



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**Plan de Negocio de Cafetería
en la ciudad de Iquitos,
año 2018**

Autora:

Gonzales Rengifo, Sandra.

**Para optar por el título profesional
de Contador Público**

**Iquitos – Perú
2018**

DEDICATORIA

Mi trabajo de investigación se le dedico con todo mi amor y cariño a mi amado esposo German Molina Ferro, por su comprensión y por creer en mi capacidad.

A mi amada hija Irenita Aracely, por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos dejara un futuro mejor.

A mi amada madre quien con sus palabras de aliento no me dejaba decaer para que siguiera adelante y siempre sea perseverante y cumpla con mis ideales

Sandra

AGRADECIMIENTO

A mis compañeros y amigos presentes y pasados, quienes sin esperar a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante esos cinco años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

Gracias a todos.

Sandra



FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 11:00 horas del día 30 del mes de Mayo del año Dos mil dieciocho, se reunieron en el aula de Grados y Títulos de la Universidad Científica del Perú, el Jurado Examinador, que lo conforman:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán	Presidente
CPC Luis Paima Linares	Miembro
CPC Juan D'Azevedo Collins	Miembro

Para evaluar la sustentación de la Bachiller:

GONZÁLES RENGIFO SANDRA

En la modalidad de INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL, titulado: **PLAN DE NEGOCIO DE CAFETERÍA EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2018.**

Después de las deliberaciones correspondientes, se procedió a evaluar, teniendo como resultado:

INDICADORES	EXAMINADOR	EXAMINADOR	EXAMINADOR
	1 Presidente	2 Miembro	3 Miembro
K) Dominio del tema	3	3	3
L) Calidad de redacción	3	3	3
M) Competencia expositiva, argumentación y coherencia.	3	3	3
N) Calidad de respuestas	3	3	3
O) Uso de terminología especializada.	3	4	4
Calificación final	15	10	16

Leyenda:

Indicador	Descripción	Puntaje
A	Deficiente	1
B	Regular	2
C	Satisfactoria	3
D	Óptima	4

EVALUACIÓN FINAL:

- ✓ Aprobado por Unanimidad.
- ✓ Aprobado por Mayoría.
- ✓ Desaprobado.

El JURADO considera: APROBADO POR UNANIMIDAD la sustentación.

Presidente :

.....
Firma

Miembro :

.....
Firma

Miembro :

.....
Firma.

ÌNDICE DE CONTENIDO

Página

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
I. INFORMACIÓN GENERAL	3
1.1 Nombre del negocio	3
1.2 Actividad empresarial	3
1.3 Idea de negocio	4
II. PLAN DE MARKETING	5
2.1. Necesidades de los clientes	5
2.2. Demanda actual y tendencias	8
2.2.1. Mercado potencial	8
2.2.2. Consumidores potenciales	10
2.3. Oferta actual y tendencias	12
2.4. Investigación de mercado	13
2.4.1. Resultados de la investigación de mercado	15
2.5. Programa de Marketing	22
2.5.1. El producto	22
2.5.2. El precio	29
2.5.3. La promoción	30
2.5.4 La cadena de distribución	31
3. PLAN DE OPERACIONES	33
3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento	33
3.2. El proceso productivo	34
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	37
4.1. La organización	37
4.2. Puestos, tareas y funciones	37

6.3	Condiciones laborales	39
6.4	Régimen tributario	39
5.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	40
5.1.	Estudio económico.....	40
5.2.	Estudio financiero.....	43
	CONCLUSIONES	48
	BIBLIOGRAFÍA.....	49
	ANEXO N° 01	52

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 1. Servicios de preparación de comida y bebida (Clasificación Industrial Internacional Uniforme).....	3
Cuadro N° 2. Delicious Coffee, ciudad de Iquitos, 2018.	12
Cuadro N° 3. Precio de taza de café, 2018.	29
Cuadro N° 4. Detalle de Publicidad en Paneles Electrónicos.	31

ÌNDICE DE GRÀFICOS

	Página
Grafico N° 1 Consumo de cafés por edades en Lima, 2018.	10
Grafico N° 2. Consumo de tazas de café por día	11
Gráfico N° 3 Porcentaje de encuestados por Género.....	15
Grafico N° 4 Frecuencia de toma de café.....	16
Grafico N° 5. Hora del día en que bebe café.....	16
Grafico N° 6. ¿Cuál es tu café favorito?	17
Grafico N° 7. Regularidad de asistencia a una cafetería.....	17
Grafico N° 8. Lugar de preferencia	18
Grafico N° 9. Importancia de la ubicación y seguridad del local	18
Grafico N° 10. Importancia de precios.....	19
Grafico N° 11. Atención Personalizada	19
Grafico N° 12. Variedad de bebidas e infusiones	20
Grafico N° 13. Limpieza de los Servicios Higiénicos	20
Grafico N° 14. Importancia de la decoración y ambientación.....	21
Grafico N° 15. Importancia de música ambiental	21
Grafico N° 16. Importancia de lugar de estacionamiento.....	22

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 1. Logo de la empresa, 2018.	3
Figura N° 2. El café como producto en un momento social entre las persona.....	7
Figura N° 3. Marcas de café en el mercado peruano per cápita, 2018.....	9
Figura N° 4. Logo Delicious Coffee.....	23
Figura N° 5. Características del Servicio.	25
Figura N° 6. Atributos de Delicious Coffee	25
Figura N° 7. Taza de café.....	26
Figura N° 8. Máquina de Café	26
Figura N° 9. Maquina Tostadora de Café	27
Figura N° 10. Guantes.	27
Figura N° 11. Postres	28
Figura N° 12. Cupcakes.....	28
Figura N° 13. La carta con los precios de los productos.....	29
Figura N° 14. Ubicación de local de Delicious Coffe, 2018.	31
Figura N° 15. Referencia gráfica de ubicación de local, 2018.....	32
Figura N° 16. Marcas de café en el mercado peruano, 2018.....	34

ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS

Flujograma N° 1. Compras y adquisiciones “Delicious Coffee”, ciudad de Iquitos, 2018.	33
Flujograma N° 2. Flujo del proceso productivo del servicio de Delicious Coffe, ciudad de Iquitos, 2018.	35

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla N°1. Inversión Inicial.....	40
Tabla N°2. Comportamiento del mercado: tendencias y participación	41
Tabla N°3. Ingresos de Ventas.....	41
Tabla N°4. Gastos administrativos.....	42
Tabla N°5. Gastos comerciales.....	42
Tabla N°6. Gastos pre operativos.....	43
Tabla N°7. Inversión en activos fijos.....	43
Tabla N°8. Depreciación y amortización en activos fijos.....	44
Tabla N°9. Programa de endeudamiento.....	44
Tabla N°10. Estado de resultados económicos.....	46
Tabla N°11. Tributación del proyecto.....	46
Tabla N°12. Flujo de caja.....	47

ÍNDICE DE ANEXOS

	Página
Anexo N° 1. Cálculo de la muestra para investigación de mercado.....	53
Anexo N°2. Encuesta para investigación de mercado.....	54

RESUMEN

La presente investigación se realiza sobre la viabilidad de un emprendimiento de negocio sobre el gusto de beber café, el cual se detalla como una cafetería acogedora en la ciudad de Iquitos, un lugar caracterizado por tener un ambiente agradable, donde pasar el tiempo, poder disfrutar de un buen café o té de hierbas variedad de snacks para comer, desde algo natural como frutas y ensaladas, o algo más tentativo como galletas y helados, y disfrutar además de un agradable y acogedor ambiente de tertulia y conversación.

Palabras claves: Plan de negocios; emprendimiento; café, cafetería; clientes.

ABSTRACT

This research is carried out on the viability of a business venture about the taste of drinking coffee, which is detailed as a cozy cafeteria in the city of Iquitos, a place characterized by having a pleasant atmosphere, where to pass the time, to enjoy from a good coffee or herbal tea variety of snacks to eat, from something natural like fruits and salads, or something more tentative like cookies and ice cream, and also enjoy a pleasant and cozy atmosphere of social gathering and conversation.

Keywords: Business plan; entrepreneurship; coffee, cafeteria; customers

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre: Delicious Coffee.

Localización: ciudad de Iquitos, departamento Loreto, Perú.

Sector de actividad: Servicios de café y/o desayunos

Figura N° 1. Logo de la empresa, 2018.



Fuente: La autora.

1.2 Actividad empresarial

Cuadro N° 1. Servicios de preparación de comida y bebida (Clasificación Industrial Internacional Uniforme)

R	Actividades de servicio de comidas y bebidas		
	5610	Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	
		5621	Suministro de comidas por encargo
		5629	Otras actividades de servicio de comidas
		5630	Actividades de servicio de bebidas

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI, 2015)

1.3 Idea de negocio

Se busca satisfacer las necesidades de encontrar un espacio donde puedan conversar aspectos sociales, familiares y de negocios tomando una variedad de productos desde un café simple hasta café segmentado por cada grupo de edades.

Además los clientes necesitan ambientes cómodos con espacios para dos personas o para muchas personas donde tengan tranquilidad y seguridad, además quieren encontrar variedad de postres, y delicias de la repostería nacional, e internacional.

Delicious Coffee, ofrece un concepto distinto a las actuales cafeterías, que existen, hoy en día, un acogedor espacio de reunión para los amantes al café, té y repostería: un lugar de encuentro, contará con un agradable ambiente con una excelente atención y decoración acorde a sus necesidades.

Contará con una cálida atmosfera, con música ambiental, que no sea estridente, y por el contrario propicie, la charla la conversación, el momento amigable, y fundamentalmente, se busca crear relaciones cercanas y duraderas con nuestros clientes, basadas en la satisfacción de estos mismos, por ello Delicious Coffee, debe estar constantemente buscando innovaciones y nuevos productos, que beneficien la calidad de vida de los clientes, para que ellos estén cómodos, confiados y agradados con nuestros saludables y naturales productos que mejoran su calidad de vida.

Los clientes están agrupados por edades como pueden ser mujeres, jóvenes, familias o grupos de amigos quienes desean celebrar alguna fecha memorable o algún acto institucional, como también momentos románticos.

II. PLAN DE MARKETING

2.1. Necesidades de los clientes

La necesidad de lugares de reunión, y en la que se pueda departir, además de consumir, un producto saludable como es el café, que de acuerdo con últimos estudios científicos propiciaría beneficios, contrario a los mitos que antaño se creía, y que así lo señala el Dr. Peter Kistler, director de electrofisiología del Hospital Alfred y el Instituto Cardíaco y de la Diabetes Baker, en Melbourne "Encontramos que el café no tiene efectos nocivos en el ritmo cardíaco, y de hecho, hasta tres tazas de café al día podrían resultar protectoras" (Reinberg, 2018).

