
- ❖ **Etapa 3: Publicación en el Diario Oficial El Peruano.**
  - ❖ Se redacta y publica un aviso ante el diario El Peruano conteniendo la Solicitud de Registro de Marca, luego de la publicación deberán transcurrir 30 días para que cualquier interesado pueda formular oposición al Registro de Marca en caso encuentre vulnerado su derecho.

El costo del trámite del registro de marca es de S/ 534.99 que representa el 13.90 % del valor de una UIT, asimismo el registro tiene una duración de 10 años.

## **2.10 Requisitos y Trámites Municipales**

El presente plan de negocios solicitará la licencia de funcionamiento ante la Municipalidad de Miraflores, es preciso señalar que el local no cuenta con más de 120 m<sup>2</sup> y de acuerdo a los requisitos establecidos por la Municipalidad de Miraflores para poder obtener la licencia se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- ❖ Solicitud de Licencia de Funcionamiento, en la cual se consignará lo siguiente:

- ❖ Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
- ❖ DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen en representación.
- ❖ Copia de la vigencia de poder del representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- ❖ Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad (hasta 100 m<sup>2</sup>) o ITSE de Detalle o Multidisciplinaria (más de 500 m<sup>2</sup>).
- ❖ Pago de la tasa de acuerdo a lo especificado en el TUPA.

### **2.11 Régimen Tributario Procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades**

Para la obtención del RUC, el titular de La Cafetería S.A.C. deberá acudir a cualquier Centro de Servicios al Contribuyente y presentar fotocopia de los siguientes documentos:

- DNI vigente del titular (original y copia)
- Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario.
- Documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal.

Luego de la obtención se procederá a solicitar la Clave Sol la cual nos permitirá realizar una serie de operaciones en línea como presentar y pagar sus declaraciones elaboradas con PDT, modificar datos del RUC, dar de baja a comprobantes de pago, consultar y pagar valores pendientes de pago.

Y para el presente plan de negocio se ha optado por elegir el nuevo Régimen MYPE Tributario (RMT) la cual fue promulgada mediante Decreto Legislativo N° 1269 ya que cumple con los requisitos exigidos los cuales se mencionan a continuación:

El impuesto a la renta se determinará aplicando la escala progresiva acumulativa de acuerdo al siguiente detalle:

**Tabla N°3 Renta Régimen Mype Tributario**

| <b>RENTA NETA ANUAL</b> | <b>TASAS</b> |
|-------------------------|--------------|
| Hasta 15 UIT            | 10%          |
| Más de 15 UIT           | 29.50%       |

Fuente: SUNAT

Los ingresos netos no deben superar los 1700 UIT. Declarar y realizar pagos a cuenta del impuesto a la renta establecido en 1% (hasta 300 UIT) y el Impuesto General a las Ventas (IGV) fijado en 18%. Asimismo las empresas que pertenecen al RMT pueden emitir todos los comprobantes de pago y no hay excepciones de actividades para ser parte de este régimen.

**Tabla N°4 Pagos a Cuenta Impuesto a la Renta**

| <b>INGRESOS NETOS ANUALES</b> | <b>PAGOS A CUENTA</b> |
|-------------------------------|-----------------------|
| Hasta 300 UIT                 | 1%                    |
| > 300 hasta 1700 UIT          | Coeficiente 1.5%      |

Fuente: SUNAT.

Además, para ambos casos se deberá presentar la declaración jurada anual para determinar el impuesto a la renta, de acuerdo con tasas progresivas y acumulativas que se aplican a la renta neta.

### **2.12 Registro de Planillas Electrónicas:**

Para el presente plan de negocios la empresa La Cafetería S.A.C contará con el Registro de Información Laboral (**T-Registro**) y la Planilla Mensual de Pagos (**PLAME**).

Todo ello con la finalidad de registrar la información laboral de empleadores, trabajadores y sus derechohabientes, para que puedan gozar de la seguridad social, y la planilla mensual de pagos con la finalidad de registrar los ingresos mensuales, los descuentos, los días trabajados, la información sobre los prestadores de servicios con rentas de 4ta y 5ta categoría, así como aportes y contribuciones al fondo de pensiones.

### **2.13 Régimen Laboral Especial y General Laboral**

Este régimen promueve la formalización y desarrollo de las micro y la pequeña empresa cuya finalidad es buscar el acceso a los derechos laborales y de seguridad social tanto de los trabajadores como de los empleadores.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente la empresa La Cafetería S.A.C se acogerá al Decreto Legislativo N° 1269, el cual fue publicado el 20 de diciembre, y entró en vigencia a partir del 1 de enero del 2017.

Dicho régimen indica que la empresa al acogerse a este régimen, debe brindar los siguientes derechos para sus colaboradores:

- ❖ Remuneración Mínima Vital (RMV)
- ❖ Jornada de trabajo 8 horas
- ❖ Descanso semanal y en días feriados
- ❖ Descanso vacacional 15 días calendarios
- ❖ Cobertura de Seguridad Social en Salud a través del SIS (S/. 15.00 x cada trabajador).

- ❖ Cobertura Previsional.

La empresa La Cafetería S.A.C no está obligada a otorgar los siguientes beneficios:

- ❖ CTS (Compensación por Tiempo de Servicio)
- ❖ Gratificaciones por fiestas patrias y navidad
- ❖ Utilidades
- ❖ Asignación familiar
- ❖ Cobertura de Seguro de Vida

#### **2.14. Modalidades de Contratos Laborales**

En el caso de la empresa La Cafetería S.A.C se firmarán contratos con los trabajadores a partir del primer día de iniciada las actividades con el fin de garantizar la seguridad y compromiso en de lograr el compromiso entre la empresa y el colaborador. El contrato será un instrumento jurídico mediante el cual se realizará un acuerdo entre dos partes (trabajador y empleador), donde el trabajador se compromete a realizar un trabajo remunerado, de acuerdo a las cláusulas del contrato y necesidades del empleador; por otra parte el empleador se comprometerá a realizar el pago de la remuneración por los servicios recibidos. Es importante mencionar que el empleador establecerá el horario de trabajo, funciones, sanciones y políticas que se deberán respetar en el acuerdo.

Para el presente plan de negocio, inicialmente se utilizarán los siguientes contratos sujetos a modalidad de naturaleza temporal.

- ❖ Contratos de inicio de nueva actividad.
- ❖ Contratos por necesidad de mercado

**El contrato laboral está compuesto por lo siguiente:**

- ❖ Prestación personal del servicio
- ❖ Vinculo de subordinación
- ❖ Remuneración

Con el transcurso del tiempo, de acuerdo al desempeño del colaborador y necesidad de la empresa se optará por un contrato a tiempo indefinido con el fin de fidelizar al trabajador con la empresa y disminuir el índice de rotación de personal.

**2.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad Civil de los Accionistas**

Los contratos comerciales son acuerdos legales entre dos partes mediante el cual se obligan a realizar ciertas actividades, estos pueden ser escritos o verbales. En el caso de La Cafetería S.A.C. se tendrán contratos escritos con el fin de dejar en claro los términos y condiciones del acuerdo. La empresa contempla dos tipos de contrato:

- **Contratados individuales de trabajo:** Contratos que se firmarán con todos los trabajadores de la empresa.
  
- **Contrato de arrendamiento del local:** Se firmara un contrato que estipule las condiciones y obligaciones del alquiler de local, y también se mencionará el costo del alquiler y la duración.

Para el presente plan de negocio, según el estatuto de la empresa, el Gerente General tiene la responsabilidad civil frente a los accionistas, pudiendo actuar estos judicialmente con la ley civil o penal según sea el caso que se presente

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 Descripción del Entorno del Mercado

Los mimados de casa los gatos han comenzado a ser más importantes que el café en las cafeterías del mundo. En sociedades donde la gente no tiene ni el tiempo ni el espacio para criar animales, los café con gatos ofrecen una singular experiencia a quienes los visiten. En estos cafés con gatos la gente no va solo a tomar café, sino, y principalmente, a jugar con los felinos sin las responsabilidades que implica tener uno en casa. Es decir que, más o menos, el producto es pasar un buen rato con un gato. Uno de los primeros establecimientos de este tipo fue el “CAT FLOWER GARDEN”, inaugurado en Taipéi, Taiwán en 1998; lugar donde los gatos eran del dueño de la cafetería y la gente sólo podía tocar a los animales, no adoptarlos.



**Figura N°3 Cat Flower Garden en Taipéi**

**Fuente:** Elaboración propia

Sin embargo, el concepto floreció en Japón, donde hay cientos de lugares que se han abierto en los últimos quince años, sobre todo en Tokio. Proyecto que rápidamente llegó a Europa, tomando fuerza en Austria, Hungría, Alemania, España y Reino Unido.



**Figura N°4** Cat Café en Tokyo

**Fuente:** Elaboración propia.

Es importante mencionar, que en el Barrio Italia, situado en el límite de las comunas de Providencia, Ñuñoa y Santiago de Chile, destacadas por sus atractivos gastronómicos y por sus locales de arte y decoración, convirtiéndose en uno de los paseos favoritos de los turistas que llegan a Santiago de Chile; en el corazón de este barrio se encuentra uno de las cafeterías más innovadoras del último tiempo. EL RENDE BÚ (Av. Italia 1609, Ñuñoa), un café que no sólo destaca por el reciclaje de materiales usado para su mobiliario, sino que además por ser el primer café gatuno del país y de toda Sudamérica.



**Figura N°5** Cat Café Rende Bu en Chile

**Fuente:** Elaboración propia.

### a) Análisis Económico:

En los últimos años, la mejora de la situación económica de nuestro país se ha visto incrementada, esto ha permitido que el nivel de gasto ascienda notablemente en diversas áreas.

Según la información de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la proyección de Producto Bruto Interno (PBI), para el año 2016 fue de 3.9% proyectándose para el 2017 en 4%.

| Actualización de proyecciones de crecimiento de América Latina y el Caribe en 2016 y 2017 |                                     |            |
|---|-------------------------------------|------------|
| País o región   | Crecimiento del PIB, en porcentajes |            |
|   | 2016                                | 2017       |
| <b>América Latina y el Caribe</b>   | <b>-0.9</b>                         | <b>1.5</b> |
| Argentina   | -1.8                                | 2.5        |
| Bolivia (Estado Plurinacional de)   | 4.5                                 | 4.3        |
| Brasil  | -3.4                                | 0.5        |
| Chile   | 1.6                                 | 2.0        |
| Colombia  | 2.3                                 | 3.2        |
| Ecuador   | -2.5                                | 0.2        |
| Paraguay  | 4.0                                 | 3.8        |
| <b>Perú</b>   | <b>3.9</b>                          | <b>4.0</b> |
| Uruguay   | 0.6                                 | 1.2        |
| Venezuela (República Bolivariana de)  | -8.0                                | -4.0       |
| <b>América del Sur</b>  | <b>-2.2</b>                         | <b>1.1</b> |
| Costa Rica  | 4.2                                 | 4.1        |
| Cuba  | 0.8                                 | 2.0        |
| El Salvador   | 2.2                                 | 2.3        |
| Guatemala   | 3.3                                 | 3.4        |
| Haití   | 1.5                                 | 2.0        |
| Honduras  | 3.5                                 | 3.7        |
| México  | 2.1                                 | 2.2        |
| Nicaragua   | 4.5                                 | 4.5        |
| Panamá  | 5.4                                 | 5.7        |
| República Dominicana  | 6.5                                 | 6.3        |
| <b>América Central y México</b>   | <b>2.5</b>                          | <b>2.6</b> |
| <b>América Central</b>  | <b>3.7</b>                          | <b>4.0</b> |
| <b>América Latina</b>   | <b>-0.9</b>                         | <b>1.5</b> |
| Antigua y Barbuda   | 3.5                                 | 3.0        |
| Bahamas   | 0.5                                 | 0.9        |
| Barbados  | 1.6                                 | 2.1        |
| Belize  | 0.8                                 | 1.5        |
| Dominica  | 4.2                                 | 1.2        |
| Granada   | 1.9                                 | 2.9        |
| Guyana  | 4.4                                 | 5.2        |
| Jamaica   | 1.2                                 | 1.3        |
| Saint Kitts y Nevis   | 4.7                                 | 3.0        |
| San Vicente y las Granadinas  | 2.3                                 | 1.8        |
| Santa Lucía   | 1.2                                 | 2.0        |
| Suriname  | -4.0                                | 1.5        |
| Trinidad y Tabago   | -2.5                                | 0.8        |
| <b>El Caribe</b>  | <b>-0.3</b>                         | <b>1.4</b> |

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), octubre 2016

**Figura N°6** Proyección Producto Bruto Interno

**Fuente:** CEPAL

Un elemento muy importante a resaltar es que el rebote de la confianza empresarial que se ha visto en lo que va del año dista del deterioro registrado en otros países de la región. Así, de acuerdo a estimaciones, se calcula que el 85% del rebote reciente de la confianza empresarial se explica por factores locales, lo que puede apuntalar la inversión no minera ni petrolera, que representa el 78% de la inversión privada total. Para el 2017 se espera que la economía local crecerá, liderada por la inversión privada (5.0%), en un contexto de mejora en la confianza empresarial doméstica, destrabe de proyectos de infraestructura, mayor liquidez mundial, bajos costos financieros y menores presiones. Además, la mayor gradualidad de la consolidación fiscal que contribuirá a impulsar el crecimiento económico y garantizar la efectiva recuperación de la demanda interna privada. Finalmente, el volumen exportado de bienes y servicios no financieros crecerá en 8.0% (tradicional: 11.2%; no tradicional: 3.0%) debido a la mayor producción minera y pesquera, así como a la recuperación de la demanda externa proveniente de América Latina.

#### **b) Análisis Socio Cultural**

Según el INEI, en Lima Metropolitana, se encuentra conformada por 43 distritos y la Provincia Constitucional del Callao con 7 distritos, es considerada el centro político, cultural, financiero y comercial más importante del país. Del total de habitantes que tiene Lima Metropolitana, el 27,1% vive en Lima Este, el 25,5% en Lima Norte, el 19,2% en Lima Sur, el 18,0% en Lima Centro y el 10,2% en la Provincia Constitucional del Callao.

El Parque Kennedy es una plaza pública, situada en el pleno corazón de Miraflores en Lima, y venía siendo habitada por cientos de gatos sin hogar. Se dice que los gatos pertenecían hace algún tiempo a la Iglesia Virgen Milagrosa y que los tenían para el

control de roedores de la zona, pero que luego los soltaron y se fueron reproduciendo en la plaza. En octubre 2016 los gatos del Parque Kennedy y sus alrededores fueron trasladados por el Grupo Voluntario de Defensa Felina a un albergue, medida que buscó el bienestar de las mascotas y salvaguardar la salud de los vecinos y visitantes de este espacio público. La Municipalidad de Miraflores remarcó que este grupo animalista seguirá con la campaña de adopción de los gatos, para lo cual instalará un módulo en el Parque Kennedy los fines de semana. En su momento una representante del Grupo Voluntario de Defensa Felina, indicó que se ha logrado el traslado al albergue de unos 100 gatos domésticos, mientras que los silvestres se quedarán. Asimismo, los interesados en adoptar uno de estos felinos deberán acudir al módulo instalado en el parque Kennedy con su DNI y pasar una evaluación. En setiembre de 2016 a un mes y medio del lanzamiento del servicio de asistencia para perros Club WUF Mascotas (Creado por WUF y Servicios Falabella), amplió su asistencia ahora para gatos, que tendrán también cobertura bajo este programa, el primero de su tipo en el Perú.

Se trata de un servicio de asistencia veterinaria de primera calidad diseñado para proteger la salud de estas mascotas y cuya póliza, además de ofrecer una cobertura por emergencias y accidentes, también incluye servicios como orientación veterinaria las 24 horas, asistencia en caso de pérdida, estancia veterinaria por viaje y hospitalización, entre otros. Adicionalmente, el servicio hará más fácil la crianza de tu perro o tu gato.

Los afiliados tendrán acceso a una red de beneficios con grandes descuentos en los mejores productos y servicios de la categoría como vacunación, desparasitación, esterilización, alimentos, baños, hospedaje y accesorios, entre otros. Actualmente la red de veterinarias afiliadas a Club WUF Mascotas ya cuenta con más de 50 clínicas a nivel

nacional, ubicadas desde Miraflores, La Molina, Los Olivos y Surco hasta Chimbote, Arequipa, Cajamarca y otras ciudades del país.

### **c) Análisis Político - Legal**

El análisis de los factores que afectan los entornos políticos y legales de una nación, han cogido fuerza a medida que el mundo se ha globalizado.

Nuestra nación posee el mejor ambiente macroeconómico de América Latina, según un estudio del semanario Latin Business Chronicle, con sede en Florida – Estados Unidos señaló al Perú como el tercer mejor país en América Latina para hacer negocio, precedido por Chile y Panamá. Sin embargo, de las 3 naciones solo Perú mejoró su puntaje en la evaluación de su clima.

Fuera de ello para nuestra empresa el análisis político legal se torna favorable porque se acogerá al Régimen MYPE Tributario – RMT los cuales nos permitirá reducir costos de manera significativa lo cual es un beneficio muy importante para la empresa.

Asimismo, se promulgó la Ley N°30407, Ley de Protección y Bienestar Animal, que establece las condiciones necesarias para brindar protección a las especies de animales vertebrados domésticos o silvestres y para reconocerlos como animales sensibles, los cuales merecen gozar de buen trato por parte del ser humano y vivir en armonía con su medio ambiente.

### **d) Análisis Tecnológico**

Este entorno cambia todo el tiempo y se reemplaza rápidamente. Hoy en día, las redes sociales son un canal muy importante que te permite una comunicación más cercana con tus clientes. Por este motivo, la página web, Facebook, Instagram, YouTube, entre otras redes son muy importantes en una empresa para crear una fidelización con el cliente.

Es por ello que el avance de las Tics fomentado por la tecnología digital brinda oportunidades para alcanzar mejores niveles de vida.

**Cuadro N° 1**  
**Perú: Hogares con acceso a servicios y bienes de Tecnología de Información y Comunicación- TIC: Telefonía Fija, Telefonía Móvil, Televisión por Cable, Computadora e Internet**  
**Año: 2005 - 2015 y Trimestre: 2011 - 2016**  
**(Porcentaje)**

| Año / Trimestre                   | Telefonía fija | Telefonía móvil | Televisión por cable | Computadora | Internet |
|-----------------------------------|----------------|-----------------|----------------------|-------------|----------|
| <b>Indicadores anuales</b>        |                |                 |                      |             |          |
| 2005                              | 28,5           | 20,7            | 10,3                 | 8,8         | 3,7      |
| 2006                              | 29,9           | 29,8            | 13,9                 | 11,2        | 5,1      |
| 2007                              | 31,0           | 45,0            | 17,0                 | 15,4        | 6,6      |
| 2008                              | 31,9           | 59,7            | 20,0                 | 18,0        | 8,6      |
| 2009                              | 32,1           | 67,0            | 23,1                 | 21,2        | 11,0     |
| 2010                              | 30,4           | 73,1            | 26,0                 | 23,4        | 13,0     |
| 2011                              | 29,8           | 75,2            | 29,8                 | 25,4        | 16,4     |
| 2012                              | 29,4           | 79,7            | 31,9                 | 29,9        | 20,2     |
| 2013                              | 28,6           | 82,0            | 33,6                 | 32,0        | 22,1     |
| 2014                              | 26,9           | 84,9            | 35,9                 | 32,3        | 23,5     |
| 2015                              | 24,5           | 87,2            | 36,7                 | 31,7        | 23,2     |
| <b>Indicadores trimestrales</b>   |                |                 |                      |             |          |
| <b>2011</b>                       |                |                 |                      |             |          |
| Ene-Feb-Mar                       | 30,1           | 74,1            | 29,4                 | 24,8        | 15,0     |
| Abr-May-Jun                       | 30,7           | 74,9            | 29,1                 | 25,1        | 16,2     |
| Jul-Ago-Set                       | 30,1           | 75,6            | 30,4                 | 25,4        | 16,7     |
| Oct-Nov-Dic                       | 29,3           | 76,7            | 31,4                 | 26,6        | 17,8     |
| <b>2012</b>                       |                |                 |                      |             |          |
| Ene-Feb-Mar                       | 28,5           | 77,9            | 31,0                 | 29,1        | 17,8     |
| Abr-May-Jun                       | 30,3           | 80,1            | 31,7                 | 29,7        | 19,0     |
| Jul-Ago-Set                       | 30,3           | 81,0            | 32,7                 | 30,6        | 21,9     |
| Oct-Nov-Dic                       | 29,2           | 79,9            | 33,3                 | 30,8        | 22,2     |
| <b>2013</b>                       |                |                 |                      |             |          |
| Ene-Feb-Mar                       | 33,8           | 81,3            | 38,1                 | 35,2        | 25,6     |
| Abr-May-Jun                       | 31,1           | 81,0            | 33,0                 | 32,4        | 23,7     |
| Jul-Ago-Set                       | 29,5           | 83,3            | 34,4                 | 32,5        | 22,6     |
| Oct-Nov-Dic                       | 27,2           | 83,1            | 34,4                 | 32,8        | 22,1     |
| <b>2014</b>                       |                |                 |                      |             |          |
| Ene-Feb-Mar                       | 34,1           | 84,8            | 40,6                 | 37,8        | 27,9     |
| Abr-May-Jun                       | 30,3           | 84,1            | 38,2                 | 35,6        | 25,9     |
| Jul-Ago-Set                       | 26,7           | 85,2            | 35,9                 | 31,8        | 24,1     |
| Oct-Nov-Dic                       | 25,5           | 86,3            | 35,6                 | 31,9        | 24,5     |
| <b>2015 P/</b>                    |                |                 |                      |             |          |
| Ene-Feb-Mar                       | 30,6           | 87,1            | 42,0                 | 34,8        | 27,0     |
| Abr-May-Jun                       | 28,2           | 87,4            | 39,7                 | 34,3        | 25,3     |
| Jul-Ago-Set                       | 25,3           | 87,2            | 36,7                 | 32,1        | 24,9     |
| Oct-Nov-Dic                       | 23,4           | 87,5            | 36,2                 | 31,7        | 24,1     |
| <b>2016 P/</b>                    |                |                 |                      |             |          |
| Ene-Feb-Mar                       | 31,6           | 89,0            | 43,9                 | 37,7        | 31,7     |
| <b>Variación Absoluta</b>         |                |                 |                      |             |          |
| Ene-Feb-Mar 16/<br>Ene-Feb-Mar 15 | 1,0            | 1,9 ***         | 1,9                  | 2,9 **      | 4,7 ***  |

**Figura N°7 Hogares con Acceso a Servicio y Bienes de TIC**

**Fuente: INEI**

Hoy en día los amantes de la tecnología y los animales juntan sus dos pasiones con una serie de artículos diseñados para hacer la vida de las mascotas y sus dueños más entretenida y sencilla. En el mercado tecnológico existen dispositivos para todos los gustos. Se puede encontrar collares con GPS para poder localizar al engreído de la casa si este se pierde, y para los que hayan creado una cuenta de Twitter para su perro o gato, una placa puede actualizar los estados automáticamente.

Asimismo, los aplicativos tecnológicos desarrollados para perros y gatos, viene siendo una realidad, aplicativos diseñadas especialmente para ellos, que les ayuda a encontrar pareja, desarrollar el instinto de caza y sacarles buenas fotos. Los gatos, tienen una aplicación desarrollada especialmente para ellos y se llama Game For Cats, también gratis para iOS y Android, que se trata de un juego para teléfonos y tablets en que el animal debe perseguir con la pata un ratón que se mueve rápidamente. Juego que despierta el instinto de caza del felino, lo cual es de ayuda a aquellos que nunca habían cazado y después comenzaran a perseguir ratones de verdad.

#### **e) Análisis Demográfico**

Según la información proporcionada por el INEI, la población del Perú al año 2016 fue de 31 488,625 habitantes donde el 50.15% son hombres y el 49.85% son mujeres según la información brindada por el INEI, de las cuales en Lima metropolitana se registra 9 030 800 habitantes como se puede ver en la siguiente tabla.

**Tabla N° 5 Población de Perú al año 2016**

| <b>Distrito</b>         | <b>Población</b> | <b>%</b> |
|-------------------------|------------------|----------|
| San Juan de Lurigancho  | 1105800          | 12.24%   |
| San Martín de Porres    | 711300           | 7.88%    |
| Ate                     | 638100           | 7.07%    |
| Comas                   | 532900           | 5.90%    |
| Villa El Salvador       | 469200           | 5.20%    |
| Villa María del Triunfo | 454700           | 5.03%    |
| San Juan de Miraflores  | 409800           | 4.54%    |

|                     |                |             |
|---------------------|----------------|-------------|
| Los Olivos          | 377000         | 4.17%       |
| Puente Piedra       | 357500         | 3.96%       |
| Santiago de Surco   | 351200         | 3.89%       |
| Chorrillos          | 330500         | 3.66%       |
| Carabaylo           | 305900         | 3.39%       |
| Lima                | 276900         | 3.07%       |
| Santa Anita         | 231400         | 2.56%       |
| Lurigancho          | 221800         | 2.46%       |
| Independencia       | 220200         | 2.44%       |
| El Agustino         | 194100         | 2.15%       |
| La Molina           | 175100         | 1.94%       |
| La Victoria         | 174700         | 1.93%       |
| Rímac               | 167800         | 1.86%       |
| San Miguel          | 138300         | 1.53%       |
| Pachacamac          | 131200         | 1.45%       |
| San Borja           | 114400         | 1.27%       |
| Surquillo           | 93200          | 1.03%       |
| Lurín               | 86200          | 0.95%       |
| Miraflores          | 84000          | 0.93%       |
| Pueblo Libre        | 77800          | 0.86%       |
| Breña               | 77400          | 0.86%       |
| Jesús María         | 73200          | 0.81%       |
| San Luis            | 58600          | 0.65%       |
| Magdalena del Mar   | 55800          | 0.62%       |
| San Isidro          | 55600          | 0.62%       |
| Lince               | 51300          | 0.57%       |
| Cieneguilla         | 47800          | 0.53%       |
| Chaclacayo          | 44200          | 0.49%       |
| Ancón               | 43900          | 0.49%       |
| Barranco            | 30600          | 0.34%       |
| Santa Rosa          | 19000          | 0.21%       |
| Pucusana            | 17300          | 0.19%       |
| Punta Negra         | 8000           | 0.09%       |
| San Bartolo         | 7800           | 0.09%       |
| Punta Hermosa       | 7700           | 0.09%       |
| Santa María del Mar | 1600           | 0.02%       |
| <b>TOTAL</b>        | <b>9030800</b> | <b>100%</b> |

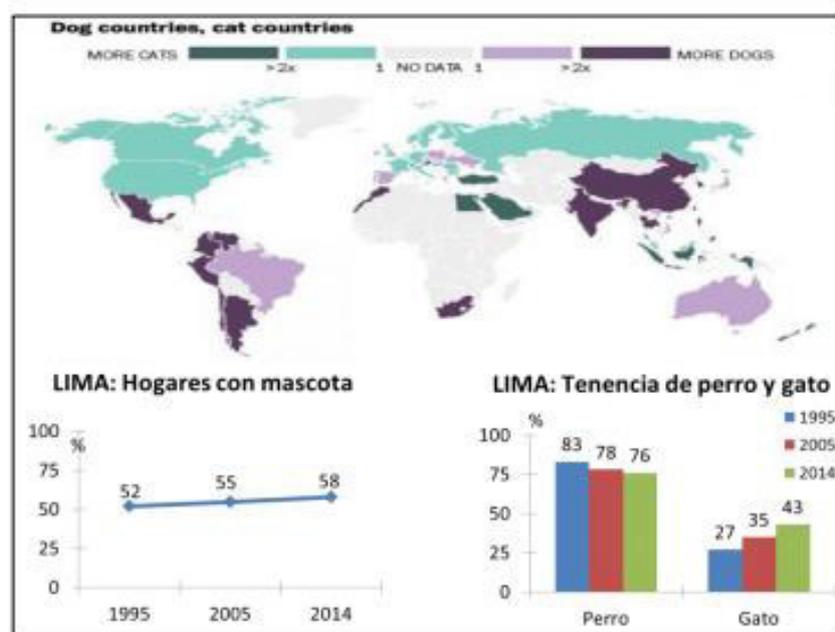
Fuente: CPI

Elaboración Propia

Al respecto Lima Moderna equivale al 12.9% del total de la población de Lima Metropolitana el cual equivale a S/ 1'164,973 y se encuentra conformada por 12

distritos entre ellas: San Isidro, Miraflores, San Borja, Surco y La Molina son los que registran un mayor número de familias pertenecientes a los niveles socioeconómicos A y B, los cuales se considerarán para la determinación del Mercado Potencial.

