

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO
JOHN VON NEUMANN**

**CARRERA PROFESIONAL TÉCNICA DE
CONTABILIDAD**



**“FORMULACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE
UNA CAFETERIA CON LA ADAPTACIÓN DE GATOS “ANIMAL FLAP
KINGDOM COFFE” EN LA CIUDAD DE TACNA, 2020”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:
PROFESIONAL TÉCNICO EN
CONTABILIDAD**

AUTORES:

RUTH CONDORCALLO PEREZ
EDUARDO HUANCA ATENCIO
YESSICA CHIPANA TELLERIA

DOCENTE ASESOR:

ERNESTO LEO ROSSI

**TACNA – PERÚ
2020**

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCIÓN	3
CAPITULO I	4
ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	4
1. Título del Tema	4
2. Origen del Tema	4
3. Formulación del Problema	4
4. Objetivo General	5
5. Objetivos Específicos.....	5
6. Metodología	6
6.1. Hipótesis base del negocio.	6
6.2. Proponer el modelo de negocios.	6
6.3. Determinar la viabilidad del mercado.	6
6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.	7
6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.	7
6.6. Determinar la Propuesta Legal.	7
6.7. Evaluar la Propuesta Económica.	7
7. Limitaciones del Estudio	7
CAPITULO II	8
MODELO DE NEGOCIOS	8
1. La Problemática Identificada.....	8
2. Nuestra Hipótesis.....	9
3. Concepto Final.....	11
4. El Propósito Estratégico.....	12
5. La Misión.....	12

6. La Visión	12
7. Los Promotores.....	13
8. Modelo de Negocios	14
CAPITULO III	15
DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS	15
1. Estudio de Mercado	15
1.1. Análisis del Mercado	15
1.1.1. Muestreo y Resultados De Las Encuestas	16
1.1.2. El Segmento del Mercado	31
1.1.3. El Futuro del Mercado	32
1.2. Estrategia del Producto o Servicio	32
1.2.1. Innovación	32
1.2.2. Prototipo del producto	33
1.2.3. Relación con el Cliente.....	33
1.3. Estrategia de Comunicación	34
1.4. Estrategia del Comercialización.....	35
1.5. Estrategias de Ingresos	36
2. Estudio Técnico	38
2.1. Especificaciones Técnicas	38
2.2. Flujo del Proceso	39
2.2.1. Materias Primas y Equipamiento del Local.....	39
2.3. Localización del Proyecto	43
2.3.1. Macro localización:	43
2.3.2. Micro localización:	44
2.4. Capacidad Instalada Estimada	45
2.5. Infraestructura.....	46

2.5.1.	Área de comercialización	46
2.5.2.	Área de Producción	46
2.5.3.	Área de Administrativas.....	46
2.6.	Distribución de la Planta	47
2.7.	Equipamiento	47
2.7.1.	Equipamiento Área de Producción	47
2.7.2.	Activos de Área de Administración	48
2.7.3.	Activos de Área de Comercialización	48
3.	Estudio Organizacional	49
3.1.	Estructura Organizacional de la empresa	49
3.2.	Descripción de los puestos	49
3.3.	Requerimiento e inversión de personal.....	52
4.	Estudio Legal	53
4.1.	Selección de la Persona Natural o Jurídica	53
4.2.	Selección del Régimen Tributario	53
	Fuente: (Peruano, 2019)	53
4.3.	Otros Tramites	55
5.	Estudio Financiero	56
5.1.	Inversión Inicial	56
5.2.	Valor de Venta	57
5.3.	Ingresos Proyectados en Unidades	57
5.4.	Ingresos Proyectados en Soles	57
5.5.	Costos Proyectados por Unidad	58
5.6.	Costos Proyectados en Soles	58
5.7.	Gastos Proyectados Administrativos.....	59
5.8.	Gastos Proyectados de Comercialización.....	59

5.9. Flujo Económico	60
5.10. Análisis Económico.....	61
CAPITULO IV	62
DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS	62
1. Decisión de Inversión y Recomendaciones	62
2. Recomendaciones	63
CONCLUSIONES	64
BIBLIOGRAFIA	66
ANEXOS	68
ANEXO 1	68
ANEXO 2.....	71
ANEXO 3.....	71
ANEXO 4.....	72
ANEXO 5.....	72
ANEXO 6.....	73
ANEXO 7	76

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. LOGOTIPO DE NEGOCIO	11
FIGURA 2. DISEÑO DE PROTOTIPO	12
FIGURA 3. MODELO CANVA.....	14
FIGURA 4. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 1	18
FIGURA 5. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 2	19
FIGURA 6. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 3	20
FIGURA 7. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 4	21
FIGURA 8. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 5	22
FIGURA 9. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 6	23
FIGURA 10. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 7 ...	24
FIGURA 11. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 8	25
FIGURA 12. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 9	26
FIGURA 13. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 10 ..	27
FIGURA 14. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 11 ..	28
FIGURA 15. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 12 ..	29
FIGURA 16. GRAFICO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA PREGUNTA 13 ..	31
FIGURA 17. PROTOTIPO DE ENVASE	33
FIGURA 18 PROTOTIPO DE ENVASE	38
FIGURA 19. FLUJO DE PROCESO	43
FIGURA 20. MAPA POLÍTICO DE TACNA.....	44
FIGURA 21. UBICACIÓN DEL LOCAL	45
FIGURA 22. DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS	47

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. CUADRO DE HABITANTES EN LA CIUDAD DE TACNA Y MUESTRA	16
TABLA 2. APOYO AL CÁLCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA.....	16
TABLA 3. GUÍA PARA CAFÉ DE TODOS LOS GUSTOS Y PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS.....	45
TABLA 4. EQUIPAMIENTO ÁREA DE PRODUCCIÓN	47
TABLA 5. EQUIPO DE ÁREA DE ADMINISTRACIÓN	48
TABLA 6. EQUIPOS PARA EL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN	48
TABLA 7. REQUERIMIENTO DE PERSONAL PARA CADA ÁREA.....	52
TABLA 8. REQUISITOS PARA LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.....	56

ÍNDICE DE CUADROS ECONÓMICOS

CUADROS ECONÓMICOS 1.INVERSIÓN INICIAL	56
CUADROS ECONÓMICOS 2. VALOR DE VENTA	57
CUADROS ECONÓMICOS 3. INGRESOS PROYECTADOS EN UNIDADES	57
CUADROS ECONÓMICOS 4. INGRESOS PROYECTADOS EN SOLES	57
CUADROS ECONÓMICOS 5. COSTOS PROYECTADOS POR UNIDAD	58
CUADROS ECONÓMICOS 6. COSTOS PROYECTADOS EN SOLES	58
CUADROS ECONÓMICOS 7. GASTOS PROYECTADOS ADMINISTRATIVOS	59
CUADROS ECONÓMICOS 8. GASTOS PROYECTADOS DE COMERCIALIZACIÓN	59
CUADROS ECONÓMICOS 9. FLUJO ECONÓMICO.....	60
CUADROS ECONÓMICOS 10. ANÁLISIS ECONÓMICO	61

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

RESUMEN EJECUTIVO

Animal Flap Kingdom Coffe es una empresa que brinda servicios de cafetería, así como la exhibición de gatos con el fin de incentivar la concientización con los animales y a la vez permite la interacción con estos.

Nuestro muestreo a ejecutar son 68 personas en la ciudad de Tacna, debido al aislamiento social obligatorio a causa de la pandemia del COVID 19 se encuestaron 54 personas, en donde se hicieron las preguntas pertinentes para determinar la demanda, oferta y el porcentaje de aceptación, siendo esta última del 89% sobre la apertura del negocio.

Se identificó también que un 11% de las personas encuestadas reaccionaron de forma negativa a la idea, siendo la principal la interacción con los gatos.

Nuestra percepción y estudio ha logrado que fortalezcamos una alianza con un refugio de animales en la ciudad, permitiéndonos exhibir a los gatos refugiados en esta, con el compromiso del debido cuidado y alimentación por parte nuestra. En el estudio técnico se estableció la capacidad del proyecto, así como los factores determinantes para el mismo.

Se identificaron la maquinaria e inmuebles necesarios, la tecnología a utilizar en el local, la localización óptima para el desarrollo del proyecto. Se determinó el proceso y el flujograma del servicio.

Se determinaron los trabajos necesarios para adecuar el local y el equipamiento necesario del mismo.

En el estudio legal se define cual es el marco legal del proyecto. Se definieron los puestos de trabajo y los perfiles para cada uno de ellos para el óptimo manejo del negocio.

Animal Flap Kingdom Coffe se acogerá régimen Mype Tributario, en base a las características que nos brinda como el no tener límite de compras, la emisión de diferentes comprobantes y el pago de impuestos según nuestros ingresos proyectados.

En el estudio financiero se realizó el análisis de todos los costos necesarios para que el local este en óptimas condiciones para abrir al público y contar con un capital de trabajo necesario para iniciar operaciones.

Las proyecciones de ventas arrojan un total de 19,710 unidades de los combos 1,2,3 y de las ventas de helados ascendiendo a S/. 570,177.97 soles en el primer año de operaciones.

Al final de los 5 años proyectados el monto asciende a S/. 990,813.56 soles en ventas, datos reflejados del flujo de efectivo proyectado.

El COK del proyecto es de 26% sobre el capital de trabajo de S/. 112,500.

El VAN del proyecto es de S/. 93,868.09 con una inversión de S/. 151,287.35 soles.

La TIR del proyecto es de 46% lo cual significa que es rentable.

El periodo de recuperación del proyecto es de 2 años y se concluye al final de este trabajo que el proyecto es VIABLE y se recomienda su ejecución.

INTRODUCCIÓN

Actualmente en el Perú existe una ley N° 30407 (Ley de Protección y Bienestar Animal) que nos dice que tanto personas como el estado debemos ser conscientes con el cuidado de ellos. Esta ley establece 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. (Congreso, 2016)

A lo mencionado anteriormente damos a conocer nuestro plan de negocio que tiene como fin ser ejecutado para el año 2021. Dado por la pandemia Covid 19 que azota nuestro País Peruano

Nuestro plan de negocio busca demostrar la viabilidad de poder invertir en una cafetería temática con gatos, que tiene como ubicación principal la zona céntrica de la ciudad de Tacna.

Para dar inicio al plan damos a conocer el (CAPITULO I) en donde se da conocimiento de los antecedentes del estudio, el modelo de negocios a seguir, (CAPITULO II) se procede a la elaboración del plan de negocio que nos permitirá conocer el mercado y cuan aceptado es el proyecto, los trámites legales y otros aspectos que nos ayudara a formar la empresa, la elaboración del estudio económico nos mostrara la proyección de los ingresos y gastos, (CAPITULO III) muestra el proceso de investigación del mercado y estrategias que usaremos para poder evaluar la viabilidad financiera, (CAPITULO IV) nos ayuda a confirmar si es viable y establece las posibles conclusiones para poder poner en marcha la propuesta.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1. Título del Tema

“FORMULACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA APERTURA DE UNA CAFETERIA CON LA ADAPTACIÓN DE GATOS “ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE” EN LA CIUDAD DE TACNA, 2020”

2. Origen del Tema

La idea se inicia a partir de la observación de cafeterías existentes dentro de la ciudad de Tacna, la cual encontramos que manejan un concepto similar y ninguna de ellas lleva un ambiente con animales.

A través de ello nos incentivamos a la idea de aperturar una cafetería que integre gatos dentro del negocio, acompañado de las habilidades que cada integrante aportara como:

- El conocimiento en preparación de postres (Repostería).
- Conocimiento en publicidad (Marketing).
- Conocimiento en la preparación de café (Barista).
- Conocimientos administrativos y contables para dar inicio el negocio.

3. Formulación del Problema

¿Nos preguntamos como equipo que si al crear una cafetería que posea gatos dentro de la ciudad de Tacna sería factible?

La ciudad de Tacna cuenta con distintas cafeterías temáticas, pero ninguna con la adaptación de poder interactuar en compañía de gatos, lo que nos permite tratar de explotar ese mercado, ya que las familias, jóvenes y adultos mayores, buscan acudir a lugares con un ambiente cómodo y agradable donde pasar un momento relajante.

Podemos decir que en la actualidad las mascotas se convierten en un integrante más de la familia, por lo que la propuesta de negocio nos parece una excelente idea de negocio que permitirá disfrutar de un momento amigable con los gatos y a la vez poder degustar un café delicioso, productos complementarios que el establecimiento ofrezca.