Otros médicos también coinciden en señalar tales beneficios y son más enfáticos en señalarlo como el Dr. Eliseo Guallar, profesor del departamento de epidemiología y medicina de la Escuela de Salud Pública Bloomberg de la Universidad de Johns Hopkins, en Baltimore. "Encontramos que beber de tres a cinco tazas al día se asociaba con menos acumulación de calcio en las arterias" (Pagé H, 2018), e igualmente lo señaló el investigador, el Dr. Gregg Fonarow, profesor de cardiología de la Universidad de California en Los Ángeles, quien dijo que "múltiples estudios han mostrado que el consumo de café se asocia con un riesgo más bajo de ataques cardíacos y accidentes cerebrovasculares, y el riesgo más bajo se observa con entre tres y cinco tazas de café al día". (Pagé H, 2018).

Por tanto si combinamos la necesidad de las personas en general de reunirse para charlar, para encontrarse con amigos, y/o tertulia en general, y el tener costumbres de alimentación saludables, las cafeterías hoy en día se constituyen en el lugar ideal para dicho encuentro, y más aún con la posibilidad de degustar, un producto natural y antioxidante, como es el café.

Por lo expuesto, la propuesta de negocio, se orienta a ser análoga, a la cadena Starbucks que se considera que "es el fenómeno del café de las últimas décadas. Una marca, en donde la idea de un café de lujo y un lugar chic para

reunirse con amigos ya están consagradas en el inconsciente colectivo. Actualmente, la cadena posee más de 16 mil sucursales en diversos países del mundo y su prestigio es reconocido a nivel mundial”, (Entrepreneur, 2011), sin embargo, tomará en cuenta el contexto sobre el cual desarrollaremos el negocio, además, que no sólo podría enfocarse en los habitantes de Iquitos, en general, si no de manera introductoria atraer a los turistas, que cada vez más visitan nuestra región, dada la publicidad, con que contamos al ser una de las “Maravillas Naturales del Orbe”.

La propuesta está basada en lo que como pauta nos señala la realidad, en Iquitos, ya existe un mercado, para este servicio, de cafetería, y que además le permite pasar un momento agradable, con amistades.

Es importante señalar además que los galardones que ganan los productores de café peruanos, repercute, en crear las condiciones de mercado, para propiciar el consumo masivo de este grano, como es el caso del café puneño, originario de pequeños productores de café. (La República, 2018)

El negocio busca satisfacer las necesidad de lograr momentos agradables de conversaciòn acompañados de un sorbo de café. Además, acompaña al café un sandwich, una torta.

Figura N° 2. El café como producto en un momento social entre las persona



Fuente: (Epimg, 2011)

El Ing. Alfonso Velasquez. presidente ejecutivo de Sierra Exportadora, manifiesta que “actualmente el consumo de café por persona en el Perú alcanza los 650 gramos (0.650 Kg), cifra inferior respecto a Colombia y Brasil, en donde el consumo per cápita es de 5.6 kilos cada año, y Europa donde la ingesta de este grano es de 8 kilos”. (Redaccion EC, 2014)

Explicó que el consumo de café debería triplicarse en los próximos dos años y alcanzar los tres kilos, y de esa manera se estará consumiendo todo el café que el Perú produce, generando mayor inversión, productividad y bienestar en las zonas productoras del café, vinculadas aún a lugares de pobreza.

Además, manifestó que “el café en el Perú está conformado por 225,000 familias, que representa más de 400,000 hectáreas en 11 regiones que producen café. La producción de café ha tenido una caída en los últimos tres años, pero mientras tanto, se tiene que promover el consumo interno”.

También indicó que con la finalidad de impulsar el consumo del café peruano, 12 cafés especiales asesorados por Sierra Exportadora se promoverán durante el Perumin – 32 Convención Minera, evento que se realizará del 21 al 25 de setiembre en la ciudad de Arequipa. (Redaccion EC, 2014)

(Córdova Marchena, 2017), presidente de la Junta Nacional del Café, expresó que “las exportaciones de café sumaron **399** millones de dólares en el período enero-setiembre del presente año, contra **421** millones del año pasado, afectando la economía de miles de pequeños agricultores, y la cadena de pagos por deudas contraídas con el Banco Agropecuario”.

Además, agregó que “el volumen embarcado en este período fue de 2 millones 990 mil quintales, ligeramente menor del 2016 que sumaron 3 millones 4 mil quintales. Con estos resultados los ejecutivos de cooperativas y empresas cafetaleras consideran que hasta diciembre las exportaciones cafetaleras caerían 4%, distante de los estimados superiores de 5% en comparación al año pasado”. (Córdova Marchena, 2017)

2.2. Demanda actual y tendencias

2.2.1. Mercado potencial

La cultura cafetera poco a poco se está introduciendo cada vez en Iquitos, tanto así que en los últimos cinco años este mercado creció el 5%, un valor alcanzado a S/. 124.45 millones del año 2014. (Gestión, 2016)

Ante la caída del precio y las ventas del café en el mercado global, los productores de cafés especiales han encontrado una respuesta favorable en el mercado interno y durante el 2015 han comercializado S/ 16.88 millones en ese producto para el consumo local, lo que significó un aumento de 170% con relación a los S/ 6.25 millones reportados en el 2014. (Gestión, 2016)

El Perú es el segundo productor y exportador de cafés especiales después de México, y cuenta con 90,000 hectáreas destinadas a este cultivo, precisó Sierra Exportadora. (Gestión, 2016)

Figura N° 3. Marcas de café en el mercado peruano per cápita, 2018



Fuente: (Diario Gestión, 2015)

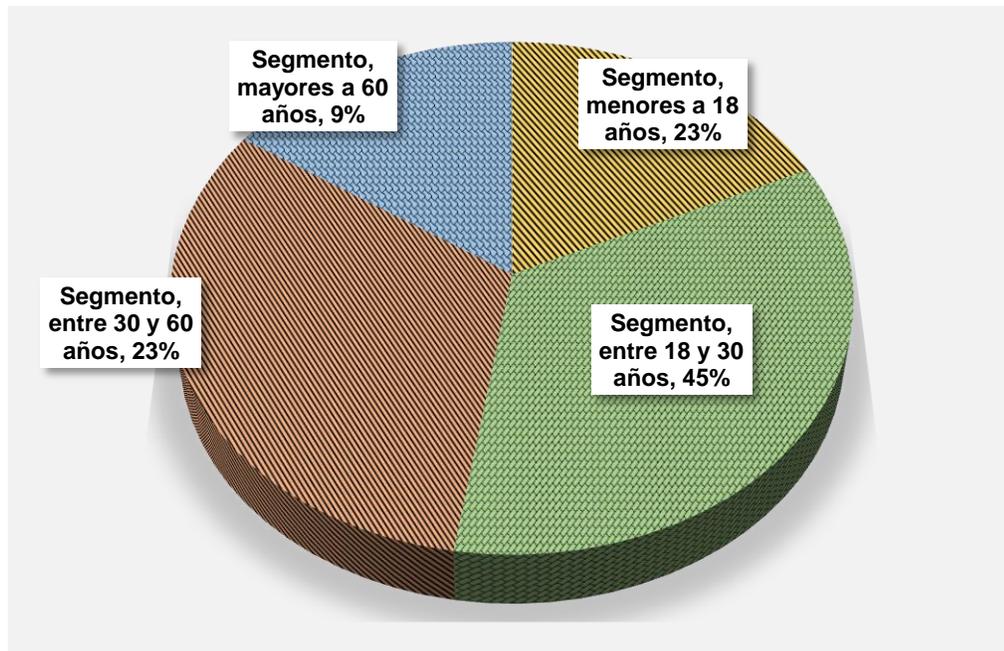
Actualmente el consumo de café por persona en el Perú alcanza los 650 gramos (0.650 Kg), cifra inferior respecto a Colombia y Brasil, en donde el consumo per cápita es de 5.6 kilos cada año, y Europa donde la ingesta de este grano es de 8 kilos, informó Alfonso Velásquez, presidente ejecutivo de Sierra Exportadora. Explicó que el consumo de café debería triplicarse en los próximos dos años y alcanzar los tres kilos, y de esa manera se estará consumiendo todo el café que el Perú produce, generando mayor inversión, productividad y bienestar en las zonas productoras del café, vinculadas aún a lugares de pobreza. (Diario Gestión, 2015)

2.2.2. Consumidores potenciales

De acuerdo a lo analizado, los consumidores potenciales son los jóvenes y adultos, profesionales, estudiantes universitarios entre las edades de 18 a mayores de 60 años de género masculino y femenino.

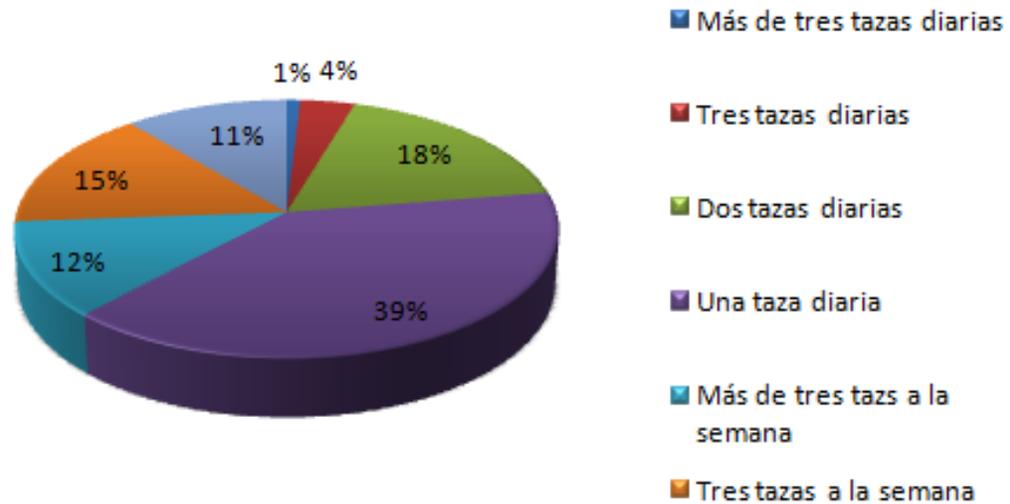
Pueden venir entre amigos, familias, personas provenientes de instituciones, empresas o entidades educativas; y las reservas se harán de manera anticipada ya sea llamando al local o escribiendo en la página.

Grafico N° 1 Consumo de cafés por edades en Lima, 2018.



Fuente: (La República, 2016).