Otro dato interesante que nos muestra la figura N°5 es que la presencia de los canes en términos relativos viene disminuyendo, en cambio, la de los gatunos aumentó de 27% en 1995 a 43% en 2014, un incremento de 60% en las últimas 2 décadas.



**Figura N°8 Hogares con Mascota**

**Fuente: IPSOS**

### 3.1.1 Análisis FODA

A fin de poder analizar la situación actual de la empresa en un ámbito interno como externo, para el presente plan de negocios se aplicará el análisis FODA.

#### Fortalezas

- Personal altamente capacitado en el servicio.
- Distribución adecuada y agradable.

- Diversidad de enseres y muebles para gatos.
- Instalaciones, equipos e instrumentos adecuados.
- Atención personalizada y calidad en el servicio.

### **Debilidades**

- Falta de reconocimiento y confianza por ser una empresa nueva.
- Falta de capacitación especializada.
- No es local propio.
- Dirigido a un segmento específico.
- Recursos económicos limitados.

### **Oportunidades**

- Mercado de servicios en crecimiento.
- Interactuar y jugar con los felinos está en crecimiento en el mundo actual.
- Normatividad local a favor de la protección de las mascotas.
- Alianzas estratégicas.
- Desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación.

### **Amenazas**

- Entrada de nuevos competidores.
- Precios más bajos de la competencia.
- Incremento de los precios de los insumos.
- Posibilidad de que las cadenas de cafés incorporen nuestros servicios e ideas.
- Aparición de nuevas regulaciones para cafés con animales.

**FODA CRUZADO:**

**Tabla N° 6 Matriz FODA de la Empresa La Cafetería SAC**

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p style="text-align: center;"><b>Factores Internos</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Factores Externos</b></p>  | <p><b>Fortalezas</b><br/>                 F1. Personal altamente capacitado en el servicio.<br/>                 F2. Distribución adecuada y agradable.<br/>                 F3. Diversidad de enseres y muebles para gatos.<br/>                 F4. Instalaciones, equipos e instrumentos adecuados.<br/>                 F5. Atención personalizada y calidad en el servicio.</p> | <p><b>Debilidades</b><br/>                 D1. Falta de reconocimiento y confianza por ser una empresa nueva.<br/>                 D2. Falta de capacitación especializada en cuanto al cuidado en gatos.<br/>                 D3. No es local propio.<br/>                 D4. Dirigido a un segmento específico.<br/>                 D5. Recursos económicos limitados.</p> |
| <p><b>Oportunidades</b><br/>                 O1. Mercado de servicios en crecimiento.<br/>                 O2. Interactuar y jugar con los felinos está en crecimiento en el mundo actual.<br/>                 O3. Normatividad local a favor de la protección de las mascotas.<br/>                 O4. Alianzas estratégicas.<br/>                 O5. Desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación</p> | <p>O1, F1 Mantener al personal motivado y ofrecer incentivos para que brinde un servicio de acuerdo a las exigencias del mercado.<br/><br/>                 O5, F4 Estar a la vanguardia de la aparición de nuevas tecnologías para implementarlas en nuestros servicios a los clientes.</p>   | <p>O1, D4 Abarcar nuevos segmentos de mercado.<br/><br/>                 O2, O3, D1 A través de la nueva normatividad de protección a las mascotas, lo que se busca es brindar un servicio nuevo en el mercado que permita a la persona pasar un momento agradable con sus mininos mientras disfruta de un café o té.</p>  |
| <p><b>Amenazas</b><br/>                 A1. Entrada de nuevos competidores.<br/>                 A2. Precios más bajos de la competencia.<br/>                 A3. Incremento de los precios de los insumos.<br/>                 A4. Posibilidad de que las cadenas de cafés incorporen nuestros servicios e ideas.<br/>                 A5. Aparición de nuevas regulaciones para cafés con animales.</p>                  | <p>A1, F5 A través de una atención personalizada y calidad en el servicio lograremos fidelizar a nuestros clientes.<br/><br/>                 A4, F3, F4 Implementar nuevos servicios adicionales para seguir manteniendo nuestro posicionamiento en el mercado.</p>   | <p>A1, D1 Posicionamiento en el mercado diferenciándonos por la calidad de servicio.<br/><br/>                 A2, D3, D5 Buscar un financiamiento a través de los bancos para mejorar el servicio.</p>  |

### Matriz de evaluación de los factores internos -MEFI

La matriz MEFI permitirá al presente plan de negocios analizar las relaciones internas entre las áreas de la empresa, siendo una herramienta analítica de formulación estratégica que permite evaluar y resumir las fortalezas y debilidades de la empresa.

En la Tabla N°7 se aprecia el resultado de la Matriz de Evaluación de los Factores Internos de La Cafetería S.A.C., en donde luego de asignar peso y calificación a cada fortaleza y debilidad se obtuvo como resultado el peso ponderado total de 3.16 resultado el cual se encuentra por encima del valor promedio, el cual es 2.5. A su vez, es importante mencionar que el ponderado total de las fortalezas (1.86) es superior al ponderado total de las debilidades (1.30) lo cual indica que las fortalezas son favorables para minimizar las debilidades.

**Tabla N°7 Matriz de Evaluación de los Factores Internos de la Empresa La Cafetería S.A.**

| Factores Determinantes   | Peso     | Valor | Ponderación |
|--|----------|-------|-------------|
| <b>Fortalezas</b>  |          |       |             |
| Personal altamente capacitado en el servicio.                  | 0.12     | 4     | 0.48        |
| Distribución adecuada y agradable.                             | 0.09     | 3     | 0.27        |
| Diversidad de enseres y muebles para gatos.                    | 0.12     | 4     | 0.48        |
| Instalaciones, equipos e instrumentos adecuados.               | 0.09     | 3     | 0.27        |
| Atención personalizada y calidad en el servicio.               | 0.09     | 4     | 0.36        |
| <b>Sub-Total</b>   | 0.51     |       | 1.86        |
| <b>Debilidades</b>   |          |       |             |
| Falta de reconocimiento y confianza por ser una empresa nueva. | 0.12     | 3     | 0.36        |
| Falta de capacitación especializada.                           | 0.08     | 3     | 0.24        |
| No es local propio.  | 0.12     | 3     | 0.36        |
| Dirigido a un segmento específico.                             | 0.08     | 2     | 0.16        |
| Recursos económicos limitados.                                 | 0.09     | 2     | 0.18        |
| <b>Sub-Total</b>   | 0.49     |       | 1.30        |
| <b>Total</b>   | <b>1</b> |       | <b>3.16</b> |

Elaboración: Propia

## Matriz de evaluación de los factores externos – MEFE

La matriz MEFE permitirá al presente plan de negocios analizar las relaciones externas de los factores que se presentan en el entorno externo, siendo una herramienta analítica.

En la Tabla N°8, se aprecia el resultado de la Matriz de Evaluación de los Factores Externos de La Cafetería S.A.C., en donde luego de asignar peso y calificación a cada oportunidad y amenaza se obtuvo como resultado el peso ponderado total de 2.96, resultado el cual se encuentra por encima del valor promedio, el cual es 2.5 lo que indica que La Cafetería S.A.C., se encuentra en capacidad establecer estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas.

**Tabla N° 8 Matriz de Evaluación de los Factores Externos de la Empresa La Cafetería S.A.C**

| Factores Determinantes   | Peso     | Valor | Ponderación |
|--|----------|-------|-------------|
| <b>Oportunidades</b>   |          |       |             |
| Mercado de servicios en crecimiento.   | 0.12     | 4     | 0.48        |
| Interactuar y jugar con los felinos está en crecimiento en el mundo actual.    | 0.12     | 3     | 0.36        |
| Normatividad local a favor de la protección de las mascotas.                   | 0.12     | 4     | 0.48        |
| Alianzas estratégicas.   | 0.12     | 3     | 0.36        |
| Desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación                 | 0.12     | 3     | 0.36        |
| <b>Sub-total</b>   | 0.60     |       | 2.04        |
| <b>Amenazas</b>  |          |       |             |
| Entrada de nuevos competidores.  | 0.11     | 2     | 0.22        |
| Precios más bajos de la competencia.   | 0.06     | 3     | 0.18        |
| Incremento de los precios de los insumos.                                      | 0.06     | 3     | 0.18        |
| Posibilidad de que las cadenas de cafés incorporen nuestros servicios e ideas. | 0.06     | 2     | 0.12        |
| Aparición de nuevas regulaciones para cafés con animales.                      | 0.11     | 1     | 0.22        |
| <b>Sub-total</b>   | 0.40     |       | 0.92        |
| <b>Total</b>   | <b>1</b> |       | <b>2.96</b> |

Elaboración: Propia

### **3.2 Ámbito de Acción del Negocio**

La Catfetería S.A.C., se encontrara ubicado en la Av. Alfredo Benavides N° 15048 en el distrito de Miraflores. En el ámbito de la acción de negocio tenemos restaurantes y bar cafés, además de ser una vía altamente comercial y transitable por la gran mayoría de líneas de transporte urbano que cruzan el distrito. La Catfetería S.A.C., es una modalidad de café en compañía de gatos que nació en Taiwán (China) en la década del 90 como una opción para las personas que aman estos animales, pero no pueden tenerlos porque viven en pequeños departamentos donde no están permitidos, algo muy común en Asia. Luego se reprodujeron en Tokio (Japón), donde se convirtieron en un verdadero éxito; donde existen unos 40 de estos establecimientos. Y ahora son tendencia en todo el mundo.

El presente plan de negocios busca implementar un concepto nuevo y diferente, un “CAT CAFÉ”, el primer lugar en la capital Lima ideal para los CAT LOVERS, donde no solo se podrá ir a pasar un buen rato disfrutando del café o el té, sino que te dará la oportunidad de pasar un rato ameno y disfrutar de una peluda compañía.

### **3.3 Descripción del bien o del servicio**

Los servicios que se ofrecerán son innovadores donde se permite disfrutar de la compañía de los gatos mientras se toma un café: hoy en día las personas que tienen un minino o minina no lo consideran simplemente como una mascota sino que para ellos es como un hijo(a), y lo que buscan es pasar un momento agradable fuera de casa, y que mejor que haya un lugar especial donde puedas pasar un momento agradable con ellos, sin el temor de que en el establecimiento a donde te dirijas te estén llamando la atención por entrar en compañía de su mascota.

Además de ello se ofrecerá una variedad de aperitivos con diseños gatunescos y con ingredientes de alta calidad y locales en su mayoría. Entre ellos cafés, frappes, té, cupcakes, postres entre otros.

### **3.3.1 Misión:**

Nuestra misión es crear una experiencia única para nuestros clientes en un espacio de recreación en donde podrán descansar y relajarse mientras disfrutan de un café en compañía de sus mininos.

### **3.3.2 Visión:**

Ser la mejor empresa de Cat Café, caracterizada por ser innovadora, flexible y brindar servicios de alta calidad para los cat lovers, todo esto unido a un precio justo.

### **3.3.3 Valores:**

- ❖ **Justicia:** Hacia nuestro personal, tanto en el trato como en la asignación de actividades a realizar, dependiendo éstas de la capacidad de cada uno de ellos.
- ❖ **Confianza:** En que realizaremos nuestras labores de la mejor manera, con la finalidad de satisfacer a cada uno de nuestros clientes.
- ❖ **Compromiso:** Con nuestro clientes, al brindarles un servicio de calidad; con la sociedad, al brindar estabilidad a las familias de nuestro personal, y con el medio ambiente, al respetar y cumplir todas las normas establecidas para preservar su cuidado.

### **3.3.4 Principios de la Empresa**

Los principios que considera la empresa para mantener un adecuado funcionamiento y desarrollo en las actividades son:

- ❖ **Buscar siempre el mayor nivel de calidad en el servicio:** Se ofrecerá un servicio personalizado de acuerdo a las necesidades y exigencias de cada cliente.

- ❖ **Satisfacción del cliente:** El cliente tendrá una experiencia satisfactoria al momento de utilizar el servicio, se tratará de cumplir con todas las expectativas del cliente.
- ❖ **Innovación:** Se buscará de manera continua nuevos servicios y nuevas ideas para ofrecer al cliente.
- ❖ **Respeto al medio ambiente:** Compromiso de respeto al medio ambiente que repercute en los ámbitos de nuestra actividad empresarial.

### 3.3.5 Cultura Organizacional

- ❖ Cultura basada en el trabajo en equipo, donde se promueve la participación, la creatividad, la expresión de ideas a todo nivel.
- ❖ Busca la eficiencia, satisfacción del cliente y excelencia en el servicio.
- ❖ Se preocupa por establecer una relación de confianza tanto con sus clientes internos como externos, basados en el respeto, responsabilidad y solidaridad.

### 3.3.6 Políticas

- ❖ **Capacitación de personal permanente:** Se llevará a cabo capacitaciones a todo el personal cuando inicie a laborar, brindándole toda la información y herramientas para que pueda realizar su trabajo de manera eficiente, asimismo, se realizarán capacitaciones continuas para reforzar y transmitir nuevos conocimientos.
- ❖ **Mejora constante:** La empresa mejorará constantemente en los procesos con el fin de ofrecer un servicio de calidad y con un mejoramiento continuo.
- ❖ **Retroalimentación:** Se llevará a cabo reuniones con los trabajadores para que puedan expresar sus inquietudes, dudas, y consultas las cuales nos permitirá mejorar nuestros procesos, nuestras funciones y nuestro servicio a todo nivel.

- ❖ **Comunicación Efectiva:** La comunicación se aplicará de manera horizontal de tal forma que los trabajadores se sientan respaldados y en confianza de poder expresarse y comunicarse dentro de las líneas de la cordialidad y el respeto.

A continuación se detallará los servicios que ofrecerá La Cafetería S.A.C:

En la figura N°6 se puede apreciar las diversas variedades de tipos de café entre calientes y fríos que se ofrecerán a nuestros clientes, asimismo cabe indicar que habrá 2 tipos de variedades de café:

- ❖ Cafés Gourmet
- ❖ Cafés No Gourmet

| CAFES              |   |                    |  |                         |   |
|--------------------|---|--------------------|--|-------------------------|---|
| TIPOS DE CAFÉ SOLO |   | TIPOS DE CAFÉ FRÍO |  | TIPOS DE CAFÉ CON LECHE |   |
| Corto              |  | Frappé             |  | Café Latte              |  |
| Expreso Doble      |  | Azteca             |  | CapuChino               |  |
| Expreso Largo      |  | Escocés            |  | Café Moca               |  |
| Americano          |  |                    |  | Café Caramel Macchiato  |  |

**Figura N°9** Tipos de Cafés

**Fuente:** Elaboración Propia.

En la Figura N°10, se puede visualizar los 3 tipos de sándwiches que se ofrecerá en nuestra cafetería para el inicio de sus actividades, como es el Ciabatta, Triple de Pollo y el Croissant Mixto.

| SANDWICHES                    |  |
|-------------------------------|--|
| <b><i>Ciabatta</i></b>        |  |
| <b><i>Triple de Pollo</i></b> |  |
| <b><i>Croissant Mixto</i></b> |  |

**Figura N°10** Tipos de Sándwiches

**Fuente:** Elaboración Propia.

En la Figura N°11, se puede ver los distintos sabores de smoothies que se ofrecerán a nuestros clientes en nuestro local, como otra bebida alternativa al café.

| SMOOTHIES               |  |
|-------------------------|--|
| <b><i>Fresa</i></b>     |  |
| <b><i>Melocotón</i></b> |  |
| <b><i>Piña</i></b>      |  |

**Figura N°11** Tipos de Smoothies

**Fuente:** Elaboración Propia.

En la Figura N°12, se puede visualizar los tipos de infusiones a ofrecerse como otra bebida alternativa al café.



**Figura N°12** Tipos de Infusiones a ofrecer en el Servicio

**Fuente:** Elaboración Propia.

En la Figura N°13, se muestra la diversa variedad de postres y pasteles, que nuestros clientes podrán degustar para complementarlo ya sea con el café, smoothies o infusión.

| POSTRES Y PASTELES                  |  |                                      |  |
|-------------------------------------|--|--------------------------------------|--|
| <i>Brownies</i>                     |   | <i>Mousse de Lúcumá</i>              |   |
| <i>Selva Negra</i>                  |   | <i>Pie de Manzana</i>                |   |
| <i>Cheesecake de Fresa</i>          |   | <i>Torta 3 leches</i>                |   |
| <i>Muffins con diseño gatunesco</i> |  | <i>Galletas con Diseño Gatunesco</i> |  |

**Figura N°13** Tipos de Postres y Pasteles a ofrecer en el Servicio

**Fuente:** Elaboración propia.

Para los gatunos de nuestros clientes, en la Figura N°14 se puede ver que se diseñó un área especial denominado “Zona Gatuna”, dicho diseño de interiores se hizo pensando en el bienestar y felicidad de los mininos y humanos y ocupa muebles vintage y decoración gatuna, en dicho espacio debidamente amoblado, podrán ingresar los clientes en compañía de sus engréidos, para poder pasar un momento agradable.

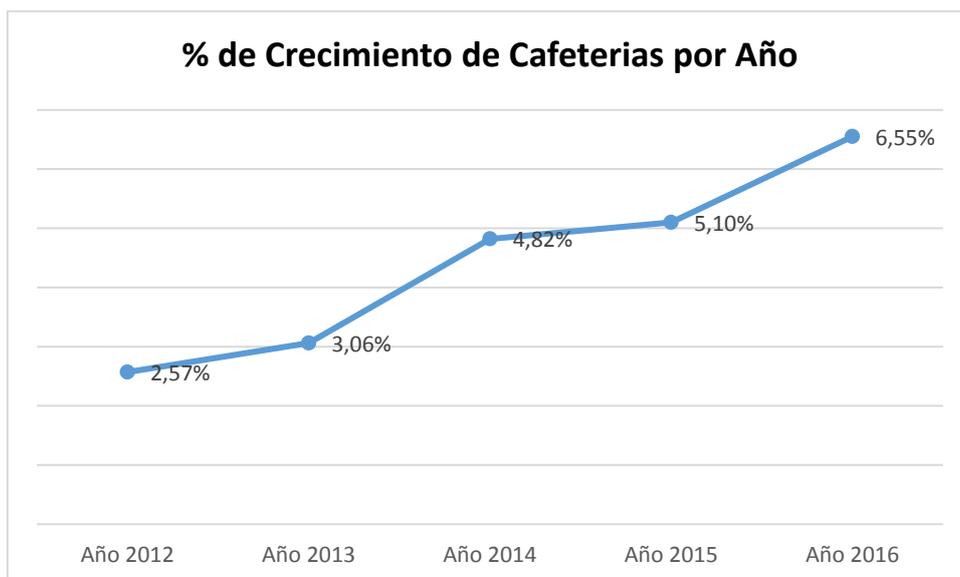


**Figura N°14** Zona Gatuna

**Fuente:** Elaboración propia.

### 3.4 Estudio de la Demanda

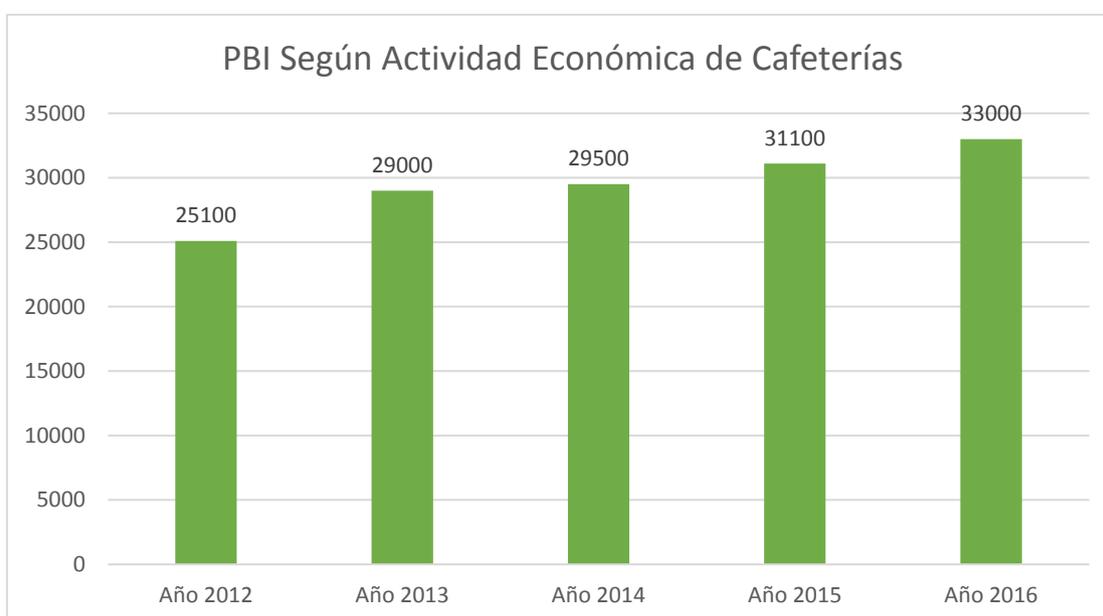
Según INEI, la actividad de restaurantes en el país registró un crecimiento de 5.14% impulsada por el avance de la mayoría de componentes. Según el nivel de desagregación, el Servicio de Cafeterías registró un crecimiento de 6.55%, entre los factores que explican este crecimiento está la expansión de locales, infraestructuras mejoradas, eventos empresariales, participación en ferias gastronómicas y la incidencia de turismo interno.



**Figura N°15** Porcentaje de Crecimiento de cafeterías por Año

**Fuente:** INEI, CPI

A continuación, se puede visualizar el desempeño que ha experimentado la actividad económica de Cafeterías a nivel nacional en los últimos 5 años.



**Figura N°16** PBI según actividad económica de cafeterías

**Fuente:** INEI

Elaboración Propia

Bajo esta perspectiva y la creciente demanda de cafeterías de todo tipo, nace La Cafetería S.A.C y lo que busca es traer un concepto nuevo y diferente, un “Cat Café”, el primer lugar en la capital Lima ideal para los cat lovers, donde no solo se podrá ir a pasar un buen rato disfrutando del café o el té, sino que te dará la oportunidad de pasar un rato ameno y disfrutar de una peluda compañía.

Asimismo, cabe indicar que el análisis de la demanda permitirá conocer el segmento de población al cual se dirigirá la empresa. Su principal objetivo es medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado en relación al servicio que se desea brindar. Para realizar un buen análisis de la demanda se tendrá que recurrir a información proveniente como es la cantidad de población, PEA ocupada, NSE, entre otros indicadores que nos servirán como base para dicho estudio. A través del presente análisis también se podrá detectar las necesidades y expectativas de los clientes potenciales acerca del servicio que se brindará en el Cat Café.

#### **3.4.1. Segmento del Mercado: Público Objetivo**

El público objetivo para el presente proyecto son todos los hombres y mujeres de Lima Moderna conformada por los siguientes distritos Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina. Los datos para la segmentación del mercado son tomados de la base de datos de CPI.

Para lograr la segmentación del mercado se hará uso de las:

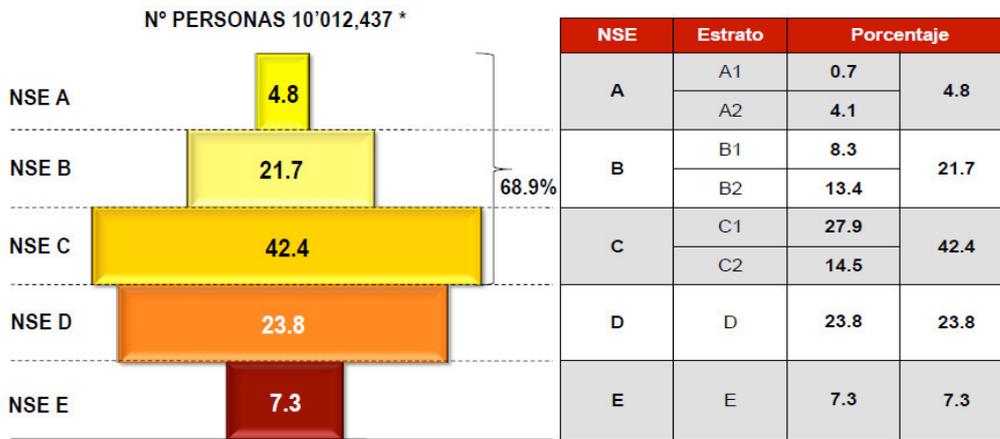
- ✓ Variables Geográficas
- ✓ Variables Demográficas
- ✓ Variables Psicográficas

### 3.4.4.1 Variables Geográficas

A continuación, se muestra la distribución de personas según nivel socioeconómico de Lima metropolitana, este dato será básico para determinar el mercado potencial de la empresa, de aquí se partirá para poder realizar la segmentación del mercado.



DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS SEGÚN NSE 2016 - LIMA METROPOLITANA



**Figura N°17** Distribución de Personas según NSE

**Fuente:** APEIM 2016

A continuación, se muestra el número de personas de Lima Moderna por nivel socioeconómico, la cual está representada por varios distritos, para el presente plan de negocio se tomará en cuenta las personas de los distritos de Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina del nivel socioeconómico B, este será el mercado que se segmentará con la finalidad de determinar el mercado objetivo.

| LIMA METROPOLITANA: PERSONAS POR ZONAS GEOGRÁFICAS SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO<br>- 2016 - |                 |                      |  |             |             |             |            |
|---|-----------------|----------------------|--|-------------|-------------|-------------|------------|
| ZONAS   | PERSONAS        |                      | ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA APEIM (% HORIZONTAL) |             |             |             |            |
|   | Miles           | % sobre Lima Metrop. | A  | B           | C           | D           | E          |
| Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.                          | 1,388.1         | 13.8                 | 2.2  | 13.0        | 41.7        | 33.6        | 9.5        |
| Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.  | 1,308.5         | 13.0                 | 1.9  | 22.8        | 52.2        | 18.6        | 4.5        |
| Puente Piedra, Comas, Carabayllo.   | 1,196.3         | 11.9                 | 0.5  | 13.7        | 46.6        | 26.4        | 12.8       |
| San Juan de Lurigancho.   | 1,105.8         | 11.0                 | 1.1  | 9.6         | 43.4        | 36.6        | 9.3        |
| Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac.                            | 1,010.1         | 10.0                 | 0.0  | 9.8         | 45.5        | 35.5        | 9.2        |
| Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.                                  | 864.2           | 8.6                  | 4.5  | 20.9        | 40.4        | 25.3        | 8.9        |
| Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.                                      | 780.2           | 7.8                  | 29.4   | 45.1        | 17.6        | 5.6         | 2.3        |
| Cercado, Rimac, Breña, La Victoria.   | 696.8           | 6.9                  | 2.0  | 21.8        | 45.4        | 25.7        | 5.1        |
| Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.                                  | 396.5           | 3.9                  | 22.5   | 46.7        | 23.9        | 5.4         | 1.5        |
| Resto de Lima   | 284.3           | 2.8                  | 0.0  | 10.1        | 48.5        | 26.3        | 15.1       |
| Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla y Mi Perú          | 1,024.4         | 10.2                 | 1.6  | 17.3        | 42.8        | 25.9        | 12.4       |
| <b>TOTAL LIMA METROPOLITANA</b>   | <b>10,055.2</b> | <b>100.0</b>         | <b>4.7</b>                                     | <b>19.7</b> | <b>42.0</b> | <b>25.5</b> | <b>8.1</b> |

**Figura N°18** Personas por Zonas Geográficas según NSE

**Fuente:** CPI 2016

### 3.4.4.2 Variables Demográficas

Se muestra las características principales de la variable demográfica que la empresa La Catfetería S.A.C establecerá como su mercado objetivo.