4. Objetivo General

Formular un plan de negocios para determinar la viabilidad técnica económica de “ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE” en la ciudad de Tacna, 2020.

5. Objetivos Específicos

- 5.1. Comprobar la hipótesis base del negocio.
- 5.2. Proponer el modelo de negocios
- 5.3. Determinar la viabilidad del mercado
- 5.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa
- 5.5. Determinar la Propuesta Organizacional.
- 5.6. Determinar la Propuesta Legal
- 5.7. Evaluar la Propuesta Económica.

6. Metodología

6.1. Hipótesis base del negocio.

Usaremos la metodología de Design Thinking.

Según Tim Brown, actual CEO de IDEO, el Design Thinking “Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”.

6.2. Proponer el modelo de negocios.

Usaremos la metodología del Modelo de Canvas.

El modelo canvas es una herramienta creada por Alex Osterwalder y se divide en nueve módulos y cada uno de ellos son las piezas que necesita una empresa para establecer su estrategia de negocios.

6.3. Determinar la viabilidad del mercado.

A través de encuestas y de entrevistas directas con potenciales clientes se determinarán las características del producto, precio plaza y promoción de la propuesta.

6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.

Utilizando un flujograma del proceso se determinará la disponibilidad de los equipos, herramientas y tecnologías necesarios para el desarrollo de la propuesta.

6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

Diseño de los requerimientos de personal y sus características usando un organigrama.

6.6. Determinar la Propuesta Legal.

Se propondrá la constitución legal más adecuada de acuerdo a las propuestas anteriores, según el marco legal peruano.

6.7. Evaluar la Propuesta Económica.

Utilizaremos un flujo económico para determinar el VAN, TIR de la propuesta.

7. Limitaciones del Estudio

Las limitaciones del presente estudio son:

- a) Tiempo: solo disponemos de 2 meses para la elaboración del Plan.
- b) Espacio: La propuesta solo abarca el mercado de Tacna.

CAPITULO II

MODELO DE NEGOCIOS

1. La Problemática Identificada

Según las visitas realizadas a las cafeterías de la ciudad de Tacna, nos podemos encontrar que el ambiente es muy común, lo cual como empresa pretendemos manejar un concepto de adaptación con “GATOS”, creando una modalidad nueva y llamativa al mercado tacneño que se enfoque a los amantes de los animales.

Este plan de negocio se enfoca a crear una cafetería temática que ofrecería variedad de cafés y productos complementarios, pero cuyo atractivo principal sería la interactividad con los gatos del establecimiento.

En la ciudad de Tacna existen diferentes tipos de cafeterías con una ambientación distinta para la atracción del cliente, que prestan el servicio de venta de café y otros, pero no existe aún alguna que integre “GATOS” o algún otro animalito que interactúe con los consumidores, por lo que la apertura de una cafetería de gatos nos da la oportunidad de crear una nueva experiencia y valor agregado, buscando conseguir la sensación o experiencias nuevas que se transmiten en la interacción con mascotas.

Este nuevo concepto busca necesariamente contar con un personal psicológicamente ligado al cuidado de los animales y capacitado para sus necesidades y atención, al igual que va dirigido a consumidores de las distintas clases.

2. Nuestra Hipótesis

2.1. ¿Cómo es la experiencia?

Actualmente en el mercado Tacneño hay más de 20 cafeterías, todas con el mismo concepto de vender bebidas y otros productos complementarios, pero ni una integra animales dentro como gatos, perros, u otros, a través de esa observación se da la idea de crear un ambiente en el que las personas puedan disfrutar de un aperitivo al lado de “gatos”.

2.2. ¿Qué problema presentan?

- Todas las cafeterías dentro de la ciudad de Tacna venden bebidas basadas en café, con un ambiente temático casi igual que las demás, pero ninguna ofrece el servicio de poder interactuar con algún tipo de animal como “gatos”.

2.3. ¿Quiénes están involucrados?

- Personas que tengan en cuenta el cuidado y conciencia de un animal, “amantes de los animales”.

- Personas que gusten tomar una taza de café, acompañado de algún producto complementario.
- Personas que quieren pasar un día al lado de gatos.

2.4. ¿Posibles soluciones?

- Ambiente agradable al lado de gatos.
- Servicio de calidad e higiénico.
- Ambiente temático.
- Envases reciclables.

La solución a esto sería la apertura de un nuevo establecimiento temático con adaptación de “GATOS” en la que los consumidores se sientan a gusto compartiendo a lado de ellos y a la vez concientizar con el cuidado de los animales en general, con esto garantizamos ventaja competitiva frente a otros negocios que solo prestan servicio de venta de café.

3. Concepto Final

3.1. Nombre: ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE S.A.C.



Figura 1. Logotipo de negocio

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

3.2. ¿Qué es?:

Es una cafetería que incluye gatos dentro del establecimiento, donde el público pueda interactuar con ellos y puedan servirse de una taza de café acompañado de algún producto complementario.

3.3. ¿Cómo funciona?:

La atención es directa, en el cual se brinda un servicio clásico de venta de bebidas como el “café” entre otros productos complementarios y la agradable compañía de gatos que se encontraran dentro del lugar donde se brinda el servicio.

3.4. ¿Por qué es Especial?:

La cafetería se vuelve especial por la experiencia única que te da al interactuar con gatos y la motivación de poder adoptar y convertirlo en un miembro más de tu familia.



Figura 2. Diseño de Prototipo

Fuente: Google

4. **El Propósito Estratégico**

Dar acogida a gatos a través de convenios realizados con refugios e incentivar a la adopción de ellos y a la vez generar un ambiente único e diferente a las demás cafeterías existentes en la ciudad de Tacna.

5. **La Misión**

Crear un ambiente temático en el que nuestros clientes puedan disfrutar de una taza de café. En un ambiente cómodo, en compañía de gatos.

6. **La Visión**

Ser una de las mejores empresas que brinde el servicio de cafetería acompañado de gatos y que se caracterice por la mejor atención al cliente y precio para nuestros clientes.

7. Los Promotores

Promotor 1: Eduardo Huanca Atencio

Egresado de la carrera técnico en contabilidad.

- Experiencia en la labor de barista.
- Atención al cliente.

Promotor 2: Yessica Chipana Telleria

Egresada de la carrera técnica profesional Administración y contabilidad.

- Experiencia en marketing y publicidad.
- Atención al cliente.
- Trabajo en equipo.
- Trabajar bajo presión.

Promotor 3: Ruth Condorcallo Perez

Egresada de la carrera técnico en contabilidad.

- Experiencia en la preparación de postres.
- Atención al cliente.
- Trabajo en equipo.

Las experiencias de cada uno de los promotores dan la idea de crear a ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE quienes serán participe del plan de negocio.

8. Modelo de Negocios

RED DE PARTNERS - Proveedores de café organico. - veterinarias. - proveedores de productos complementarios, (tortas, bocadillos entre otros.) - Convenio con asociaciones de gatos.	ACTIVIDADES CLAVES - Seleccionar nuestro proveedor de café. - Servicio de preparacion de diferentes cafés. - Crear promociones estacionales. - Lograr posicionar el lugar como una marca de diversidad. -servicio de limpieza y cuidado a los gatos. - Contactar con la Fundaciones de animales y armar un plan para exhibir gatos en nuestro establecimiento de cafeteria y poder ayudarlos a la vez a que gente los adopte.	OFERTA - Brindar un servicio novedoso y a la vez un exquisito café organico, considerando la salud emocional y fisica de nuestros clientes con los animales (gatos) . Con esto buscamos concientizar en la preocupación del cuidado de una mascota. - buscamos ser una marca diversa para la comodidad de nuestros clientes.	RELACIONES CON LOS CLIENTES - Disposicion de diferentes tipos de bebidas a base de café, té, jugos, gaseosas, u otros. - interacción con nuestros amigos gatunos. - creación de espacios recreativos que permita establecer una conexon entre el cliente y el establecimiento,lo que nos permitira lograr atraer a mas personas. - Ambiente comodo y agradable con los clientes desde que se inicia la prestacion del servicio. - Sentido de responsabilidad y efectividad con las mascotas. - Expresar nuestras emociones. - Mantendremos a nuestros clientes imformados del producto y sus promociones a través de las redes sociales, (FACEBOOK	SEGMENTO DE CLIENTES - Aplica para el publico en general. - Para clientes que posean perfil por la proteccion de los animales. - La cafeteria no tiene limite de edades. - Personas entre los 15 - 69 años dentro de la ciudad de Tacna.
	RECURSOS CLAVES - Recursos Humanos (administrador, meseros, cuidador) - infraestructura (maquinaria de expreso, espacio comodo, otros) - Tecnologia (internet) - Recursos Brindados por los socios.		CANALES DE DISTRIBUCION Y COMUNICACIÓN - Canal de venta directa, los clientes deben de llegar al establecimiento para poder acceder al servicio. - voz a voz. - Reservasiones - Marketing digital. (promocion por redes sociales). - Publicidad impresa. (afiches - volantes)	
	ESTRUCTURA DE COSTOS - Alquileres, inmobiliarios y equipos. - Personal de atención y limpieza. - Publicidad y web e impuestos y responsabilidades.		FLUJOS DE INGRESOS - Ventas de combos de café más productos complementarios.	

Figura 3. *MODELO CANVA*

CAPITULO III

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Estudio de Mercado

1.1. Análisis del Mercado

El mercado objetivo es la ciudad de Tacna que cuenta con una población de 370mil 974 habitantes.

ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE está orientado para las personas que busquen tranquilidad y amen o quieran interactuar con los gatos y puedan tener una nueva experiencia, nuestro establecimiento les brindara la posibilidad de hacerlo realidad.

El crecimiento de cafeterías se encuentra incrementando frecuentemente ya que cada día son más las personas que lo consumen en el territorio peruano.

Las temáticas de las cafeterías actuales tienden a manejar una temática muy clásica y ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE busca crear un ambiente nuevo e único a lo demás mediante la implementación de amistosos mininos.

1.1.1. Muestreo y Resultados De Las Encuestas

1.1.1.1. Muestreo

Para determinar la muestra de nuestros consumidores se tomó en cuenta los habitantes de la ciudad de Tacna la cual cuenta con 329 mil 332 habitantes, para realizar el muestreo usamos las siguientes variables.

Tabla 1. Cuadro de habitantes en la ciudad de Tacna y muestra

Perfil	%	Total
Zona geográfica		329,332.00
Edad: 15 A 69 AÑOS	69%	227,239.08

Fuente: INEI

La edad: 69% (15-69)

Nivel de confianza deseado: 90% - (1.65)

Probabilidad de éxito: 50%

Probabilidad de fracaso: 50%

Margen de error: 10%

Fuente: (INEI, 2017)

Muestra: 227,239

Tabla 2. Apoyo al cálculo del tamaño de una muestra

TABLA DE APOYO AL CALCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUETSRA POR NIVELES DE CONFIANZA									
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
<i>Z</i>	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1.00	0.6745

Z^2	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
e	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e^2	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

FORMULA PARA EL MUESTREO: FINITA

n = Número de elementos de la muestra

N = Número de elementos de la población o universo

p/q = Probabilidad de éxito / fracaso

E = Margen de error

Z^2 = valor correspondiente al nivel de confianza (90%)

$$= \frac{Z^2 pqN}{(N - 1)E^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{1.65^2(0.5)(0.5)227,239}{(227,239 - 1)0.1^2 + 1.65^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 68$$

Ciudad	Población Muestra	Ha encuestar
Tacna	68	54

La muestra que necesitamos realizar es de 68 personas, según la situación actual del Perú y de la ciudad de Tacna que se encuentra en aislamiento social debido al COVID 19 se tomara una sub muestra de 54 personas para poder determinar una información más acertada y poder saber las expectativas que tiene el consumidor hacia nuestro servicio.

1. ¿Cuál es su género?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	18	33%
Masculino	36	67%
Total	54	100%



Figura 4. Grafico estadístico de la encuesta pregunta 1

En el grafico podemos interpretar que tuvimos un 67% del género masculino que realizaron la encuesta y un 33% del género femenino teniendo un total de 54 personas que fueron encuestadas.

2. ¿Cuál es su edad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18-30	15	28%
Entre 31-50	34	63%
Entre 51-mas	5	9%
Total	54	100%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta



Figura 5. Grafico estadístico de la encuesta pregunta 2

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

Según grafico podemos interpretar que entre la edad de los 31-50 el 63% fueron los más encuestados y mientras que entre los 18-30 fue de un 28% y el 9% es representado por las personas entre 51- más.