Grafico N° 2. Consumo de tazas de café por día



Fuente: (Wood et al., 2014)

En este gráfico muestra los resultados del mismo estudio de la Universidad Finnis Terrae realizado en el 2012 y citado en el informe de Título profesional del señor Wood, y otros autores, en donde muestra las mismas personas cuantas tazas de café consumen al día, en donde se puede apreciar que la mayoría de ellos toma sólo una taza de café al día, lo que se debe al efecto nocivo que tiene la cafeína si se ingiere más de 400 mg diarios según la revista Botanical, en donde incurren que dosis más grandes que esas diarias puede causar daños en el sistema nervioso, como acidez, nerviosismo, insomnio, taquicardia, zumbidos en los oídos, temblores y espasmos musculares entre otros. (Wood et al., 2014)

Es así también que ha surgido el café verde, un tipo de grano de café sin tostar ni torrar, el cual posee una menor dosis de cafeína que el café regular, y tiene efectos distintos, como la sensación de saciedad, para ayudar a controlar la ingesta de alimentos y ayuda a la pérdida de peso a las personas.

2.3. Oferta actual y tendencias

En la ciudad de Iquitos se encuentran localizadas otras cafeterías que están situados en diferentes sectores y a los cuales se les considera competencia para el proyecto.

Cuadro N° 2. Delicious Coffee, ciudad de Iquitos, 2018.

Información de la empresa	
Información General:	
Dirección	Av. Participación N°278 – Iquitos
Teléfono	931870293
Website	<i>Delicious Coffee.com</i>
E-mail	deliciouscoffeeiquitos@gmail.com
Descripción del producto:	
<i>Delicious Coffe</i> está cerca al centro de la ciudad de Iquitos.	
Bienes y servicios que presta:	
1	Venta de postres y helados
2	Ambiente refrigerado
3	Venta de comidas y bebidas
Factores diferenciadores del producto o servicio:	
1	Atención de calidad
2	Se encuentra un poco lejos de la ciudad
Formas de pago:	Al contado
Descuentos:	Ninguno inicialmente

Fuente: La autora.

Cuadro N°3 Competencia de *Delicious Coffee, ciudad de Iquitos, 2018*

Empresa	Producto	Precio S/.
La Mona cafetería Nauta 656	Taza de Café Americano	6.00
Cafezinho Café Jirón	Taza de Café Americano	6.5

Nauta 250		
Karma Café Napo 138	Taza de Café Americano	6.00
Espresso Café Bar Jirón Próspero 418	Taza de Café Americano	7.00

Fuente: La autora.

2.4. Investigación de mercado

La viabilidad de la propuesta de negocio, se fundamentó además en la consideración de realizar una investigación de mercado, que pueda verificar la posibilidad de nuestra oferta, en ese sentido la Ficha Técnica (López Altamirano, 2011) que se ha seguido para realizar un estudio de mercado:

1. Determinación de los objetivos de la investigación.

Corroborar la preferencia por una nueva propuesta de cafetería en Iquitos.

2. Descripción del universo.

El universo está constituido por la población urbana, del Distrito de Iquitos

Cuadro N° 01

Grupos Poblacionales de los distritos de potencial de mercado

Distritos	Edades				Total
	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	
Iquitos	28,414	22,962	18,981	14,533	84,890
Punchana	17,104	13,736	10,754	6,915	48,509
Belén	13,543	11,597	8,666	5,692	39,498
TOTAL	59,061	48,295	38,401	27,140	172,897

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, 2010)

La población entonces para la investigación es la considerada de los distritos de Iquitos, Belén, y San Juan Bautista, ya que de acuerdo con nuestra propuesta, el local de Delicious coffe, se encuentra ubicado, a 2 cuadras, de la Plaza Bolognesi de Iquitos (uno de los centros de encuentro social y comercial de la ciudad), un lugar turístico, ya que se encuentra también el denominado Cerro “Palmeras”

3. Tamaño muestral.

Metodología de selección de la muestra de estudio de la presente investigación se constituirá tomando los siguientes criterios:

- a. Las personas que concurren a la plaza Bolognesi, y circulan en calles aledañas, a las snacks, heladerías cercanos a “Delicious Coffe”.
- b. Tamaño de la muestra. La selección de las personas que se encuestó, se hizo por muestreo probabilístico, y el tamaño es:

$$n = \frac{(Z)^2 (p) \cdot (q)}{E^2} \quad n =$$

Donde:

Z : Coeficiente de confiabilidad. En un nivel de confianza del 95 %, es 1.96.

p : Proporción estimada. Asumiendo P = 50 %

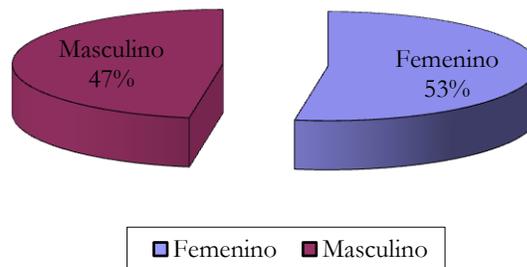
E : Error o precisión. Asumiendo E = 5 %

Tamaño de la muestra para una población de 172,897 habitantes, es 138, personas a encuestar (para el cálculo, se utilizó una aplicación macro de cálculo en Excel: (Anexo N° 01).

4. Margen de confianza y margen de error con el que se presentan los resultados. + 5%, -5%
5. Técnica aplicada para realizar el trabajo de campo: a través de un cuestionario de preguntas (Anexo N° 02)
6. Período de recogida de la información; se realizó, entre los meses de noviembre del 2017 y marzo del 2018.

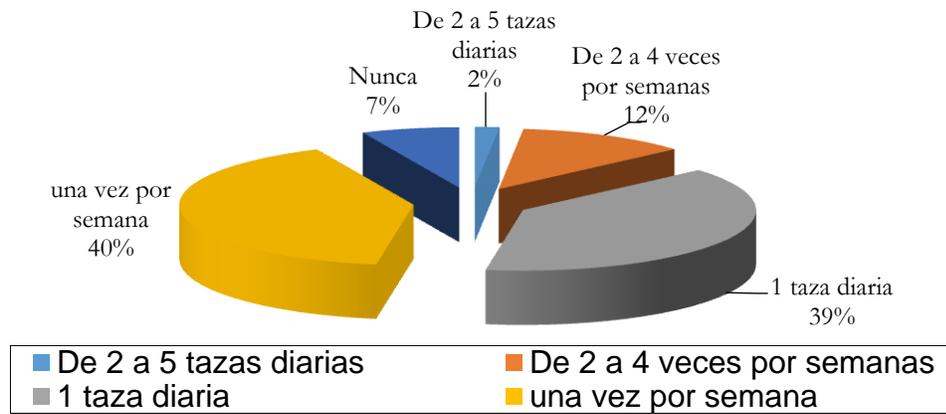
2.4.1. Resultados de la investigación de mercado

Gráfico N° 3 Porcentaje de encuestados por Género



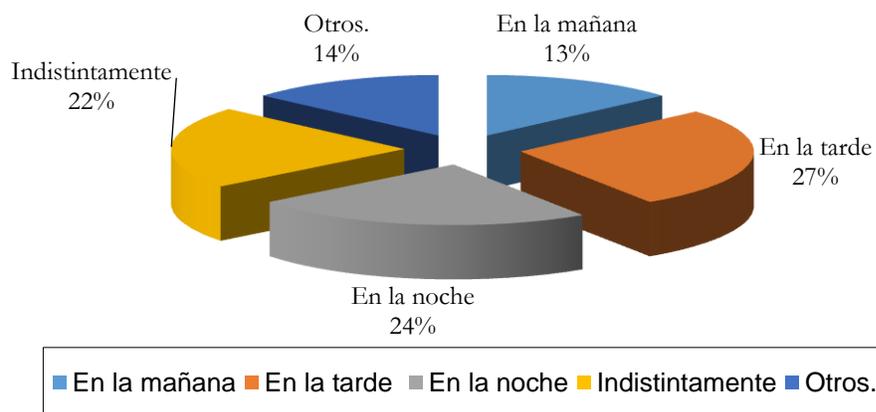
De los encuestados, 47% son de género masculino y 53% de género femenino.

Grafico N° 4 Frecuencia de toma de café



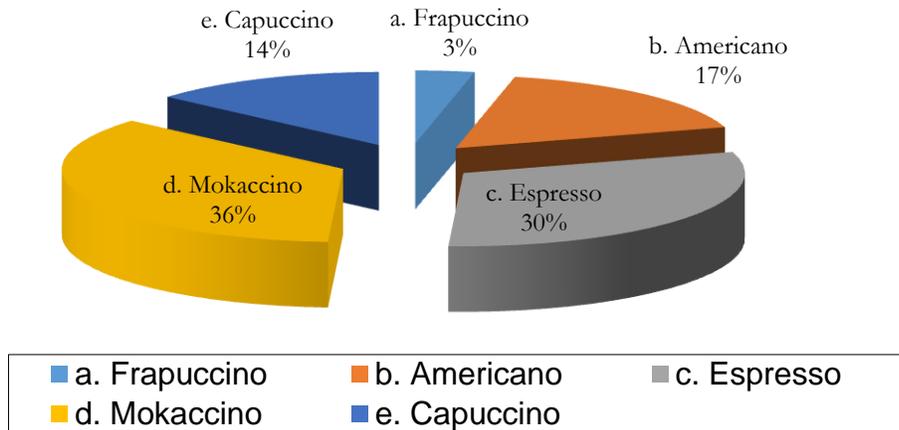
A la consulta de la frecuencia con que tomaba café los encuestados respondieron, en un 39% 1 taza diaria, 40% una vez por semana, un 12% de 2 a 4 veces por semana, un 2% de 2 a 5 tazas diarias, y 7% nunca.

Grafico N° 5. Hora del día en que bebe café



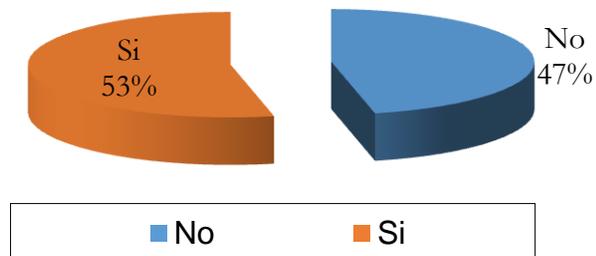
Ante la consulta, que hora es la que beben café, 24% respondieron en la noche, 27% en la tarde, indistintamente 22%, en la mañana 13%, y otros 14%.

Grafico N° 6. ¿Cuál es tu café favorito?