En la siguiente Figura N°19 se muestra los hogares y población por grupos de edad según nivel socioeconómico.

| LIMA METROPOLITANA: HOGARES Y POBLACIÓN POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO<br>- 2016 - (en miles) |                |              |                 |              |                              |                |              |                |                |                |                |
|---|----------------|--------------|-----------------|--------------|------------------------------|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| NIVELES SOCIOECONÓMICOS   | HOGARES        |              | POBLACIÓN       |              | POBLACION POR GRUPOS DE EDAD |                |              |                |                |                |                |
|   | Mls.           | %            | Mls.            | %            | 00 - 05 años                 | 06 - 12 años   | 13 - 17 años | 18 - 24 años   | 25 - 39 años   | 40 - 55 años   | 56 - + años    |
| A/B   | 678.1          | 25.2         | 2,464.5         | 24.4         | 178.1                        | 231.0          | 180.2        | 279.4          | 561.4          | 543.0          | 491.4          |
| C   | 1,087.0        | 40.4         | 4,237.0         | 42.0         | 347.8                        | 446.3          | 348.2        | 542.0          | 1032.8         | 851.4          | 668.5          |
| D   | 691.5          | 25.7         | 2,547.6         | 25.5         | 291.2                        | 309.3          | 231.0        | 386.5          | 670.0          | 422.0          | 237.6          |
| E   | 234.1          | 8.7          | 806.1           | 8.1          | 134.3                        | 117.7          | 75.1         | 116.1          | 195.2          | 102.0          | 65.7           |
| <b>TOTAL LIMA METROPOLITANA</b>   | <b>2,690.7</b> | <b>100.0</b> | <b>10,055.2</b> | <b>100.0</b> | <b>951.4</b>                 | <b>1,104.3</b> | <b>834.5</b> | <b>1,324.0</b> | <b>2,459.4</b> | <b>1,918.4</b> | <b>1,463.2</b> |

**Figura N°19** Hogares y Población por Grupos de Edad según NSE

**Fuente:** Estimaciones y proyecciones de la población INEI.

**Tabla N° 9 Segmentación por Variable Demográfica**

| <b>La Catfetería SAC</b>                      |
|---|
| <b>Población:</b> 5 distritos de Lima Moderna |
| <b>Sexo:</b> Masculino y Femenino             |
| <b>Edad:</b> 25-56 a más                      |
| <b>NSE:</b> B                                 |

Fuente: Elaboración propia.

#### **3.4.4.3 Variables Psicográficas**

La idea de negocio está orientada a personas que comparten determinados estilos de vida, donde el dinero no es el único factor determinante para acceder a un producto/servicio en el mercado. Sino que son personas con intereses por la crianza de mascotas y que están dispuestos a pagar por un servicio diferente al que se ofrece en el mercado.

### **3.5 Estudio de la Oferta**

En el distrito de Miraflores, no se cuenta con ninguna empresa que ofrezca nuestro servicio de CAT CAFÉ. Teniendo en cuenta que existe un mercado potencial importante que escasamente no está siendo atendido por los establecimientos donde la gente amante de los felinos desea interactuar, divertirse y sentirse libre.

Nuestra misión es crear una experiencia única para nuestros clientes en un espacio de recreación en donde podrán descansar y relajarse mientras disfrutan de un café en compañía de sus mininos.

En esa perspectiva algunos establecimientos vienen abriendo sus puertas a las mascotas, siempre y cuando la mascota sepa comportarse a la altura de un establecimiento público. Así ocurre desde hace un buen tiempo en varios locales comerciales, demostrándose cómo va creciendo el número de personas dispuestas a incorporar animales domésticos en la vida cotidiana de sus negocios. Apertura, que permite que nuestros perros, gatos,

aves o conejos se queden en casa, siendo cada vez es más común que ellos acompañen a sus dueños en distintos espacios, encontrándose entre los principales:

**Tabla N° 10 Principales Competidores**

| Nombre de la Empresa    | Ubicación  | Descripción   | Servicios   | Logo de la Empresa  |
|-------------------------|--|---|---|---|
| <b>Buena Vista Café</b> | Parque Grau, Malecón Cisneros, Miraflores            | Es un local pet-friendly, es decir, le dan la bienvenida, a tus mascotas mientras disfrutas de los aperitivos que ofrece.                       | La empresa ofrece: Café, fuente de soda, jugos, postres, ensaladas, bebidas, sándwiches, etc.         |    |
| <b>Armónica Café</b>    | Av. Mariscal La Mar 1167, Miraflores                 | En su local saben que los perros forman parte de la familia. Por eso, tienen una zona pet-friendly, en la que habrá croquetas a su disposición. | La empresa ofrece: Lasagna vegana, a base de zuchini, pomarola, queso cashews y champiñones.          |   |
| <b>Besó Francés</b>     | Parque Intihuatana Malecón de la Reserva, Miraflores | En su local los perros y gatos son bienvenidos, los cuales degustarán galletas de cortesía.   | La empresa ofrece: Crepes de nutella con fresas o pecanas, carta de sandwiches en tostadas francesas. |  |

Fuente: Elaboración Propia.

### **Precios de la Competencia:**

Luego de realizar distintos análisis de los principales competidores que ofrecen servicios similares a los de La Cafetería S.A.C se ha llegado a la conclusión de que los precios se encuentran dentro de un rango similar. A continuación se procederá a detallar los precios de la competencia, es preciso señalar que dicha información ha sido recogida a través de una visita a los establecimientos de las empresas.

En la Tabla N°11 se puede observar que la empresa “Café Buena Vista” cuenta en promedio con 2160 servicios anuales para sus diferentes tipos de servicios, logrando tener una recaudación en promedio de S/24,420 nuevos soles.

**Tabla N°11 Demanda Estimada de Café Buena Vista**

| Productos       | Precio (S/) | Promedio de Servicios Mensuales | Promedio de Servicios Anuales | Demanda Anual        | Participación de la Demanda |
|-----------------|-------------|---------------------------------|-------------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Café Expreso    | 10          | 45                              | 540                           | S/. 5,400.00         | 22%                         |
| Capuccinos      | 15          | 35                              | 420                           | S/. 6,300.00         | 26%                         |
| Café Moca       | 12          | 35                              | 420                           | S/. 5,040.00         | 21%                         |
| Infusiones      | 8           | 35                              | 420                           | S/. 3,360.00         | 14%                         |
| Frappes y Jugos | 10          | 30                              | 360                           | S/. 4,320.00         | 18%                         |
| <b>Total</b>    |             | <b>180</b>                      | <b>2160</b>                   | <b>S/. 24,420.00</b> | <b>100%</b>                 |

Elaboración: Propia.

Con relación a la empresa “Armónica Café”, en la Tabla N°12 se puede ver que cuenta en promedio con 1800 servicios anuales para sus diferentes servicios que brinda, logrando obtener una recaudación en promedio de S/14,460.00 nuevos soles.

**Tabla N°12 Demanda Estimada de Armónica Café**

| Productos       | Precio (S/) | Promedio de Servicios Mensuales | Promedio de Servicios Anuales | Demanda Anual        | Participación de la Demanda |
|-----------------|-------------|---------------------------------|-------------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Café Expreso    | 6           | 55                              | 660                           | S/. 3,960.00         | 27%                         |
| Capuccinos      | 12          | 25                              | 300                           | S/. 3,600.00         | 25%                         |
| Café Moca       | 10          | 25                              | 300                           | S/. 3,000.00         | 21%                         |
| Infusiones      | 5           | 25                              | 300                           | S/. 1,500.00         | 10%                         |
| Frappes y Jugos | 10          | 20                              | 240                           | S/. 2,400.00         | 17%                         |
| <b>Total</b>    |             | <b>150</b>                      | <b>1800</b>                   | <b>S/. 14,460.00</b> | <b>100%</b>                 |

Elaboración: Propia

En la Tabla N°13, se puede visualizar que la empresa “Besó Francés” cuenta en promedio con 2040 servicios anuales para sus diferentes servicios que brinda, logrando obtener una recaudación de S/20160.00 nuevos soles.

**Tabla N°13 Demanda Estimada de Besó Francés**

| Productos       | Precio (S/) | Promedio de Servicios Mensuales | Promedio de Servicios Anuales | Demanda Anual        | Participación de la Demanda |
|-----------------|-------------|---------------------------------|-------------------------------|----------------------|-----------------------------|
| Café Expreso    | 10          | 50                              | 600                           | S/. 6,000.00         | 30%                         |
| Capuccinos      | 12          | 35                              | 420                           | S/. 5,040.00         | 25%                         |
| Café Moca       | 10          | 25                              | 300                           | S/. 3,000.00         | 15%                         |
| Infusiones      | 6           | 35                              | 420                           | S/. 2,520.00         | 13%                         |
| Frappes y Jugos | 12          | 25                              | 300                           | S/. 3,600.00         | 18%                         |
| <b>Total</b>    |             | <b>170</b>                      | <b>2040</b>                   | <b>S/. 20,160.00</b> | <b>100%</b>                 |

Elaboración: Propia

**Proyección de la Oferta / Proyección de la Oferta a 5 años**

En la Tabla N°14, podemos observar los diferentes productos de cafetería que vienen ofertando los principales competidores por año.

**Tabla N°14 Oferta de Productos por Año**

| Productos                         | Café Buena Vista | Armónica Café | Beso Francés | Total de Productos por Año |
|-----------------------------------|------------------|---------------|--------------|----------------------------|
| Café Expreso                      | 540              | 660           | 600          | 1,800                      |
| Capuccinos                        | 420              | 300           | 420          | 1,140                      |
| Café Moca                         | 420              | 300           | 300          | 1020                       |
| Infusiones                        | 420              | 300           | 420          | 1140                       |
| Frappes y Jugos                   | 360              | 240           | 300          | 900                        |
| <b>Total de Productos por Año</b> |                  |               |              | <b>6,000</b>               |

Fuente: Elaboración propia.

Para los próximos 5 años, en la Tabla N°15 se muestran las proyecciones de la oferta se estiman tomando como nivel, el crecimiento del PBI del sector servicios.

**Tabla N°15 Proyección de la Oferta para los próximos 5 Años**

| Años | Café Expreso | Capuccinos | Café Moca | Infusiones | Frappes y Jugos | Total |
|------|--------------|------------|-----------|------------|-----------------|-------|
| 2017 | 1,320        | 1,000      | 710       | 990        | 790             | 4,020 |
| 2018 | 1,339        | 1,015      | 720       | 1,005      | 802             | 4,079 |
| 2019 | 1,359        | 1,030      | 731       | 1,019      | 813             | 4,139 |
| 2020 | 1,379        | 1,045      | 742       | 1,034      | 825             | 4,200 |
| 2021 | 1,399        | 1,060      | 753       | 1,050      | 837             | 4,262 |
| 2022 | 1,420        | 1,076      | 764       | 1,065      | 850             | 4,324 |

Fuente: Elaboración propia

### **3.5.1 Marco del Sector Según Análisis de Porter**

La empresa La Cafetería S.A.C debe conocer sus aspectos internos para poder desarrollar una estrategia de negocio; a través del desarrollo de las 5 fuerzas de PORTER se podrá maximizar los recursos y superar a la competencia. Este análisis opera en el entorno inmediato de una organización con el fin de satisfacer a los clientes y poder obtener rentabilidad dentro del negocio a realizar.

#### **Rivalidad entre los Competidores Existentes**

La rivalidad actualmente es media ya que las competencias directas no existen debido a que no hay cafés que tengan un espacio de recreación en donde podrán descansar y relajarse mientras disfrutan de un café en compañía de sus felinos; pero si se tiene competencia indirecta que ofrece café con alta competencia en precios, variedad y calidad como son los café gourmet. Sin embargo, la competencia indirecta no cumple específicamente con las necesidades que tiene el segmento a atender. Un punto a favor es que será el primer lugar en la capital Lima ideal para los CAT LOVERS, donde no solo se podrá ir a pasar un buen rato disfrutando del café o el té, sino que te dará la oportunidad de pasar un rato ameno y disfrutar de una peluda compañía.

#### **La Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores**

La entrada de nuevos competidores es una amenaza alta, debido a que las barreras de entrada son bajas; los implementos para el negocio se adquieren fácilmente existen muchos proveedores, y cualquier inversionista podría implementar un café. Por eso se deberán tomar las acciones pertinentes como la necesidad de obtener tecnología, conocimientos especializados, así como mantener la lealtad del cliente para poseer preferencia por la marca y posicionarse en el

mercado. Debido además que la baja existencia de este tipo de empresas no cubre la demanda del mercado, provoque la entrada de nuevos competidores.

### **Productos o Servicios Sustitutivos**

La amenaza de productos sustitutos es alta, debido a que existe competencia indirecta que puede acondicionar ambientes para el ingreso de mascotas como servicio adicional a los que actualmente ofrece, donde los posibles clientes escogen otras opciones, optando por llevar consigo a sus mininos, debido a que el segmento se encuentra en la búsqueda de pasar un momento agradable fuera de casa, y que mejor que haya un lugar especial donde pueda pasar un momento agradable con ellos, sin el temor de que en el establecimiento a donde te dirijas te estén llamando la atención por entrar en compañía de tu mascota.

### **El Poder de Negociación de los Clientes**

Los clientes del negocio al cual estamos entrando tendrán un espacio de recreación en donde podrán descansar y relajarse mientras disfrutan de un café en compañía de sus felinos, poseen un poder de negociación bajo, ya que al tener un solo lugar donde pueden satisfacer su necesidad, se ven limitados al no existir otras opciones. Por lo que se debe jugar un papel muy importante en atraer al cliente y retenerlo, además de ofrecer una variedad de aperitivos con diseños gatunescos y con ingredientes de alta calidad, locales y orgánicos en su mayoría. Entre ellos cafés, frappes, té, cupcakes, postres entre otros. Finalmente jugará un papel importante nuestras ventajas competitivas que nos diferenciarán: comodidad, servicio de calidad, garantía, seguridad, precios acorde al mercado y personal calificado.

### **El Poder de Negociación de los Proveedores**

El poder de negociación de los proveedores es medio, ya que existe un número considerable de los mismos. Dentro de la variedad de proveedores podremos escoger el más se adapte a las necesidades del negocio, tomando en cuenta la calidad de los productos que ofrecen y sus precios e insumos. Son muchas las empresas que distribuyen estos insumos para ello se va a tener en cuenta alianzas claves con los proveedores, actividades que permitirán atender en forma segura y cómoda al cliente, así también de los recursos claves con los que tendríamos que contar para poder iniciar la operación. Además de existir una fuerte rivalidad entre ellas, disminuye su poder, permitiendo reducir sus precios.

### **3.6 Determinación de la Demanda Insatisfecha**

Para el presente plan, el mercado objetivo estará conformado por personas del NSE B, entre las edades de 25 - 56 años a mas, ya que son personas con un nivel de ingresos medio y con intereses por la crianza de gatos y que están dispuestos a pagar por un servicio diferente al que se ofrece en el mercado.

**Tabla N°16 Mercado Potencial de La Cafetería SAC**

| <b>Mercado Potencial de la Empresa LA CAFETERÍA S.A.C.</b>   |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Población: Lima Moderna (5 distritos)</li><li>• PEA: Ocupada</li><li>• Edad: 25 – 56 años a más</li><li>• Nivel Socioeconómico: B</li><li>• Población: 50,016 personas que posee un gato</li></ul> |

Elaboración: Propia

### **Aplicación del Sondeo:**

Para la recopilación de la información se aplicaron un sondeo que contenía 10 preguntas cerradas a 377 personas, entre hombres y mujeres que residen en los distritos

de La Molina, San Borja, Surco, Miraflores y San Isidro 33, del NSE B, de 25 a 56 años a más, amantes de los gatos, que permitan garantizar la puesta en marcha de este negocio; así como también, conocer hábitos, preferencias y costumbres del mercado potencial y el periodo seleccionado para la aplicación del sondeo de fue del 20 al 24 de marzo de 2017, de 9:00am a 4:00pm, para lo cual en su preparación se cuidó que fuera breve, sencillo y claro, es decir, que para su llenado no llevase más de 10 minutos y fuera entendible por todo tipo de personas, la muestra se efectuó en base a las 50,016 personas que son el mercado potencial de los 5 distritos de Lima Moderna, presentando los siguientes resultados:

**Calculo de la Muestra:**

$$n = \frac{N\sigma^2 Z_{\alpha}^2}{e^2(N - 1) + \sigma^2 Z_{\alpha}^2}$$

Donde:

|                                |   |  |
|--------------------------------|---|--|
| <b>n</b>                       | = | Tamaño de la muestra                         |
| <b>N</b>                       | = | Tamaño de la población                       |
| <b><math>\sigma</math></b>     | = | Desviación estándar de la población (0,5)    |
| <b><math>Z_{\alpha}</math></b> | = | Valor obtenido mediante niveles de confianza |
| <b>e</b>                       | = | Limite aceptable de error muestral (0,05)    |

Aplicando la fórmula:

|                    |        |
|--------------------|--------|
| N                  | 50,016 |
| e                  | 0.05   |
| $\sigma$ =         | 0.50   |
| Nivel de Confianza | 95%    |
| $Z_{\alpha}$       | 1.96   |

$$n = \frac{50,016 * 0.5^2 * 1.96^2}{0.05^2(50,016 - 1) + 0.5^2 * 1.96^2}$$

Se obtuvo una muestra de:

n = 377

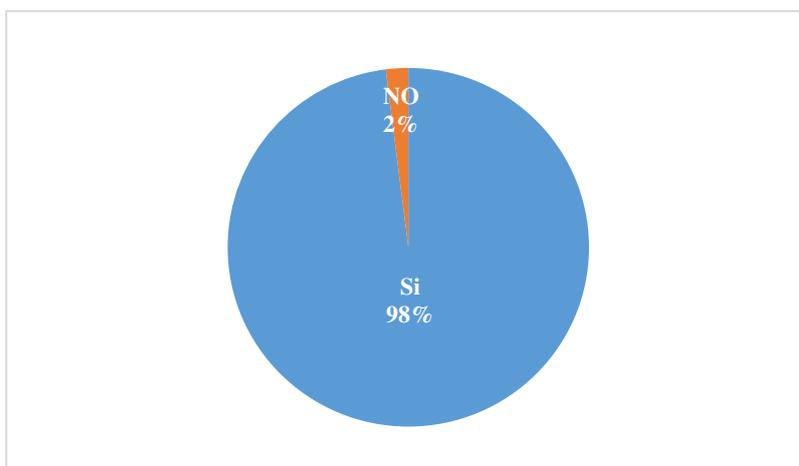
## SONDEO

### Pregunta N°1:

**Tabla N° 17 ¿Tiene un gato como mascota?**

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| <b>Si</b>    | 369        | 98%         |
| <b>No</b>    | 8          | 2%          |
| <b>Total</b> | <b>377</b> | <b>100%</b> |

Elaboración: Propia



**Figura N°20** Tienen un gato como mascota

**Elaboración:** Propia

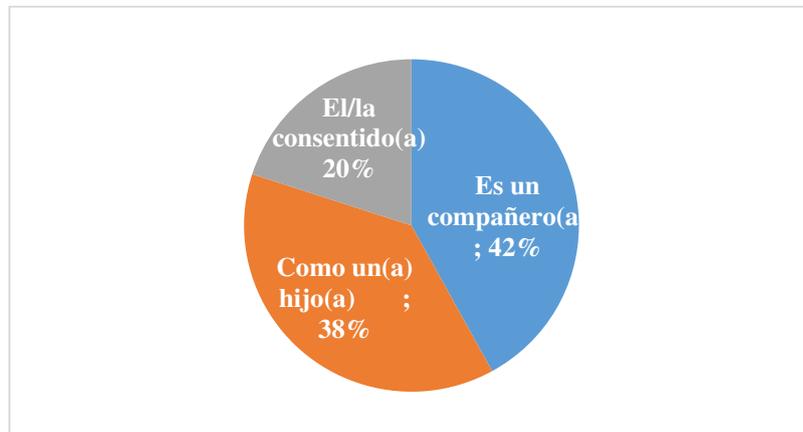
Comentario: El 98% manifestó tener un gato como mascota, información que permite determinar el alto porcentaje de la población por poseer un gato.

**Pregunta N°2:**

**Tabla N°18 ¿Qué rol desempeña tu gato(a) en tu vida?**

| Alternativa         | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------------------|------------|-------------|
| Es un compañero(a)  | 158        | 42%         |
| Como un(a) hijo(a)  | 143        | 38%         |
| El/la consentido(a) | 76         | 20%         |
| <b>Total</b>        | <b>377</b> | <b>100%</b> |

Elaboración: Propia



**Figura N°21 Rol que desempeña el gato**

Elaboración: Propia

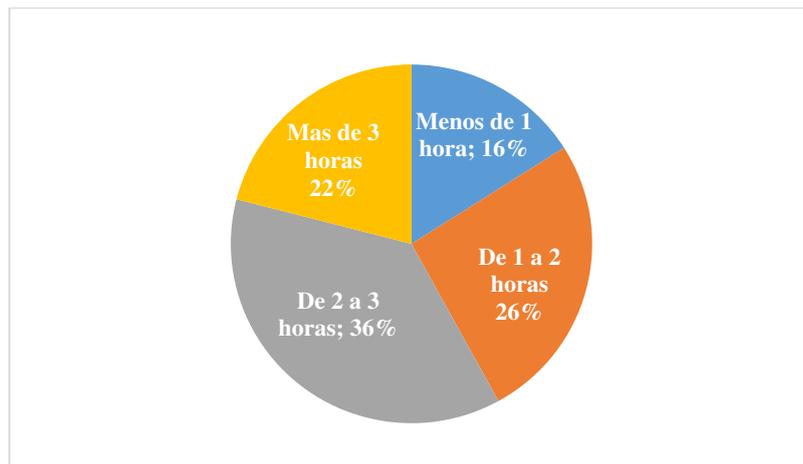
Comentario: Referente al rol que desempeña el gato(a) en su vida los encuestados manifestaron en un 42% es un compañero(a), un 38% lo considera un hijo(a) y un 20% es el consentido(a) información que permite conocer la preferencia de los habitantes del distrito de Miraflores por los gatos.

**Pregunta N°3:**

**Tabla N°19 ¿Cuánto tiempo pasas con tu gato(a)?**

| Alternativa            | Frecuencia | Porcentaje  |
|------------------------|------------|-------------|
| <b>Menos de 1 hora</b> | 60         | 16%         |
| <b>De 1 a 2 horas</b>  | 98         | 26%         |
| <b>De 2 a 3 horas</b>  | 136        | 36%         |
| <b>Más de 3 horas</b>  | 83         | 22%         |
| Total                  | <b>377</b> | <b>100%</b> |

Elaboración: Propia.



**Figura N°22** Tiempo que pasan con su gato

**Elaboración:** Propia

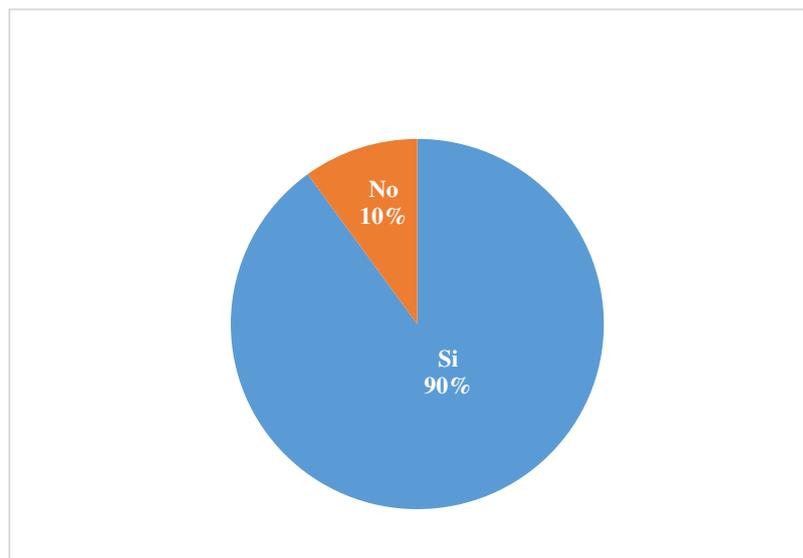
Comentario: Referente al tiempo que dedican pasar con su gato(a), el 36% dedica de 2 a 3 horas pasar con su mascota, el 26% de 1 a 2 horas, el 22% más de 3 horas y el 16% menos de una hora.

**Pregunta N°4:**

**Tabla N°20 ¿Acude usted a cafeterías?**

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| <b>Si</b>    | 339        | 90%         |
| <b>No</b>    | 38         | 10%         |
| <b>Total</b> | <b>377</b> | <b>100%</b> |

Elaboración: Propia



**Figura N°23** Visitan las cafeterías

**Elaboración:** Propia

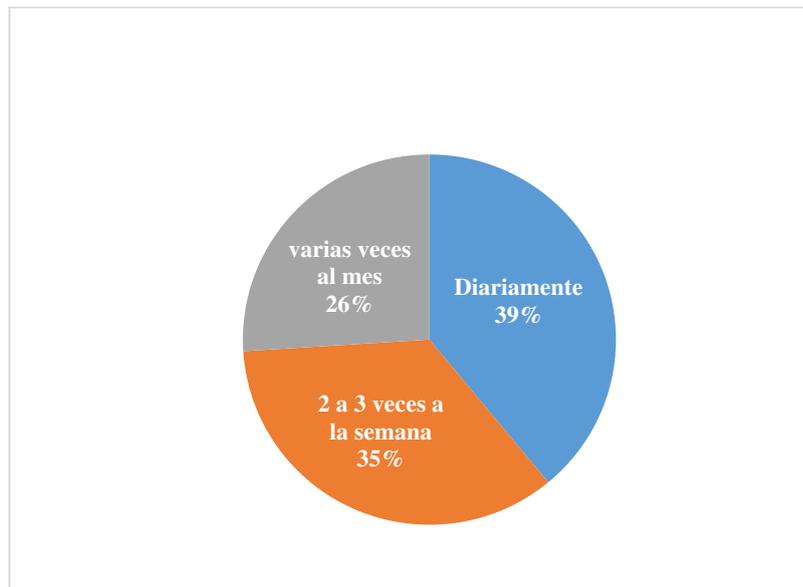
Comentario: Respecto a las preferencias de acudir a una cafetería el 90% visita una para degustar de sus productos y servicios. Las cafeterías en el distrito de Miraflores vienen presentando un alto grado de preferencias.

**Pregunta N°5:**

**Tabla N°21 ¿Con qué frecuencia visita una cafetería?**

| Alternativa                    | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------------------------|------------|-------------|
| <b>Diariamente</b>             | 147        | 39%         |
| <b>2 a 3 veces a la semana</b> | 132        | 35%         |
| <b>varias veces al mes</b>     | 98         | 26%         |
| Total                          | <b>377</b> | <b>100%</b> |

Elaboración: Propia



**Figura N°24 Frecuencia de visita a las cafeterías**

**Elaboración: Propia**

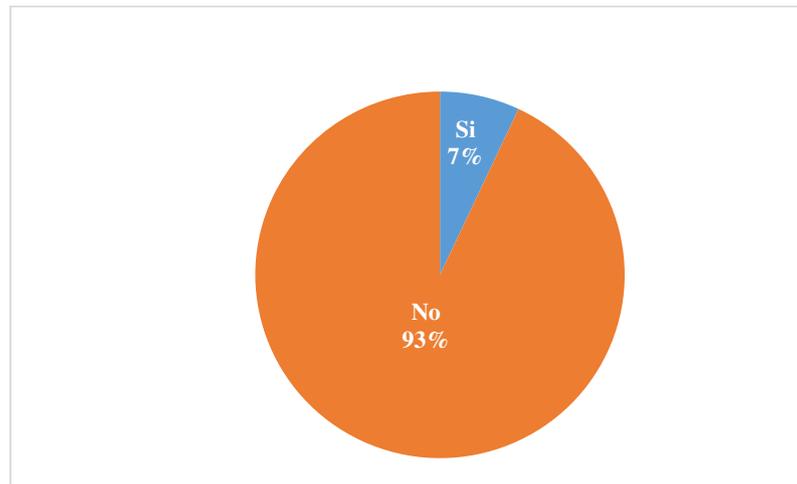
Comentario: Referente a la frecuencia de visita a cafeterías el 39% lo hace en forma diaria, el 35% de 2 a 3 veces por semana y un 26% varias veces al mes, corroborando las preferencias de los encuestados por estos establecimientos.