3. ¿Con que frecuencia consume usted café?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Frecuente	11	20%
Casi Frecuente	31	57%
Poco Frecuente	10	19%
Nunca	2	4%
Total	54	100%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

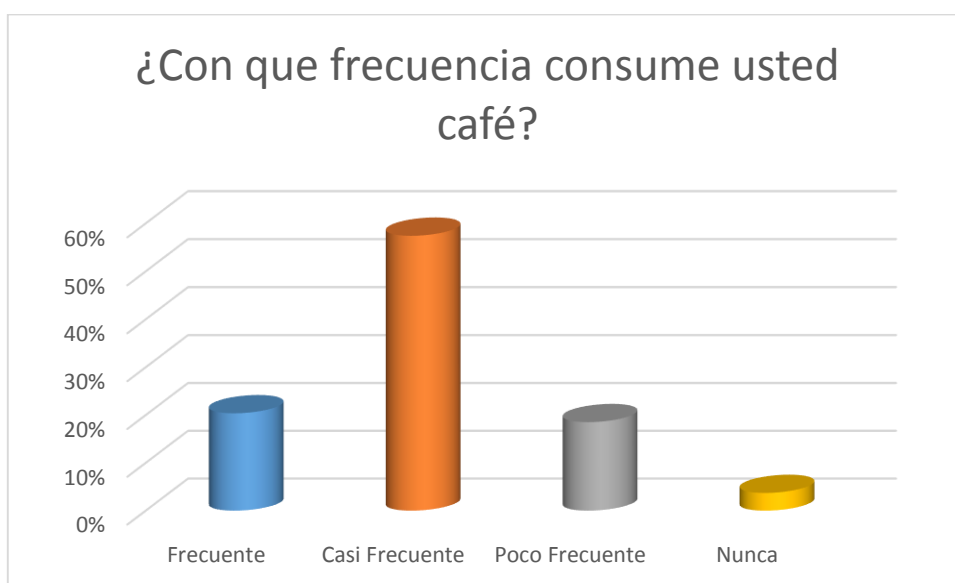


Figura 6. Grafico estadístico de la encuesta pregunta 3

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

En base de las encuestas podemos interpretar que el casi frecuente 57% de personas consumen café lo que quiere decir que más de la mitad de nuestro muestreo consume café el 20% representa a las personas que consumen frecuentemente es mientras que un 19% muy pocos consumen y el 4% restante no consumen café.

4. ¿En qué momento del día suele consumir café?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	21	39%
Tarde	5	9%
Noche	28	52%
Total	54	100%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

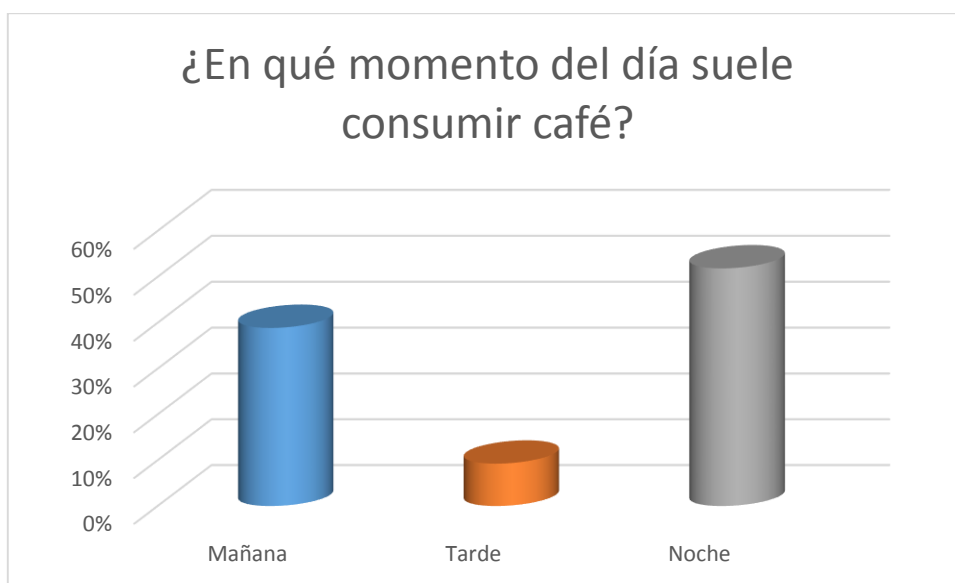


Figura 7. Gráfico estadístico de la encuesta pregunta 4

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

Según encuestas realizadas podemos interpretar que el momento más concurrido en la cafetera sería en la noche con un 52%, en la mañana teníamos un movimiento de 39% y el menos concurrido fue 9% que fue en la tarde.

5. ¿Con que frecuencia visita una cafetería?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Frecuente	9	17%
Casi Frecuente	20	37%
Poco Frecuente	23	43%
Nunca	2	4%
Total	54	100%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

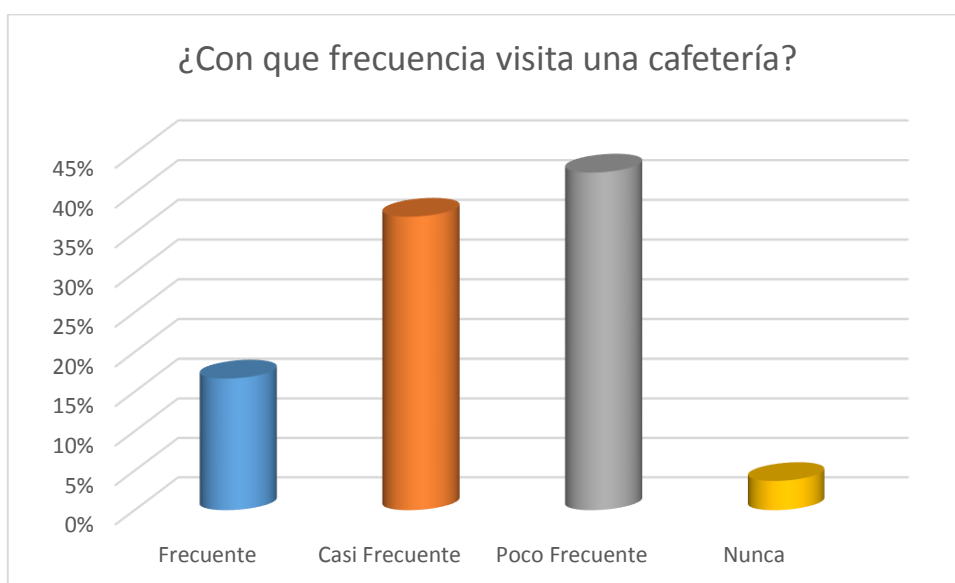


Figura 8. Grafico estadístico de la encuesta pregunta 5

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

Según encuesta un 43% visita una cafetería un poco frecuente, casi frecuente tiene un 37% según esta información podemos deducir cuanto puede regresar a nuestra cafetería, en un 4% muy pocas personas nunca han visitado una cafetería.

6. ¿Cuál es el motivo por el cual visita una cafetería?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Consumir Café	8	15%
Un momento de distracción	2	4%
Consumir algún postre	19	35%
Compartir con otras personas	25	46%
Reuniones de negocios	0	0%
Total	54	100%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta



Figura 9. Grafico estadístico de la encuesta pregunta 6

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

Según resultados un 46% llega a consumir por querer compartir con otras personas y pasar un momento agradable y poder compartir algo delicioso, así como en un 35% la población llega a ir a una cafetería por los postres que puede llegar ofrecer.

7. ¿Con quién(es) suele visitar una cafetería?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Familia	12	22%
Compañeros de trabajo	5	9%
solo(a)	0	0%
amigos	28	52%
compañero(a) sentimental	9	17%
Total	54	100%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta



Figura 10. Gráfico estadístico de la encuesta pregunta 7

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

Según resultados de encuesta en un 52% asisten con sus amigos y otro 22% llega a ir a compartir con la familia, así como un 17% con sus compañeros sentimentales de lo que podemos interpretar que en un porcentaje mejor llegarían a asistir personas solas y con compañeros de trabajo a lo cual se puede llegar asumir que las personas que lleguen a consumir al establecimiento sea en compañía de amigos, la familia o parejas.

8. ¿Posee usted algún tipo de mascota?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	42	78%
NO	12	22%
Total	54	100%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

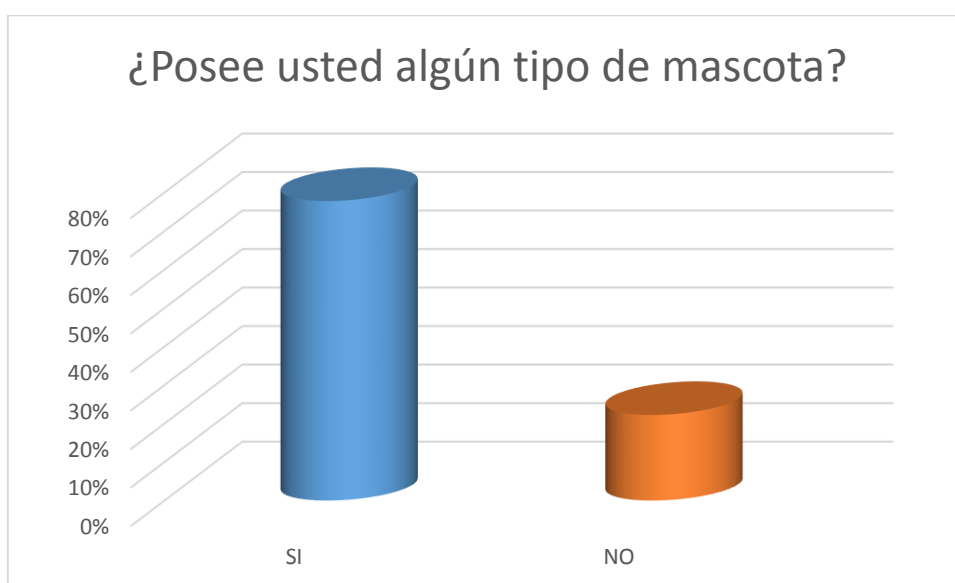


Figura 11. Grafico estadístico de la encuesta pregunta 8

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

Según encuesta un 78% posee una mascota, esto nos permite interpretar que una cierta cantidad de la población puede que venga a la cafetería por motivos de que gusten de las mascotas (gatos), y en base al 22% restante no quiere decir que no guste de las mascotas, si no que haya la posibilidad de que no puedan tener una mascota por circunstancias que no se lo permitan.

9. ¿Que opina acerca de una cafetería que le preste el servicio de interactuar con gatos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Me parece muy bien	48	89%
No me parece adecuado	4	7%
No estoy interesado	2	4%
Total	54	100%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

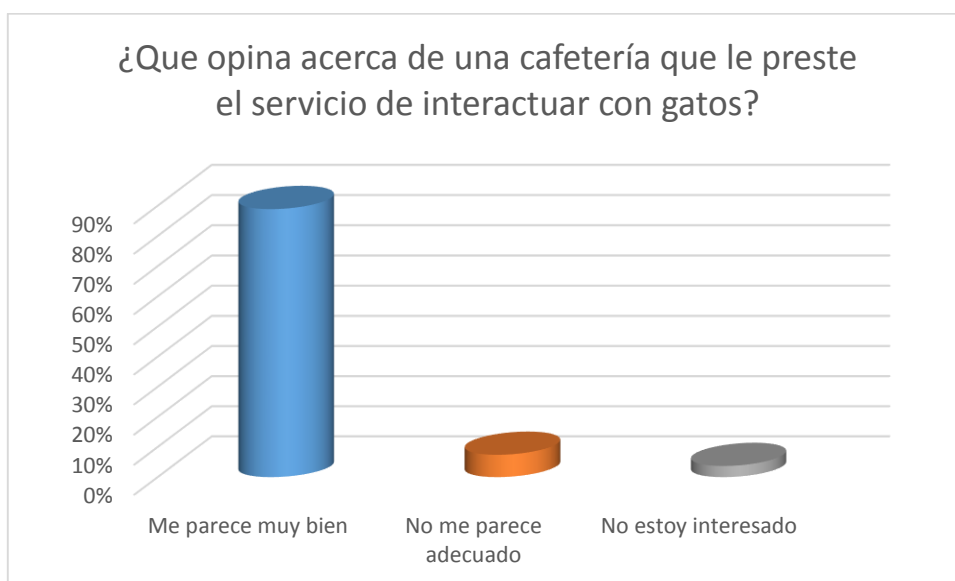


Figura 12. Grafico estadístico de la encuesta pregunta 9

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

Según encuestas el 89% le gustó la idea de que se pudiéramos abrí una cafetería que ofrezca la interacción con gatos y el otro 7% no le parecía adecuado como un 4% no estaba interesado, en base a la información recibida podemos decir que un mayor porcentaje de los encuestados tiene una fuerte aceptación por el concepto del negocio.