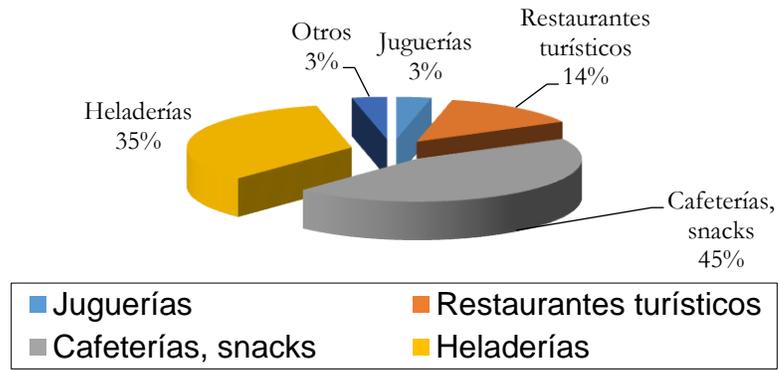
Respondieron a la pregunta de cuál es su café favorito, mokaccino, 36%, espresso 30%, americano 17%, y 14% capuccino, y 3% frapuccino.

Grafico N° 7. Regularidad de asistencia a una cafetería



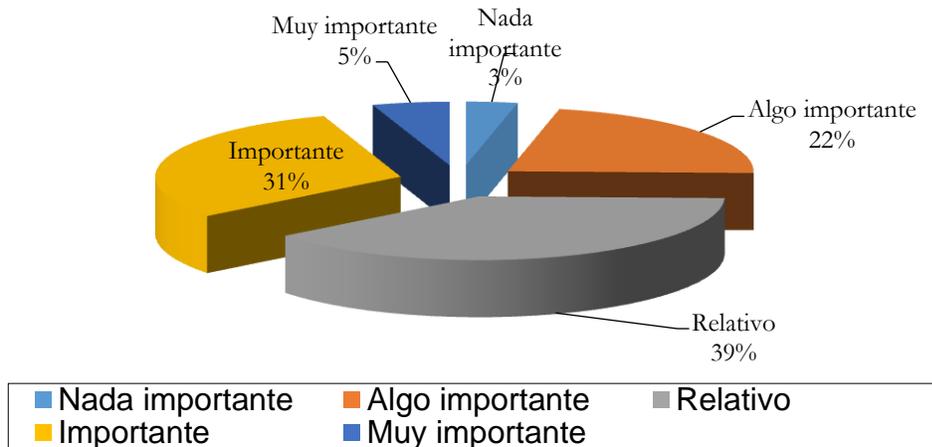
Al consultárseles a los encuestados, si asistían a tomar café u otras infusiones a una cafetería o restaurante, respondieron afirmativamente en un 53%, mientras que un 47% señaló que no.

Grafico N° 8. Lugar de preferencia



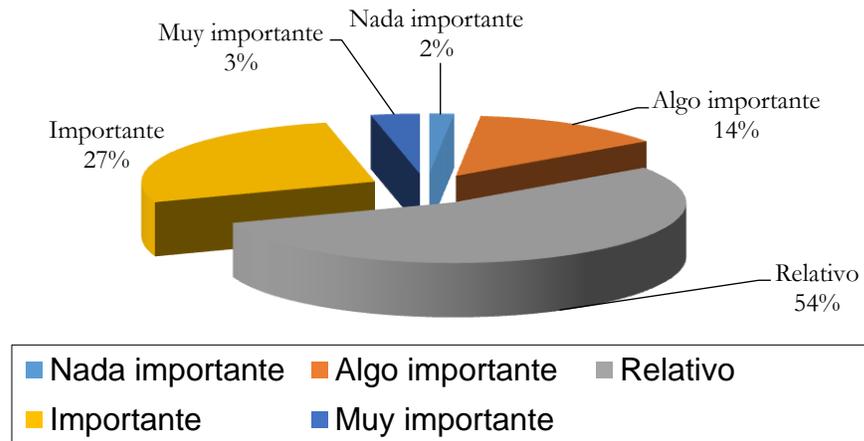
Respecto al lugar de su preferencia, 45% respondieron cafeterías snacks, 35% heladerías, 14% restaurantes turísticos, juguerías y otros 3% y otros 3% respectivamente.

Grafico N° 9. Importancia de la ubicación y seguridad del local



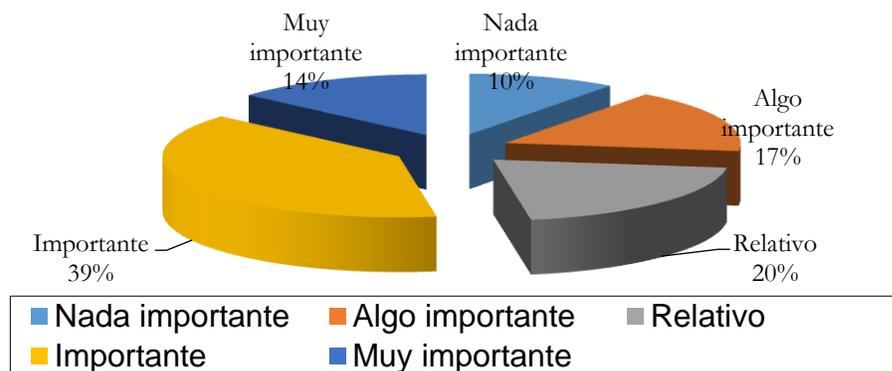
Respecto a la importancia de la ubicación y seguridad de la cafetería, 39% señaló como relativo, 31% importante, 22% algo importante, muy importante 5%, nada importante 3%.

Grafico N° 10. Importancia de precios



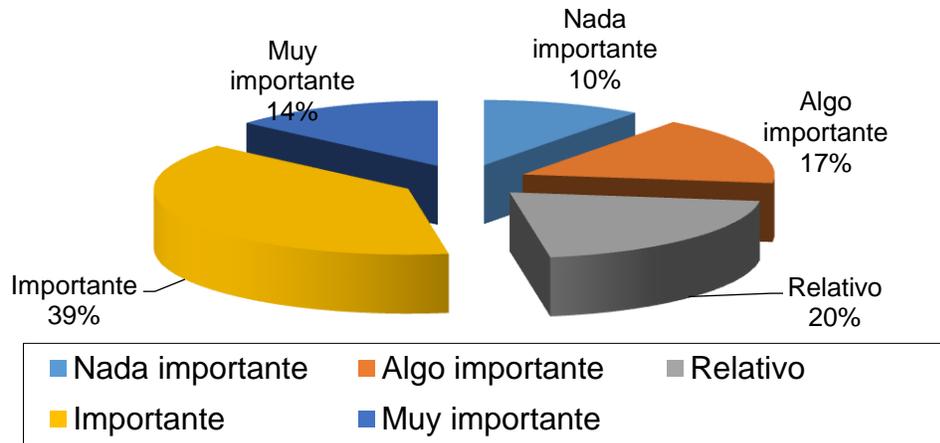
Respecto a los precios de los productos que se ofrecen, el precio lo consideraron relativo 54%, como importante, 27%, algo importante, 14%, muy importante, 3%, y nada importante, 2%.

Grafico N° 11. Atención Personalizada



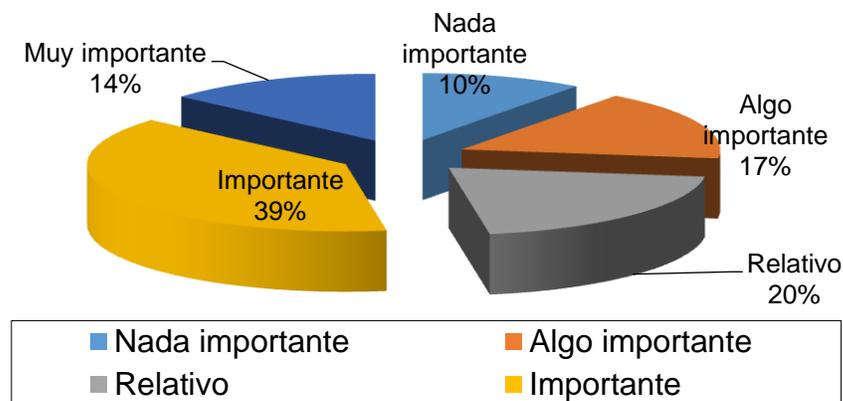
En cuanto a la atención personalizada, los encuestados respondieron en un 20% como relativo, importante 39%, algo importante, 17%, muy importante y nada importante, en 8% y 12% respectivamente.

Grafico N° 12. Variedad de bebidas e infusiones



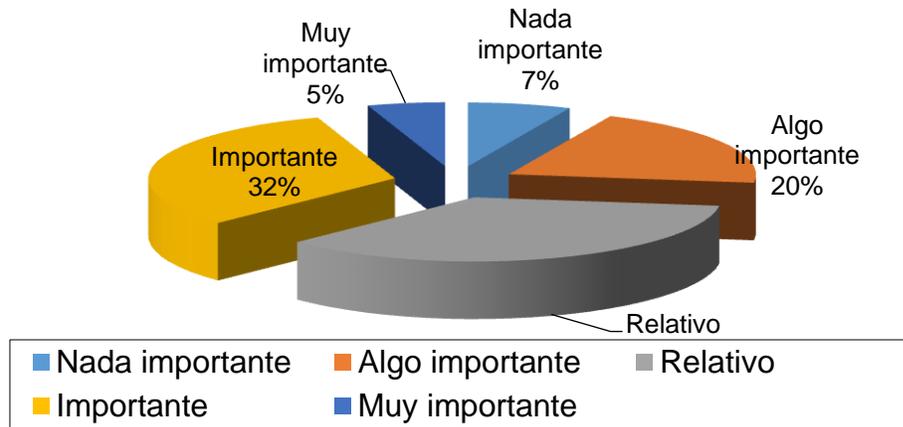
La variedad de las infusiones y bebidas se consideró por los encuestados como importante en 39%, relativo 20%, algo importante 17%, muy importante, 14%, nada importante 10%.

Grafico N° 13. Limpieza de los Servicios Higiénicos



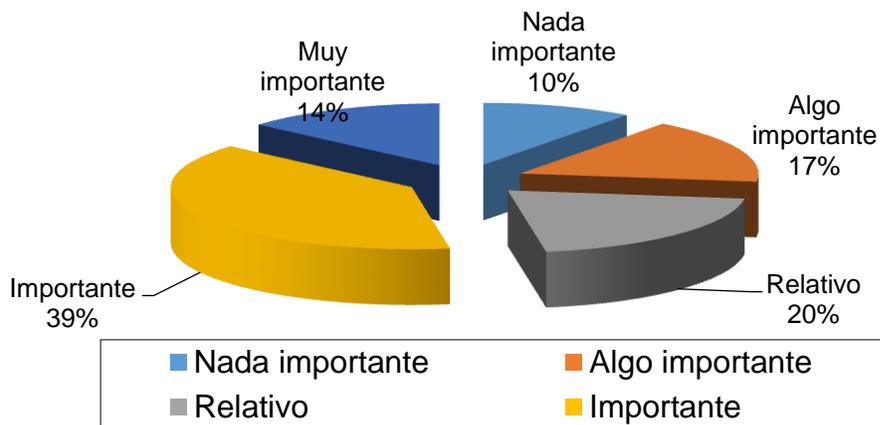
La higiene de los servicios higiénicos, fue motivo de consulta a los encuestados, resultando muy importante en 14%, importante 39%, relativo 20%, algo importante 17%, y nada importante 10%.