**Pregunta N°6:**

**Tabla N°22 ¿En algunas ocasiones que visitó una cafetería le permitieron ingresar en compañía de su gato(a)?**

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Si          | 26         | 7%         |
| No          | 351        | 93%        |
| Total       | 377        | 100%       |

Elaboración: Propia



**Figura N°25 Permitieron el ingreso junto a su gato**

**Elaboración:** Propia

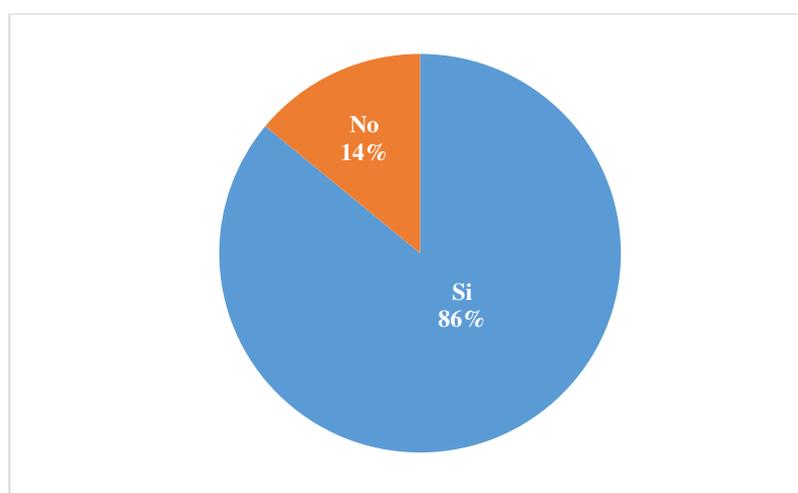
Comentario: Respecto a permitir el ingreso de felinos a los establecimientos de café, solo el 7% permitió el ingreso. Información que sustenta la necesidad de establecer un negocio que permita pasar momentos agradables en compañía de sus mascotas como en la comodidad de su casa.

**Pregunta N°7:**

**Tabla N°23 ¿Le gustaría contar con un concepto nuevo y diferente un Cat Café?**

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| <b>Si</b>    | 324        | 86%         |
| <b>No</b>    | 53         | 14%         |
| <b>Total</b> | <b>377</b> | <b>100%</b> |

Elaboración: Propia



**Figura N°26** Buscan un servicio nuevo y diferente

**Elaboración:** Propia

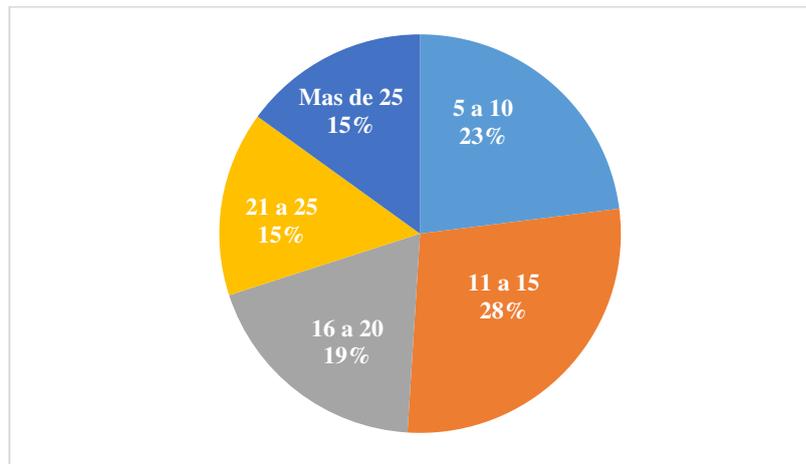
Comentario: El 86% de los encuestados buscan un concepto nuevo de café donde se permita a los clientes relajarse mientras juegan con los gatos, alimentar a los felinos cuando llega la hora de la comida y disfrutar del reconfortante ronroneo del gato mientras se relajan después de las horas de trabajo.

**Pregunta N°8:**

**Tabla N°24 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por tomar un café en compañía de su gato(a)?**

| Alternativa      | Frecuencia | Porcentaje  |
|------------------|------------|-------------|
| <b>5 a 10</b>    | 87         | 23%         |
| <b>11 a 15</b>   | 106        | 28%         |
| <b>16 a 20</b>   | 72         | 19%         |
| <b>21 a 25</b>   | 57         | 15%         |
| <b>Más de 25</b> | 57         | 15%         |
| <b>Total</b>     | <b>377</b> | <b>100%</b> |

Elaboración: Propia



**Figura N°27 Disponibilidad de pago**

**Elaboración: Propia**

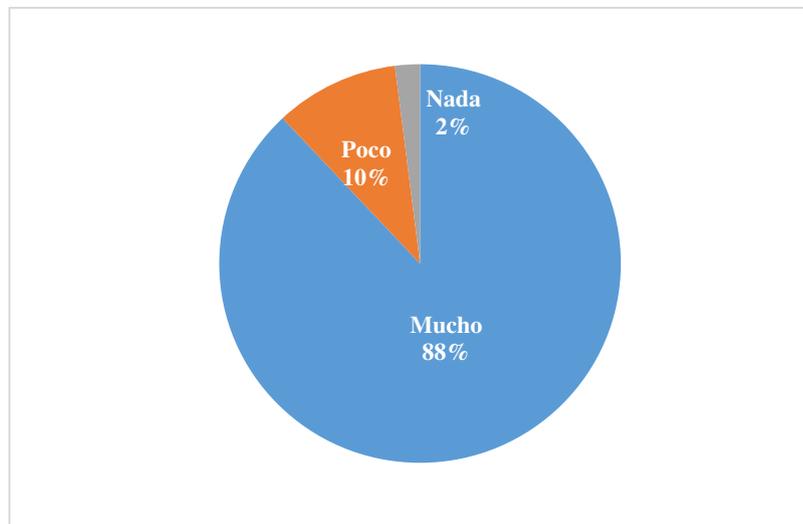
Comentario: En cuanto a los precios que estarían dispuestos a pagar por contar con una agradable compañía felina, el 28% de los encuestados manifestó que pagaría de 11 a 15 soles, el 23% de 5 a 10 soles, el 19% de 16 a 20 soles, el 15% de 21 a 25 soles y, finalmente, un 15% más de 25 soles.

**Pregunta N°9:**

**Tabla N°25 ¿Qué tanto le interesa a usted la calidad en el servicio?**

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| <b>Mucho</b> | 331        | 88%         |
| <b>Poco</b>  | 38         | 10%         |
| <b>Nada</b>  | 8          | 2%          |
| <b>Total</b> | <b>377</b> | <b>100%</b> |

Elaboración: Propia



**Figura N°28** Interés por la calidad del servicio

**Elaboración:** Propia

Comentario: Referente a las características que deben poseer la calidad en el servicio el 88% manifestó la dureza de la calidad. El 10% la flexibilidad y un 2% la higiene.

### Pregunta N°10

Tabla N° 26 ¿Qué tipo de instalaciones le gustaría en la cafetería?

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Confortable  | 178        | 47%         |
| Tradicional  | 90         | 24%         |
| Creativo     | 109        | 29%         |
| <b>Total</b> | <b>377</b> | <b>100%</b> |

Elaboración: Propia

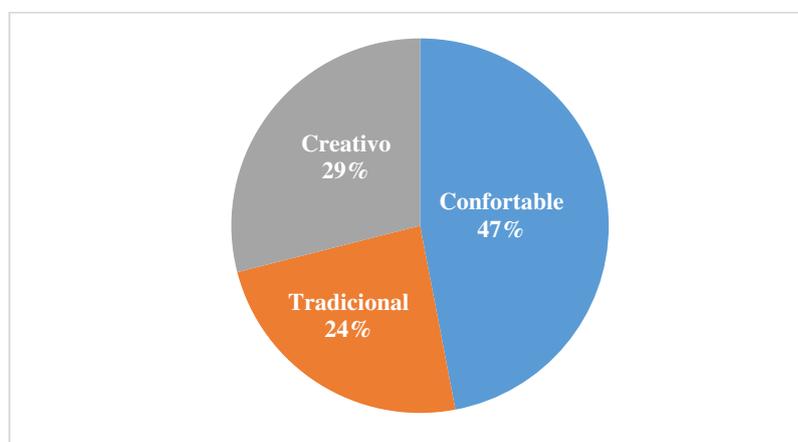


Figura N°29 Preferencia en cuanto al ambiente del local

Elaboración: Propia

Comentario: Finalmente respecto al tipo de instalaciones que le gustaría que tenga la cafetería, el 47% prefiere que sean instalaciones confortables, el 29% que sean creativas y el 24% un ambiente tradicional. Respecto a este punto los usuarios demandarían que las instalaciones del local, además, ponga a disposición libros, música y wifi para que la estancia allí sea mucho más placentera.

En resumen con todos los resultados se ha podido identificar el MERCADO OBJETIVO para la realización del proyecto, siendo el siguiente:

**Tabla N°27 Cuadro de Determinación del Mercado Objetivo**

|                           |  |               |
|---------------------------|--|---------------|
| <b>POBLACIÓN</b>          | Población Lima Moderna (5 distritos)   | 780,200       |
|                           | % PEA ocupada  | 59.70%        |
|                           | PEA Ocupada  | 465,779       |
| <b>MERCADO POTENCIAL</b>  | % Edad 25 – 56 años a más  | 64.70%        |
|                           | Población de 25 a 56 años a más  | 301,359       |
|                           | % Nivel Socioeconómico B   | 45.10%        |
|                           | Nivel Socioeconómico B   | 135,913       |
|                           | % que posee un gato  | 36.80%        |
|                           | <b>Mercado Potencial</b>   | <b>50,016</b> |
| <b>MERCADO DISPONIBLE</b> | Personas que acuden a una cafetería  | 90%           |
|                           | <b>Mercado Disponible</b>  | <b>45,014</b> |
| <b>MERCADO EFECTIVO</b>   | Personas que les gustaría contar con un concepto nuevo y diferente un CAT CAFE | 86%           |
|                           | <b>Mercado Efectivo</b>  | <b>38712</b>  |
| <b>MERCADO OBJETIVO</b>   | % de participación   | 10%           |
|                           | <b>Mercado Objetivo</b>  | <b>387</b>    |

Fuente: INEI, CPI

Elaboración propia.

Finalmente podemos determinar que la demanda presente es la siguiente:

**Tabla N°28 Determinación de la Demanda de la Empresa “La Cafetería S.A.C.”**

| PEA Ocupada en Lima Moderna | Mercado Potencial | Mercado Disponible 90% | Mercado Efectivo 86% | Mercado Objetivo 1.0% | Consumos por año / persona | Demanda Total |
|-----------------------------|-------------------|------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------------|---------------|
| 465,779                     | 50,016            | 45,014                 | 38,712               | 387                   | 48                         | 18,576        |

Elaboración: Propia

### 3.7 Proyecciones y Provisiones para Comercializar

La empresa LA CATFETERÍA S.A.C., contará con proveedores de primer nivel que garanticen ofrecer productos de calidad a nuestro mercado objetivo, personas que desean pasar un buen rato disfrutando del café o el té, además de

pasar un rato ameno y disfrutar de una peluda compañía. Contrapartes estratégicos formales con reconocida trayectoria en el mercado, que abastecerán de materias primas e insumos necesarios para la preparación de los cafés, infusiones, frappes, aperitivos, entre otros; garantizando el logro del objetivo de la empresa que es maximizar sus recursos y entrar en operación en las más óptimas condiciones.

- Infraestructura: Se contará con un inmueble de 120 m2 donde se implementara los equipos y enseres necesarios para su operatividad y funcionamiento. Local conformado por mesas de acuerdo al número de acompañantes, una sección dedicada únicamente a libros, juegos y muebles para los mininos, para aquellos que deseen degustar de la compañía de un libro, jugar con los felinos y su bebida. Inmueble que contará con el acondicionamiento de todas las instalaciones precisas para su funcionamiento, como agua, gas, electricidad, teléfono, alcantarillado, etc., así como de los canales de ventilación e iluminación natural en materia de seguridad e higiene en el trabajo.

- Insumos: Se contará con proveedores de primer nivel que se encargarán de entregar los diferentes alimentos frescos para la elaboración de los cafés, infusiones, frappes, jugos, postres y sándwiches, que se ofrecerán a nuestros clientes. Además de la variedad de aperitivos con diseños gatunescos que deberán ser preparados con ingredientes de alta calidad y orgánicos en su mayoría.

- Mobiliario y Equipos: Se contará con mobiliario resistente, cómodo y elegante, de manera que esté en consonancia con la decoración del establecimiento y equipos que reúnan ciertas características higiénicas

necesarias y comunes, de material de fácil limpieza y desinfección, resistente a la corrosión, que no transmitan sustancias tóxicas, olores, ni sabores a los alimentos que puedan ser capaces de resistir repetidas operaciones de limpieza y desinfección. Los equipos necesarios para iniciar el servicio son: máquina de Espresso, licuadoras, vitrina de refrigeración, caja registradora, muebles para cafetería, accesorios para cafetería, rascadores, teléfono, celulares, internet.

- Recursos Humanos: En el rubro de servicios, las personas son muy importantes, son la cara de la empresa por lo tanto deben estar bien seleccionadas y formadas; conocer bien las funciones que van a desempeñar y tener un perfil coherente con el puesto que desempeñan ayudará a la fluidez del negocio. Se contará con personal idóneo para la preparación y atención que permitirá generar las sinergias para el logro de un crecimiento sostenido.

### **3.8 Descripción de la Política Comercial**

Es importante precisar que en la actualidad no existe un lugar en la capital ideal para los CAT LOVERS, donde no se pueda pasar un buen rato disfrutando del café o el té, además de dar la oportunidad de pasar un rato ameno y disfrutar de una peluda compañía, es por ello que para posicionarnos en el mercado es preciso realizar una campaña de publicidad y comunicación que permita llegar a nuestros clientes la información de nuestras características y beneficios de nuestros servicios que es brindar un espacio de recreación en donde podrán descansar y relajarse mientras disfrutan de un café en compañía de sus felinos.

LA Catfetería S.A.C., ha sido creado con el objetivo de satisfacer las necesidades de un segmento de mercado comprendido por personas de los NSE B, conformados por personas entre los rangos de edades de 25 a 56 años a mas, amantes de los gatos. Segmento de personas, que busca relajarse y disfrutar de un ambiente acogedor en la compañía de su gato o de los gatos del establecimiento, junto a una bebida caliente o helada.

### 3.8.1 Análisis de las 4P's

En este punto vamos a determinar cuáles van a ser nuestras estrategias de marketing, es decir, vamos a desarrollar el marketing mix o lo que es lo mismo las 4Ps, política de precios, de producto, de promoción y de plaza para alcanzar los objetivos establecidos. Los resultados del estudio de mercado muestran la necesidad de establecer un espacio acogedor que permita disfrutar de una buena compañía felina; lo que lleva al presente plan de negocios a innovar para ajustarse a las preferencias de un consumidor no atendido que requiere una gran variedad de opciones y de nuevos productos que satisfagan sus distintas necesidades.

- **Productos:** La Catfetería S.A.C., ofrecerá una gran variedad de bebidas, invitando al paladar del cliente a dejarse seducir por la variedad de sabores de la tradición popular que serán preparadas por especialistas, punto clave para garantizar que el cliente adopte el sentimiento de seguridad, confianza y calidad que ofreceremos con nuestros servicios y productos.

Además, los aperitivos serán preparados con productos frescos y saludables; establecimiento donde se disfrute tomar un café mientras se da de comer a los gatos, o pasan las horas zambullidos entre las páginas de algún libro con un animal en el regazo. Los más tecnófilos, por su parte, aprovechan

para enganchar sus dispositivos móviles a la red wifi con la que cuenta el local, mientras disfrutan de la compañía de los peludos habitantes del espacio. Finalmente, a lo referente a postres optaremos por opciones naturales de mínima preparación y transformación para conservar las características nutricionales de cada ingrediente. Siendo uno de los servicios muy apreciado la convivencia para aquellos ciudadanos que no tienen tiempo suficiente o espacio en casa para convivir con un felino propio.

- **Precio:** El precio es el valor que vamos a poner a cada producto que vamos a ofrecer. Es el único elemento del marketing mix que genera ingresos de forma directa, mientras que el resto a priori suponen gastos, aunque influyan de forma determinante en el volumen de ventas. De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta se determinó que el rango de precios a cobrar a nuestros clientes estará entre S/. 11.00 y S/. 15.00 soles por café. Este precio, es asequible para el público objetivo, y permite ser competitivos, al encontrarnos en el promedio referente de todos los cafés en el distrito de Miraflores, con una diferencia sustancial ya que nosotros ofreceremos como valor agregado la compañía de un felino, que permite a nuestros clientes relajarse.
- **Plaza:** De acuerdo a la investigación de mercados el primer punto que aspiramos abrir estará ubicado en una zona de alta afluencia comercial, la estrategia será selectiva, delimitado el establecimiento comercial en zonas geográficas y niveles de ingreso medio/alto y alto, esperando que con esta estrategia sea eficiente la oferta de los productos y servicios de una agradable compañía. Cabe aclarar que en el largo plazo la estrategia que se desea lograr es de ampliar la plaza masivamente, pero dado el enfoque que se le está dando en este momento a los productos y servicios a ofertar por las condiciones de

apertura y de prueba piloto o proyecto inicial se establece la estrategia selectiva.

- **Promoción:** Mediante la promoción o comunicación lo que se persigue es informar de la existencia de un CAT CAFÉ donde los amantes de los gatos tendrán un espacio de recreación en donde podrán descansar y relajarse mientras disfrutan de un café en compañía de sus felinos. Por tanto, mediante el análisis de los siguientes instrumentos combinados de la promoción, vamos a intentar conseguir los objetivos de comunicación. Con el fin de promocionar nuestra oferta innovadora se hará un uso adecuado de las nuevas herramientas tecnológicas existentes en el mercado; por lo que el internet será el medio principal para comunicar a los clientes potenciales sobre la oferta que se brinda.
- El merchandising será una herramienta valiosa que se la usará principalmente en el primer mes de funcionamiento, con el objetivo de llamar la atención y generar interés e intención de visita y compra de los consumidores.
- La campaña promocional enfatiza principalmente la oferta de valor del CAT CAFÉ, que es brindar productos de excelente calidad, a precios asequibles atendidos con la mayor disposición, amabilidad y cordialidad que merece toda persona. Por lo que los atributos como calidad, precio, y servicio son esenciales, y deben ser comunicados al mercado. Por lo tanto, transmitiremos una imagen de profesionalidad, elegancia, y con un excelente servicio al cliente, distinguidos por los buenos productos y servicios. Además, nuestra comunicación estará dirigida a las personas que buscan pasar un momento agradable fuera de casa con sus felinos, y que mejor que haya un lugar especial donde puedan pasar un momento agradable con ellos. El mensaje que se quiere

transmitir es la importancia que tiene la compañía de los gatos para relajarse y desestresarse después de largas horas de trabajo.

- Asimismo, se ofrecerán promociones de 2 x 1 en todo bebidas y aperitivos en fechas festivas como el: Día Internacional del Gato y el Día Mundial de los Animales.
- Los medios de comunicación que utilizaremos serán Facebook, Twitter, Instagram, para realizar concursos, asimismo a través de la Página Web de la empresa, prensa, volantes se dará a conocer todo tipo de promociones.
- Finalmente, para lograr un posicionamiento en la mente de nuestros clientes se consideró relevante la elaboración de un logo que permita identificar LA CATFETERÍA como única y diferente frente a los demás establecimientos que ofrecen bebidas a base de café.



**Figura N°30** Logo de la Empresa

**Fuente:** Elaboración propia

### **3.9 Cuadro de la Demanda Proyectada para el Negocio**

En la tabla N°29 podemos observar el crecimiento de la demanda proyectada hasta el año 2022, con un crecimiento proyectado de un 3.9% anual, dicho porcentaje que se consideró para la siguiente proyección, se tomó en consideración de acuerdo a las proyecciones del Banco Central de Reserva del

Perú (BCRP) donde indica que el sector servicios tendrá un crecimiento del 3.9%. Dichos montos que se consideraron para determinar la demanda proyectada de La Cafetería S.A.C para el año base se tomaron de la tabla N°28, dándonos como mercado objetivo 387 personas, y para poder determinar la frecuencia de visitas a la cafetería se tomó como referencia en base a una de nuestras preguntas del cuestionario, donde las personas indicaron que visitan 3 veces a la semana las cafeterías, y haciendo la proyección anual de visitas en total sería 144, dándonos una demanda futura proyectada de 55,728 y al multiplicarlo por el precio promedio que son S/8.00 nuevos soles, para el año base nos da un ingreso de S/445,824.00 nuevos soles.

**Tabla N°29 Demanda Proyectada de la Empresa “La Cafetería S.A.C.”**

|                                | <b>Año Base</b> | <b>2018</b>    | <b>2019</b>    | <b>2020</b>    | <b>2021</b>    | <b>2022</b>    |
|--------------------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Mercado Potencial              | 50,016          | 51,967         | 53,994         | 56,100         | 58,288         | 60,561         |
| Mercado Disponible             | 45,014          | 46,770         | 48,594         | 50,489         | 52,458         | 54,504         |
| Mercado Efectivo               | 38,712          | 40,222         | 41,791         | 43,421         | 45,114         | 46,873         |
| Mercado Objetivo               | 387             | 402            | 418            | 434            | 451            | 469            |
| Visitas por año a la cafetería | 144             | 144            | 144            | 144            | 144            | 144            |
| Demanda Futura Proyectada      | 55,728          | 57,888         | 60,192         | 62,496         | 64,944         | 67,536         |
| Precio Promedio del Servicio   | 8               | 8              | 8              | 9              | 9              | 9              |
| <b>Ingreso Anual</b>           | <b>445,824</b>  | <b>463,104</b> | <b>481,715</b> | <b>562,464</b> | <b>584,496</b> | <b>607,824</b> |

Elaboración: Propia

## 4. ESTUDIO TÉCNICO

### 4.1 Tamaño del Negocio, Factores Determinantes

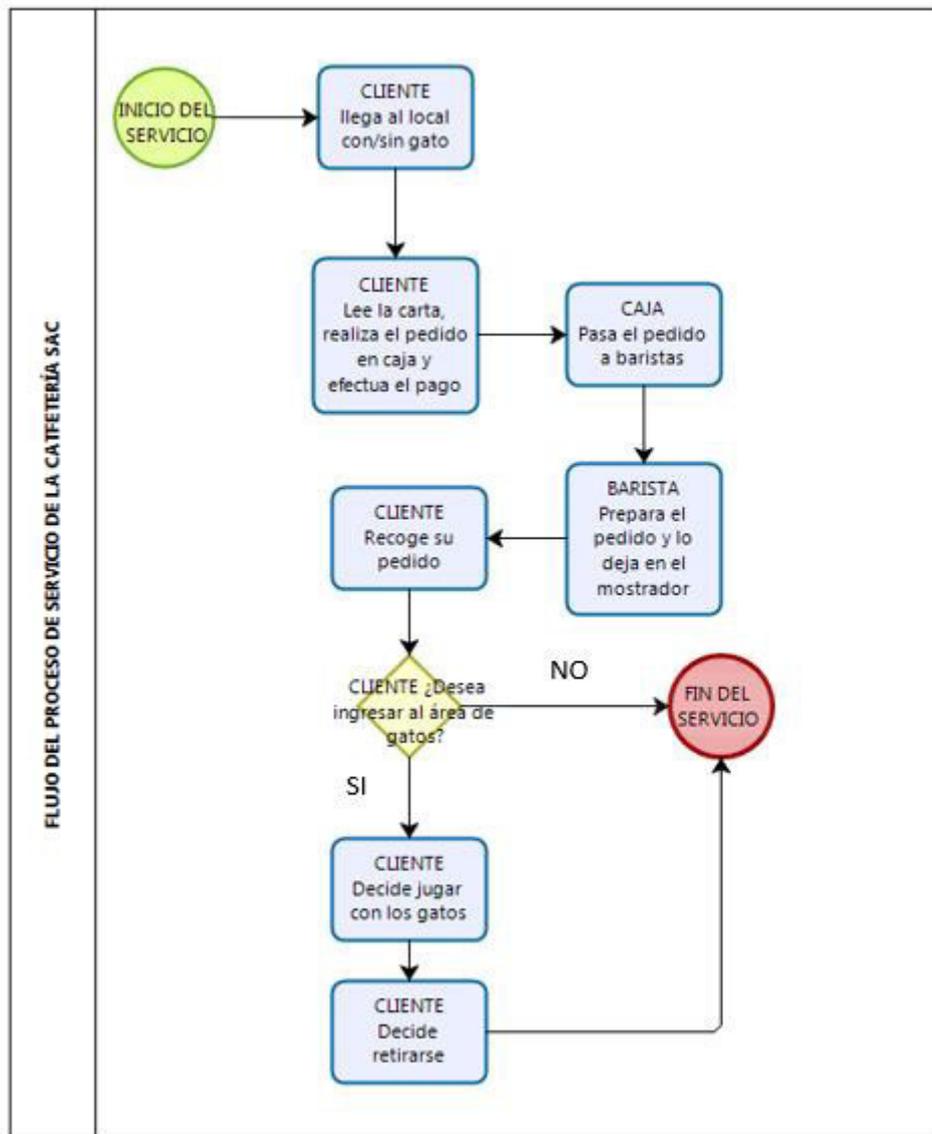
El factor determinante para el tamaño del negocio del presente plan es la demanda insatisfecha hallada en la unidad interior, es decir de acuerdo al porcentaje de demanda que queremos satisfacer y el capital de trabajo que se tiene se determinará el tamaño e infraestructura del negocio. La demanda insatisfecha para el presente plan es de 39014 personas y según los puntos mencionados anteriormente para el primer año se cubrirá el 23.07%.

### 4.2 Proceso y Tecnología

#### 4.2.1 Descripción y Diagrama de los Procesos

- **Cliente:** ingresa a las instalaciones con/sin compañía de su gato y se dirige a una de las mesas para poder sentarse.
- **Cliente:** lee la cartilla, se dirige a realizar el pedido y cancela en caja.
- **Caja:** deriva el pedido del cliente al barista.
- **Barista:** procede a preparar el café y lo deja en el mostrador.
- **Cliente:** recoge su pedido y procede a degustar de su pedido en compañía de su gato.
- **Cliente:** si en caso no fue en compañía de su gato, si gusta puede ingresar al área de gatos.
- **Cliente:** decide jugar con los gatos para relajarse, asimismo puede revisar revistas relacionados a los gatos.
- **Cliente:** una vez que haya pasado el tiempo en compañía de los gatos decide retirarse de las instalaciones y con ello finaliza el servicio.

Figura N°31 Diagrama de Flujo del Proceso del Servicio de la Cafetería



Fuente: Elaboración propia.

**Tabla N°30 Diagrama de Gantt del Proceso del Servicio de la Cafetería S.A.C**

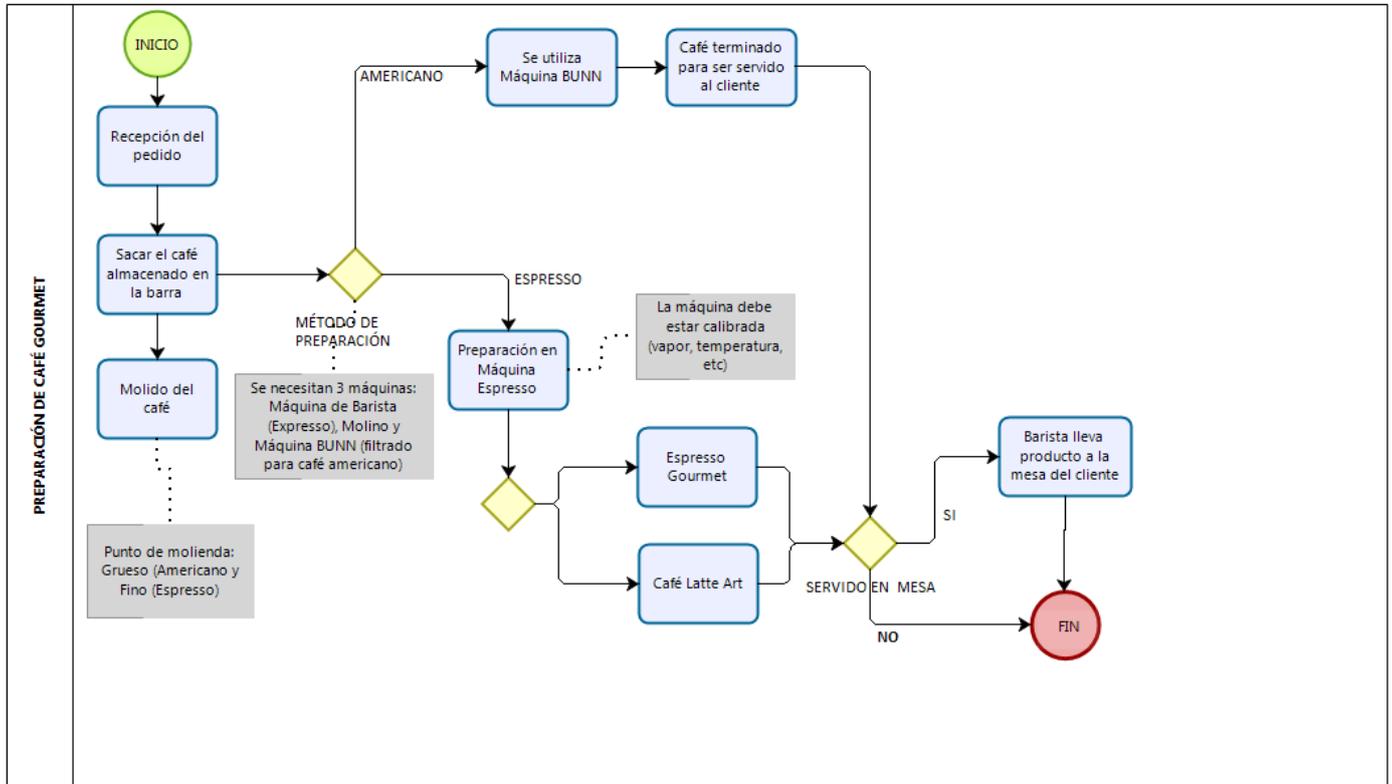
| ACTIVIDAD   | RESPONSABLE | MINUTOS          |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |  |
|---|-------------|------------------|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|--|
|   |             | Día del Servicio |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |  |
|   |             | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 15 | 20 | 25 | 30 |  |
| Cliente lee la carta, realiza el pedido y efectúa el pago     | Cliente     |                  |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |  |
| Caja pasa el pedido al barista                                | Cajera      |                  |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |  |
| Barista prepara el pedido y los deja en el mostrador          | Barista     |                  |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |  |
| Cliente recoge su pedido                                      | Cliente     |                  |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |  |
| Cliente decide ingresar al área de gatos para jugar con ellos |             |                  |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |  |

Fuente: Elaboración propia.