10. ¿Cuánto estas dispuesto a pagar por una taza de café?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
6-7	4	7%
8-9	48	89%
10-11	2	4%
Total	54	100%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

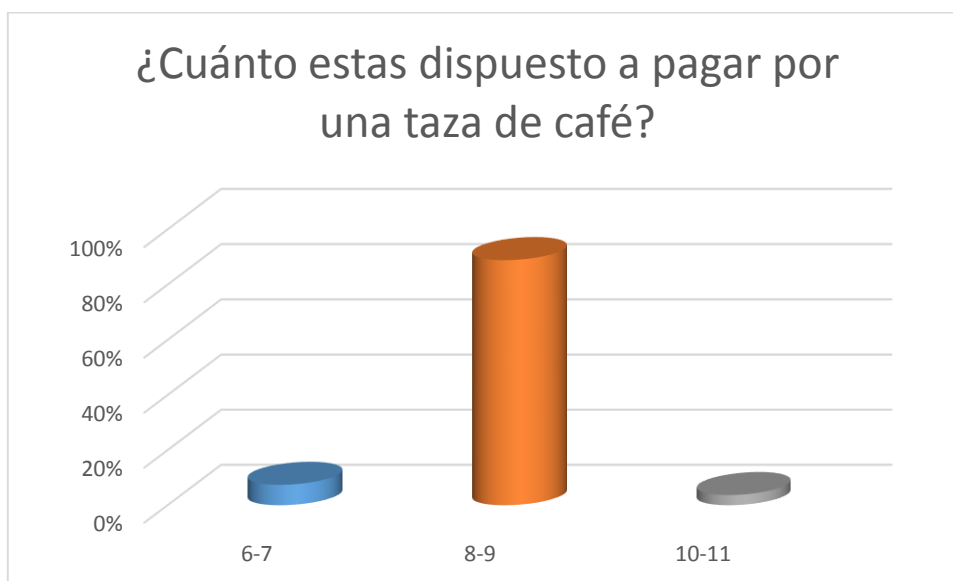


Figura 13. Grafico estadístico de la encuesta pregunta 10

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

Según encuestas podemos determinar cuan popular es el costo del café que pueden llegar a consumir es de s/.8 a s/.9 tienen un 89% de aceptación mientras que los otros 7% se encuentra entre el s/.6 a s/.7 y con un menor porcentaje del 4% consumiría un café de s/.10 a s/.11.

11. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría que se ubique la cafetería?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ciudad nueva	0	0%
Centro	52	96%
Alto de la Alianza	0	0%
Gregorio Albaracín	2	4%
total	54	96%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

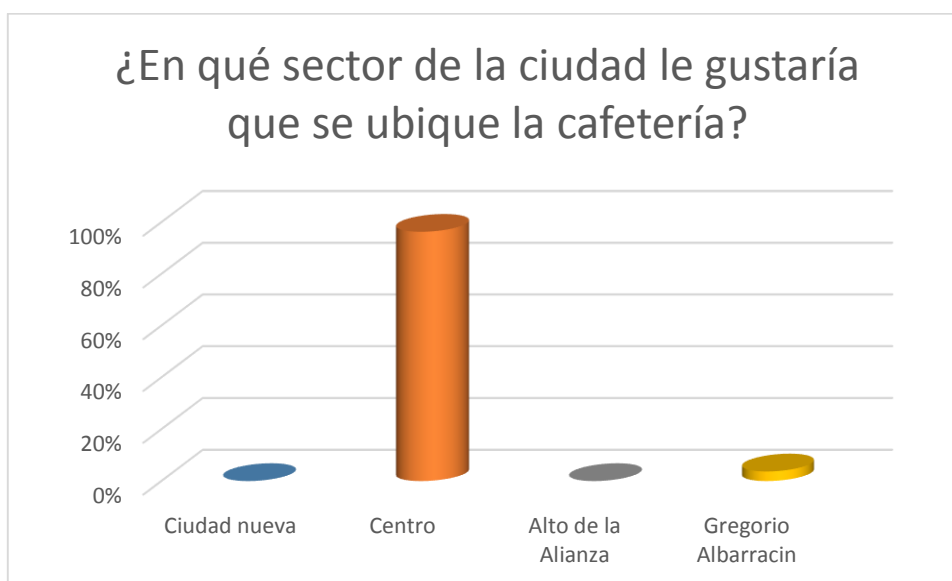


Figura 14. Grafico estadístico de la encuesta pregunta 11

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

Según encuesta la mejor ubicación se encontrará en el centro de la ciudad con una aceptación del 96%. El establecimiento se encontrará en un lugar estratégico donde hay un mayor movimiento de personas y a sus alrededores se encuentra centros comerciales lo cual resulta muy favorable.

12. ¿Acudiría con su familia a compartir un momento agradable en este nuevo concepto?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	49	91%
NO	5	9%
Total	54	100%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

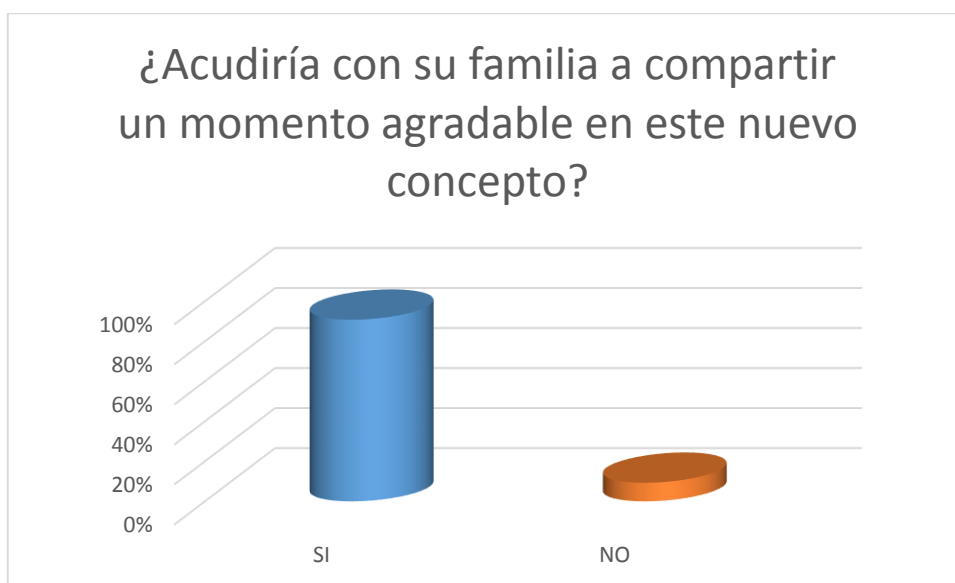


Figura 15. Gráfico estadístico de la encuesta pregunta 12

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

Según encuesta un 91% iría con su familia para poder compartir un agradable momento y compartir una nueva experiencia que vayan en tener en familia.

13. Según la imagen, en la escala de 1 al 10, ¿cómo calificaría la presentación de la cafetería?



Fuente: Google.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	1	2%
5	12	22%
6	9	17%
7	0	0%
8	3	6%
9	29	54%
10	0	0%
Total	54	100%

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

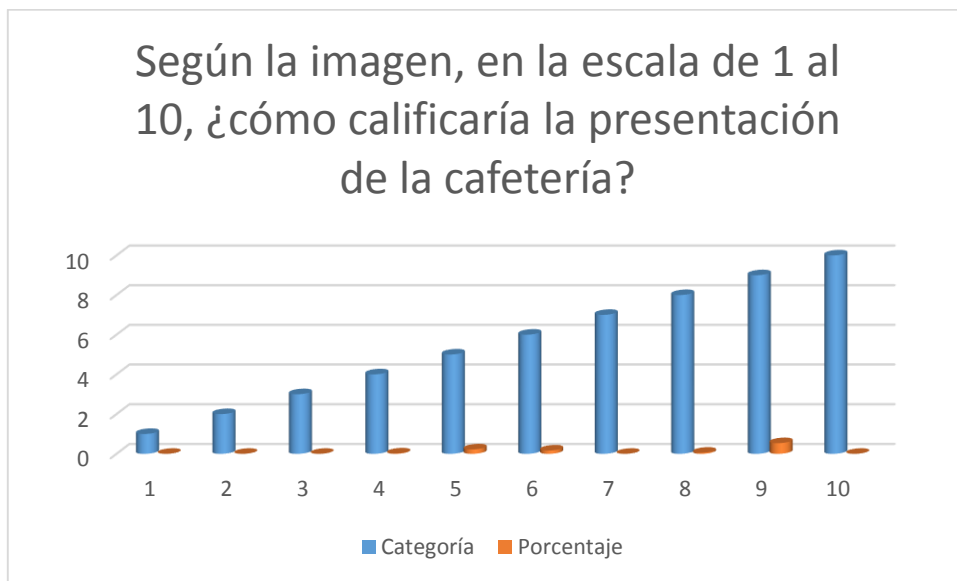


Figura 16. Grafico estadístico de la encuesta pregunta 13

Fuente: Elaboración Propia – encuesta

Según encuestas y la imagen que se adjuntó un 54% le pareció agradable en base de 9 puntos la presentación de la cafetería según a nuestro concepto temático que son los gatos que formaran parte del ambiente cuando los clientes puedan tener una nueva experiencia, mientras que base de 5 puntos tuvo un 22% y en 6 puntos fue en 17% a pesar de ser bajo estos dos tramos nos llegan a decir que estas personas tienen expectativas de nuestro local.

1.1.2. El Segmento del Mercado

Nuestros clientes potenciales llegaran a ser:

- Público en general de todas las edades y sin distinción alguna
- Nuestro negocio atraerá a clientes potenciales que sean amantes de los animales o que por algún motivo no puedan tener una mascota en casa.

1.1.3. El Futuro del Mercado

- El rápido crecimiento de cafeterías con animales.
- Ley de protección animal.
- Beneficios de la ley mype.
- Crecimiento a la economía peruana.

1.2. Estrategia del Producto o Servicio

La cafetería ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE ofrece el servicio de poder disfrutar una taza de café, postres, bebidas fría y al mismo poder interactuar con (gatos), en un ambiente cómodo y temático.

El servicio a ofrecer es único e diferente a las cafeterías existentes en la ciudad de Tacna, ya que estas ofrecen una taza de café, pero no la oportunidad de poder interactuar con gatos.

Este servicio es elegido gracias a que ya existen cafeterías, pero no una que te permita estar al lado de una mascota lo que se convierte en algo nuevo para el consumidor.

1.2.1. Innovación

La preferencia por la parte de los consumidores hacia nuestra cafetería “ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE” VS COMPETIDORES se basa en que el servicio que prestaremos será

la interacción con gatos y el poder disfrutar de una taza de café con algún postre mientras interactúan con los animalitos.

El valor de nuestro servicio será cómodo al bolsillo del usuario ya que no será motivo de no poder ir y pasar una bonita experiencia.

1.2.2. Prototipo del producto



Figura 17. Prototipo de envase

Elaboración: Propia

1.2.3. Relación con el Cliente

- A través de las redes sociales la cafetería ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE dará a conocer el servicio que prestara hacia el consumidor, en el cual podrán interactuar ambas partes.
- La atención será directa.
- Facilitación de números telefónicos con el cual puedan realizar reservaciones.

1.3. Estrategia de Comunicación

- **Buzón de sugerencia:** Invitación al personal a dejar sus propuestas, recomendaciones, ideas, quejas, u otros, dejando este medio como escucha activa y como empresa poder responder a toda opinión.
- **Reuniones con los socios:**
Discutir los pros y contra de cómo va encaminando el negocio.
- **Redes sociales:**
Participación activa en las redes sociales para dar a conocer el sistema de servicio que ofrece ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE al cliente y a la vez interactuar con ellos y saber que buscan de una cafetería con gatos.
- **Campañas por temporadas:**
Ofertas que se estarán realizando cada tiempo por preferir los servicios de la cafetería.
- **Estrategia de visibilidad:**
El uso de redes sociales, colaboraciones con organizaciones que apoyen buenas causas hacia los animales, apariciones en medios de comunicación.
- **Estrategia de confianza:**
Esta estrategia se basa en la confianza que debemos lograr de nuestros clientes a nosotros para que ellos puedan adquirir nuestro producto, ¿Cómo? Compartiremos testimonios de

nuestros clientes que visiten nuestra cafetería gatuna en las redes sociales para que el público pueda visualizar la atención que se brinda y como queda a gusto el consumidor con el servicio. También subir evidencia de la participación que logremos en foros que organicen asociaciones apoyando a los animales.