Grafico N° 14. Importancia de la decoración y ambientación



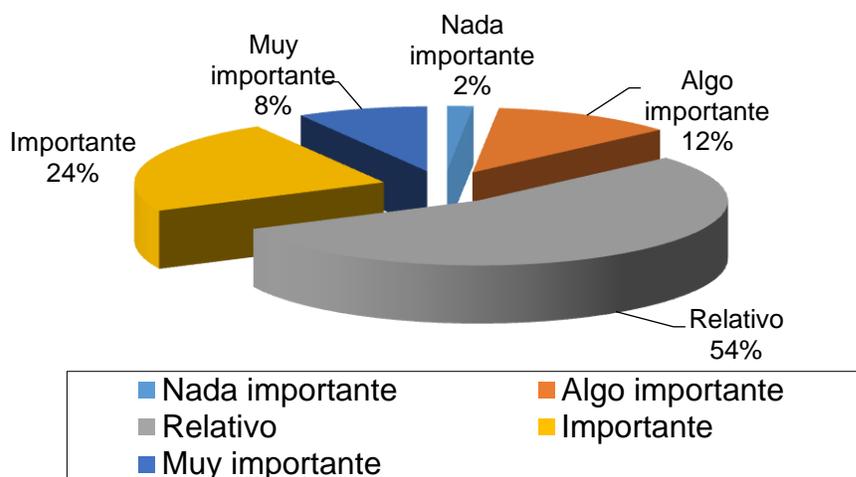
La ambientación y decoración del local la consideran como un factor importante 32%, muy importante 5%, relativo 36%, algo importante 20%, nada importante 7%

Grafico N° 15. Importancia de música ambiental



La música ambiental la consideran importante 39%, muy importante 14%, relativo 20%, algo importante 17%, nada importante 10%.

Grafico N° 16. Importancia de lugar de estacionamiento.



El espacio para estacionamiento, lo consideran relativo 54%, importante 24%, algo importante 12%, muy importante 8%, importante 2%.

2.5. Programa de Marketing

2.5.1. El producto

El establecimiento funcionará en un lugar amplio con un vasto despliegue natural. Para esto hemos escogido como lugar de funcionamiento un local comercial ubicado en el distrito de Belén, con zona arbolada, el cual permitirá un correcto desarrollo del servicio prestado. La instalación cuenta con: Un ambiente de recreación y relajación y baños.

Figura N° 4. Logo Delicious Coffee.



Fuente: La autora

La composición de la marca a través del logotipo de su composición, hace alusión al café, que es la principal oferta de nuestro servicio, las calidades de nuestros tipos de café están relacionados con los granos que se muestran en el logotipo, ya que ofreceremos, café de calidades Premium, los ganadores de premios mundiales, ya que nuestras marcas peruanas de café de Chanchamayo, semilla (alpa cocha), entre otras (Gestión, 2015)

La composición del Servicio/producto que ofertaremos al mercado iquiteño tiene la siguiente composición de características:

a. Servicio personalizado

El un atributo diferenciador será la alternativa del cliente de personalizar su café, éstos pueden elegir entre la variedad de opciones que brindaremos para consumir su café.

- b. Tipo de crecimiento, inspirado en otra franquicia.

Las franquicias exitosas en el orbe, han sido origen de la idea para el tipo de negocio que se tiene como expectativa a futuro.

- c. Enfoque diferenciador.

Tres son las características que nos diferencian de los otros negocios, a pesar de tener como orientación de mercado los segmentos b, y c, por ser mayoritarios en Iquitos, y complementariamente los turistas los insumos, y las marcas de café que se utilizarán serán las más reconocidas en el mercado, no se hará publicidad en medios populares.

- d. La grata experiencia del servicio.

En Delicious Caffè el cliente encontrará mucho más que el mejor café, un lugar confortable para encontrarse con alguien, y departir momento agradable.

- e. Convertirse en Punto de reunión.

Delicious Coffee a través de una experiencia única entorno al consumo de un buen café y el diseño del local con ambiente humano cálido evocando épocas más tradicionales e íntimas.

- f. Punto focal de funcionamiento el cliente.

La expectativa estratégica es tener como misión construir una relación personal con cada uno de los clientes, para asegurar el éxito en el largo plazo. Y que se puede conceptualizar a través de la figura siguiente:

Figura N° 5. Características del Servicio.



Fuente: La autora

Si consideramos las características del negocio, podemos esbozar entonces el core business del mismo que puede graficarse y mostrarse de acuerdo con:

Figura N° 6. Atributos de Delicious Coffee



Fuente: La Autora

La página web *Delicious Coffe.net*, que crearemos señalará que los productos que se usan en el desarrollo del servicio en la cafetería son los siguientes:

- a) **Taza de café:** la esencia de café, ya que es un elemento fundamental y obligatorio y atracción para los clientes.

Figura N° 7. Taza de café



Fuente: (Anon., 2016)

- b) **Máquina de Café:** Se utiliza para la fuente de café al gusto.

Figura N° 8. Máquina de Café



Fuente: (Anon., 2016)

- c) **Maquina Tostadora de Café:** Es un elemento importante para esencia en el café.

Figura N° 9. Maquina Tostadora de Café



Fuente: (Anon., 2016)

- d) **Guantes:** Prenda de seguridad para las manos, ayuda a mantener limpio con higiene para la atención al cliente.

Figura N° 10. Guantes.



Fuente: (Anon., 2016)

- e) **Postres:** Se consideran los complementos al café que se servirá, en nuestro local, y que son las tortas, en porciones, y presentaciones adecuadas, para el cliente, selva negra, tres leches, mil hojas, piononos, crema volteada, arroz con leche, mazamorra morada, entre otros.

Figura N° 11. Postres



Fuente: (coffeetech, 2017)

- f) **CUPCAKES:** Están hechas de gelatina endurecida para el recubrimiento exterior y el interior es una mezcla de aceite biodegradable y de colorante alimenticio. Las manchas en la ropa y en el cuerpo se quitan fácilmente con agua.

Figura N° 12. Cupcakes.



Fuente: (coffeetech, 2017)

2.5.2. El precio

Con base en los precios que se manejan en el mercado, el precio para una taza de café será de S/3.00 por persona. Este servicio puede variar con desayuno combos a S/7.00 soles, promedio.

De acuerdo a las indagaciones que hemos hecho en el mercado, los establecimientos, el precio de las bebidas

Cuadro N° 3. Precio de taza de café, 2018.

Descripción	Cantidad	Precio unitario (Soles)	Precio total (Soles)
Taza de café	1,000	5.00	S/. 5,000
Total			S/. 5,000

Fuente: (Anon., 2017)

La Carta que presentamos con los respectivos precios:

Figura N° 13. La carta con los precios de los productos.



Descripción	Precio	Descripción	Precio
• Café solo, con Leche ,Descafeinado, Con hielo (vaso o taza)	S/1.5	• Jugos Surtido	S/4.5
• Café Solo, con Leche,	S/3.50	• Jugos naranja	S/3.00
• Descafeinado, con Hielo (vaso o taza)	S/2.50	• Jugos papaya	S/3.00
• Vaso de Leche 250 cm3	S/3.50	• Jugos especial	S/ 5.00
• Infusiones (te,yerba luisa, manzanilla, boldo, te jazmin).	S/1.80	• Jugos guanábana	S/ 5.00
• Desayuno café (churros o tostada, pan barra o molde, c/mantequilla y mermelada)	S/7.00	• Jugos naranja, papaya,	S/ 4.00
• Desayuno café /leche, churros o tostada, pan barra o molde, c/mantequilla y mermelada)	S/ 8,00	• Refrescos	S/ 1.5
• Tortas (selva negra, tres leches, naranja, guanábana)	S/3.50.	• Sandwich pollo	S/3.5
• Dulces (leche azada, arroz con leche, flan, crema volteada)	S/ 3.50	• Sandwich chicharron	S/4.00
• Vaso de Leche c/Cola-caó ó Similares	S/3.50	• Sandwich mixto (jamón, queso, mantequilla)	S/ 3.00
• Chocolate a la Taza	S/3.50	• Sandwich Triple (queso, palta, huevo)	S/4.5
• Tostada c/mantequilla y mermelada (porción)	S/ 2.20	• Sandwich de Huevo	S/2.00

Fuente: La autora

2.5.3. La promoción

En eventos se ejecutarán, descuentos por cumpleaños, por ser consumidores constantes, entre otros. El establecimiento brindará ambientes recreativos para niños y adultos. La publicidad será realizada en internet a través de las redes sociales tales como:

- ✓ **Facebook:** Creación de una Fan page, la cual proporcionara información sobre la empresa y las actividades que se realizaran subiendo fotos y videos, además de tener el beneficio de ganar muchos seguidores.
- ✓ **Twitter:** Su objetivo principal es tener un gran número de seguidores y se realizara publicaciones constantes para que lo pueden ver nuestros clientes y seguidores.
- ✓ **Instagram:** Su objetivo también es ganar seguidores, además de publicar fotos para que nuestros seguidores los vean.
- ✓ **YouTube:** Subir y compartir videos de las diversas modalidades del compartir en familia, cumpleaños, amistades y otros.

Por las características del negocio la única publicidad de medios masivos que se está considerando es la de los denominados “paneles inteligentes”, ubicados en las avenidas de mayor tráfico en la ciudad, como son el ubicado en el cruce de la avenida Abelardo Quiñones, y el inicio de la avenida participación:

La Publicidad que se ha considerado en el proceso de introducción es la de Paneles electrónicos:

En los que se pasan cada 8´(minutos) los avisos publicitarios de los negocios anunciantes, y esta modalidad hace que se puedan pasar 300 avisos x día de lunes a domingo de 07:00 am. a 24:00 hras. Posibilitando que sean un promedio de 40,000 personas que visualicen nuestra publicidad, el costo de estos avisajes, es de S/1,500.00 soles, que se resume:

Cuadro N° 4. Detalle de Publicidad en Paneles Electrónicos.