➤ **Proceso de Servicio de Preparación de Café Gourmet**

La carta con la oferta Gourmet estarán a disposición de todos los clientes en un lugar de fácil acceso. Una vez que el cliente hace el pedido, se recepciona el pedido de Café Gourmet y se procede a retirar el empaque de café tostado de la región del Perú que haya escogido el cliente almacenado en la barra, luego este es llevado al Molino, una vez molido el café en una cuchara especial es puesto en la Máquina Bunn si es que es un café americano o en la Máquina Espresso si se va realizar un Espresso, en donde se realizara el proceso de preparación. Se abre una válvula a determinada temperatura, para poder tener el café deseado. Si el pedido es un café latte art, después de haber sido preparado en la Maquina Espresso se le agrega la leche para luego ser servido. Otros tipos de café pueden ser preparados según cada barista plantee productos diferentes e innovadores y los clientes demuestren aceptación de estos. Los cafés gourmet son servidos en tasas de porcelana con diferentes diseños.

**Figura N°32 Diagrama de Flujo de la Preparación de Café Gourmet**



Fuente: Elaboración propia.

**Tabla N°31 Diagrama de Gantt Preparación de Café Gourmet**

| ACTIVIDAD                            | RESPONSABLE | MINUTOS          |   |   |   |   |   |   |
|--------------------------------------|-------------|------------------|---|---|---|---|---|---|
|                                      |             | Día del Servicio |   |   |   |   |   |   |
|                                      |             | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Recepción del pedido                 | Cajera      |                  |   |   |   |   |   |   |
| sacar el café almacenado en la barra | Barista     |                  |   |   |   |   |   |   |
| Molido del café                      |             |                  |   |   |   |   |   |   |
| Método de preparación Café Americano |             |                  |   |   |   |   |   |   |
| Método de preparación Café Espresso  |             |                  |   |   |   |   |   |   |
| Servicio en la mesa                  |             |                  |   |   |   |   |   |   |

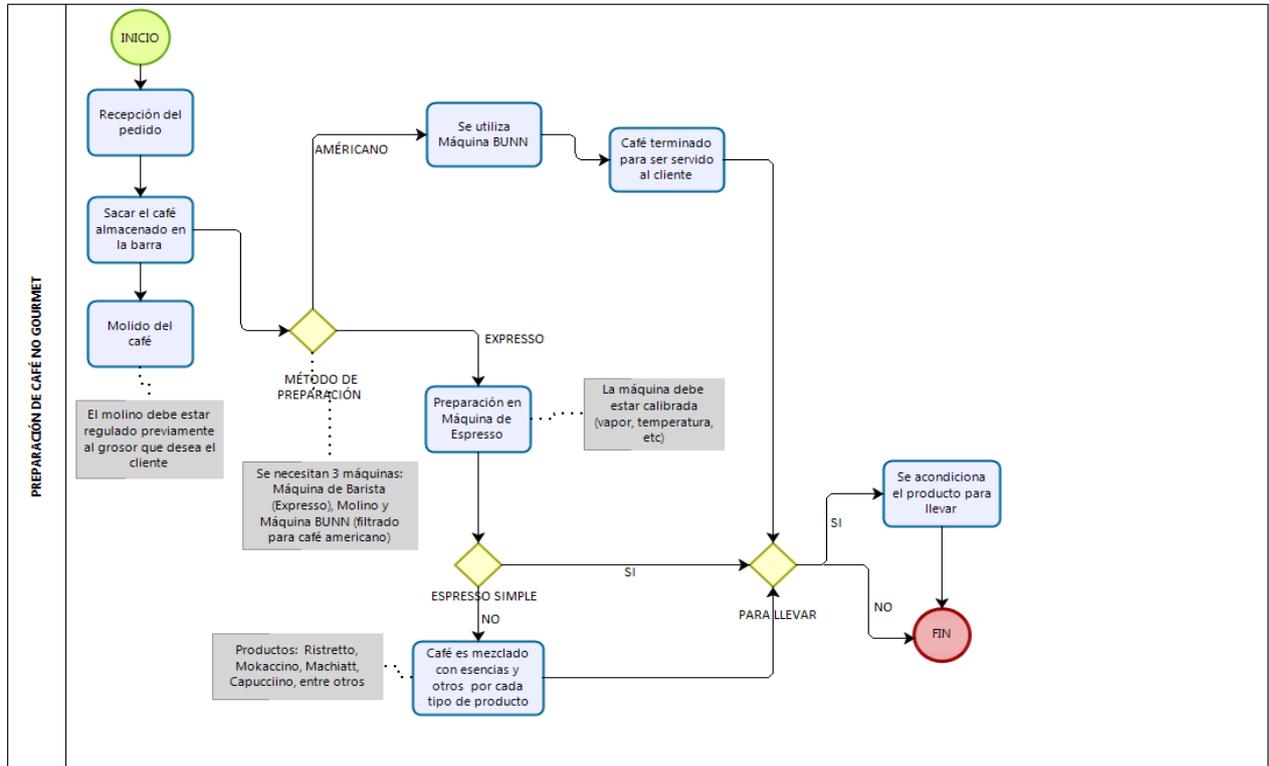
Fuente: Elaboración propia.

➤ **Proceso de Servicio de Preparación de Café No Gourmet**

El cliente observa la carta con los productos no gourmet, se recepciona el pedido y se procede a retirar el café tostado a granel almacenado en la barra, luego se realiza un proceso similar al explicado para el café gourmet. Si el pedido es un Frapuccino, Mocaccino, Capuccino, entro otros, después de haber sido preparado en la Máquina

Espresso, se le agrega la leche o esencias necesarias para luego ser servido. Los cafés no gourmet son servidos en envases descartables.

**Figura N°33 Diagrama de Flujo de la Preparación de Café No Gourmet**



Fuente: Elaboración propia.

**Tabla N°32 Diagrama de Gantt Preparación de Café No Gourmet**

| ACTIVIDAD                                     | RESPONSABLE | MINUTOS          |   |   |   |   |   |   |
|---|-------------|------------------|---|---|---|---|---|---|
|   |             | Día del Servicio |   |   |   |   |   |   |
|   |             | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Recepción del pedido                          | Cajera      | █                |   |   |   |   |   |   |
| sacar el café almacenado en la barra          | Barista     |                  | █ |   |   |   |   |   |
| Molido del café                               |             |                  | █ |   |   |   |   |   |
| Método de preparación Café Americano          |             |                  | █ |   |   |   |   |   |
| Método de preparación Café Espresso Simple    |             |                  | █ |   |   |   |   |   |
| Método de preparación Café Espresso No Simple |             |                  | █ | █ |   |   |   |   |
| Café para ser servido al cliente              |             |                  | █ |   |   |   |   |   |
| Para llevar se acondiciona el producto        |             |                  | █ |   |   |   |   |   |

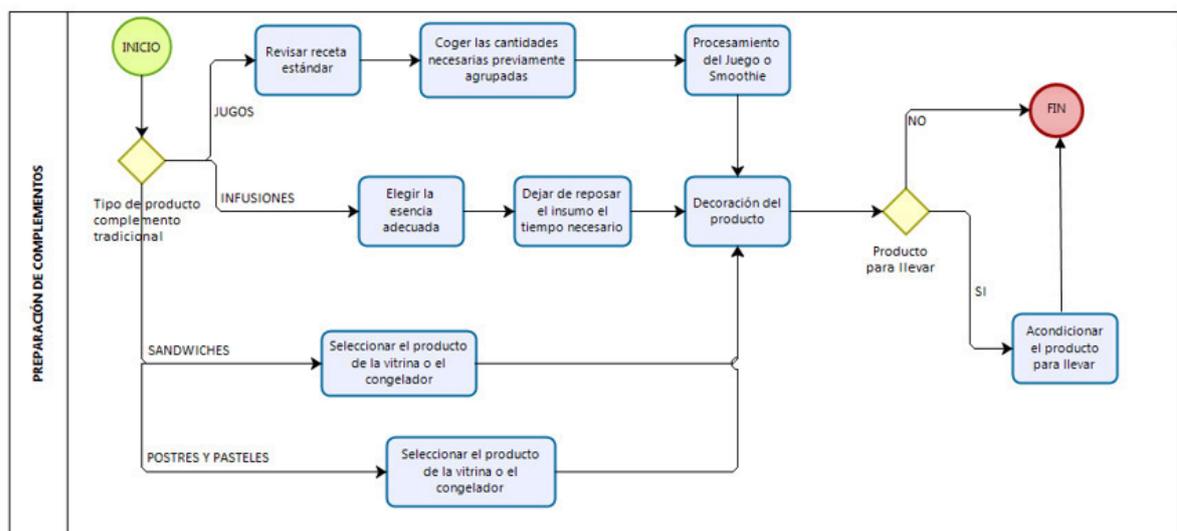
Fuente: Elaboración propia.

### ➤ Proceso de Servicio de Preparación de los Complementos

En lo referido a la preparación de un jugo se revisa la receta, se coge las cantidades de fruta que se requiera para la preparación que ya están previamente separadas, los otros insumos que intervienen son agua, azúcar y/o miel. El último paso es servir el jugo en el menaje apropiado. Con respecto a las infusiones, se elige la esencia y se deja reposar 1 minuto.

Para los sándwiches y postres no existe procesamiento porque son productos que se compran ya listos. Finalmente, todos los complementos antes de ser entregados son decorados para una mejor presentación del producto.

**Figura N°34 Diagrama de Flujo de la Preparación de Complementos**



Fuente: Elaboración propia.

**Tabla N°33 Diagrama de Gantt Preparación de Complementos**

| ACTIVIDAD  | RESPONSABLE                  | MINUTOS          |   |   |   |   |   |   |
|--|------------------------------|------------------|---|---|---|---|---|---|
|  |                              | Día del Servicio |   |   |   |   |   |   |
|  |                              | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| <b>Jugos</b>   | Barista                      |                  |   |   |   |   |   |   |
| Revisar receta                                       |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Coger las cantidades necesarias de las frutas        |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Procesamiento del jugo                               |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Decoración del Producto                              |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Acondiciona el producto para llevar                  |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| <b>Infusiones</b>                                    |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Elegir la esencia adecuada                           |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Dejar de reposar la infusión                         |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Servicio en la mesa                                  |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Acondiciona el producto para llevar                  |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| <b>Sándwiches</b>                                    | Personal Atención al Cliente |                  |   |   |   |   |   |   |
| Selecciona el producto de la vitrina o el congelador |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Decoración del producto                              |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Servicio en la mesa                                  |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Acondiciona el producto para llevar                  |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| <b>Postres y Pasteles</b>                            | Personal Atención al Cliente |                  |   |   |   |   |   |   |
| Selecciona el producto de la vitrina o el congelador |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Decoración del producto                              |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Servicio en la mesa                                  |                              |                  |   |   |   |   |   |   |
| Acondiciona el producto para llevar                  |                              |                  |   |   |   |   |   |   |

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.2 Capacidad instalada y operativa

La capacidad instalada y operativa para el presente plan estará en función del porcentaje de la demanda insatisfecha que se desea atender, el mercado objetivo insatisfecho es de 38018 personas y según los puntos mencionados anteriormente para el primer año se cubrirá el 23.67%. Se estima unos 9000 servicios al año. Para lograr esto se trabajará con personal especializado en el rubro de cafeterías, así como con maquinaria e insumos necesarios para su utilización en el servicio que se brindara. Cabe resaltar que no siempre se pueden utilizar todos los recursos por completo al 100% ya que la capacidad

instalada no siempre se usa en su totalidad es decir hay bienes que se emplean en forma limitada mientras que hay otras que no.

#### 4.2.3 Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

A continuación, se muestra la lista de maquinaria y equipos que va a adquirir la empresa, con el fin de poder iniciar la puesta en marcha.

En la tabla N° 34 se muestra el mobiliario que la empresa adquirirá para el inicio de sus operaciones, así como la cantidad de cada uno de ellos.

**Tabla N°34 Cuadro de requerimiento de Maquinaria y Equipo de La Cafetería S.A.C.**

| Equipos                        | Descripción  | Unidades |
|--------------------------------|--|----------|
| Licadora                       | Marca Oster BRLY07, Motor de 600watts, giro bidireccional de 3 velocidades, cuchilla de acero inoxidable con 6 aspas, vaso de vidrio refractorio de 6 tazas de capacidad, 2 en 1 licadora y procesador de alimentos.   | 1        |
| Maquina BUNN para Americano    | Volumen promedio: Hasta 67 lts. Por hora Corriente eléctrica: 240 volts Incluye: Servidor portátil de 1.5 galones Interface para molino: Cantidad exacta de café Llave adicional: Agua caliente Peso:40 Dimensiones:74.4 x 49 x 45.7   | 1        |
| Máquina para Frappes Mc Coffee | SKU WW379HLORBYSOLMX, Tamaño (L x P x A cm) 26*40*13,Peso 4kg, Capacidad 1.5 Litros  | 1        |
| Maquina Moledora K30 Mahlkönig | Con su contenedor de grano de hasta 1,5 Kg de capacidad, muele el café que se requiera a cada instante con el sistema de molienda fresca dosificada “On-demand”. Dos botones de selección, para café simple o doble, 19 pasos de ajuste de molienda. Tiempo de molienda de 3,6 a 4,8 gr por segundo. | 1        |

|                      |   |   |
|----------------------|---|---|
| Refrigeradora        | Acceso a 601 litros de mega capacidad, ahorro de energía con el Inverter Linear Compressor, Door-in-Door recientemente mejorado, tanque de agua de ingreso y egreso fácil.  | 1 |
| Cocina               | Mabe EMP20FBX, mesa de acero inoxidable antiderrames, 4 quemadores de tamaño estándar, termocontrol, horno con puerta panorámica, parrilla en el horno.   | 1 |
| Impresora            | Marca HP, triple función (copias, scanner e impresión).   | 1 |
| Computadora          | Intel core i3 i3-4160 3.6 Ghz Dual core con capacidad de 3gg y disco duro de 320 nGb  | 1 |
| Teléfono inalámbrico | Inalámbrico con identificador de numero para recepcionar las llamadas de los servicios a domicilio u otras consultas.   | 1 |
| Horno Microondas     | Marca Samsung con un total de 1200 watts de potencia y 23 litros de capacidad, podrás elaborar una gran cantidad de recetas de carnes, verduras y postres sin complicaciones.   | 1 |
| Máquina de Chantilly | Contiene una unidad compresora hermética de 0.12 KW dotada con refrigerante ecológico R134a, una motobomba de 0.38 KW que al succionar producto del tanque y dispensarlo seguidamente, le da a la crema una textura muy fina y liviana al momento de servir, permitiendo aumentar su volumen hasta en un 200% | 1 |
| Vitrina Exhibidora   | Volumen bruto 552 Lt, Voltaje/Frecuencia: 220v/1/60Hz, Refrigerante: R134A, Sistema de evaporación: ventilada, Paquete de vidrio DOBLE: frontal, laterales, y corredizas, Control de Temperatura y desescarche: digital, Iluminación: en el perfil superior y en cada nivel.                                  | 1 |

|                   |  |   |
|-------------------|--|---|
| Caja Registradora | Caja computarizada con pantalla LCD, 1 licencia de software (Facturación y Administrativo), 1 impresora ticketera matricial, 1 gaveta de dinero metálica TCX, 1cpu dual core, balanza marca CAS, teclado, mouse. | 1 |
|-------------------|--|---|

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla N°35 Cuadro de Requerimiento de Mobiliario para La Cafetería S.A.C**

| Muebles y Enseres                      | Descripción  | Unidades |
|--|--|----------|
| Mueble para cafetería (sillas y mesas) | Juegos de mesa con sus sillas que estarán ubicadas en el área de cafetería       | 6        |
| Mesa de trabajo                        | De melamine ideal para realizar reuniones de trabajo.                            | 1        |
| Escritorio                             | Multifuncional ergonómico ideal para el personal administrativo                  | 1        |
| Silla de Oficina                       | Con respaldo de malla ventilada, mecanismo de elevación con cerradura individual | 6        |
| Sillones                               | Butaca dúo para la zona de gatos   | 1        |
| Estante de Oficina                     | De melamine para organizar y guardar documentación                               | 1        |

Fuente: Elaboración Propia

En la siguiente tabla se muestra los insumos que la empresa adquirirá para iniciar las labores, así también se muestra la descripción y cantidad.

**Tabla N°36 Cuadro de Requerimiento de Insumos para la Cafetería S.A.C**

| Insumos                           | Cantidad   | Unidad                 |
|-----------------------------------|--|------------------------|
| Café                              | 15   | kilos                  |
| Azúcar                            | 2  | sacos                  |
| Leche                             | 90   | cajas (1lt)            |
| Gas para Crema Chantilly          | 1  | Paquete de 20          |
| Paletina de Madera 18cm           | 1  | millar                 |
| Mascarillas                       | 1  | caja                   |
| Guantes                           | 1  | caja                   |
| Gorros cubre cabello              | 1  | caja                   |
| Jugos de Fruta                    |  |                        |
| Fresa                             | 1  | caja                   |
| Melocotón                         | 1  | caja                   |
| Piña                              | 1  | caja (6unid)           |
| Infusiones                        | Descripción  | # bolsitas en una caja |
| Chamana Infusión Andina<br>Fucsia | Cedrón, Manzanilla y<br>Mandarina (1.2 gr/unid)  | 15                     |
| Intizen Amazonia 12               | Té Negro de Assam con<br>Mango, Papaya, Hibisco y<br>Cítricos  | 15                     |
| Intizen Inca Rose                 | Te Negro de Ceylón con<br>esencia de Bergamota<br>Italiana (Earl Grey) y<br>Perfumado con Pétalos de<br>Rosa | 15                     |
| Intizen Silencio Andino           | Té Verde de Japón,<br>Manzanilla y Cáscaras de<br>Naranja  | 15                     |

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla N°37 Cuadro de Requerimiento de Sándwiches (tercerizados) para la Cafetería S.A.C**

| Sándwiches        | Descripción                              | Cantidad | Unidades |
|-------------------|--|----------|----------|
| Ciabatta de Pollo | Pan Ciabatta, pollo, mayonesa            | 12       | unidades |
| Triple de Pollo   | Pan Molde, pollo, jamón, queso, mayonesa | 12       | unidades |
| Croissant Mixto   | Pan , jamón y queso                      | 12       | unidades |

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla N°38 Cuadro de Requerimiento de Postres y Pasteles (tercerizados) para la Cafetería S.A.C**

| Postres y Pasteles        | Precio de cada Torta | Numero de Porciones | CV unitario |
|---------------------------|----------------------|---------------------|-------------|
| Torta Moka                | S/35.00              | 10                  | S/3.50      |
| Torta Tres Leches         | S/35.00              | 10                  | S/3.50      |
| Selva Negra               | S/35.00              | 10                  | S/3.50      |
| Cheesecake de Fresa       | S/40.00              | 10                  | S/4.00      |
| Pie de Manzana            | S/25.00              | 10                  | S/2.50      |
| Pastel de Choclo          | S/28.00              | 10                  | S/2.80      |
| Muffins de vainilla       | S/1.50               | 1                   | S/1.50      |
| Muffins de chocochips     | S/1.50               | 1                   | S/1.50      |
| Brownie personal          | S/1.50               | 1                   | S/1.50      |
| Mousse personal de lúcuma | S/2.50               | 1                   | S/2.50      |

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla N°39 Cuadro de Requerimiento de Accesorios de La Cafetería S.A.C**

| Accesorios                             | Cantidad | Unidad   | Precio/millar |
|--|----------|----------|---------------|
| Vasos personalizados con logo 12 Onz.  | 1        | millar   | S/140.00      |
| Vasos personalizados con logo 16 Onz.  | 1        | millar   | S/167.00      |
| Tapas planas para bebidas frías 12 Onz | 1        | millar   | S/52.00       |
| Tapas planas para bebidas frías 16 Onz | 1        | millar   | S/58.00       |
| Sorbete con envoltura                  | 1        | millar   | S/45.00       |
| Accesorios Zona de Gatos               | Cantidad | Unidad   | Precio/unidad |
| Rascadores para gatos                  | 2        | unidades | S/150.00      |
| Juguetes para gatos                    | 12       | unidades | S/5.00        |

Fuente: Elaboración Propia.

Finalmente, se muestra el equipo de seguridad necesario que la empresa debe adquirir para la puesta en marcha.

**Tabla N°40 Cuadro de Requerimiento de Equipo de Seguridad de La Cafetería S.A.C**

| Equipos de Seguridad | Descripción   | Cantidad |
|----------------------|---|----------|
| Extintor 6K          | Para emergencias y por cumplimiento con Defensa Civil | 3        |

Fuente: Elaboración Propia.

➤ **Requerimiento de Servicios:**

En la siguiente Tabla N° 41 se muestra los servicios básicos necesarios para el inicio y puesta en marcha de la empresa.

**Tabla N°41 Cuadro de Requerimiento de Servicios Básicos de La Cafetería S.A.C**

| Servicio             | Descripción  | Cantidad/<br>Frecuencia |
|----------------------|--|-------------------------|
| Alquiler             | Alquiler de local mensual en el distrito de Miraflores | 1 local                 |
| Permisos Municipales | Licenciamiento para iniciar operaciones                | anual                   |
| Pago de Arbitrios    | Obligaciones al municipio                              | trimestral              |
| Luz                  | Abastecimiento de energía                              | mensual                 |
| Agua                 | Abastecimiento de agua potable                         | mensual                 |

Fuente: Elaboración Propia.

➤ **Recursos Humanos**

Para el presente plan de negocios, se contará con un personal altamente calificado, el cual será elegido minuciosamente con la finalidad de cumplir con las exigencias de nuestro público objetivo. El recurso humano se estima que permanecerá perenne en los primeros años. Por otro lado existen puestos de gestión que serán

asumidos por los socios hasta que el negocio se consolide y cada puesto cuente con su responsable.

A continuación se muestra la cantidad de colaboradores y los perfiles que deberán cumplir para poder formar parte de la empresa.

**Tabla N°42 Cuadro de Requerimiento de Recursos Humanos para La Cafetería S.A.C**

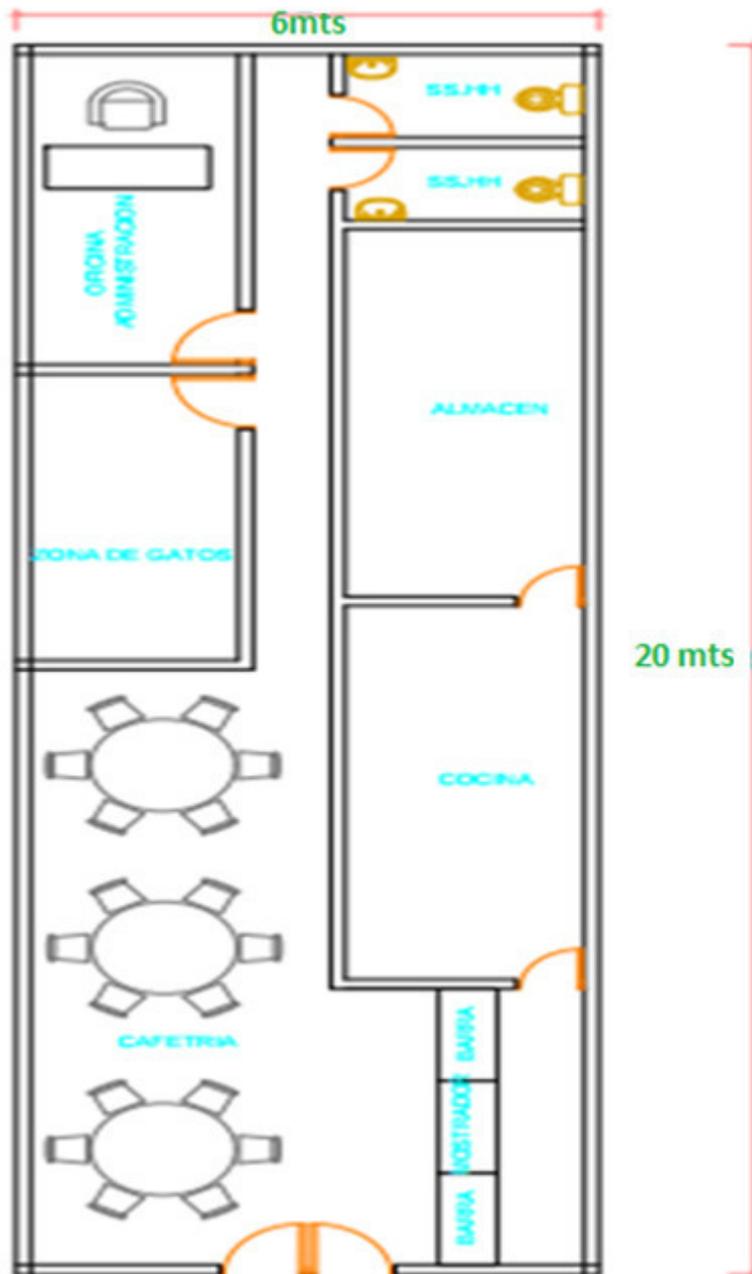
| <b>Puesto</b>   | <b>Requisitos</b>  | <b>Cantidad</b> |
|---|--|-----------------|
| Gerente General   | Titulado en Ciencias Administrativas. Experiencia mínima de 1 año con personal a cargo. Estudios o conocimientos en contabilidad. Idioma de inglés nivel avanzado. Conocimiento en gestión y dirección de procesos y personas. Competencias: Liderazgo, orientación al logro, capacidad analítica, proactivo, puntual y trabajo en equipo. | 1               |
| Jefe de Administración y Finanzas / Jefe de Operaciones | Titulado en Ciencias Administrativas. Experiencia mínima de un año en el rubro. Conocimiento en gestión y dirección de procesos y personas. Competencias: Liderazgo, orientación al logro, capacidad analítica, proactivo, puntual y trabajo en equipo   | 2               |
| Contador Externo  | Contador de profesión. Conocer aspectos legales y tributarios de mypes o negocios a fines al rubro.  | 1               |
| Marketing y Publicidad Externo                          | Estudiante de Ciencias de la Comunicación o Marketing. Conocimiento en gestión de redes sociales. Administración de páginas web, diseño entre otros.   | 1               |
| Baristas  | Experiencia mínima de 1 año, conocimiento en marketing de cafeterías, arte latte. Competencias técnicas en mantenimiento de máquinas procesadoras de café. Diseñar y elaborar una oferta completa en base al café, logrando superar las expectativas del cliente, realizar otras funciones afines o complementarias                        | 2               |

|                      |   |   |
|----------------------|---|---|
|                      | que sean pedidas por el administrador de la tienda.   |   |
| Atención al cliente  | Experiencia mínima de un año en la realización de labores similares, calidad de servicio, buen trato y respeto hacia los demás. | 2 |
| Personal de limpieza | El colaborador deberá realizar varias tareas de limpieza para garantizar la higiene de las instalaciones.                       | 1 |

Fuente: Elaboración Propia.