1.4. Estrategia del Comercialización

- **Construir presencia en los medios sociales:** ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE creará presencia a través de FACEBOOK en el cual incluirá las horas de operación del servicio a prestar, número de teléfono y alguna información general sobre la entidad.

De igual manera se realizará publicaciones diarias en la red social sobre las promociones que se estarán realizando habitualmente, cartas a servir, precios u otros.

- **Voluntariado en las comunidades o redes sociales:** Como empresa buscaremos participar en las comunidades locales de la ciudad de Tacna que hable sobre la justicia social de los animales con el cual asociaremos nuestra marca con estas acciones positivas para atraer la atención de los clientes locales y de los que se preocupan por estos problemas.

A la vez trataremos de convertirnos en patrocinadores o brindar nuestra presencia para asegurarnos de que la marca de nuestra empresa se dé a conocer.

- **Inversión en nuestro personal:** Generar capacitaciones en la venta del servicio que ofrecerá nuestra empresa, marca, procesos, eventos futuros, u otros.

Realizar seguimiento de las quejas de los clientes para saber si tienen la razón o se encuentran equivocados respecto al servicio prestado por parte de nuestro personal.

- **Venta directa:** el servicio será atendido directamente en el lugar establecido de ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE, la venta será en base al gusto del consumidor.
- **Embalaje:** Se comprará externamente logotipos plegables con la marca ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE, envases reciclables y envoltorios.

1.5. Estrategias de Ingresos

El principal objetivo de “ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE” Es brindarles a los clientes una variedad de productos para consumir y de muy buena calidad, la carta de nuestra cafetería serían los siguientes

- Cafés.
- Postres dulces.
- Helados

La variedad de los productos y sus costos será en base de la compra realizada o la elaboración de algunos productos que lleguemos a ofrecer, a lo cual se le agregará un margen de ganancia siempre tomando en cuenta el precio del mercado y los cambios que pueden ocurrir en la economía de nuestro país.

En la actualidad los precios de una taza de café, un expreso, capuchino y otros más es de entre 6 y 10 soles y estas se diferencias se basan constante mente en el sabor y el precio del café o de cualquier postre o aperitivos que ofrezcan al vender.

La época de temporada puede marcar mucha diferencia en el consumo del café o algunos productos que lleguemos a ofrecer, como en épocas de invierno y otoño es muy probable que tengamos incrementos en los ingresos por motivos de venta de café o productos complementarios (caliente) a diferencia de la época de verano o primavera abra una notoria disminución de los ingresos por el motivo que llega el calor y en épocas como estas los clientes necesitan refrescarse y consumir productos con respecto a la temporada como bebidas frías, helados, postres y otros. Una de las ideas de nuestro negocio es tratar de tener un menú de temporada que llegue adaptarse a los cambios de clima en la ciudad de Tacna así no siempre dependeremos de la venta de café sino también de la venta de otros postres o bebidas que lleguemos a ofrecer para tener a nuestros clientes contentos.

2. Estudio Técnico

2.1. Especificaciones Técnicas

- **Nombre:**

ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE

- **Descripción del servicio:**

Elaboración de bebidas calientes y frías a base de café, incluyendo la opción de obtener algún producto complementario y poder pasar una experiencia inolvidable con la compañía de gatos siempre manteniendo la calidad y sanidad del servicio.

- **Ingredientes:**

Café, y productos complementarios.

- **Usos, ventajas o beneficios**

Uso: degustar de un buen café y de algún postre que ofrecerá ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE, con la compañía de gatos.

- **Presentación comercial**



Figura 18 Prototipo de envase

Fuente: Propia

Vaso biodegradable de cartón para bebidas calientes y frías.

- **Ventajas:** la creación de la cafetería “ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE” (Cafetería de gatos) se basa en un concepto para dar espacios para los animales gatunos, lo que no podemos encontrar en la ciudad de Tacna, esto nos permitirá poder diferenciarnos de otras cafeterías existente en Tacna.

Beneficios:

- Reducción de estrés y la ansiedad.
- Fomenta la relación entre personas y animales.
- Promueve una satisfacción laboral.
- Convivencia con gatos para personas que no pueden criar uno.

2.2. Flujo del Proceso

2.2.1. Materias Primas y Equipamiento del Local

Insumos

- Café
- Azúcar
- Leche
- Pollo
- Pan ciabatta
- Aguacate

- Tomates
- Lechugas
- Mayonesa
- aceite
- Mascarillas
- Guantes
- Gorros cubre cabello
- Productos de terceros. (Pasteles – helados, otros).

Equipos y Maquinaria

Activos del Área de Producción

- Máquina de café.
- Enseres de cocina,
- Microondas.
- Utensilios varios
- Batidora
- Refrigeradora
- Mesón de cocina
- Cocina

Activos del área de administración

- Computadora

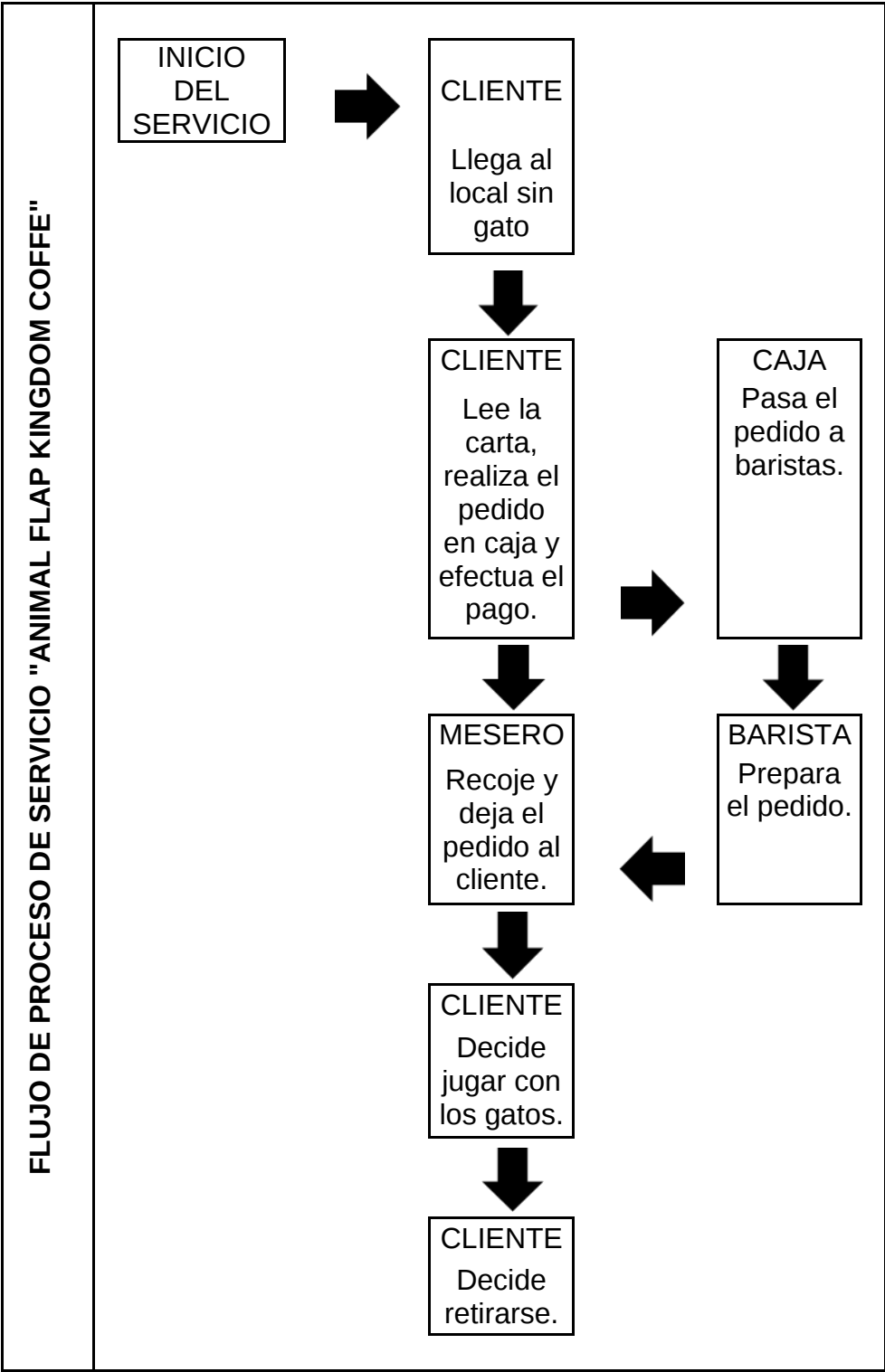
- Impresora
- Escritorio de melanina
- Silla de oficina
- Estante de archivadores
- Artículos de oficina varios

Activos del área de comercialización

- Juego de sillas y mesas temáticas
- Vitrina de refrigeradora
- Casa de gato
- Repisa
- Árbol de gato
- Gimnasio de gato
- Caja registradora.
- Sillones de sala
- Mostrador para la atención.
- Equipo de música y proyector.

Listado de las materias prima o insumos que se requieren para elaborar el bien o servicio y las características de estas.

Producción del Bien o Servicio



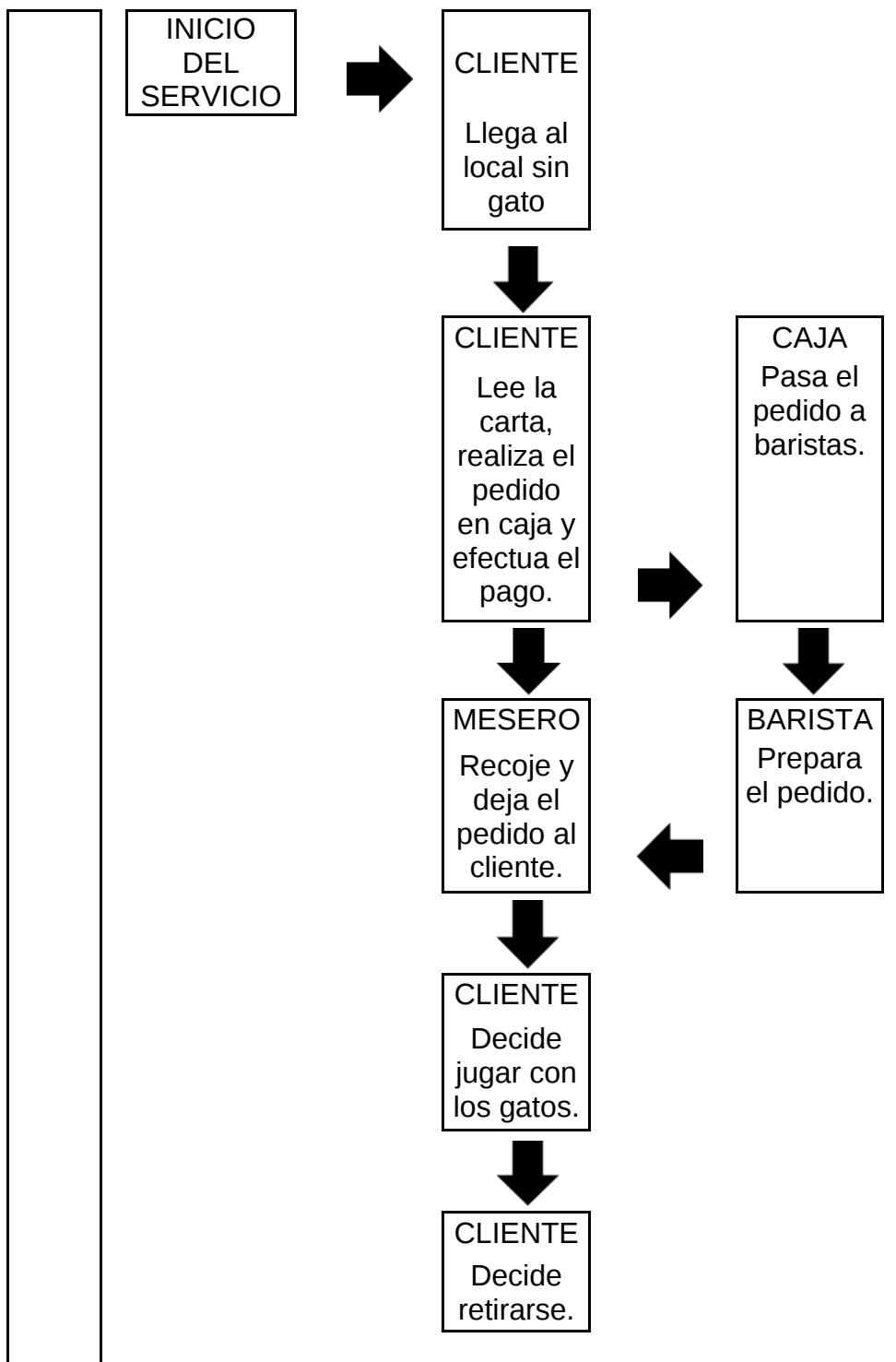


Figura 19. Flujo de proceso

2.3. Localización del Proyecto

2.3.1. Macro localización:

La cafetería “ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE” se ubicará en la ciudad de Tacna en el centro de la ciudad porque según las encuestas es el mejor lugar para el local y para nosotros es un lugar estratégico debido a que es un lugar donde pasan muchos peatones y alrededor de varios centros comerciales a lo cual llamarían mucho la atención una cafetería nunca antes vista en la ciudad de Tacna.