Tiempo de exposición	Avisos por día	Público en horas punta 07:00 a 09: 00 12:00 a 14:00 17:00 a 19:00	Público en horas normales	Costo por aviso	Promedio por día
Cada 8 minutos	300	8000 personas	4000	0.17 céntimos	6400 personas ven el aviso

Fuente: La autora

2.5.4 La cadena de distribución

El establecimiento se encontrará ubicado en la Av. Participación N°278, ciudad de Iquitos, distrito de Belén.

Figura N° 14. Ubicación de local de Delicious Coffe, 2018.



Fuente: Google maps

La distribución por ser un servicio, que se consume en el mismo instante, que se sirve, se da en el local donde se brinda la atención, las características de la distribución, en la propuesta es que sea personalizado, para orientarnos a la oferta marketera que esboza nuestro servicio, de ser una experiencia extraordinaria, en lo que se refiere al momento de consumir, el café y pasar un rato agradable.

La cercanía al cerrito “Palmeras”, que se ha convertido en un punto de reunión y visita de turistas interno y extranjero, se concibe, como punto de referencia, para la visualización, del Panel Electrónico, que desde allí tiene una vista preferencial, por lo que se traduce en potencial la visita a nuestro local, tal y como se puede apreciar en la imagen capturada, y en la que en perspectiva en segundo plano se puede observar la elevación, denominada “Palmeras”, y que colinda con la Plaza Bolognesi, el cruce de la Avenida Abelardo Quiñones, inicio de la Avenida Participación, y la culminación del jirón moore.

Figura N° 15. Referencia gráfica de ubicación de local, 2018.



Fuente: Google maps

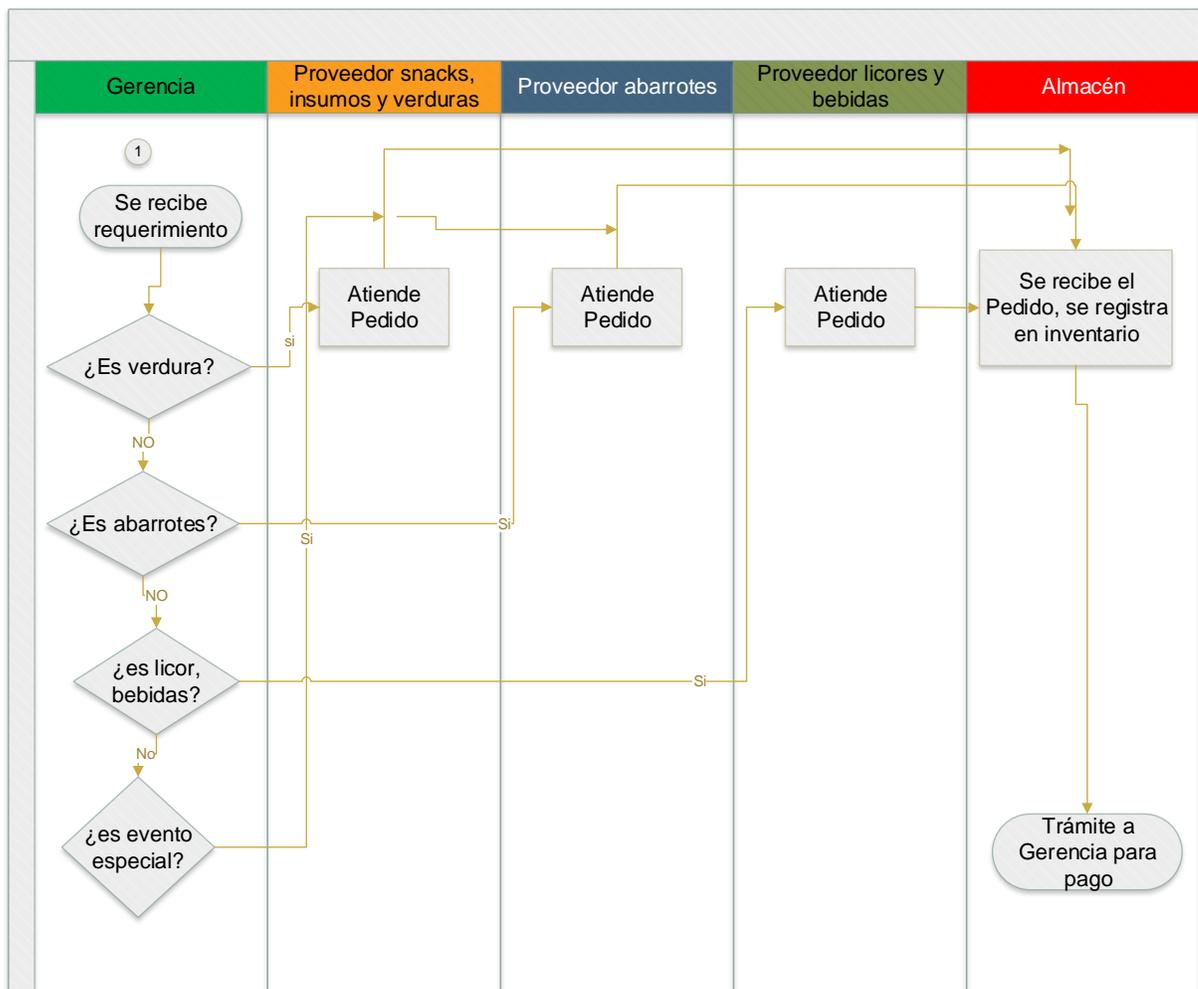
Para fortalecer nuestra distribución, del servicio/producto se realizarán alianzas con las agencias de viaje y hoteles de la localidad, y puntos de información turística, de tal manera que exista la información oportuna y clara de donde departir un momento vivencialmente agradable, y sostener conversaciones, de negocios,

amicales, o de miscelánea, en Iquitos, cerca y lejos a la vez del centro donde se concentra la mayor contaminación sonora, (Región, 2010)

3. PLAN DE OPERACIONES

3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento

Flujograma N° 1. Compras y adquisiciones “Delicious Coffee”, ciudad de Iquitos, 2018.



El diagrama representa, la operación que realizaremos con los proveedores, y se explica la operación, en la medida del consumo de los insumos y materia prima que deberemos obtener:

- 1) La administración recibe el requerimiento

- 2) Verifica, de que se compone el pedido
- 3) Realiza el pedido de acuerdo a los productos e insumos:
 - a. Al proveedor de verduras, snacks e insumos
 - b. Al proveedor de abarrotes
 - c. Al proveedor de bebidas, refrescos y gaseosas
- 4) Recibido el pedido el almacenero, y/o la persona a cargo:
 - a. Verifica el pedido, de acuerdo al requerimiento.
 - b. Procede al ingreso al sistema y registra el inventario

Los principales proveedores son:

Distribuidora Selva Oriente SAC, distribuidor en la ciudad de Iquitos de gaseosas Inca Kola, Coca Cola, Sprite y Fanta, así como de agua mineral con gas y sin gas.

Comercial Irimita SAC, distribuidor en la ciudad de Iquitos de bebidas lácteas, embutidos alimentos, fabricante mayorista y productos de primera necesidad.

Panadería Oriental, distribuidor de panes, de diversos tipos, especialmente, los que se requieren en nuestro negocio, que serán los de yema, francés, bachiata, y hamburguesa.

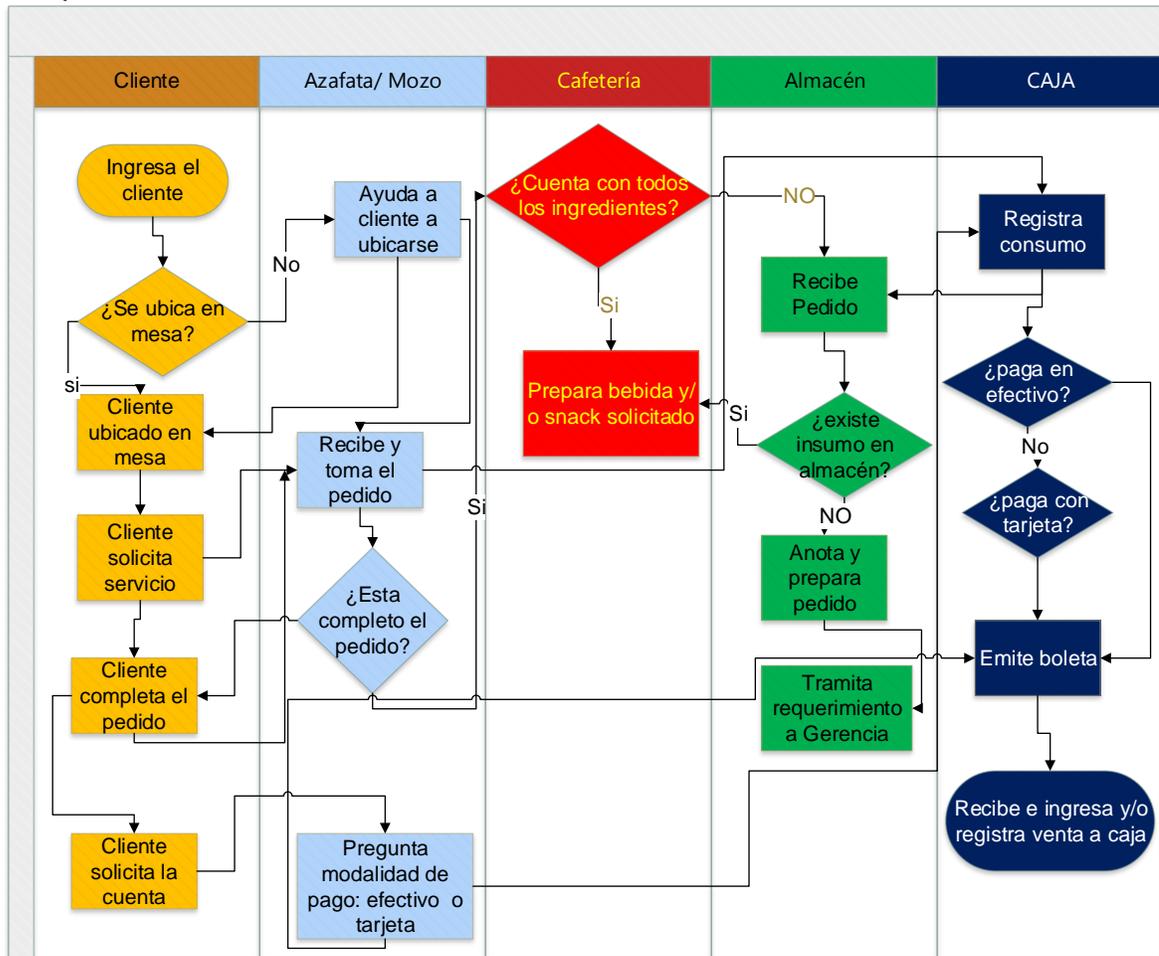
3.2. El proceso productivo

Figura N° 16. Marcas de café en el mercado peruano, 2018.