#### **4.2.4 Infraestructura y características físicas**

El negocio se desarrollará en un área de 120 metros cuadrados el cual estará distribuido estratégicamente con el fin de aprovechar al máximo el tamaño del local. En el layout se puede observar la distribución del local según los servicios que se brindará.



**Figura N°35** Layout de La Cafetería S.A.C

**Fuente:** Elaboración propia.

#### 4.3 Localización del negocio, Factores determinantes

Los factores relevantes para la realización del estudio de localización del siguiente plan de negocios son los siguientes:

- **Posición Estratégica:** el local deberá estar ubicado en una zona comercial el cual facilite el acceso y desplazamiento hacia los clientes y proveedores.
- **Disponibilidad del espacio físico:** el local deberá contar con un espacio y distribución idónea para comenzar la puesta en marcha de la empresa.
- **Costo del alquiler:** el alquiler del local no deberá superar los S/4000.00 soles mensuales.
- **Facilidad de transporte:** el local deberá estar estratégicamente ubicado lo cual permitirá dirigirse sin mayor problema a los distritos de lima moderna y poder brindar el servicio de cafetería.
- **Proximidad ante los proveedores:** cercanía a los proveedores de insumos y materiales para la realización del servicio.
- **Disponibilidad de servicios básicos:** los servicios deberán encontrarse dentro de las tarifas regulares.
- **Área urbana céntrica:** de fácil acceso para los empleados y proveedores.
- **Licencias y permisos:** se optará por el distrito donde los trámites y permisos municipales sean más cómodos y fácil de adquirir.
- **Ordenanza municipal:** la empresa tendrá que cumplir con lo dispuesto por el consejo municipal
- **Impuestos:** pagos trimestrales del impuesto predial y arbitrios a la municipalidad.

Se realizó el estudio de localización con el fin de determinar el lugar idóneo para ubicar el proyecto y obtener la rentabilidad deseada. Para desarrollar el cuadro de método cuantitativo ponderado se identificó un conjunto de factores relevantes para la decisión de localización del proyecto, también se distinguió el grado de importancia de

cada una de las alternativas en una escala del 0 al 10 en donde 0 es muy escasa y 10 muy abundante.

**Tabla N°43 Cuadro de Localización mediante Método Cuantitativo por Puntos**

| FACTORES                            | %           | SAN ISIDRO  | MIRAFLORES  | SURCO       |
|-------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1. Factor Comercial                 |             |             |             |             |
| 1.1 Posición Estratégica            | 20%         | 1.4         | 1.8         | 1.4         |
| 1.2 Ubicación Comercial             | 20%         | 1.4         | 1.8         | 1.2         |
| 1.3 Costo del Arriendo              | 10%         | 0.5         | 0.7         | 0.4         |
| <b>TOTAL PONDERADO</b>              | <b>50%</b>  | <b>3.3</b>  | <b>4.3</b>  | <b>3</b>    |
| 2. Factor Estratégico               |             |             |             |             |
| 2.1 Facilidad de Transporte         | 7%          | 0.49        | 0.56        | 0.49        |
| 2.2 Proximidad ante los proveedores | 15%         | 1.35        | 1.35        | 1.35        |
| 2.3 Servicios Básicos               | 10%         | 0.8         | 0.8         | 0.8         |
| 2.4 Área urbana céntrica            | 8%          | 0.56        | 0.56        | 0.48        |
| <b>TOTAL PONDERADO</b>              | <b>35%</b>  | <b>3.2</b>  | <b>3.27</b> | <b>3.12</b> |
| 3. Factor legal                     |             |             |             |             |
| 3.1 Licencias y permisos            | 3%          | 0.12        | 0.12        | 0.12        |
| 3.2 Ordenanza municipal             | 3%          | 0.09        | 0.09        | 0.09        |
| 3.3 Impuestos                       | 4%          | 0.16        | 0.16        | 0.16        |
| <b>TOTAL PONDERADO</b>              | <b>15%</b>  | <b>0.37</b> | <b>0.37</b> | <b>0.37</b> |
| <b>TOTAL FINAL PONDERADO</b>        | <b>100%</b> | <b>6.87</b> | <b>7.94</b> | <b>6.49</b> |

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión en la tabla N°43 se observa que la mejor alternativa para la localización y puesta en marcha del proyecto es el distrito de Miraflores, ya que obtuvo el mayor puntaje. La principal ventaja del distrito de Miraflores es la posición estratégica, ubicación comercial, proximidad ante los proveedores y los servicios básicos.

## 5. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

### 5.1 Inversión Fija

La inversión fija está compuesta por los activos tangibles e intangibles que ascienden a S/. 49,300.00

#### 5.1.1 Inversión Tangible

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas inversiones que se realizan en los bienes tangibles que se utilizaran en la apertura y funcionamiento de la Cafetería, que incluye equipos y mobiliarios.

**Inversión en Equipos:** Los activos tangibles del negocio (CORE BUSINESS: maquinaria, equipo y mobiliario, inventarios) son los instrumentos que permitirán el funcionamiento óptimo del negocio.

**Tabla N°44 Inversión en Equipos**

| Detalle                        | Unidad | Cantidad | Precio Unitario | Total            |
|--------------------------------|--------|----------|-----------------|------------------|
| Licuadora                      | Unidad | 1        | 399.00          | 399.00           |
| Maquina BUNN para Americano    | Unidad | 1        | 23,000.00       | 15,000.00        |
| Máquina para Frappes Mc Coffee | Unidad | 1        | 4,000.00        | 12,000.00        |
| Maquina Moledora K30 Mahlkonig | Unidad | 1        | 4,500.00        | 4,500.00         |
| Refrigeradora                  | Unidad | 1        | 1,000.00        | 1,000.00         |
| Cocina                         | Unidad | 1        | 499.00          | 499.00           |
| Impresora                      | Unidad | 1        | 250.00          | 250.00           |
| Computadora                    | Unidad | 1        | 600.00          | 600.00           |
| Teléfono inalámbrico           | Unidad | 1        | 120.00          | 120.00           |
| Horno Microondas               | Unidad | 1        | 300.00          | 300.00           |
| Máquina de Chantilly           | Unidad | 1        | 250.00          | 250.00           |
| Vitrina Exhibidora             | Unidad | 1        | 2,500.00        | 2,500.00         |
| Caja Registradora              | Unidad | 1        | 2,400.00        | 2,400.00         |
| Extintor                       | Unidad | 3        | 120.00          | 360.00           |
| Botiquín                       | Unidad | 1        | 100.00          | 100.00           |
| <b>Total</b>                   |        |          |                 | <b>40,278.00</b> |

Elaboración: Propia

**Inversión en Mobiliario:** Incluye la relación total de muebles y enseres requeridos, para el acondicionamiento del local, a fin de mostrar ambientes agradables, cómodos y acogedores para nuestros clientes, los mismos que ascienden a S/. 1,340.00 soles.

**Tabla N°45 Inversión en Mobiliario**

| Detalle                                | Unidad | Cantidad | Precio Unitario | Total           |
|--|--------|----------|-----------------|-----------------|
| Mueble para cafetería (sillas y mesas) | Unidad | 2        | 200.00          | 400.00          |
| Mesa de trabajo                        | Unidad | 2        | 120.00          | 240.00          |
| Escritorio                             | Unidad | 1        | 150.00          | 150.00          |
| Silla de Oficina                       | Unidad | 1        | 160.00          | 160.00          |
| Sillones                               | Unidad | 1        | 140.00          | 140.00          |
| Estante de Oficina                     | Unidad | 1        | 250.00          | 250.00          |
| <b>Total</b>                           |        |          |                 | <b>1,340.00</b> |

Elaboración: Propia

### **5.1.2 Inversión Intangible**

Son las inversiones establecidas para la apertura de la empresa, necesarias para la constitución e implementación del negocio, así como son los registros, permisos y revisiones técnicas de los servicios básicos para su funcionamiento.

**Inversión en Trámites de Constitución:** Esta inversión incluye los procedimientos legales, tributarios y municipales para poder constituir el negocio, inversión que asciende a S/. 1,800.00 soles.

**Tabla N°46 Inversión en Constitución**

| <b>Detalle</b>                         | <b>Total</b>    |
|--|-----------------|
| Búsqueda y Reserva de Nombre en SUNARP | 20.00           |
| Gastos Notariales de Constitución      | 300.00          |
| Registro de Marca INDECOPI             | 400.00          |
| Licencias Municipal                    | 200.00          |
| Certificado de Defensa Civil           | 300.00          |
| Certificados y Permisos                | 180.00          |
| Legalización de Libros Contables       | 100.00          |
| Selección de Personal                  | 100.00          |
| Imprevistos                            | 200.00          |
| <b>Total</b>                           | <b>1,800.00</b> |

Elaboración: Propia

**Inversión en Instalación de Servicios:** En esta inversión se contemplan los gastos en relación a los servicios a contratar e instalar; servicios acondicionados adecuadamente que permitan la seguridad y manejo eficiente de las instalaciones.

**Tabla N°47 Inversión en Instalación**

| <b>Detalle</b>                          | <b>Total</b>    |
|---|-----------------|
| Agua                                    | 150.00          |
| Luz                                     | 250.00          |
| Teléfono                                | 150.00          |
| Internet                                | 200.00          |
| Gas                                     | 400.00          |
| Acondicionamiento del Local             | 4,000.00        |
| Página Web                              | 200.00          |
| Vasos personalizados con logo 12 Onza.  | 140.00          |
| Vasos personalizados con logo 16 Onza.  | 167.00          |
| Tapas planas para bebidas frías 12 Onza | 52.00           |
| Tapas planas para bebidas frías 16 Onza | 58.00           |
| Sorbete con envoltura                   | 45.00           |
| Rascadores para gatos                   | 10.00           |
| Juguetes para gatos                     | 60.00           |
| <b>Total</b>                            | <b>5,882.00</b> |

Elaboración: Propia

## **5.2 Capital del Trabajo**

Determinado en base a los requerimientos para la operación y funcionamiento del negocio, los cuales están destinados a cubrir las

necesidades de los insumos, mano de obra, gastos de administración y promoción, que permitirán el inicio de las operaciones de la cafetería. Considerándose para el inicio de las operaciones la suma de S/. 35,700.00 los cuales puedan cubrir el primer mes de operaciones, ya que luego los incrementos de capital de trabajo se generarán por las mismas operaciones del negocio.

**Tabla N°48 Capital de Trabajo**

| Detalle                         | Total            |
|---------------------------------|------------------|
| Insumos                         | 17,778.19        |
| Mano de Obra (operarios)        | 5,052.66         |
| Gastos de Promoción y Ventas    | 1,823.26         |
| Gastos de Administrativos       | 11,045.89        |
| <b>Total Capital de Trabajo</b> | <b>35,700.00</b> |

Elaboración: Propia

### 5.3 Inversión Total

En la siguiente tabla se puede observar la inversión total del proyecto que asciende a S/. 85,000.00 donde la inversión en equipos y mobiliarios representa el 49% de toda la inversión.

**Tabla N°49 Inversión Total**

| Detalle                | Total            | %           |
|------------------------|------------------|-------------|
| Inversión Tangible     | 41,618.00        | 49%         |
| Inversión Intangible   | 7,682.00         | 9%          |
| Capital de Trabajo     | 35,700.00        | 42%         |
| <b>Total Inversión</b> | <b>85,000.00</b> | <b>100%</b> |

Elaboración: Propia

### 5.4 Estructura de la Inversión y Financiamiento

En este apartado se describe la estructura del capital, la cual está constituido por el aporte propio de los accionistas (70.59%) y del financiamiento (29.41%), vía préstamo que se obtendrá de una entidad financiera.

**Tabla N°50 Estructura de la Inversión y Financiamiento**

| <b>Inversión</b>     | <b>Aporte Propio</b> | <b>Préstamo</b>  | <b>Total</b>     | <b>Porcentaje</b> |
|----------------------|----------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Inversión Tangible   | 41,618.00            | 0.00             | 41,618.00        | 49%               |
| Inversión Intangible | 7,682.00             | 0.00             | 7,682.00         | 9%                |
| Capital de Trabajo   | 10,700.00            | 25,000.00        | 35,700.00        | 42%               |
| <b>Total</b>         | <b>60,000.00</b>     | <b>25,000.00</b> | <b>85,000.00</b> | <b>100.00%</b>    |
| <b>Porcentaje</b>    | <b>70.59%</b>        | <b>29.41%</b>    | <b>100.00%</b>   |                   |

Elaboración: Propia

### 5.5 Fuentes Financieras

La selección de financiamiento se realizó visitando diversas entidades financieras, en especial las empresas financieras, instituciones que vienen financiando al segmento PYME emprendedor, permitiéndoles generar grandes posibilidades de crecimiento y desarrollo; asimismo, considerar la tasa de interés (Tasa de Costo Efectivo Anual) y los requisitos que se necesitaran para iniciar los trámites para su otorgamiento. A continuación, se presenta la comparación de tasas anuales entre las empresas financieras visitadas (Se toma como referencia un préstamo de 30,000 soles a 36 meses de pago, producto Capital de trabajo. Se optó por el financiamiento de la Financiera Compartamos por los mejores beneficios y tasa de interés preferencial que ofrece; dentro de las alternativas que nos presentaron las demás empresas financieras, características que se presentan a continuación:

**Tabla N°51 Fuentes de Financiamiento**

| <b>Entidad Financiera</b>     | <b>Producto</b>           | <b>Tasa de Interés</b> | <b>Beneficios</b>   |
|-------------------------------|---------------------------|------------------------|---|
| Financiera Confianza          | Capital de Trabajo        | 28.60%                 | Tasa competitiva del mercado que se otorga para capital de trabajo.   |
| <b>Financiera Compartamos</b> | <b>Capital de Trabajo</b> | <b>26.80%</b>          | <b>Tasas de interés preferencial para capital de trabajo y se puede elegir la forma y frecuencia de pago.</b> |
| Financiera TFC                | Capital de Trabajo        | 32.30%                 | Tasa de interés para capital de trabajo que permite pagos anticipados del crédito.                            |

Elaboración: Propia

## 5.6 Condiciones de Crédito

Solicitaremos un préstamo por un monto de S/. 25,000.00 soles a un plazo de 36 meses. Crédito que nos otorgará la Financiera Compartamos ya que nos brindará una tasa de interés preferencial del 26.80%, además el préstamo se a otorgarse contempla dos (2) meses de gracia, para la constitución e implementación del negocio. Considerando las condiciones antes mencionadas, la cuota mensual será de S/.1,060.95 soles.

### **Requisitos:**

- Escritura pública de constitución
- Copia de ficha RUC
- Copia de DNI de los representantes legales
- Certificado de vigencia de poderes
- Plan de inversión
- Calificación de Normal en las centrales de riesgos
- Recibo de servicios cancelado
- Documentos de la garantía
- Edad mínima 20 y máximo 65 años para el inicio del crédito. Máximo 75 años cumplidos al finalizar el crédito.
- Ofrece 3 opciones para la fecha de facturación: 10, 20 y 30 de cada mes. Sin cobro de penalidades por pronto pago.
- Seguro de Desgravamen. Asegura la cancelación de la deuda pendiente en caso de fallecimiento o invalidez total y permanente del titular del crédito.

**Tabla N°52 Condiciones de Financiamiento**

|                          |                               |
|--------------------------|-------------------------------|
| <b>Monto de Préstamo</b> | <b>S/. 25,000.00</b>          |
| Entidad que Financia     | <b>Financiera Compartamos</b> |
| Cuotas                   | 36                            |
| Tipo de Moneda           | Soles                         |
| Tasa Efectiva Anual      | 26.80%                        |
| Interés Mensual          | 2.00%                         |
| Seguro de Desgravamen    | 0.08%                         |
| ITF                      | 0.005%                        |
| Meses de Gracia          | 2                             |
| <b>Cuota a Pagar</b>     | <b>S/. 1,060.95</b>           |

Elaboración: Propia

## 6. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

El presente plan financiero describe, con toda exactitud, los gastos en los que se va a incurrir para hacer posible este negocio, además de los ingresos que se obtendrán de la misma. A partir de los datos de entrada (costos de los insumos, mano de obra, indirectos, gastos de promoción, administración, etc.), se presenta los estados de resultados, los mismos que proporcionan información sobre las pérdidas y las ganancias proyectadas para los próximos cinco (5) años de La Catfetería S.A.C.

### 6.1 Presupuesto de los Costos

El presupuesto de los costos será analizado por costo unitario de los productos que se ofertaran, costo de los insumos, costo de la mano de obra, costos indirectos, depreciación de los equipos y mobiliarios, gastos de promoción y ventas, gastos administrativos y gastos financieros.

**Tabla N°53 Costo Unitario de las Bebidas y Aperitivos**

| Detalle    | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Cafés      | 4.50  | 4.57  | 4.65  | 4.72  | 4.80  |
| Smoothies  | 5.50  | 5.59  | 5.68  | 5.77  | 5.87  |
| Infusiones | 2.50  | 2.54  | 2.58  | 2.62  | 2.67  |
| Sándwiches | 5.00  | 5.08  | 5.16  | 5.25  | 5.33  |
| Postres    | 4.00  | 4.07  | 4.13  | 4.20  | 4.27  |

Elaboración: Propia

En la tabla N°53, se presenta los costos unitarios de las bebidas y aperitivos que se comercializarán durante los 5 primeros años, costos que a partir del año 2 vienen siendo ajustados al índice por inflación y devaluación (1.63%).

**Tabla N°54 Costo de los Insumos**

| Insumos      | Año 1             | Año 2             | Año 3             | Año 4             | Año 5             |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Cafés        | 68,040.00         | 72,606.50         | 77,479.49         | 82,679.53         | 88,228.56         |
| Smoothies    | 49,500.00         | 52,822.19         | 56,367.35         | 60,150.45         | 64,187.45         |
| Infusiones   | 22,500.00         | 24,010.09         | 25,621.52         | 27,341.11         | 29,176.11         |
| Sándwiches   | 46,800.00         | 49,940.98         | 53,292.77         | 56,869.52         | 60,686.31         |
| Postres      | 31,680.00         | 33,806.20         | 36,075.11         | 38,496.29         | 41,079.97         |
| <b>Total</b> | <b>218,520.00</b> | <b>233,185.97</b> | <b>248,836.25</b> | <b>265,536.89</b> | <b>283,358.40</b> |

Elaboración: Propia

Asimismo, se presentan en las tablas N°54 y N°55 los costos totales de los insumos y mano de obra, en los que se incurrirá cada año, teniendo en

cuenta las proyecciones en los cafés y aperitivos que se ofrecerán; además de las remuneraciones de toda la plana ejecutiva y operativa que permitirá la atención permanente de los servicios.

**Tabla N°55 Costo de la Mano de Obra**

| Detalle              | Año 1            | Año 2            | Año 3            | Año 4            | Año 5            |
|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Baristas             | 27,250.32        | 27,250.32        | 27,250.32        | 27,250.32        | 27,250.32        |
| Atención al Cliente  | 23,162.77        | 23,162.77        | 23,162.77        | 23,162.77        | 23,162.77        |
| Personal de Limpieza | 10,218.87        | 10,218.87        | 10,218.87        | 10,218.87        | 10,218.87        |
| <b>Total</b>         | <b>60,631.96</b> | <b>60,631.96</b> | <b>60,631.96</b> | <b>60,631.96</b> | <b>60,631.96</b> |

Elaboración: Propia

La tabla N°56 presenta los costos indirectos que serán necesarios incurrir para el adecuado funcionamiento de nuestro negocio, que el primer año ascenderán a S/. 4,800.00 soles.

**Tabla N°56 Costos Indirectos**

| Detalle      | Año 1           | Año 2           | Año 3           | Año 4           | Año 5           |
|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Movilidad    | 3,600.00        | 3,658.68        | 3,718.32        | 3,778.93        | 3,840.52        |
| Imprevistos  | 1,200.00        | 1,219.56        | 1,239.44        | 1,259.64        | 1,280.17        |
| <b>Total</b> | <b>4,800.00</b> | <b>4,878.24</b> | <b>4,957.76</b> | <b>5,038.57</b> | <b>5,120.70</b> |

Elaboración: Propia

Asimismo, se presenta a continuación la depreciación o desgaste que sufren los equipos y mobiliarios utilizados para la operatividad del negocio:

**Tabla N°57 Depreciación de Equipos**

| Detalle                        | Vida Útil (Meses) | Valor     | Depreciación Mensual | Depreciación Anual |
|--------------------------------|-------------------|-----------|----------------------|--------------------|
| Licuadora                      | 72                | 399.00    | 5.54                 | 66.50              |
| Maquina BUNN para Americano    | 72                | 23,000.00 | 319.44               | 3,833.33           |
| Máquina para Frappes Mc Coffee | 72                | 4,000.00  | 55.56                | 666.67             |
| Maquina Moledora K30 Mahlkonig | 72                | 4,500.00  | 62.50                | 750.00             |
| Refrigeradora                  | 72                | 1,000.00  | 13.89                | 166.67             |
| Cocina                         | 72                | 499.00    | 6.93                 | 83.17              |
| Impresora                      | 72                | 250.00    | 3.47                 | 41.67              |
| Computadora                    | 72                | 600.00    | 8.33                 | 100.00             |
| Teléfono inalámbrico           | 72                | 120.00    | 1.67                 | 20.00              |
| Horno Microondas               | 72                | 300.00    | 4.17                 | 50.00              |
| Máquina de Chantilly           | 72                | 250.00    | 3.47                 | 41.67              |
| Vitrina Exhibidora             | 72                | 2,500.00  | 34.72                | 416.67             |
| Caja Registradora              | 72                | 2,400.00  | 33.33                | 400.00             |
| Extintor                       | 72                | 360.00    | 5.00                 | 60.00              |
| Botiquín                       | 72                | 100.00    | 1.39                 | 16.67              |
| <b>Total</b>                   |                   |           | <b>559.42</b>        | <b>6,713.00</b>    |

Elaboración: Propia

**Tabla N°58 Depreciación de Mobiliarios**

| Detalle                                | Vida Útil (Meses) | Valor  | Depreciación Mensual | Depreciación Anual |
|--|-------------------|--------|----------------------|--------------------|
| Mueble para cafetería (sillas y mesas) | 72                | 400.00 | 5.56                 | 66.67              |
| Mesa de trabajo                        | 72                | 240.00 | 3.33                 | 40.00              |
| Escritorio                             | 72                | 150.00 | 2.08                 | 25.00              |
| Silla de Oficina                       | 72                | 160.00 | 2.22                 | 26.67              |
| Sillones                               | 72                | 140.00 | 1.94                 | 23.33              |
| Estante de Oficina                     | 72                | 250.00 | 3.47                 | 41.67              |
| <b>Total</b>                           |                   |        | <b>18.61</b>         | <b>223.33</b>      |

Elaboración: Propia

**Tabla N°59 Depreciación y Amortización**

| Detalle                         | Año 1           | Año 2           | Año 3           | Año 4           | Año 5           |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Depreciación de Equipos         | 6,713.00        | 6,713.00        | 6,713.00        | 6,713.00        | 6,713.00        |
| Depreciación de Mobiliarios     | 223.33          | 223.33          | 223.33          | 223.33          | 223.33          |
| Amortización de los intangibles | 1,536.40        | 1,536.40        | 1,536.40        | 1,536.40        | 1,536.40        |
| <b>Total</b>                    | <b>8,472.73</b> | <b>8,472.73</b> | <b>8,472.73</b> | <b>8,472.73</b> | <b>8,472.73</b> |

Elaboración: Propia

Además, se presentan los gastos de promoción y ventas, administrativos y financieros que se incurrirán para el funcionamiento del negocio:

**Tabla N°60 Gastos de Promoción y Ventas**

| Detalle                     | Año 1            | Año 2            | Año 3            | Año 4            | Año 5            |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Publicidad                  | 4,800.00         | 5,040.00         | 5,292.00         | 5,556.60         | 5,834.43         |
| Página Web y Redes Sociales | 2,400.00         | 2,520.00         | 2,646.00         | 2,778.30         | 2,917.22         |
| Promociones                 | 10,800.00        | 11,340.00        | 11,907.00        | 12,502.35        | 13,127.47        |
| <b>Total</b>                | <b>18,000.00</b> | <b>18,900.00</b> | <b>19,845.00</b> | <b>20,837.25</b> | <b>21,879.11</b> |

Elaboración: Propia

**Tabla N°61 Gastos Administrativos**

| Detalle                           | Año 1             | Año 2             | Año 3             | Año 4             | Año 5             |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gerente General                   | 21,800.26         | 21,800.26         | 21,800.26         | 21,800.26         | 21,800.26         |
| Jefe de Administración y Finanzas | 19,075.22         | 19,075.22         | 19,075.22         | 19,075.22         | 19,075.22         |
| Jefe de Operaciones               | 19,075.22         | 19,075.22         | 19,075.22         | 19,075.22         | 19,075.22         |
| Contador                          | 10,800.00         | 10,800.00         | 10,800.00         | 10,800.00         | 10,800.00         |
| Marketing y Publicidad            | 6,000.00          | 6,000.00          | 6,000.00          | 6,000.00          | 6,000.00          |
| Materiales de Oficina             | 1,200.00          | 1,219.56          | 1,239.44          | 1,259.64          | 1,280.17          |
| Materiales de Limpieza            | 1,800.00          | 1,829.34          | 1,859.16          | 1,889.46          | 1,920.26          |
| Teléfono                          | 1,200.00          | 1,219.56          | 1,239.44          | 1,259.64          | 1,280.17          |
| Internet                          | 1,200.00          | 1,219.56          | 1,239.44          | 1,259.64          | 1,280.17          |
| Alquiler                          | 36,000.00         | 36,586.80         | 37,183.16         | 37,789.25         | 38,405.22         |
| Agua                              | 4,800.00          | 4,878.24          | 4,957.76          | 5,038.57          | 5,120.70          |
| Luz                               | 7,200.00          | 7,317.36          | 7,436.63          | 7,557.85          | 7,681.04          |
| Gastos Varios                     | 2,400.00          | 2,439.12          | 2,478.88          | 2,519.28          | 2,560.35          |
| <b>Total</b>                      | <b>132,550.70</b> | <b>133,460.24</b> | <b>134,384.61</b> | <b>135,324.04</b> | <b>136,278.79</b> |

Elaboración: Propia

**Tabla N°62 Gastos Financieros**

| Detalle                              | Año 1           | Año 2           | Año 3         | Año 4       | Año 5       |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|---------------|-------------|-------------|
| Intereses y Otros Gastos Financieros | 5,132.87        | 4,555.58        | 560.40        | 0.00        | 0.00        |
| <b>Total</b>                         | <b>5,132.87</b> | <b>4,555.58</b> | <b>560.40</b> | <b>0.00</b> | <b>0.00</b> |

Elaboración: Propia

En resumen para el primer año de operaciones los gastos de promoción y ventas ascenderán a S/ 18,000.00 soles, los gastos administrativos ascenderán a S/ 132,550.70 soles y los gastos financieros incurridos por los intereses del préstamo realizado ascenderán a S/ 5,132.87 soles.

## 6.2 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio consiste en determinar la cantidad de bienes y/o servicios que debemos generar y comercializar en el mercado para cubrir nuestros costos totales; para los cual primero identificaremos los costos fijos, que permitirán calcular la cantidad y el monto de la actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. Para nuestro caso, La Cafetería SAC, requerirá producir como mínimo 43,604 productos (café, smoothies, infusiones, Sándwiches y postres) el primer año; es decir obtener ingresos mínimos de S/. 406,762.50 soles.