Figura 20. Mapa Político de Tacna

Fuente: (Wikipedia, 2020)

2.3.2. Micro localización:

Nuestra cafetería estará ubicada en la calle Zela 757 al frente de la tienda Dmoda y cerca de algunos centros comerciales



Figura 21. Ubicación del local

Fuente: Google Maps (Maps, s.f.)

2.4. Capacidad Instalada Estimada

La cafetería contará con un ambiente que tendrá un aforo de 45 personas se estimó esta cantidad por el espacio del lugar y la cantidad de mesas que habrá en el establecimiento.

La capacidad de venta será:

Tabla 3. Guía para café de todos los gustos y productos complementarios

GUIA PARA CAFÉ DE TODOS LOS GUSTOS Y PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS
COMBO 1 (CAFÉ-TORTA)
COMBO 2 (CAFÉ – TORTA – SANDWICH)
COMBO 3 (CAFÉ – TORTA – SANDWICH)

HELADO

La tabla representa los productos que se venderán en la cafetería debido a que son los que más se consumen en las cafeterías de la ciudad de Tacna.

2.5. Infraestructura

2.5.1. Área de comercialización

- Zona de servicio al cliente: 12,26m de largo x 8,00m de ancho
- Mostrador de pedidos: 5,15m de largo x 2,58m de ancho
- Caja: 2,17m de largo x 1,75m de ancho
- SSHH: 2,80m de largo x 2.20m de ancho
- Área de gatos: 4,06m de largo x 2,61m de ancho

2.5.2. Área de Producción

- Almacén: 3,22 m de largo x 3,22 m de ancho
- Cocina: 3,22 m de largo x 3,22 m de ancho

2.5.3. Área de Administrativas

- Oficina: 3,41m de largo x 2,80m de ancho

2.6. Distribución de la Planta

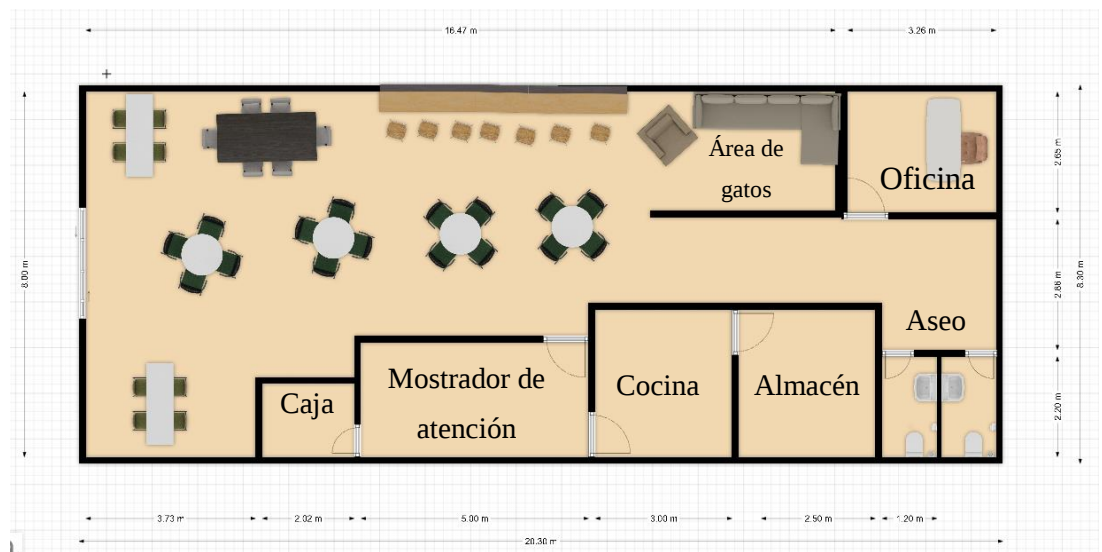


Figura 22. Distribución de las áreas

Elaboración: Propia

2.7. Equipamiento

2.7.1. Equipamiento Área de Producción

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Equipamiento Área de Producción

N°	EQUIPO	CANTIDAD
1	Maquina industrial de café	1
3	Batidora	1
4	Refrigeradora	1
5	Microondas	1
6	Mesón	1
7	Sillas	4
8	Utensilios varios	
9	Cocina	1

2.7.2. Activos de Área de Administración

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Equipo de área de administración

N°	Descripción	Cantidad
1	Computadora	1
2	Impresora	1
3	Escritorio de melanina	1
4	Sillas de oficina	1
5	Estante de archivadores	1
6	Artículos de oficina varios	-

2.7.3. Activos de Área de Comercialización

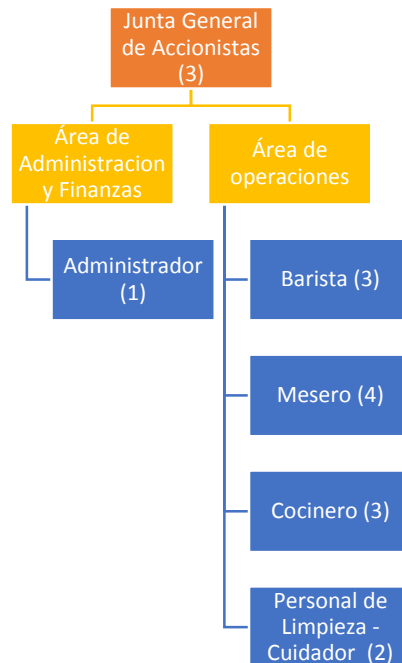
Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Equipos para el área de comercialización

N°	Descripción	Cantidad
1	Juego de sillas y mesas temáticas	
2	Vitrina refrigeradora	1
3	Casa de gato	2
4	Repisas	5
5	Árbol para gatos	3
6	Gimnasio de gatos	2
7	Caja registradora	1
8	Sillones de sala	1
9	Remodelación del local	
10	Set de decoración general	
11	Equipo de música y proyección	1
12	Mostrador de atención	1

3. Estudio Organizacional

3.1. Estructura Organizacional de la empresa



Organigrama de Animal Flap Kingdom Coffe

3.2. Descripción de los puestos

Junta General de Accionistas:

- Toma las decisiones de la empresa.
- Administra las labores que debe realizar el Gerente General.
- Autoridad de poder revocar cargos en la empresa

Área de Administración y Finanzas:

Administrador:

- Administrar los recursos de la empresa.
- Solucionar problemas relacionados con el personal

- Encargado de pagar los impuestos y pago de planillas.
- Contratación y solución a los problemas relacionados con personal.
- Reportar toda información relevante al Gerente General.
- Gestionar el abastecimiento de insumos, materiales y servicios necesarios para el funcionamiento de la empresa.
- Se encarga de recopilar información de los ingresos y gastos de la empresa los cuales serán entregados al contador externo quien se encargará de las declaraciones del PDT 621 y PDT 601.

Perfil:

- Experiencia mínima 1 año en funciones de RRHH.
- Proactivo, líder.
- Estudios culminados.

Área de Operaciones:

Barista:

- Preparación de los pedidos.
- Mantener un adecuado mantenimiento a las maquinas e supervisar que estas funcionen correctamente.
- Proponer mejoras en el servicio, productos ofrecidos, u otros.
- Mantener limpia siempre su zona de trabajo.
- Cumplir con las normativas en salud y seguridad.

Perfil:

- Estudios secundarios culminados.
- Experiencia laboral previa como barista.
- Experiencia con el uso de las máquinas de café.
- Conocimiento en normativas sanitarias.
- Que trabaje en equipo.
- Velar por el inventario.

Mesero:

- Procesa y vela por los pedidos del cliente.
- Sirve a la mesa el pedido asignado.
- Procura que los consumidores estén satisfechos con el servicio prestado.
- Mantiene limpia su área de trabajo.

Perfil:

- Experiencia en atención al público.
- Edad entre los 18 – 30.
- Genero Indistinto.
- Estudios secundarios terminados como mínimo.
- Que le guste tratar con gatos.

Cocinero

- Persona encargada de la preparación de los sándwiches a pedido de los clientes.

Perfil:

- Experiencia mínima de 06 meses en cocina de cafetería
- Género indistinto
- Carnet Sanitario Vigente
- Compromiso y Puntualidad

Personal de Bienestar del Gato:

- Mantiene la limpieza dentro del local, y de las mascotas.

Perfil:

- Estudios secundarios completo como mínimo.
- Experiencia referente al cargo.
- Que le guste tratar con animales (gatos)

3.3.Requerimiento e inversión de personal

Área	Cargo	Número De Funcionarios	Modalidad De Contratación
Área de Administración y Finanzas	Administrador	1	Tiempo completo Planilla
Área de Operaciones	Barista - Mesero – Cajero – Cocina- Personal Bienestar de Gato	5	Medio Tiempo - Planilla

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 7. Requerimiento de personal para cada Área

4. Estudio Legal

4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica

La cafetería ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE será constituida bajo el régimen de Sociedad Anónima Cerrada, la que se regula por la Ley General de Sociedades 26887.

Fuente: (Gaceta, 2018)

Características de la Sociedad:

- Numero de accionistas son mínimo 2 y máximo 20.
- El capital social es representado por acciones nominativas.
- El capital se define por el aporte de cada socio.
- Cada acción se registra en el registro de matrículas de acciones.
- Se establece junta general de accionistas y gerencia.
- Puede funcionar sin directorio (opcional).

4.2. Selección del Régimen Tributario

Fuente: (Peruano, 2019)

ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE se acogerá al Régimen Mype Tributario por:

Ventajas y beneficios:

- Montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida.
- Tasas reducidas.
- Realizar cualquier tipo de actividad económica.

- Emitir todos los tipos de comprobantes de pago.
- Llevar libros contables en función a los ingresos.
- No hay límite de compras.

En el RMT se realizan declaraciones mensuales, en el cual se determina el pago de dos impuestos:

- El impuesto general a las ventas (IGV) del 18%.
- El impuesto a la renta según los ingresos obtenidos como:

Tabla 8- Pago a Cuenta de los IR

INGRESOS NETOS ANUALES	PAGOS A CUENTA
Hasta 300 UIT	1%
>300 hasta 1700 UIT	Coeficiente o el 1.5%

También el RMT permite descontar los gastos relacionados al ingreso del negocio, para pagar el impuesto sobre la utilidad final del año, para presentar la declaración jurada anual debemos aplicar las siguientes tasas:

Tabla 9. Pago De Impuestos Anuales

RENTA NETA ANUAL	TASAS
Hasta 15 UIT	10%
Más de 15 UIT	29.5%

Fuente: SUNAT

4.3. Otros Tramites

Constitución de la empresa:

Fuente: (Sunarp, s.f.)

- Búsqueda y reserva de nombre
- Elaboración del acto constitutivo (minuta).
- Abono de capital y bienes.
- Elaboración de Escritura Pública.
- Inscripción en Registros Públicos.
- Inscripción al RUC para persona Jurídica.
- Certificado de sanidad Digesa.