Fuente: (Anon., 2014)

Flujograma N° 2. Flujo del proceso productivo del servicio de Delicious Coffe, ciudad de Iquitos, 2018.



Elaboración: Sandra Gonzales Rengifo

El proceso señalado anteriormente se explica a continuación:

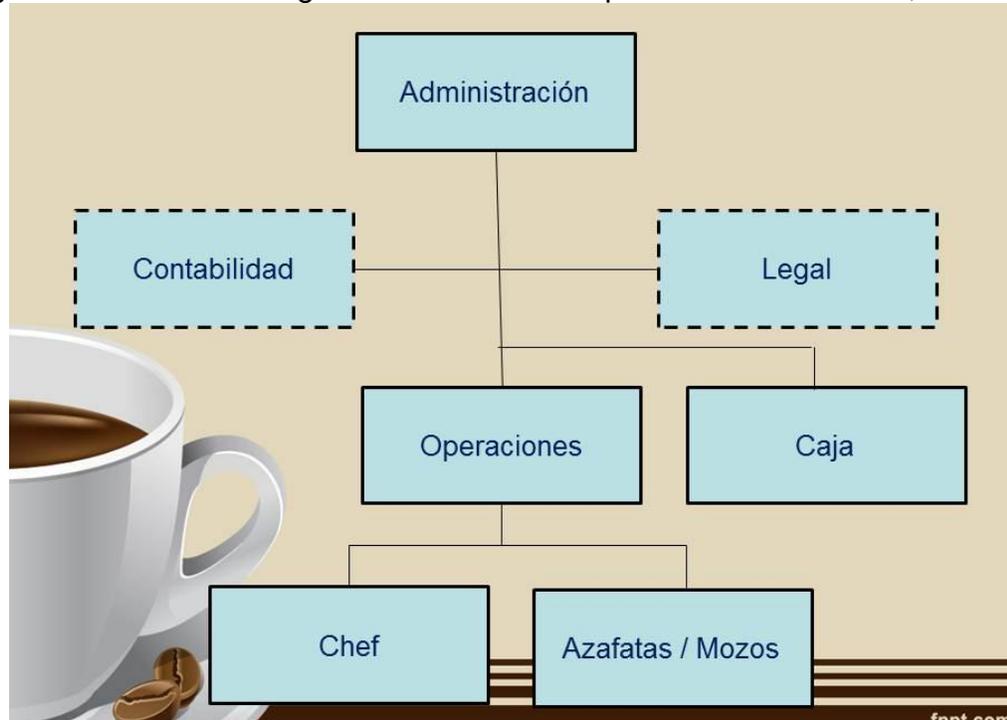
- a. Recepción de ingreso al local: Cuando comienzan a llegar los clientes el recepcionista da la bienvenida al local, les brinda información sobre el costo del menú.
- b. Pedido a la Carta: listado de pedido a la carta
- c. Preparar taza y platillo: alistar las tazas, cuchillos y platos con ética

- d. División de acuerdo a pedido: distribuir conforme a las máquinas de café u otros condicionados para la preparación.
- e. Almacén: se pone todos los ingredientes y /o utensilios que se necesita.
- f. Preparar los pedidos: se atenderá de acuerdo a los pedidos de los clientes, con mucho gusto y estética
- g. Entrega de café:
- h. Pago de servicio del cliente, luego de degustar el delicioso café, se realiza el respectivo pago va depender del consumo del cliente.
- i. Comunicación: decirles que vuelvan nuevamente y haga extensiva la invitación.
- j. Planificación: organizar lo que se necesita la empresa, para estar en el alcance de cualquier pedido que desea el cliente.
- k. Control de ingredientes y otros: Revisar si todos los utensilios e ingredientes están en orden y que faltarían para realizar la compra respectiva.

4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1. La organización

Figura 13. Estructura organizacional de la empresa Delicious Coffe, 2018.



Fuente: La autora.

4.2. Puestos, tareas y funciones

a) **Puesto:** Administrador.

Tareas: Lidera el proceso estratégico de la empresa desarrollando efectivamente el objeto social de manera que genere valor.

Funciones:

1. Elabora los planes de ventas y de operaciones de cada año.
2. Elabora el plan estratégico para los 3 años siguientes.
3. Organiza el trabajo que debe realizar cada área.
4. Asigna tareas a cada cargo que forma parte de cada área.
5. Asigna remuneraciones a cada uno de los trabajadores.

6. Observa el comportamiento del entorno para identificar el entorno competitivo, de riesgos y oportunidades.
7. Supervisa el trabajo que se realiza en cada puesto.
8. Resuelve problemas al interior de la empresa y en su relación con proveedores y clientes.
9. Realiza evaluaciones periódicas de los planes de ventas y compras.

b) Puesto: Cajero.

Tareas: Dirige el proceso operativo de cobranza de la empresa.

Funciones:

1. Planifica la cantidad de dinero para atender a los clientes.
2. Realiza la cobranza al momento del registro del cliente.
3. Lleva el registro y control de los movimientos de caja.
4. Realiza los depósitos bancarios.
5. Elabora informes diarios de la cobranza.
6. Realiza arqueos de caja.
7. Proporciona al dueño los recaudos diarios del movimiento de caja.
8. Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.

c) Puesto: Azafata/mozo

Tareas: Asisten y orientan permanente a clientes.

Funciones:

1. Recibe a los clientes.
2. Explica cada pedido a la carta.
3. Realiza la entrega de los equipos.
4. Orienta a los jugadores en el uso de las armas.
5. Inspecciona el equipo al momento de entregarlo.
6. Realiza el mantenimiento de los equipos.

d) Puesto: Chef.

Tareas: Monitorea la preparación de comida y bebida.

Funciones:

1. Responsable de la producción de alimentos
2. Planificar los menús
3. Manejo de presupuesto e incluso de la contratación
4. Capacitación del personal de cocina.

e) Puesto: Contador externo.

Tareas: Llevar la contabilidad y cuentas del establecimiento.

Funciones:

1. Realiza visitas semanales a la empresa.
2. Supervisa la correcta emisión de los comprobantes de pago.
3. Lleva los libros contables ordenadamente.
4. Realiza las declaraciones mensuales.

6.3 Condiciones laborales

Se tendrá trabajadores a tiempo completos, 8 horas diarias de lunes a viernes (10:00 a.m. a 6:00 p.m.)

El sueldo para el administrador será de S/. 850.00; mientras el cajero, instructor/recepcionista y sus pagos serán mensuales. Por otro lado, el contador externo percibirá honorarios por un monto de S/.100 mensuales.

6.4 Régimen tributario

El Régimen General está comprendido por aquellas personas que realizan actividades empresariales o de negocios, entre ellas: personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades conyugales que opten tributar como tal y las asociaciones de hecho de profesionales y similares.

5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1. Estudio económico

5.1.1. Inversión

Para la implementación del plan de negocio de Delicious Coffe se contará con una inversión de S/ 50,000.00 el mismo que estará financiado por capital propio por la suma de S/ 20,000.00 y por préstamo bancario por la suma de S/ 30,000.00, el cual permitirá dar inicio a sus actividades, cuyos demandan gastos que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla N°1. Inversión Inicial

DESCRIPCIÓN	TOTAL (SOLES)
I. Gastos de Acondicionamiento del establecimiento	3,800.00
II. Adquisición de Activos fijos	25,010.00
III. Gastos de Constitución	3,147.00
IV. Adquisición de Insumos	4,850.00
TOTAL	36,807.00

Fuente: La autora.

5.1.2. Comportamiento del Mercado

La población a la que estará orientado comportamiento del mercado de Delicious Coffe será a la población de la ciudad de Iquitos, lo cual se tomará como datos la población informada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI correspondiente al censo del ejercicio 2015

Tabla N°2. Comportamiento del mercado: tendencias y participación

	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Demanda actual	172,897	172,897	172,897
Tendencia del mercado	0%	3%	5%
Demanda estimada anual	172,897	178,084	186,988
Participación de mercado	25.00%	30.00%	50.00%
Demanda del proyecto	720	890	1558
Número de veces que acude cafeterías	24	36	36
Demanda del proyecto	17,290	32,055	56,096

Fuente: La autora.

Tabla N°3. Ingresos de Ventas.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	17,290	21,370	37,398
Precio promedio de consumo (café, sandwich, otro)	12	15	18
Tendencia del precio	0%	5%	10%
Precio de venta efectiva	10	10.75	11.8
VENTA TOTAL ANUAL EMPRESA	172,897	229,728	441,292

Fuente: La autora.

Tabla N°4. Gastos administrativos.

	MENSUAL	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1	1
Sueldo mensual	2,000.00	24,000.00	24,000.00	24,000.00
Chef		1	1	1
	1,500.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
Cajera		1	1	1
Sueldo mensual	1,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Meseras	2	2	2	2
Sueldo mensual S/ 950.00 c/u	1,900.00	22,800.00	22,800.00	22,800.00
Remuneraciones del personal	6,400.00	76,800.00	76,800.00	76,800.00
Essalud 9%	576.00	6,912.00	6,912.00	6,912.00
Remuneración total mensual	6,976.00	83,712.00	83,712.00	83,712.00
Servicios básicos	393.00	4,716.00	4,716.00	4,716.00
Útiles oficina	100.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Útiles de limpieza	150.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Otros	80.00	960.00	960.00	960.00
Total mensual	723.00	8,676.00	8,676.00	8,676.00
TOTAL	7,699.00	92,388.00	92,388.00	92,388.00

Fuente: La autora.

Tabla N°5. Gastos comerciales.

	MENSUAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	1,500.00	18,000.00	18,000.00	18,000.00
Promociones	50.00	600.00	600.00	600.00
Otros	30.00	360.00	360.00	360.00
TOTAL	1,580.00	18,960.00	18,960.00	18,960.00

Fuente: La autora autora.

Tabla N°6. Gastos pre operativos.

	Año 0
Estudio de Mercado	1,500.00
Gastos de Constitución	3,147.00
Gastos de Acondicionamiento	3,800.00
TOTAL	8,447.00

Fuente: La autora

5.2. Estudio financiero

Tabla N°7. Inversión en activos fijos.