**Tabla N°63 Costos Fijos**

| Costos Fijos           | Año 1             | Año 2             | Año 3             | Año 4             | Año 5             |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Mano de Obra           | 60,631.96         | 60,631.96         | 60,631.96         | 60,631.96         | 60,631.96         |
| Costos Indirectos      | 4,800.00          | 4,878.24          | 4,957.76          | 5,038.57          | 5,120.70          |
| Gastos Administrativos | 132,550.70        | 133,460.24        | 134,384.61        | 135,324.04        | 136,278.79        |
| <b>Total</b>           | <b>197,982.67</b> | <b>198,970.45</b> | <b>199,974.33</b> | <b>200,994.57</b> | <b>202,031.44</b> |

Elaboración: Propia

**Tabla N°64 Cálculo del Punto de Equilibrio**

| Producto     | Cantidad         | p           | Precio U | Costo de Venta Unitario |
|--------------|------------------|-------------|----------|-------------------------|
| Cafés        | 15,120.00        | 0.30        | 10.00    | 4.95                    |
| Smoothies    | 9,000.00         | 0.18        | 12.00    | 5.95                    |
| Infusiones   | 9,000.00         | 0.18        | 6.00     | 2.95                    |
| Sándwiches   | 9,360.00         | 0.19        | 10.00    | 5.45                    |
| Postres      | 7,920.00         | 0.16        | 8.00     | 4.45                    |
| <b>Total</b> | <b>50,400.00</b> | <b>1.00</b> |          |                         |

Elaboración: Propia

**Tabla N°65 Cálculo del Punto de Equilibrio**

| Producto     | Margen de Contribución | MC*p        | Cantidad         | Soles             | Utilidad          |
|--------------|------------------------|-------------|------------------|-------------------|-------------------|
| Cafés        | 5.05                   | 1.51        | 13,081.18        | 130,811.83        | 66,028.83         |
| Smoothies    | 6.05                   | 1.08        | 7,786.42         | 93,437.02         | 47,089.29         |
| Infusiones   | 3.05                   | 0.54        | 7,786.42         | 46,718.51         | 23,730.04         |
| Sándwiches   | 4.55                   | 0.84        | 8,097.88         | 80,978.75         | 36,826.05         |
| Postres      | 3.55                   | 0.56        | 6,852.05         | 54,816.39         | 24,308.46         |
| <b>Total</b> |                        | <b>4.54</b> | <b>43,603.94</b> | <b>406,762.50</b> | <b>197,982.67</b> |

Elaboración: Propia

**Tabla N°66 Punto de Equilibrio (Unidades)**

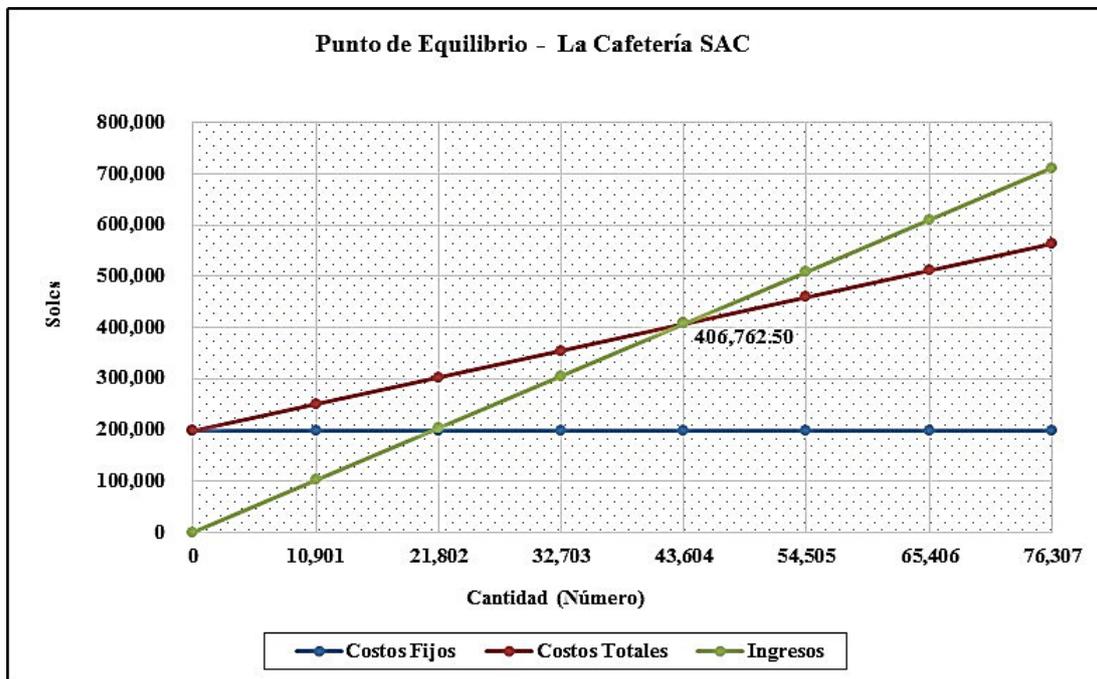
| Producto     | Año 1         | Año 2         | Año 3         | Año 4         | Año 5         |
|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Cafés        | 13,081        | 13,345        | 13,622        | 13,913        | 14,219        |
| Smoothies    | 7,786         | 7,944         | 8,108         | 8,282         | 8,464         |
| Infusiones   | 7,786         | 7,944         | 8,108         | 8,282         | 8,464         |
| Sándwiches   | 8,098         | 8,261         | 8,433         | 8,613         | 8,802         |
| Postres      | 6,852         | 6,990         | 7,135         | 7,288         | 7,448         |
| <b>Total</b> | <b>43,604</b> | <b>44,484</b> | <b>45,407</b> | <b>46,378</b> | <b>47,398</b> |

Elaboración: Propia

**Tabla N°67 Punto de Equilibrio (Soles)**

| Producto     | Año 1             | Año 2             | Año 3             | Año 4             | Año 5             |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Cafés        | 130,811.83        | 135,627.07        | 140,699.49        | 146,048.16        | 151,694.04        |
| Smoothies    | 93,437.02         | 96,876.48         | 100,499.63        | 104,320.11        | 108,352.89        |
| Infusiones   | 46,718.51         | 48,438.24         | 50,249.82         | 52,160.06         | 54,176.44         |
| Sándwiches   | 80,978.75         | 83,959.61         | 87,099.68         | 90,410.76         | 93,905.83         |
| Postres      | 54,816.39         | 56,834.20         | 58,959.78         | 61,201.13         | 63,567.03         |
| <b>Total</b> | <b>406,762.50</b> | <b>421,735.60</b> | <b>437,508.40</b> | <b>454,140.22</b> | <b>471,696.23</b> |

Elaboración: Propia



**Figura N°36** Proyección del Punto de Equilibrio

**Fuente:** Elaboración Propia

**Tabla N°68 Proyección del Punto de Equilibrio**

| Costos Variables Independiente | Cantidad      | Costos Fijos      | Costos Totales    | Ingresos          |
|--------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| -                              | -             | 197,982.67        | 197,982.67        | -                 |
| 52,194.96                      | 10,901        | 197,982.67        | 250,177.62        | 101,690.62        |
| 104,389.92                     | 21,802        | 197,982.67        | 302,372.58        | 203,381.25        |
| 156,584.87                     | 32,703        | 197,982.67        | 354,567.54        | 305,071.87        |
| <b>208,779.83</b>              | <b>43,604</b> | <b>197,982.67</b> | <b>406,762.50</b> | <b>406,762.50</b> |
| 260,974.79                     | 54,505        | 197,982.67        | 458,957.46        | 508,453.12        |
| 313,169.75                     | 65,406        | 197,982.67        | 511,152.42        | 610,143.75        |
| 365,364.71                     | 76,307        | 197,982.67        | 563,347.37        | 711,834.37        |

Elaboración: Propia

### 6.3 Estado de Ganancias y Pérdidas

El estado de ganancias y pérdidas conocido también como estado de resultados, es el informe financiero que mostrará la rentabilidad proyectada de la empresa para los próximos cinco (5) años con financiamiento y sin financiamiento. Teniendo en cuenta que la empresa se acogerá a la renta del régimen Mype Tributario que indica que toda empresa cuyos ingresos netos del ejercicio no superen los 15UIT el impuesto a la renta será del 10%, y como se puede ver en la tabla N°69 nuestros ingresos netos del ejercicio no pasan más de S/60,750.00.

**Tabla N°69 Estado de Ganancias y Pérdidas**

|                                 | Año 1             | Año 2             | Año 3             | Año 4             | Año 5             |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ingresos                        | 470,160.00        | 501,714.79        | 535,387.38        | 571,319.90        | 609,664.04        |
| Costos                          | -283,951.96       | -298,696.17       | -314,425.96       | -331,207.42       | -349,111.06       |
| Depreciación y amortización     | -8,472.73         | -8,472.73         | -8,472.73         | -8,472.73         | -8,472.73         |
| <b>Utilidad bruta</b>           | <b>177,735.30</b> | <b>194,545.88</b> | <b>212,488.68</b> | <b>231,639.75</b> | <b>252,080.25</b> |
| Gastos administrativos          | -132,550.70       | -133,460.24       | -134,384.61       | -135,324.04       | -136,278.79       |
| Gastos de Promoción y Ventas    | -18,000.00        | -18,900.00        | -19,845.00        | -20,837.25        | -21,879.11        |
| <b>Utilidad Operativa</b>       | <b>27,184.60</b>  | <b>42,185.64</b>  | <b>58,259.07</b>  | <b>75,478.46</b>  | <b>93,922.35</b>  |
| Otros ingresos                  | -                 | -                 | -                 | -                 | -34,681.67        |
| <b>Utilidad Antes de Imp.</b>   | <b>27,184.60</b>  | <b>42,185.64</b>  | <b>58,259.07</b>  | <b>75,478.46</b>  | <b>59,240.68</b>  |
| Gastos Financieros              | -5,132.87         | -4,555.58         | -560.40           | -                 | -                 |
| <b>Utilidad Antes Impuestos</b> | <b>22,051.73</b>  | <b>37,630.06</b>  | <b>57,698.67</b>  | <b>75,478.46</b>  | <b>59,240.68</b>  |
| Impuestos (10%)                 | -2205.17          | -3,763.01         | -5,769.89         | -7,547.85         | -5,924.07         |
| <b>Utilidad Neta</b>            | <b>19,846.55</b>  | <b>33,867.05</b>  | <b>51,928.80</b>  | <b>67,930.61</b>  | <b>53,316.61</b>  |

Elaboración: Propia

## 6.4 Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos del negocio estará conformado por los recursos que la empresa espera obtener para financiar los gastos administrativos, promoción y ventas y financieros, los mismos que figuran en el presupuesto de costos y gastos del negocio.

**Tabla N°70 Demanda Proyectada**

| Detalle               | Año 1         | Año 2         | Año 3         | Año 4         | Año 5         |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Cafés                 | 15,120        | 15,876        | 16,670        | 17,503        | 18,378        |
| Smoothies             | 9,000         | 9,450         | 9,923         | 10,419        | 10,940        |
| Infusiones            | 9,000         | 9,450         | 9,923         | 10,419        | 10,940        |
| Sándwiches            | 9,360         | 9,828         | 10,319        | 10,835        | 11,377        |
| Postres               | 7,920         | 8,316         | 8,732         | 9,168         | 9,627         |
| <b>Total Unidades</b> | <b>50,400</b> | <b>52,920</b> | <b>55,566</b> | <b>58,344</b> | <b>61,262</b> |

Elaboración: Propia.

En la tabla N°70 podemos observar las proyecciones de las unidades de venta por producto, que de acuerdo al crecimiento sostenido que se ha planteado el negocio se esperan alcanzar durante los primeros 5 años de operaciones. En la tabla N°71 se muestran los precios promedios por producto, los mismos que han sido proyectados teniendo en cuenta la inflación y devaluación de la moneda, que permitan con mayor precisión determinar los ingresos del negocio.

**Tabla N°71 Precio Proyectado**

| Detalle    | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Cafés      | 10.00 | 10.16 | 10.33 | 10.50 | 10.67 |
| Smoothies  | 12.00 | 12.20 | 12.39 | 12.60 | 12.80 |
| Infusiones | 6.00  | 6.10  | 6.20  | 6.30  | 6.40  |
| Sándwiches | 10.00 | 10.16 | 10.33 | 10.50 | 10.67 |
| Postres    | 8.00  | 8.13  | 8.26  | 8.40  | 8.53  |

Elaboración: Propia

**Tabla N°72 Ingresos por el Giro de Negocio**

| Detalle             | Año 1             | Año 2             | Año 3             | Año 4             | Año 5             |
|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Cafés               | 151,200.00        | 161,347.79        | 172,176.64        | 183,732.28        | 196,063.47        |
| Smoothies           | 108,000.00        | 115,248.42        | 122,983.32        | 131,237.34        | 140,045.34        |
| Infusiones          | 54,000.00         | 57,624.21         | 61,491.66         | 65,618.67         | 70,022.67         |
| Sándwiches          | 93,600.00         | 99,881.96         | 106,585.54        | 113,739.03        | 121,372.63        |
| Postres             | 63,360.00         | 67,612.41         | 72,150.21         | 76,992.57         | 82,159.93         |
| <b>Total ventas</b> | <b>470,160.00</b> | <b>501,714.79</b> | <b>535,387.38</b> | <b>571,319.90</b> | <b>609,664.04</b> |

Elaboración: Propia

En la tabla N°72 podemos observar los ingresos que se esperan obtener durante los primeros cinco años, teniendo en cuenta principalmente el porcentaje de demanda insatisfecha que esperamos atender.

### 6.5 Presupuesto de Egresos

El presupuesto de egresos es el documento que recoge los valores de entrada y salida de los recursos monetarios; es decir, los desembolsos que hay que efectuar como retribución al uso de los factores de producción, egresos de recursos necesarios para nuestro proyecto durante los primeros cinco (5) primeros años. El presupuesto de egresos es primordial debido a que no es posible sostener un negocio sin hacer gastos.

**Tabla N°73 Egresos por el Giro del Negocio**

| Egresos                     | Año 1             | Año 2             | Año 3             | Año 4             | Año 5             |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Insumos                     | 218,520.00        | 233,185.97        | 248,836.25        | 265,536.89        | 283,358.40        |
| Mano de Obra                | 60,631.96         | 60,631.96         | 60,631.96         | 60,631.96         | 60,631.96         |
| Costos Indirectos           | 4,800.00          | 4,878.24          | 4,957.76          | 5,038.57          | 5,120.70          |
| Gastos de Promoción y Venta | 18,000.00         | 18,900.00         | 19,845.00         | 20,837.25         | 21,879.11         |
| Gastos Administrativos      | 132,550.70        | 133,460.24        | 134,384.61        | 135,324.04        | 136,278.79        |
| Depreciación                | 8,472.73          | 8,472.73          | 8,472.73          | 8,472.73          | 8,472.73          |
| <b>Total egresos</b>        | <b>442,975.40</b> | <b>459,529.15</b> | <b>477,128.31</b> | <b>495,841.45</b> | <b>515,741.69</b> |

Elaboración: Propia

## 6.6 Flujo de Caja Proyectado

Se presenta a continuación los flujos de caja proyectado (Económico y Financiero); informes que presentan en detalle los flujos de ingresos y egresos de dinero que tendrá la empresa en el período de cinco (5) años.

**Tabla N°74 Flujo de Caja Económico**

|                                    | <b>Año 0</b>      | <b>Año 1</b>       | <b>Año 2</b>       | <b>Año 3</b>       | <b>Año 4</b>       | <b>Año 5</b>       |
|------------------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Ingresos</b>                    |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Ingresos por ventas                | -                 | 470,160.00         | 501,714.79         | 535,387.38         | 571,319.90         | 609,664.04         |
| <b>Total ingresos</b>              | -                 | <b>470,160.00</b>  | <b>501,714.79</b>  | <b>535,387.38</b>  | <b>571,319.90</b>  | <b>609,664.04</b>  |
| <b>Egresos</b>                     |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Insumos                            | -                 | -218,520.00        | -233,185.97        | -248,836.25        | -265,536.89        | -283,358.40        |
| Mano de Obra                       | -                 | -60,631.96         | -60,631.96         | -60,631.96         | -60,631.96         | -60,631.96         |
| Costos Indirectos                  | -                 | -4,800.00          | -4,878.24          | -4,957.76          | -5,038.57          | -5,120.70          |
| Gastos de Promoción y Ventas       | -                 | -18,000.00         | -18,900.00         | -19,845.00         | -20,837.25         | -21,879.11         |
| Gastos Administrativos             | -                 | -132,550.70        | -133,460.24        | -134,384.61        | -135,324.04        | -136,278.79        |
| Impuestos                          | -                 | -2,718.46          | -4,218.56          | -5,825.91          | -7,547.85          | -9,392.23          |
| <b>Total egresos</b>               | -                 | <b>-437,221.13</b> | <b>-455,274.98</b> | <b>-474,481.48</b> | <b>-494,916.56</b> | <b>-516,661.19</b> |
| <b>Capital</b>                     |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Inversión Activo Fijo e Intangible | -49,300.00        | -                  | -                  | -                  | -                  | -                  |
| Valor Residual                     | -                 | -                  | -                  | -                  | -                  | -34,681.67         |
| Capital de Trabajo                 | -35,700.00        | -                  | -                  | -                  | -                  | -                  |
| Recuperación de Capital de Trabajo | -                 | -                  | -                  | -                  | -                  | 35,700.00          |
| <b>Flujo de Capital</b>            | <b>-85,000.00</b> | -                  | -                  | -                  | -                  | <b>1,018.33</b>    |
| <b>Flujo de Caja Económico</b>     | <b>-85,000.00</b> | <b>32,938.87</b>   | <b>46,439.81</b>   | <b>60,905.90</b>   | <b>76,403.34</b>   | <b>94,021.18</b>   |

Elaboración: Propia

El flujo de caja proyectado es el registro documentado de las entradas y salidas de dinero que la empresa obtendrá con la finalidad de medir el nivel de rentabilidad del proyecto. Para esto, presentamos en la tabla N°74 el flujo de caja económico, y en la tabla N°75 el flujo de caja financiero.

**Tabla N°75 Flujo de Caja Financiero**

|                                    | <b>Año 0</b>      | <b>Año 1</b>       | <b>Año 2</b>       | <b>Año 3</b>       | <b>Año 4</b>       | <b>Año 5</b>       |
|------------------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Ingresos</b>                    |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Ingresos por ventas                | -                 | 470,160.00         | 501,714.79         | 535,387.38         | 571,319.90         | 609,664.04         |
| <b>Total ingresos</b>              | -                 | <b>470,160.00</b>  | <b>501,714.79</b>  | <b>535,387.38</b>  | <b>571,319.90</b>  | <b>609,664.04</b>  |
| <b>Egresos</b>                     |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Insumos                            | -                 | -218,520.00        | -233,185.97        | -248,836.25        | -265,536.89        | -283,358.40        |
| Mano de Obra                       | -                 | -60,631.96         | -60,631.96         | -60,631.96         | -60,631.96         | -60,631.96         |
| Costos Indirectos                  | -                 | -4,800.00          | -4,878.24          | -4,957.76          | -5,038.57          | -5,120.70          |
| Gastos de Promoción y Ventas       | -                 | -18,000.00         | -18,900.00         | -19,845.00         | -20,837.25         | -21,879.11         |
| Gastos Administrativos             | -                 | -132,550.70        | -133,460.24        | -134,384.61        | -135,324.04        | -136,278.79        |
| Impuestos                          | -                 | -2718.46           | -4218.56           | -5,825.91          | -7,547.85          | -9,392.23          |
| <b>Total egresos</b>               | -                 | <b>-437,221.13</b> | <b>-455,274.98</b> | <b>-474,481.93</b> | <b>-494,916.56</b> | <b>-516,661.19</b> |
| <b>Capital</b>                     |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Inversión Activo Fijo e Intangible | -49,300.00        | -                  | -                  | -                  | -                  | -                  |
| Valor Residual                     | -                 | -                  | -                  | -                  | -                  | -34,681.67         |
| Capital de Trabajo                 | -35,700.00        | -                  | -                  | -                  | -                  | -                  |
| Recuperación de Capital de Trabajo | -                 | -                  | -                  | -                  | -                  | 35,700.00          |
| <b>Flujo de capital</b>            | <b>-85,000.00</b> | -                  | -                  | -                  | -                  | <b>1,018.33</b>    |
| <b>Servicio de la deuda</b>        |                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| Préstamo                           | 25,000.00         | -                  | -                  | -                  | -                  | -                  |
| Amortización                       | -                 | -5,476.58          | -8,175.77          | -1,561.49          | -                  | -                  |
| Gastos financieros (interés)       | -                 | -5,132.87          | -4,555.58          | -560.40            | -                  | -                  |
| Efecto tributario del interés      | -                 | 513.29             | 455.56             | 56.04              | -                  | -                  |
| <b>Flujo de caja financiero</b>    | <b>-60,000.00</b> | <b>22,842.70</b>   | <b>34,164.02</b>   | <b>58,840.05</b>   | <b>76,403.34</b>   | <b>94,021.18</b>   |
| <b>PRI</b>                         | <b>-85,000.00</b> | <b>29,543.45</b>   | <b>37,359.00</b>   | <b>43,945.72</b>   | <b>49,444.95</b>   | <b>54,574.24</b>   |

Elaboración: Propia

## 6.7 Balance General

Informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera estimada del negocio, durante el primer año. Asimismo, es el estado financiero en donde se detallan las diferentes cuentas que conforman los activos, pasivos y capital de la empresa, su finalidad es informar a la alta gerencia cual es la situación económica financiera del negocio. Situación que refleja por el lado de los pasivos nuestras obligaciones frente al patrimonio, que determinaran la puesta en marcha de nuestro negocio, deuda que no representará ni el 30% del total de la inversión inicial. Asimismo, por el lado de los activos podemos observar que los muebles y enseres son los activos más representativos (49%) de toda la inversión.

**Tabla N°76 Balance General**

| Activos              |                      | Pasivos                          |                      |
|----------------------|----------------------|----------------------------------|----------------------|
| Caja y Bancos        | S/. 17,921.81        | Préstamos                        | S/. 25,000.00        |
| Inventarios          | S/. 17,778.19        | <b>Total Pasivo</b>              | <b>S/. 25,000.00</b> |
| Muebles y Equipos    | S/. 41,618.00        | <b>Patrimonio</b>                |                      |
| Activos Intangibles  | S/. 7,682.00         | Capital Social                   | S/. 60,000.00        |
| Otros Activos        | S/. -                | <b>Total Patrimonio</b>          | <b>S/. 60,000.00</b> |
| <b>Total Activos</b> | <b>S/. 85,000.00</b> | <b>Total Pasivo + Patrimonio</b> | <b>S/. 85,000.00</b> |

Elaboración: Propia

## 7. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

### 7.1 Evaluación del Costo de Oportunidad - COK

Para el cálculo del Costo de Oportunidad, se utilizara el modelo de Precios de los Activos de Capital (CAPM), método que permite relacionar la tasa libre de riesgo y la prima riesgo del negocio. Para la tasa libre de riesgo se ha tomado la tasa de rendimiento ofrecido por los bonos del Banco central de EE.UU, ya que jamás han incurrido en default (1.83% a 5 años), utilizando la siguiente formula:

$$\text{CAPM} = R_f + \text{Beta} * (R_m - R_f) + \text{Riesgo País}$$

**Donde:**

|             |   |                             |   |        |
|-------------|---|-----------------------------|---|--------|
| Rf          | : | Tasa libre de riesgo        | : | 1.83%  |
| $\beta$     | : | Beta del sector             | : | 1.82   |
| $R_m - R_f$ | : | Prima por riesgo de mercado | : | 4.15%  |
| RP          | : | Prima por riesgo país       | : | 2.11%  |
| CAPM        | : | Costo de Oportunidad - COK  | : | 11.49% |

**Reemplazando:**

$$\text{CAPM} = 11.49\%$$

Es decir, se obtiene un **COK de 11.49%**

### 7.2 Evaluación del Costo Promedio Ponderado de Capital – CPPK

$$\text{CPPK} = \frac{D}{D+E} k_d (1 - Tx) + \frac{E}{D+E} k_{proy}$$

**Donde:**

|       |   |                                     |   |              |
|-------|---|-------------------------------------|---|--------------|
| D     | : | Deuda                               | : | S/.25,000.00 |
| E     | : | Capital Propio                      | : | S/.60,000.00 |
| Kd    | : | Costo de la Deuda                   | : | 26.80%       |
| Tx    | : | Imposición Fiscal                   | : | 10.00%       |
| Kproy | : | Costo del Capital Propio            | : | 11.49%       |
| CPPK  | : | Costo Promedio Ponderado de Capital | : | 15.21%       |

|                       |
|-----------------------|
| <b>CPPK = 15.21 %</b> |
|-----------------------|

Es decir se obtiene un **CPPK de 15.21 %**

### 7.3 Evaluación Económica, Parámetros de Medición

#### 7.3.1 Valor Actual Neto Económico (VANE)

En las siguientes tablas se puede apreciar que el valor actual neto económico (VANE) del proyecto bajo el costo de oportunidad de 11.49% reporta una ganancia de S/. 129,867.35 soles, monto mayor a la inversión; demostrando que el proyecto es económicamente rentable.

**Tabla N°77 Evaluación Económica**

|  |  |
|--|--|
| <b>VAN Económico (Valor actual neto)</b> | <b>S/. 129,867.35</b>                              |
| Tasa de Descuento – COK                  | 11.49%   |
| TIR Económico (Tasa interna de retorno)  | 52.01%   |
| B/C (Beneficio costo)                    | $\frac{S/. 1,935,215.79}{S/. 1,720,939.53} = 1.12$ |

Elaboración: Propia

**Tabla N°78 Resumen de la Evaluación Económica**

| Evaluación Económica                    |                |  |
|---|----------------|--|
| VAN Económico (Valor actual neto)       | S/. 129,867.35 | El VAN económico es mayor a 1 por lo tanto se acepta el proyecto.                        |
| Tasa de Descuento COK                   | 11.49%         |  |
| TIR Económico (Tasa interna de retorno) | 52.01%         | El TIR económico es mayor a la tasa de descuento (11.49%) por lo tanto se acepta el plan |
| B/C (Beneficio costo)                   | 1.12           | El B/C es mayor a 1 por lo tanto se acepta el proyecto.                                  |

Elaboración: Propia

### 7.3.2 Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE)

Evaluando el proyecto se obtiene una tasa interna de retorno económica (TIRE) de 52.01% superior al costo de oportunidad (11.49%) concluyendo que el proyecto es económicamente rentable para los inversionistas.

## 7.4 Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

### 7.4.1 Valor Actual Neto Financiero (VANF)

En las siguientes tablas se puede apreciar que el valor actual neto financiero (VANF) del proyecto bajo el promedio ponderado de capital del 15.21% reporta una ganancia de S/. 113,419.96 soles, monto mayor a la inversión; demostrando que el proyecto es financieramente rentable.

**Tabla N°79 Evaluación Financiera**

| <b>VAN Financiero (Valor actual neto)</b>  | <b>S/. 113,419.96</b> |
|--|-----------------------|
| Costo Promedio Ponderado de Capital - CPPK | 15.21%                |
| TIR Financiero (Tasa interna de retorno)   | 58.67%                |

Elaboración: Propia

**Tabla N°80 Resumen de la Evaluación Financiera**

| <b>Evaluación Financiera</b>               |                |   |
|--|----------------|---|
| VAN financiero (Valor actual neto)         | S/. 113,419.96 | El VAN financiero es mayor a 1 por lo tanto se acepta el proyecto.  |
| Costo Promedio Ponderado de Capital – CPPK | 15.21%         |   |
| TIR financiero (Tasa interna de retorno)   | 58.67%         | El TIR financiero es mayor al Costo Promedio Ponderado de Capital - CPPK (15.21%) por lo tanto se acepta el proyecto. |

Elaboración: Propia

### 7.4.2 Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF)

Evaluando el proyecto se obtiene una tasa interna de retorno financiera (TIRF) de 58.67% superior al costo promedio ponderado de capital (15.21%) concluyendo que el proyecto es financieramente rentable para los inversionistas en situación de préstamo interno.

## 7.5 Análisis de Sensibilidad

El presente análisis de sensibilidad consiste en poder ver como varia el resultado económico financiero del valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR) del proyecto cuando existe una fluctuación en los ingresos por ventas. Para la sensibilización se decidió variar la variable ingresos por ventas, en un escenario pesimista -6.5% y en un escenario optimista +6.5%, calculándose el valor actual neto económico (VANE) y el valor actual neto financiero (VANF), la tasa interna de retorno económica (TIRE), la tasa interna de retorno financiera (TIRF) y la condición de equilibrio para el escenario económico y financiero, donde el VANE y VANF se hace cero. A continuación, se presentan los escenarios de baja demanda y alta demanda:

**Tabla N°81 Análisis de Sensibilidad Económico**

| Escenario                            | VANE           | TIRE   |
|--------------------------------------|----------------|--------|
| Escenario de Baja Demanda            | S/. 16,657.22  | 17.06% |
| Escenario de Demanda Moderada (Base) | S/. 129,867.35 | 52.01% |
| Escenario de Alta Demanda            | S/. 243,077.47 | 84.75% |

Elaboración: Propia

La tabla N°81 muestra que una variación en los ingresos por ventas en un 6.5%, afecta el VANE y la TIRE. En un escenario de baja demanda bajo el costo de oportunidad de 11.49% hace que el proyecto obtenga una ganancia de S/. 16,657.22 soles (VANE positivo y TIRE 17.06%), demostrando que el proyecto sigue siendo factible. En un escenario de alta demanda con un aumento del 6.5% en los ingresos por ventas convierte al proyecto sumamente factible donde el proyecto obtiene una ganancia de S/. 243,077.47 soles (VAN positivo y TIR 84.75%). Teniendo en cuenta que

variaciones por encima de la condición de equilibrio en un escenario de baja demanda hacen que el proyecto no sea factible, al obtenerse un VANE negativo.