Licencia de Funcionamiento:

Tabla 8. requisitos para la licencia de funcionamiento

Requisitos	Persona natural	Persona Jurídica u otros entes colectivos (asociaciones)
Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de Declaración Jurada que incluya N° de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante; DNI o carné de extranjería del representante legal que actúe mediante representación.	✓	✓
Carta Poder con firma legalizada en caso de representación del titular.	✓	
Vigencia de poder del representante legal en caso de representación del titular.		✓
Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad, para establecimientos hasta de 100 m ² (*)	✓	✓
Certificado de Inspección Técnica de Detalle o Multidisciplinaria, para establecimientos mayores a 500 m ² .	✓	✓
Requisitos Adicionales (**)	Persona natural	Persona Jurídica u otros entes colectivos (asociaciones)
Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.	✓	✓
Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la norma vigente, en la Declaración Jurada.	✓	✓
Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a ley la requieran, antes del otorgamiento de la licencia de funcionamiento.	✓	✓
Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28696, Ley General de Patrimonio Cultural de la Nación.	✓	✓

5. Estudio Financiero

5.1. Inversión Inicial

Cuadro N° 02: Inversion Inicial

N°	AREA		S/.	
1	Inversion en Activos			S/ 30,992.00
	1.1	Inversion en el Area de Produccion	S/ 7,355.00	
	1.2	Inversion en el Area de Administracion	S/ 2,584.00	
	1.3	Inversion en el Area de Comercializacion	S/ 21,053.00	
2	Tramites Legales		S/ 1,248.50	
3	Imprevistos (10%)		S/ 124.85	
Total			S/ 32,365.35	
4	Capital de Trabajo		S/ 112,500.00	
Total			S/ 144,865.35	

Cuadros Económicos 1. Inversión Inicial

5.2. Valor de Venta

Cuadro N° 13: Valor de Venta (Sin IGV)

Productos	Valor de Venta
COMBO 1	S/. 13.56
1 Café	S/. 7.63
1 Torta	S/. 5.93
COMBO 2	S/. 30.51
2 Café	S/. 15.25
Sandwich	S/. 9.32
Torta	S/. 5.93
COMBO 3	S/. 61.02
4 Café	S/. 30.51
2 Sandwich	S/. 18.64
2 Torta	S/. 11.86
HELADOS	S/. 4.24
1 Bola	S/. 4.24

Cuadros Económicos 2. Valor de Venta

5.3. Ingresos Proyectados en Unidades

Cuadro N° 07: Proyeccion de Ingresos en Unidades

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
COMBO 1	960	1470	1800	1860	1920
COMBO 2	11700	15780	19410	20070	20640
COMBO 3	3000	4200	5310	5130	4950
HELADOS	4050	6660	7770	7800	7800
Total	19710	28110	34290	34860	35310

Cuadros Económicos 3. Ingresos Proyectados en Unidades

5.4. Ingresos Proyectados en Soles

Cuadro N° 14: Proyeccion de Ingresos en Nuevos Soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
COMBO 1	S/. 13,016.95	S/. 19,932.20	S/. 24,406.78	S/. 25,220.34	S/. 26,033.90
COMBO 2	S/. 356,949.15	S/. 481,423.73	S/. 592,169.49	S/. 612,305.08	S/. 629,694.92
COMBO 3	S/. 183,050.85	S/. 256,271.19	S/. 324,000.00	S/. 313,016.95	S/. 302,033.90
HELADOS	S/. 17,161.02	S/. 28,220.34	S/. 32,923.73	S/. 33,050.85	S/. 33,050.85
Total	570,177.97	785,847.46	973,500.00	983,593.22	990,813.56

Cuadros Económicos 4. Ingresos Proyectados en Soles

5.5. Costos Proyectados por Unidad

Cuadro N° 15: Costo Unitario	
Productos	Costo Unitario
COMBO 1	S/. 7.70
1 Café	
1 Torta	
COMBO 2	S/. 16.99
2 Café	
Sandwich	
Torta	
COMBO 3	S/. 33.98
4 Café	
2 Sandwich	
2 Torta	
HELADOS	S/. 2.42
1 Bola	

Cuadros Económicos 5. Costos Proyectados por Unidad

5.6. Costos Proyectados en Soles

Cuadro N° 20: Proyeccion de Costos en Soles					
Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
COMBO 1	S/. 7,392.00	S/. 11,319.00	S/. 13,860.00	S/. 14,322.00	S/. 14,784.00
COMBO 2	S/. 198,780.21	S/. 268,098.44	S/. 329,771.28	S/. 340,984.52	S/. 350,668.69
COMBO 3	S/. 101,938.57	S/. 142,714.00	S/. 180,431.27	S/. 174,314.96	S/. 168,198.64
HELADOS	S/. 9,801.00	S/. 16,117.20	S/. 18,803.40	S/. 18,876.00	S/. 18,876.00
Total	S/. 317,911.79	S/. 438,248.64	S/. 542,865.95	S/. 548,497.48	S/. 552,527.33

Cuadros Económicos 6. Costos Proyectados en Soles

5.7. Gastos Proyectados Administrativos

Cuadro N° 21: Gastos Administrativos

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Personal			
1.2	Administrador	1	S/. 1,000.00	S/. 19,593.33
1.3				
1.4				
2	Gastos Operacionales			
2.1	Publicidad en Facebook	6	S/. 540.00	S/. 3,240.00
2.2	Volantes Publicitarios	4	S/. 130.00	S/. 520.00
2.3	Contador por R.H.	12	S/. 130.00	S/. 1,560.00
2.4	Gasto de alquiler de local	12	S/. 2,500.00	S/. 30,000.00
2.5	Otros Gastos Varios			S/. 300.00
Total				S/. 55,213.33

Cuadros Económicos 7. Gastos Proyectados Administrativos

5.8. Gastos Proyectados de Comercialización

Cuadro N° 22: Gastos de Servicios

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
PERSONAL A MEDIA JORNADA				
1	Personal			
1.1	Barista	3	S/. 500.00	S/. 29,390.00
1.2	Meseros	4	S/. 470.00	S/. 36,835.47
1.3	Cajero	3	S/. 500.00	S/. 29,390.00
1.4	Cuidador	2	S/. 930.00	S/. 36,443.60
1.5	Personal Cocina	4	S/. 500.00	S/. 39,186.67
2	Gastos de Servicios			
2.1	UNIFORMES	10	S/. 7.00	S/. 70.00
2.3	Día del Café - Agosto	1	S/. 300.00	S/. 300.00
2.4	Día de Protección Animal - Octubre	1	S/. 300.00	S/. 300.00
2.5	Servicios de Luz	12	S/. 130.00	S/. 1,560.00
2.6	Servicios de Agua	12	S/. 100.00	S/. 1,200.00
2.7	Servicios de Telefonía e Internet	12	S/. 79.00	S/. 948.00
2.8	Comida para Gatos	12	S/. 150.00	S/. 1,800.00
2.9	Arenero para Gatos	12	S/. 70.00	S/. 840.00
3	Gastos Mantenimiento Gatos			S/. 265.00
3.1	Gas 20k	12	S/. 440.00	S/. 5,280.00
3.2	Gastos Varios			S/. 600.00
Total				184,408.73

Cuadros Económicos 8. Gastos Proyectados de Comercialización

5.9. Flujo Económico

Cuadro N° 01: Flujo de Económico Proyectado

	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos		S/ 570,177.97	S/ 785,847.46	S/ 973,500.00	S/ 983,593.22	S/ 990,813.56
Costos		S/ 317,911.79	S/ 438,248.64	S/ 542,865.95	S/ 548,497.48	S/ 552,527.33
Utilidad Bruta		S/ 252,266.18	S/ 347,598.81	S/ 430,634.05	S/ 435,095.74	S/ 438,286.23
Gastos Administrativos		S/ 55,213.33	S/ 55,213.33	S/ 55,213.33	S/ 55,213.33	S/ 55,213.33
Gastos de Comercialización		S/ 184,408.73	S/ 184,408.73	S/ 184,408.73	S/ 184,408.73	S/ 184,408.73
Utilidad Antes de Impuestos		S/ 12,644.11	S/ 107,976.75	S/ 191,011.98	S/ 195,473.68	S/ 198,664.16
Impuesto Renta 10%		S/ 1,264.41	S/ 6,450.00	S/ 6,450.00	S/ 6,450.00	S/ 6,450.00
Impuesto Renta 29.5%			S/ 12,825.64	S/ 37,321.04	S/ 38,637.23	S/ 39,578.43
Inversión	S/ -38,787.35					
Capital de Trabajo	S/ -112,500.00					
Utilidad Neta	S/ -151,287.35	S/ 11,379.70	S/ 88,701.11	S/ 147,240.95	S/ 150,386.44	S/ 152,635.74

Cuadros Económicos 9. Flujo Económico

5.10. Análisis Económico

COK	26%
VAN	S/ 93,868.09
TIR	46%

EDUARDO HUANCA	S/	37,500.00	S/	7,500.00	28.50%	9.50%
YESSICA CHIPANA	S/	37,500.00	S/	7,500.00	20.00%	6.67%
RUTH CONDORCALLO	S/	37,500.00	S/	7,500.00	30.00%	10.00%
TOTAL	S/	112,500.00	S/	22,500.00	78.50%	26.17%

Cuadros Económicos 10. Análisis Económico

CAPITULO IV

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Decisión de Inversión y Recomendaciones

A través de toda la investigación se concluye que el negocio es rentable y viable por los resultados obtenidos en nuestro flujo económico ,en el que nos muestra que al transcurso de los 5 años obtendremos ganancias extras de S/, 93,868.09 soles, con una TIR del 46% lo que nos indica que el proyecto es aceptable y es factible iniciar actividades relacionadas al rubro de cafeterías que contenga la interacción con gatos, siendo una de las primeras en implementar el cambio de servicio de solo café a poder pasar un momento al lado de gatos mientras bebes café y algún producto complementario.

Decisión de la inversión, como grupo optamos que es viable iniciar actividades en el rubro.

2. **Recomendaciones**

- ✓ Se recomienda tener en cuenta a qué tipo de régimen tributario y la forma jurídica que vamos a optar, siempre viendo los beneficios que nos ofrece cada uno de ellos, lo que nos permitirá poder ahorrar en costos.
- ✓ Se recomienda tener un público objetivo antes de realizar encuestas para poder determinar bien, los gustos, gastos que incurrirían entre otros, dado que los resultados que obtengamos influye en la toma de decisiones, cálculos en la venta e ingresos.
- ✓ Desarrollar un plan de capacitación constante para los empleados, así ellos puedan prestar de una manera eficiente el servicio ofrecido a los consumidores, lo que nos permite lograr la fidelidad por parte de ellos.
- ✓ Se recomienda que al transcurso de los años se busque ofrecer una variedad de productos más amplia de la que contamos actualmente, esto nos ayudarían a aumentar los ingresos considerablemente.

CONCLUSIONES

- Se concluye que el aperturar una cafetería con gatos es nuevo para el público tacneño y a la vez algo único, ya que actualmente existe un gran movimiento en relación a la protección de los animales, y el poder permitir estar en un establecimiento tanto personas como gatos es ideal para la concientización del cuidado de ellos.
- Se concluye que el modelo de negocio canvas aporta gran información inicial sobre el segmento de clientes, actividades claves en el negocio, la estructura de costos, canales, propuesta de valor y el hacer uso de todas estas herramientas en nuestro negocio nos da altas probabilidades de que nuestro negocio sea rentable y sostenible, ya que nos da conocimiento de lo que se posiblemente necesitaremos.
- Concluimos que la oferta de servicios de venta de café va en crecimiento, pero debido a la pandemia actual se han visto afectados, es por ende que ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE se proyecta con una apertura al año 2021, mencionado lo anterior tenemos como conocimiento que dentro del mercado peruano TACNA no se tiene competencia directa, ya que las cafeterías existentes se dedican a brindar un servicio clásico en donde solo ofrecen café y algún producto complementario con ambiente temático y no brindan la oportunidad de disfrutar de una taza de café en compañía

de un gato que puede alegrarnos el día. Cabe decir que para obtener la atención del cliente es favorable establecer métodos de publicidad.

- Se concluye que para la prestación del servicio debe ser directa, desde el momento en que el cliente llega al lugar y realiza el primer contacto visual con el personal de la cafetería Animal Flap Kingdom Coffe y este ordene su pedido a consumir, puede interactuar con los gatos mientras espera su orden.

- Se concluye que para poder obtener un mejor rendimiento de las funciones de nuestro personal es conveniente contratar el método part-time, estos deben de estar capacitados, asimismo definir bien las labores que cada uno realizara, esto nos permitirá establecer la cooperación, trabajo en equipo y concordancia.

Esto nos permite una mejor prestación de servicios.

Para el funcionamiento correcto de la cafetería solo se prescinde de un administrador a tiempo completo.