**Tabla N°82 Análisis de Sensibilidad Financiero**

| Escenario                            | VANF           | TIRF    |
|--------------------------------------|----------------|---------|
| Escenario de Baja Demanda            | S/. 10,730.22  | 19.79%  |
| Escenario de Demanda Moderada (Base) | S/. 113,746.16 | 62.46%  |
| Escenario de Alta Demanda            | S/. 216,762.09 | 104.90% |

Elaboración: Propia

La tabla N°82 muestra que una variación en los ingresos por ventas en un 6.5%, afecta el VANF y la TIRF. En un escenario de baja demanda bajo el promedio ponderado de capital del 15.21% hace que el proyecto obtenga una ganancia de S/. 10,730.22 soles (VANF positivo y TIRF 19.79%), demostrando que el proyecto sigue siendo factible. En un escenario de alta demanda con un aumento del 6.5% en los ingresos por ventas convierte al proyecto sumamente factible donde el proyecto obtiene una ganancia de S/. 216,762.09 soles (VANF positivo y TIRF 104.90%). Teniendo en cuenta que variaciones por encima de la condición de equilibrio en un escenario de baja demanda hacen que el proyecto no sea factible, al obtenerse un VANF negativo.

## **7.6 Evaluación Social**

La Cafetería SAC, realizará un aporte social innovador, concepto nuevo y diferente para los cat lovers donde no solo se podrá ir a pasar un buen rato disfrutando del café o el té, sino que le dará la oportunidad de pasar un rato ameno y disfrutar de una peluda compañía; además de ofrecer

un espacio de recreación en donde nuestros clientes podrán descansar y relajarse mientras disfrutan de un café en compañía de sus felinos. Por otro lado, el enfoque social, estará dirigido hacia la generación de empleos dignos, que otorguen un salario justo, mejorando así el nivel de vida de las personas y brindando la posibilidad de un crecimiento profesional; asimismo, de velar por el cuidado de los trabajadores se contará con ambientes seguros, amplios y limpios, que permitan ofrecer condiciones de trabajo que estén al margen de cualquier riesgo, higiénico y desagradable para los trabajadores y así puedan desarrollar su trabajo sin ningún inconveniente que pueda afectar la salud del empleado. Como es una empresa pequeña, el clima de la organización se maneja de una forma cooperativa, armónica y divertida, permitiendo motivar al grupo, al trabajo en equipo y a la obtención de resultados extraordinarios tanto para el personal como para la empresa. Finalmente, el aporte a la sociedad en su conjunto a través del incremento en los ingresos que percibirá el estado por concepto de la recaudación tributaria que provendrá del nuevo negocio; recaudación tributaria, que involucra a la empresa dentro de los impuestos y siendo ésta una situación económica social, que se da por el incremento de los tributos por parte de la empresa para destinarlos al estado.

### **7.7 Impacto Ambiental**

La Cafetería SAC, en aras de preservar el medio ambiente y hacer más amigable el negocio plantea un manejo eficiente de desechos sólidos y residuos sanitarios, así como de medidas de mitigación, a través de la clasificación de los mismos para reciclarlos por medio de contenedores

especiales. La Ley N° 27314 - Ley General de Residuos Sólidos los define como aquellos generados en los establecimientos comerciales de bienes y servicios, tales como centros de abastos de alimentos, restaurantes, supermercados, tiendas, bares, bancos, oficinas de trabajo, entre otras actividades comerciales y laborales análogas. Es por ello que La Cafetería SAC, se someterá a todas las reglamentaciones ambientales que le permitan mitigar estos impactos, manteniendo en uso empaques biodegradables y uso de las buenas prácticas en el manejo de los desechos.

Referente al manejo de los desechos orgánicos de los gatos, se utilizarán arenas sanitarias que estén diseñadas para absorber o eliminar el mal olor de los desechos. Entre las cuales se optará por contar con arena sanitaria absorbente o aglomerante, arena sanitaria no aglomerante, arena sanitaria a base de cristales o gel de silicio, o arena sanitaria a base de plantas o biodegradable, esta última es una opción más segura para los gatos con problemas respiratorios. Además de la implementación del procedimiento para el manejo adecuado de las cajas de desechos de los gatos que permita mantener al gato feliz y a los ambientes del local limpios.

En términos generales la prioridad de La Cafetería S.A.C, será el tratamiento de los desechos, la alteración en la calidad del aire e incremento de los niveles de ruido. Dentro de los ambientes de la cafetería se implementará una estrategia de reciclaje por medio de canecas y cajas de arena para recoger todos los desperdicios y así poder dividirlos de acuerdo a su naturaleza. Para el tratamiento del desecho inorgánico se realizará el

reciclaje de las cajas, plásticos, cartones, envases, etc., residuos que serán almacenados y clasificados para darles un nuevo uso. Por otro lado, debido a que la cafetería es una pequeña industria, esta no está exenta de la emanación de gases, pero no en gran magnitud, es por esta razón que el tratamiento que se dará para tener una buena calidad de aire dentro de la cafetería, se contará con ventiladores que absorban las impurezas y emanen aire limpio. Asimismo, el incremento de los niveles de ruido por encima de los niveles de línea base debido a la utilización de los equipos y máquinas para la preparación de los productos, se mitigará con la implementación de máquinas versátiles y de alta tecnología que permitan su regulación a todos los niveles, incluso al de ruido.

## **8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **8.1 Conclusiones**

De lo que se ha podido investigar y concluir es que el plan de negocios es rentable y viable debido a los siguientes factores:

#### **8.1.1 Organización y aspectos legales**

- ✓ El marco legal en el que se encontrará la empresa permitirá obtener ventajas tributarias y laborales los cuales permitirán reducir costos de manera significativa, ya que se acogerá al régimen Mype tributario el cual brinda varios beneficios a la microempresa y esto hace que se pueda rentabilizar más el negocio.
- ✓ La ubicación de mi local hace factible que mis clientes encuentren más fácilmente mi negocio por lo estratégicamente ubicado teniendo los demás distritos a sus alrededores representando un ahorro de tiempo.
- ✓ La estructura orgánica del negocio permitirá establecer la cooperación y concordancia, así como las funciones que hacen que la implementación de estrategias serán alcanzadas a menor costo y con menor esfuerzo provocando un impacto en la rentabilidad del negocio.

#### **8.1.2 Estudio de Mercado**

- ✓ Se determinó que en el aspecto cuantitativo la oferta del servicio de cafetería no está siendo atendida en su totalidad, la demanda insatisfecha versus la demanda potencial indica que el 80% aún no es atendido.

- ✓ La empresa para el inicio de operaciones ofrecerá cafés, smoothies, infusiones, sándwiches, postres y pasteles, y se buscará ofrecer más tipos de servicios de acuerdo al crecimiento de participación de mercado en los próximos años.

### **8.1.3 Estudio Técnico**

- ✓ Debido a la capacidad operativa inicialmente solo se atenderá el 23,07% de la demanda insatisfecha, posteriormente, al incrementar la capacidad del negocio se podrá abarcar mayor porcentaje de mercado.
- ✓ La localización del negocio permitirá acercar a nuestros clientes con el negocio, ya que se encuentra en una zona comercial y de fácil acceso.

### **8.1.4 Estudio de la Inversión y Financiamiento**

- ✓ El proyecto se financiará con capital propio y financiamiento por parte de una entidad financiera, la división de la inversión será de 70.59% y 29.41%.
- ✓ El activo fijo tangible representa el 49% de la inversión total, el activo fijo intangible representa el 9% de la inversión inicial y el capital de trabajo el 42% de la inversión total.
- ✓ Una de las mayores ventajas ha sido haber obtenido condiciones blandas de crédito con un periodo de gracia de 2 meses y a una tasa de 26,80% anual.

### **8.1.5 Estudio de costos, ingresos y egresos**

- ✓ Se pudo determinar que el punto de equilibrio en cantidad de servicios es de 43,604 y en unidades monetarias es de S/406,762.50 esto representa la mínima ganancia que se debe lograr para no obtener pérdidas a así cubrir los costos fijos y variables.

- ✓ Se ha podido determinar en el estado de pérdidas y ganancias que las utilidades antes de impuestos asciende a S/ 22,051.73.

#### **8.1.6 Evaluación económica/financiera**

- ✓ El costo promedio ponderado se halló a través de la formula y el resultado obtenido es de 15.21%.
- ✓ En la evaluación económica se concluyó que el negocio es rentable ya que la TIRE es de 52.01%, el VANE asciende a S/ 129,867.35 y el B/C es 1.12.

#### **8.1.7 Evaluación social/ambiental**

- ✓ En la evaluación social la empresa estará contribuyendo a la generación de empleos dignos, que otorguen un salario justo, mejorando así el nivel de vida de las personas y brindando la posibilidad de un crecimiento profesional.
- ✓ En la evaluación ambiental el plan considera planes de ahorro energía que consiste en utilizar focos ahorradores en las instalaciones del local, asimismo, todos los envases que se utilizarán para brindar el servicio son biodegradables es decir son amigables al medio ambiente lo que impactará positivamente en el uso sostenible de los recursos.

## 8.2 Recomendaciones

- ✓ Para aquellas personas que por primera vez van a iniciar un negocio se recomienda elegir cuidadosamente la forma jurídica, el régimen tributario y laboral ya que deben conocer los diferentes beneficios que ofrece el marco legal, lo que le permitirá ahorrar en costos.
- ✓ En los que respecta a la demanda insatisfecha se sugiere que las encuestas, entrevistas o sondeos se ejecuten de manera cuidadosa, ya que los resultados repercuten directamente en los cálculos de las ventas e ingresos.
- ✓ La determinación de la ubicación del negocio es básico para identificar el público objetivo y la demanda que se atenderá.
- ✓ La evaluación ambiental es importante al momento de iniciar un negocio porque es necesario que desde el inicio se establezcan mecanismos de supervisión y control.

## 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación Peruana de empresas de investigación de mercados (Agosto 2016) Niveles Socioeconómicos. Recuperado de <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2016.pdf>
- CEPAL (2016). Actualización de proyecciones de América Lantina y el Caribe en 2016 y 2017. Recuperado de [http://www.cepal.org/sites/default/files/pr/files/tabla\\_proyecciones\\_octubre2016.pdf](http://www.cepal.org/sites/default/files/pr/files/tabla_proyecciones_octubre2016.pdf)
- CPI (2016). Perú Población. Recuperado de [http://cpi.com.pe/filestore/mr\\_201608\\_01.pdf](http://cpi.com.pe/filestore/mr_201608_01.pdf)
- El Peruano (2016). Publicación de la Ley N° 30407 Ley de Protección y Bienestar Animal. Lima. 08 de enero de 2016. P.3.
- El Peruano (2016). Publicación de la Ley N° 30506 Régimen Mype Tributario. Lima. 09 de octubre de 2016. P.3.
- INEI (2017). Boletín Estadístico Encuesta Mensual del Sector Servicios. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-estadistico-del-sector-servicios-n-05-mayo-2017.pdf>
- INEI (2017). Población ocupada de Lima Metropolitana aumentó 1.7% de noviembre de 2016 a enero de 2017. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-ocupada-de-lima-metropolitana-aumento-17-de-noviembre-de-2016-a-enero-2017-9571/>
- Porter, M. (1985). *Ventaja competitiva. Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. Segunda edición. Estados Unidos: Business Economics.

- SUNARP (2016). En 24 horas se puede inscribir una empresa en la Sunarp.

Recuperado de <https://www.sunarp.gob.pe/w-sid/index.html>

## **10. ANEXOS**

# ANEXO 1



## ANEXO 1 FORMATO ÚNICO DECLARACIÓN JURADA PARA LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO (original y 1 copia)

|                        |      |
|------------------------|------|
| Asesor a Expediente N° | V°B° |
|                        |      |

Espacio Reservado para Pegar la Etiqueta

### I. TIPO DE TRÁMITE QUE SE SOLICITA (marcar una "X" según el caso)

|  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1.1 Lic. de Func. Definitiva  | <input type="checkbox"/> 1.5 Modificación de Área   |
| <input type="checkbox"/> 1.2 Lic. de Func. Temporal por: <u>meses</u> (período de tiempo en meses) | <input type="checkbox"/> 1.6 Cambio de Razón Social                                       |
| <input type="checkbox"/> 1.3 Ampliación o Cambio de Giro   | <input type="checkbox"/> 1.7 Cambio de Titularidad de Per. Jurídica por Reorg. Societaria |
| <input type="checkbox"/> 1.4 Cambio de Nombre Comercial  | <input type="checkbox"/> 1.8 Modificación de cualquier dato de la Lic. de Func.           |

### II. DATOS DEL SOLICITANTE

|  |                                 |  |                      |
|--|---------------------------------|--|----------------------|
| 2.1 Apellidos y Nombres o Razón Social                             |                                 |  |                      |
|  |                                 |  |                      |
| 2.2 N° de DNI o C.E.   | 2.3 Correo Electrónico (e-mail) | 2.4 N° Teléfono  | 2.5 N° RUC           |
| Domicilio Procesal (para efectos de la Licencia de Funcionamiento) |                                 |  |                      |
| 2.6 Av./Ur./Ca./Pje.   |                                 |  | #P N° Int. Mc. Ll.   |
| 2.8 Urb., AA, HH, otros  | 2.9 Distrito                    | Lima <input type="checkbox"/> Callao <input type="checkbox"/> Lima | 2.11 Departamento    |
| Domicilio Fiscal (para efectos de Rentas)                          |                                 |  |                      |
| 2.12 Av./Ur./Ca./Pje.  |                                 |  | 2.13 N° Int. Mc. Ll. |
| 2.14 Urb., AA, HH, otros   | 2.15 Distrito                   | Lima <input type="checkbox"/> Callao <input type="checkbox"/> Lima | 2.17 Departamento    |
| 2.16 Provincia (marcar con X)                                      |                                 |  |                      |

### III. REPRESENTANTE LEGAL (Completar sólo en el caso de Personas Jurídicas)

|                         |                                 |                      |                       |
|-------------------------|---------------------------------|----------------------|-----------------------|
| 3.1 Apellidos y Nombres |                                 |                      |                       |
|                         |                                 |                      |                       |
| 3.2 N° de DNI o C.E.    | 3.3 Correo Electrónico (e-mail) | 3.4 N° Teléfono Fijo | 3.5 N° Teléfono Móvil |

### IV. DATOS DEL ESTABLECIMIENTO (Para ser llenado con el Asesor en la Plataforma de Licencia de Funcionamiento)

|                       |                     |                         |  |                       |     |                 |
|-----------------------|---------------------|-------------------------|--|-----------------------|-----|-----------------|
| 4.1 Av./Ur./Ca./Pje.  |                     | 4.2 N°                  | Int.   | Mc.                   | Ll. | 4.3 Urb., otros |
| Giros de Negocio      |                     |                         |  |                       |     |                 |
|                       |                     |                         |  |                       |     |                 |
|                       |                     |                         |  |                       |     |                 |
|                       |                     |                         |  |                       |     |                 |
| 4.4 Código CIIU       |                     | 4.5 Giro                |  |                       |     |                 |
| m²                    | m²                  | m²                      | m²   |                       |     |                 |
| 4.6 Área Libre        | 4.7 Área Construida | 4.8 Área Total a Ocupar | 4.9 Área para el Cálculo de Dotacionamientos | 4.10 Niveles Ocupados |     |                 |
|                       |                     |                         |  |                       |     |                 |
| 4.11 Nombre Comercial |                     |                         |  |                       |     |                 |

### V. NIVELES OPERACIONALES

|                        |                    |                  |                       |                          |
|------------------------|--------------------|------------------|-----------------------|--------------------------|
| 5.1 Horario de Trabajo | 5.2 N° de Máquinas | 5.3 N° Empleados | 5.4 N° Datas. Propias | 5.5 N° Datas. Alquiladas |
|------------------------|--------------------|------------------|-----------------------|--------------------------|

### VI. TRÁMITES ADICIONALES (Marcar con una "X" y adjuntar los requisitos señalados en el TUPA según el caso)

|   |                             |  |                             |                             |
|---|-----------------------------|--|-----------------------------|-----------------------------|
| 6.1 Solicitud Publicidad Exterior   |                             | 6.2 Iluminación  | 6.3 Solicitud Uso de Toldo  |                             |
| <input type="checkbox"/> No   | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> Sí<br><input type="checkbox"/> No   | <input type="checkbox"/> No | <input type="checkbox"/> Sí |
| Nota: Para detallar las características de la publicidad podrá anexar al Formulario N° 01 |                             | Nota: En caso de solicitarlo, podrá presentar el Anexo N°04. |                             |                             |

| VII. CONDICIÓN DE CESIONARIO    |  |               |
|---------------------------------|--|---------------|
| <input type="checkbox"/> No     | <input type="checkbox"/> SI              |               |
| Cesionario (solo hasta el 40 %) | Nombre o Razón Social de Licencia Matriz | Expediente N° |

**VIII. DECLARO BAJO JURAMENTO QUE (marcar con X):**

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Estoy informado que si los actos que realice para obtener la licencia fueran ilícitos o la información que proporcione fuera ilícita o falsa será pasible de ser denunciado(a) por el delito cometido, sin perjuicio de las sanciones administrativas a las que diere lugar, según artículo 32.3 de la Ley 27444. La información presentada no podrá tener enmendadura o corrección alguna.  |
| <input type="checkbox"/> | Los datos que proporciono en este documento son verdaderos, que actúo de buena fe y que conozco las normas legales que regulan el otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento.   |
| <input type="checkbox"/> | Conforme lo dispuesto por el artículo 20 de la Ley N° 27444 - Ley de Procedimiento Administrativo General, autorizo al Municipio de Miraflores a notificarme las observaciones derivadas en el transcurso del trámite de mi expediente, al correo electrónico señalado en la Declaración Jurada presentada en la fecha, comprometiéndome a la revisión clara del mismo, para tal efecto.   |
| <input type="checkbox"/> | Tengo conocimiento que la presente declaración y la documentación presentada está sujeta a verificación posterior de su veracidad. En caso de haber proporcionado información, documentación y/o declaraciones que no respondan a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y/o penales correspondientes, ANULÁNDOSE o REVOCÁNDOSE AUTOMÁTICAMENTE las licencias y/o autorizaciones que se me otorguen como consecuencia de esta solicitud. Me comprometo a no ocasionar ruidos que perturben la tranquilidad y salud de los vecinos. |
| <input type="checkbox"/> | Tengo conocimiento que la emisión de la Licencia de Funcionamiento para el establecimiento está sujeta a la fiscalización permanente.  |
| <input type="checkbox"/> | Brindaré las facilidades necesarias para las acciones de fiscalización y control a las autoridades municipales competentes.  |
| <input type="checkbox"/> | De comprobarse falsedad en lo declarado por el administrado, se considerará no satisfecha la exigencia respectiva para todos sus efectos, procediéndose conforme a lo establecido en el Artículo 32.3 de la Ley N° 27444, Ley de Procedimiento Administrativo General; sin perjuicio de promover las acciones penales por los Delitos contra la Fe Pública regulados en el Código Penal. La información presentada no podrá tener enmendadura o corrección alguna.   |
| <input type="checkbox"/> | Cuento con poder vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora, debidamente inscrito en RR.PP.  |
| <input type="checkbox"/> | El local cuenta con las condiciones técnicas y arquitectónicas autorizadas para desarrollar el giro solicitado, de acuerdo a la Ley N° 26676, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y el Reglamento Nacional de Edificaciones ( R.N.E. ).  |
| <input type="checkbox"/> | El local cumple con los Niveles Operacionales, según lo establecen las Ordenanzas vigentes.  |
| <input type="checkbox"/> | El local cumple con las condiciones higiénicas y de sanidad exigidas por las normas vigentes en la materia.  |
| <input type="checkbox"/> | Cuento con estacionamientos de acuerdo al artículo 11 de la Ordenanza N° 348-MM publicada el 19 de mayo de 2011.   |
| <input type="checkbox"/> | Cuento con título profesional (en caso de consultorios médicos, jurídicos u otros servicios profesionales).  |
| <input type="checkbox"/> | Cuento con documento de la entidad competente (Constancia del Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, Ministerio de Energía y Minas, Digemid, etc., de acuerdo al giro solicitado).  |
| <input type="checkbox"/> | El local cumple con el Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE), y cuenta con sus autorizaciones para Edificación conforme a Ley. (o cuenta con Declaratoria de Fábrica comercial inscrita en RR.PP sin carga)   |
| <input type="checkbox"/> | Cuento con acondicionamiento y estudio acústico, referendado por un profesional especialista en la materia, debidamente implementado y/o acondicionado en el establecimiento objeto de licencia de funcionamiento.   |
| <input type="checkbox"/> | Cuento con la autorización para funcionar de los propietarios en un 50% + 1, en caso de predios sujetos al Régimen de Propiedad Exclusiva y Común; 2/3 en el caso de quintas. De acuerdo a la Ley N° 27157 y su Reglamento.  |
| <input type="checkbox"/> | Cuento con Declaración Jurada de Responsabilidad suscrita por profesional colegiado que refiere la eficacia de los medios de control de ruido y vibraciones establecidos en el Estudio Acústico, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 32 de la Ordenanza N° 364-MM.  |
| <input type="checkbox"/> | El establecimiento de mi conducción cuenta con un sistema de video vigilancia, al encontrarse dentro de los supuestos contemplados en el artículo 3 de la Ordenanza N° 375-MM.   |

**IX. NO LLENAR (Sólo por el Asesor de la Plataforma de Licencia de Funcionamiento)**

Clasificación de la Licencia de Funcionamiento por Categorías:

Categoría IA  Categoría IB  Categoría II  Categoría III

Observaciones Adicionales (Sólo para ser llenado por el asesor de Plataforma):

---



---



---



---



---



---



---

En mi calidad de Titular y/o Representante Legal, autorizo a otra persona a realizar el trámite y además a realizar la presente en caso el Asesor de la Plataforma señale Observaciones adicionales, a la Declaración

Firma del Titular y/o Representante Legal  
Nombre:  
DNI:

Miraflores, de de 20

IMPORTANTE: EL PERSONAL DE LA SUBGERENCIA DE COMERCIALIZACIÓN, EN LOS CASOS DE LA CATEGORÍA IB, II Y III, REALIZARÁ LA INSPECCIÓN OCULAR AL LOCAL, AL SEGUNDO DÍA ÚTIL DE HABER INSCRIBIDO EL EXPEDIENTE, EN EL HORARIO DE 9 AM. A 1 PM. Y DE 2 PM. A 5:00 PM., DEBERÁN NOTAR EL LOCAL ADECUADO Y/O ACONDICIONADO PARA FUNCIONAR.



## ANEXO 3



### DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

#### SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

##### 1. DATOS DEL SOLICITANTE

N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el **ANEXO A** por cada solicitante adicional)

|  |  |               |
|--|--|---------------|
| <input type="checkbox"/> <b>PERSONA NATURAL</b>  | <input type="checkbox"/> <b>PERSONA JURÍDICA</b><br>Tipo de empresa (*) (marque de corresponder):<br><input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____ |               |
| Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)   |  |               |
| Nacionalidad / País de Constitución:   |  |               |
| Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda:<br>Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica: RUC <input type="checkbox"/> )  |  |               |
| Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):   |  |               |
| Domicilio para envío de notificaciones en el Perú  |  |               |
| Dirección:   |  |               |
| Distrito:  | Provincia:   | Departamento: |
| Referencias de domicilio:  |  |               |
| Correo electrónico   | Número de teléfono fijo  |               |
| Casilla electrónica (previa suscripción de contrato con Indecopi)  | Número de teléfono celular   |               |
| <input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.<br><input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentado en el expediente N°: _____<br><small>(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 02 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)</small> |  |               |

##### 2. DATOS RELATIVOS AL SIGNO DISTINTIVO A REGISTRAR

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>2.1. Tipo de Signo:</b><br><br><input type="checkbox"/> Denominativa<br><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía<br><input type="checkbox"/> Mixta<br><input type="checkbox"/> Tridimensional<br><input type="checkbox"/> Figurativa<br><input type="checkbox"/> Otros: _____ | <b>2.2. Indicación del Signo (de ser solo denominativo)</b> | <b>2.3. Reproducción del Signo</b><br><br>PEGAR REPRODUCCIÓN DE LA MARCA DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br><small>Se sugiere enviar copia final del mismo formato al correo: <a href="mailto:base-datos@indecopi.gob.pe">base-datos@indecopi.gob.pe</a>. (Formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 2 píxeles)<br/>                 Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</small> |
| <b>2.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca:</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/><br>(en caso de NO MARCAR alguna opción, se protegerán los colores que aparezcan en la reproducción adjuntada)                                   |   |   |

(\*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayores a 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 150 U.I.T. ni mayores a 1700 U.I.T.; y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menores a 1700 U.I.T. ni mayores a 2300 U.I.T.

**2.5. Lista de Productos y/o servicios** (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro)

| Clase | Productos y/o servicios |
|-------|-------------------------|
|       |                         |
|       |                         |
|       |                         |

De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B

**3. PRIORIDAD EXTRANJERA**

Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)

**4. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso)**

| 5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N° | 5.2 Clase(s) |
|---|--------------|
|   |              |

**5. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO**

| Firma<br>(conforme aparece en su documento de identidad) | Nombre y/o calidad del firmante |
|--|---------------------------------|
|  |                                 |

**EXAMEN DE FORMA:** De conformidad con lo dispuesto en la Decisión 486, la Dirección de Signos Distintivos examinará dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la presente solicitud, si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075.

Si de dicho examen resulta que la solicitud no contiene los indicados requisitos, se requerirá al solicitante para que complete los mismos dentro del plazo de sesenta (60) días siguientes a la fecha de notificación;

Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de aviso.

**PLAZO DEL PROCEDIMIENTO:** El plazo máximo para la culminación de un trámite de registro no contencioso (sin oposición) es de 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro, conforme a lo establecido en el artículo 24 del Decreto Legislativo N° 1075.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

Para citas con los especialistas encargados de la tramitación de los expedientes y/o para la lectura de expedientes, sírvase llamar al teléfono 2247800 anexo 2041, en el horario de lunes a viernes, de 8:30 a.m. a 12:00 m., o a través del correo electrónico [citas.crd@indecopi.gob.pe](mailto:citas.crd@indecopi.gob.pe). (Toda cita y/o consulta de expediente se realiza con un día hábil de anticipación).

**ANEXO 4**  
**SONDEO**

1.- ¿Tiene un gato como mascota?

- a) Si            b) No

2. ¿Qué rol desempeña tu gato(a) en tu vida?

- a) Es un compañero(a)    b) Como un(a) hijo(a)    c) El/la consentido(a)

3. ¿Cuánto tiempo pasas con tu gato(a)?

- a) Menos de 1 hora    b) De 1 a 2 horas    c) De 2 a 3 horas    d) Mas de 3 horas

4. ¿Acude usted a cafeterías?

- a) Si            b) No

5.- ¿Con qué frecuencia visita una cafetería en compañía de sus gatos?

- a) Diariamente            b) 2 a 3 veces a la semana    c) varias veces al mes

6. ¿En algunas ocasiones al visitar la cafetería en compañía de su gato le permitieron el ingreso de su felino?

- a) Si            b) No

7.- Le gustaría contar con un concepto nuevo y diferente un “Cat Café” donde no solo podrá ir a pasar un buen rato disfrutando del café o el té, sino que te dará la oportunidad de pasar un rato ameno y disfrutar de la compañía de tu gato.

- a) Si            b) No

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por tomar un café en compañía de su felino?

- a) 5 a 10  
b) 11 a 15  
c) 16 a 20  
d) 21 a 25  
e) Más de 25

9. ¿Qué tanto a usted le interesa la calidad en el servicio?

- a) Mucho            b) Poco            c) Nada

10. ¿Qué tipo de instalaciones le gustaría en la cafetería?

- a) Confortable            b) Tradicional            c) Creativo