- Se concluye que la empresa al introducirse al régimen mype tributario obtiene beneficios como microempresa, lo que nos permite que el negocio rentabilice mejor.
- En la evaluación del flujo económico proyectado se concluyó que el negocio es rentable ya que la TIR es de 46%, el VAN asciende a S/. 93,868.09 soles que son ganancias extras obtenidas dentro de los 5 años proyectados.

BIBLIOGRAFIA

- Congreso, G. d. (08 de Enero de 2016). *Leyes Congreso*. Obtenido de Ley de proteccion y bienestar Animal: http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30407.pdf?fbclid=IwAR2nj5LubeD5OZU_5_-2N5q7E4g77CHwo3L82z6-jtPMeqOYtHnaalVQtys
- Gaceta, j. (2018). Ley General de Sociedades (Ley N°26887). En *Ley General de Sociedades (Ley N°26887)* (pág. 944). Lima.
- INEI. (2017). *Instituto Nacional de Estadisticas e Informatica*. Obtenido de Poblacion de Tacna: <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/departamento-de-tacna-cuenta-con-una-poblacion-de-346-mil-habitantes-9270/>
- Maps, G. (s.f.). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Calle+Zela+757,+Tacna+23001/@-18.0108664,-70.2478433,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x915acf64b13ad5fd:0x4a954387b70f77b1!8m2!3d-18.0108664!4d-70.2478433>
- Peruano, G. (25 de Noviembre de 2019). *Plataforma Digital Unica del Estado Peruano*. Obtenido de Régimenen MYPE Tributario -RMT: https://www.gob.pe/6990-superintendencia-nacional-de-aduanas-y-de-administracion-tributaria-regimen-mype-tributario-rmt?fbclid=IwAR2NePnUV6Bb2Jnefl67b1P-y4iUo4e-aqHoe40U_hErOZDPACGnfc2IISI

Sunarp. (s.f.). *Sunarp*. Obtenido de Constitucion de tu empresa:

<https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/post/2018/08/03/constituye-tu-empresa-en-seis-pasos>

SUNAT. (s.f.). *SUNAT*. Obtenido de Impuestos a pagar:

<http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/regimen-mype-tributario/6829-05-impuestos-a-pagar>

Wikipedia. (30 de Abril de 2020). *Departamento de Tacna*. Obtenido de

https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento_de_Tacna

ANEXOS

ANEXO 1

ANIMAL FLAP KINGDOM COFFE

ENCUESTA SOBRE LA APERTURA DE UNA CAFETERIA PET FRIENDLY

**INDICACIÓN: CONTESTE EL PRESENTE CUESTIONARIO SEGÚN SU
CRITERIO**

1. Cuál es su género

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino

2. Cuál es su edad

- ☐ Entre 18 - 30
- ☐ Entre 31 – 50
- ☐ De 50 a más

3. Con que frecuencia consume usted café?

- ☐ Frecuente
- ☐ Casi frecuente
- ☐ Poco frecuente
- ☐ Nunca

4. En que momento del día suele consumir café?

- ☐ Mañana
- ☐ Tarde
- ☐ Noche

5. Con que frecuencia visita una cafetería?

- ☐ Frecuente
- ☐ Casi frecuente
- ☐ Poco frecuente
- ☐ Nunca

6. Cuál es el motivo por el cual visita una cafetería?

- ☐ Consumir café
- ☐ Consumir algún postre
- ☐ Reuniones de negocio
- ☐ Un momento de distracción
- ☐ Compartir con otras personas

7. Con quién(es) suele visitar una cafetería?

- ☐ Familia
- ☐ Amigos
- ☐ Compañeros de trabajo
- ☐ Compañero(a) sentimental
- ☐ Solo(a)

8. Posee usted algún tipo de mascota?

- ☐ Si
- ☐ No

9. Que opina acerca de una cafetería que le preste el servicio de interactuar con gatos?

- ☐ Me parece muy bien
- ☐ No estoy interesado

- ☐ No me parece adecuado

10. cuanto estas dispuesto a pagar por una taza de café?

- ☐ 6-7 soles
- ☐ 8-9 soles
- ☐ 10-11 soles

11. En qué sector de la ciudad le gustaría que se ubique la cafetería?

- ☐ Ciudad Nueva
- ☐ Alto de la Alianza
- ☐ Centro
- ☐ Cnel. Gregorio Albarracín

12. Acudiría con su familia a compartir un momento agradable en este nuevo concepto?

- ☐ Si
- ☐ No

13. Según la imagen, en la escala de 1 al 10, ¿cómo calificaría la presentación de la cafetería? (Donde 1 es la calificación más baja y 10 excelente)



ANEXO 2

Cuadro N° 03: Inversion en Activos - Produccion

N°	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Maquinaria profesional de café	1		S/ 4,800.00
2	Batidora	1		S/ 230.00
3	Refrigeradora	1		S/ 1,880.00
4	microondas	1		S/ 320.00
5	Mesón	1		S/ 125.00
6	Sillas	4	S/ 28.00	S/ 112.00
7	Utensilios varios			S/ 750.00
8	Cocina			S/ 320.00
Total				7,355.00

ANEXO 3

Cuadro N° 04: Inversion en Activos - Administracion

N°	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Computadora	1		S/ 1,500.00
2	Impresora	1		S/ 250.00
3	Escritorio de melamina	1		S/ 450.00
4	Sillas de oficina	1		S/ 125.00
5	estante de archivadores	1		S/ 149.00
6	Articulos de oficina varios			S/ 110.00
Total				2,584.00

ANEXO 4

Cuadro N° 05: Inversion en Activos - Comercializacion

N°	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Juego de sillas y mesa tematica			S/ 8,000.00
2	Vitrina refrigeradora	1		S/ 4,900.00
3	Casa de gato	2		S/ 130.00
4	Repisas	5	S/ 35.00	S/ 175.00
5	Arbol para gatos	3	S/ 270.00	S/ 810.00
6	Gimnasio para Gatos	2	S/ 220.00	S/ 440.00
7	Caja Registradora	1		S/ 890.00
8	Sillones de Sala	1	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
9	Remodelacion del local			S/ 2,880.00
10	Set de Decoracion General			S/ 4,500.00
11	Equipo de Musica y Proyeccion			S/ 3,100.00
12	Mostrador para la Atención			S/ 450.00
Total				27,475.00

ANEXO 5

Cuadro N° 06: Tramites Legales

N°	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Licencia municipal			S/ 259.50
2	Busqueda de nombre			S/ 5.00
3	Reserva de nombre			S/ 21.00
4	Elaboracion del acto constituido			S/ 200.00
5	Legalizacion de libros			S/ 80.00
6	Seguridad en Defensa civil			S/ 223.00
7	Derechos Notariales			S/ 20.00
8	Gastos vinculados			S/ 50.00
9	Permiso Sanitario			S/ 390.00
10	Gastos vinculados			
Total				1,248.50

ANEXO 6

Cuadro N° 08: Proyeccion de Ingresos en Unidades - Año 01

	Temporada Media Alta				Temporada Promedio					Temporada Alta			
Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
COMBO 1	30	60	30	30	60	90	90	120	90	120	120	120	960
COMBO 2	570	810	510	540	690	900	930	1440	1170	1410	1350	1380	11700
COMBO 3	120	210	120	120	150	240	240	390	300	390	360	360	3000
HELADOS	450	450	480	300	390	240	240	450	120	330	360	240	4050
Total	1170	1530	1140	990	1290	1470	1500	2400	1680	2250	2190	2100	19710

Cuadro N° 09: Proyeccion de Ingresos en Unidades - Año 02

	Temporada Media Alta				Temporada Promedio					Temporada Alta			
Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
COMBO 1	60	120	90	90	120	120	120	150	120	180	150	150	1470
COMBO 2	750	1290	1020	990	1200	1290	1260	1650	1350	1800	1680	1500	15780
COMBO 3	180	330	270	240	330	330	330	450	360	510	450	420	4200
HELADOS	720	780	780	540	450	330	330	810	240	690	570	420	6660
Total	1710	2520	2160	1860	2100	2070	2040	3060	2070	3180	2850	2490	28110

Cuadro N° 10: Proyeccion de Ingresos en Unidades - Año 03

	Temporada Media Alta				Temporada Promedio					Temporada Alta			
Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
COMBO 1	90	150	120	120	150	150	150	180	150	180	180	180	1800
COMBO 2	1080	1500	1260	1320	1500	1620	1680	1980	1560	1920	1980	2010	19410
COMBO 3	270	420	330	360	420	450	450	540	420	540	540	570	5310
HELADOS	810	780	810	570	540	450	420	900	360	840	690	600	7770
Total	2250	2850	2520	2370	2610	2670	2700	3600	2490	3480	3390	3360	34290

Cuadro N° 11: Proyeccion de Ingresos en Unidades - Año 04

	Temporada Media Alta				Temporada Promedio					Temporada Alta			
Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
COMBO 1	120	150	120	120	150	150	150	210	150	150	180	210	1860
COMBO 2	1230	1560	1290	1320	1560	1710	1680	2100	1680	1740	2070	2130	20070
COMBO 3	300	390	300	330	390	450	420	570	420	450	540	570	5130
HELADOS	870	900	720	450	570	450	450	900	330	840	690	630	7800
Total	2520	3000	2430	2220	2670	2760	2700	3780	2580	3180	3480	3540	34860

Cuadro N° 12: Proyeccion de Ingresos en Unidades - Año 05

	Temporada Media Alta				Temporada Promedio					Temporada Alta			
Productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Anual
COMBO 1	120	150	120	120	150	150	150	210	150	210	180	210	1920
COMBO 2	1230	1560	1290	1320	1560	1710	1680	2100	1680	2310	2070	2130	20640
COMBO 3	270	360	270	300	360	420	390	540	390	600	510	540	4950
HELADOS	840	810	780	570	570	420	450	900	330	840	690	600	7800
Total	2460	2880	2460	2310	2640	2700	2670	3750	2550	3960	3450	3480	35310

ANEXO 7

Cuadro N° 16: Costo Unitario "COMBO 1"

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Materias Primas			S/. 7.00
1.1	1 Lu Caffé	100 gr	S/. 1.70	S/. 1.70
1.2	Leche		S/. 2.20	S/. 2.20
1.3	Azúcar		S/. 0.10	S/. 0.10
1.4	Tajada de Torta	1 t	S/. 3.00	S/. 3.00
2	Mermas (10%)			S/. 0.70
Total				S/. 7.70

Cuadro N° 17: Costo Unitario "COMBO 2"

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Materias Primas			S/. 15.45
1.1	1 Lu Caffé	100 gr	S/. 1.70	S/. 3.40
1.2	Leche		S/. 2.20	S/. 4.40
1.3	Azúcar		S/. 0.10	S/. 0.20
1.4	Tajada de Torta	1 t	S/. 3.00	S/. 3.00
1.5	Pan Ciabatta	1	S/. 0.30	S/. 0.30
1.6	Pollo	150 gr	S/. 2.30	S/. 2.30
1.7	Aguacate	1/3	S/. 0.67	S/. 0.67
1.8	Tomates	1/2	S/. 0.20	S/. 0.20
1.9	Luchugas	100 gr	S/. 0.15	S/. 0.15
2	Mayonesa	1c	S/. 0.43	S/. 0.43
2.1	Aceite	1c	S/. 0.30	S/. 0.30
2.2	Otros		S/. 0.10	S/. 0.10
2	Mermas (10%)			S/. 1.54

Cuadro N° 18: Costo Unitario "COMBO 3"

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Materias Primas			S/. 30.89
1.1	1 Lu Caffé	100 gr	S/. 1.70	S/. 6.80
1.2	Leche		S/. 2.20	S/. 8.80
1.3	Azúcar		S/. 0.10	S/. 0.40
1.4	Tajada de Torta	1 t	S/. 3.00	S/. 6.00
1.5	Pan Ciabatta	1	S/. 0.30	S/. 0.60
1.6	Pollo	150 gr	S/. 2.30	S/. 4.60
1.7	Aguacate	1/3	S/. 0.67	S/. 1.33
1.8	Tomates	1/2	S/. 0.20	S/. 0.40
1.9	Luchugas	100 gr	S/. 0.15	S/. 0.30
2	Mayonesa	1c	S/. 0.43	S/. 0.86
2.1	Aceite	1c	S/. 0.30	S/. 0.60
2.2	Otros		S/. 0.10	S/. 0.20
2	Mermas (10%)			S/. 3.09
Total				S/. 33.98

Cuadro N° 19: Costo Unitario "HELADOS"

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Materias Primas			2.20
1.1	1 Bola			2.20
2	Mermas (10%)			0.22
Total				2.42