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	TOTAL (SOLES)
EQUIPOS			25,010.00
Cocina industrial	1	1,200.00	1,200.00
Máquina de café	2	S/. 1,370	2,740.00
Maquina tostadora de café	2	S/. 1,370	2,740.00
Equipo de computo	1	S/. 1,600	1,600.00
Repisas	1	4,795.00	4,795.00
Estantes	2	2,125.00	4,250.00
Estantes	1	2,625.00	2,625.00
Sillas	32	S/. 20	640.00
Mesas	8	S/. 90	720.00
Parasol	8	S/. 60	480.00
Extintor	1	S/. 180	180.00
Congelador de 2 puertas	1	3,040.00	3,040.00

Fuente: La autora.

Tabla N°8. Depreciación y amortización en activos fijos.

DETALLE	VALOR INICIAL	Año 1	Año 2	Año 3	RESIDUAL
Depreciación activo fijo	24,830.00	3,707.50	3,707.50	3,707.50	13,707.50
Amortización activo intangible					
TOTAL	24,830.00	3,707.50	3,707.50	3,707.50	13,707.50

Fuente: La autora.

Tabla N°9. Programa de endeudamiento.

Deuda a

Tomar **S/. 30,000.00**

30000	2.23% mensual
	36 meses

Datos	
Número de cuotas	36
Monto Efectivamente Desembolsado	S/. 30,000.00
Tasa Costo Efectivo Anual	26.76%

N° de Cuotas	Cuotas a Pagar	Intereses	Amortización Capital	Saldo
1	1,221	669	552	29,448
2	1,221	657	564	28,884
3	1,221	644	577	28,307
4	1,221	631	590	27,717
5	1,221	618	603	27,115
6	1,221	605	616	26,498
7	1,221	591	630	25,868
8	1,221	577	644	25,224
9	1,221	563	658	24,566
10	1,221	548	673	23,893
11	1,221	533	688	23,205
12	1,221	517	703	22,501
Total	14,651	7,152	7,499	

N° de Cuotas	Cuotas a Pagar	Intereses	Amortización Capital	Saldo
13	1,221	502	719	21,782
14	1,221	486	735	21,047
15	1,221	469	752	20,296
16	1,221	453	768	19,527
17	1,221	435	785	18,742
18	1,221	418	803	17,939
19	1,221	400	821	17,118
20	1,221	382	839	16,279
21	1,221	363	858	15,421
22	1,221	344	877	14,544
23	1,221	324	897	13,647
24	1,221	304	917	12,731
Total	14,651	4,880	9,771	

N° de Cuotas	Cuotas a Pagar	Intereses	Amortización Capital	Saldo
25	1,221	284	937	11,794
26	1,221	263	958	10,836
27	1,221	242	979	9,857
28	1,221	220	1,001	8,856
29	1,221	197	1,023	7,832
30	1,221	175	1,046	6,786
31	1,221	151	1,070	5,716
32	1,221	127	1,093	4,623
33	1,221	103	1,118	3,505
34	1,221	78	1,143	2,362
35	1,221	53	1,168	1,194
36	1,221	27	1,194	0
Total	14,651	1,920	12,731	

Fuente: La autora.

Tabla N°10. Estado de resultados económicos.

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	172,897.00	229,728.24	441,291.93
Costo ventas	53,735.00	53,735.00	53,735.00
Margen Bruto	226,632.00	283,463.24	495,026.93
Gastos administrativos	-92,388.00	-92,388.00	-92,388.00
Depreciación	-3,707.50	-3,707.50	-3,707.50
Gastos comerciales	-18,960.00	-18,960.00	-18,960.00
Margen operativo	111,576.50	168,407.74	379,971.43
Gastos financieros	-14,650.76	-14,650.76	-14,650.76
Margen antes de tributos	96,925.74	153,756.98	365,320.66
Tributos más de 15 UIT - 29.50%	-28,593.09	45,358.31	107,769.60
Margen neto	68,332.64	199,115.29	473,090.26

Fuente: La autora.

Tabla N°11. Tributación del proyecto.

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades	10%	10%	10%
Impuesto a la renta	10%	10%	10%
Tasa tributaria (TAX)	19%	19%	19%

Fuente: La autora.

Tabla N°12. Flujo de caja.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas		172,897.00	229,728.24	441,291.93
Inversión inicial	15,137.00			
Activo fijo	35,995.00			
Capital de trabajo	30,000.00			
Compras	53,735.00	53,735.00	53,735.00	53,735.00
Gastos administrativos		92,388.00	92,388.00	92,388.00
Gastos comerciales		18,960.00	18,960.00	18,960.00
Pago impuestos				
Flujo Caja Económico (FCE)	32,603.00	115,284.00	172,115.24	383,678.93
Préstamo recibido	30,000.00			
Depreciación		3,707.50	3,707.50	3,707.50
Gastos financieros		14,650.76	14,650.76	14,650.76
Escudo fiscal				
Flujo Caja Financiero (FCF)	62,603.00	96,925.74	153,756.98	365,320.66

Fuente: La autora.

CONCLUSIONES

- a. La investigación de mercado propuesta, y realizada corrobora la viabilidad de la idea de negocio, en la que nuestro servicio se formula diferenciado, con atributos propios, y comenzando a sentar las bases del posicionamiento en el mercado que se proyecta alcanzar, y que se demuestra con cifras en el cálculo de la demanda.
- b. El plan de marketing se ha concebido para establecer, con precisión en que negocio estamos y la definición señala que estamos en el negocio de ofertar vivencias agradables y personales alrededor de una taza de café, y en un ambiente, limpio cómodo, placentero, y con niveles de calidad de atención adecuados.
- c. Respecto al plan de gestión de los colaboradores de la empresa, se concibe la premisa de calidad, de tal manera que se tendrá consideración con esa orientación para el reclutamiento, además de un programa de inducción en los que se enfatiza los atributos y características de nuestro servicio.
- d. corroborando el plan económico financiero, el negocio es viable y reditua, por lo que se expresa en las cifras, y que son producto del cálculo basado en las proyecciones de demanda inicial, y el crecimiento sostenido que debemos tener.

BIBLIOGRAFÍA

Anon., 2014. *Exportaperuonline*. [Online] Available at: http://www.exportaperuonline.com/productos/000014_smAAA0076405.jpg [Accessed 14 febrero 2018].

Anon., 2016. *Zonacafé.net*. [Online] (1ra) Available at: <http://zonacafenet.com/> [Accessed 28 enero 2018].

Anon., 2017. *Cafeterías*. [Online] (1ra) Available at: <https://www.cafeterias.com/> [Accessed 28 enero 2018].

coffeetech, 2017. *coffeetech*. [Online] (1ra) Available at: <https://www.coffeetech.com> [Accessed 28 enero 2018].

Córdova Marchena, T., 2017. *Exportando Perú*. [Online] Exportando Perú (1ra) Available at: <http://exportando-peru.com/noticia/exportaciones-de-cafe-caen-5-5-hasta-setiembre-de-este-ano> [Accessed 08 marzo 2018].

Diario Gestión, 2015. *Consumo per cápita de café en Perú es de 650 gramos y está lejos de países cafetaleros*. [Online] Editora El Comercio- Diario Gestión (1.1) Available at: <https://gestion.pe/economia/consumo-per-capita-cafe-peru-650-gramos-lejos-paises-cafetaleros-96234> [Accessed 14 febrero 2018].

Entrepreneur, 2011. *Oportunidades de negocio*. [Online] Entrepreneur (1ra) Available at: <https://www.entrepreneur.com/article/264026> [Accessed 17 diciembre 2017].

Epimg, 2011. *Epimg*. [Online] Available at: https://ep00.epimg.net/elpais/imagenes/2011/12/14/paco_nadal/1323825984_132382_132382_5984_noticia_normal.jpg [Accessed 28 enero 2018].

Gestión, 2015. *Gestión, diario de economía y negocios*. [Online] (1ra) Available at: <https://gestion.pe/tendencias/dia-cafe-peruano-conoce-seis-marcas-producto-nacional-98576> [Accessed 28 febrero 2018].

Gestión, 2016. *Gestión, diario de economía y negocios*. [Online] Editora El Comercio (1ra) Available at: <https://gestion.pe/economia/venta-cafes-tostados-especiales-aumenta-incremento-170-consumo-local-108662> [Accessed 27 Noviembre 2017].
Informática, Instituto Nacional de Estadística e, n.d. *INEI*. [Online] Available at: <https://www.inei.gob.pe/>.

Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI, 2015. *Tabla de actividades económicas CIU 4ta revisión*. 2nd ed. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI, 2010. *Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda*. 2nd ed. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

La República, 2016. *La República*. [Online] (1ra) Available at: <https://larepublica.pe/economia/997669-los-jovenes-en-el-mundo-impulsan-el-consumo-del-cafe-gourmet> [Accessed 08 Diciembre 2017].

La República, 2018. *La República*. [Online] (1ra) Available at: <https://larepublica.pe/sociedad/1235728-cafe-puneno-gano-premio-mundial-mejor-cafe-calidad-feria-eeuu> [Accessed 02 mayo 2018].

López Altamirano, A., 2011. *¿Que son, para qué sirven y cómo se hacen las Investigaciones de Mercado?* 3rd ed. México: Compañía Editorial Continental.
Pagé H, V.G., 2018. *Salud Integral de la mujer*. [Online] healthday (1ra) Available at: <https://saludintegraldelamujer.com/cafe-riesgo-ataque-cardiaco/> [Accessed 02 abril 2018].

Región, D.L., 2010. *¿Quién controla el tránsito y el parque automotor en Iquitos?* *Diario La Región*, 09 setiembre. p.4.

Reinberg, S., 2018. *HealthDay, news for healthier living*. [Online] HealthDay (1ra) Available at: <https://consumer.healthday.com/espanol/vitamins-and-nutrition-information-27/caffeine-health-news-89/el-caf-eacute-es-seguro-para-muchos-que-tienen-ritmos-cardiacos-an-oacute-malos-seg-uacute-n-una-revisi-oacute-n-733022.html> [Accessed 25 marzo 2018].

Velasquez, A., 2014. *El Comercio*. [Online] Editora el Comercio (1ra) Available at: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/ventas-sierra-exportadora-llegan-s-292-millones-duplican-2012-282931> [Accessed 16 February 2018].

Wood, D., Respaldiza, J.A. & Duboy, J., 2014. *Plan De Negocios Cafetería Guillo*. Informe de Tesis. Santiago: Fondo Editorial Universidad de Chile Universidad de Chile.

ANEXO N° 01

Cálculo de Muestras para Poblaciones Finitas

INGRESO DE PARAMETROS

Tamaño de la Población (N)	172,897
Error Muestral (E)	0.05
Proporción de Éxito (P)	0.9
Proporción de Fracaso (Q)	0.1
Valor para Confianza (Z) (1)	1.96

(1) Si:	Z
Confianza el 99%	2.32
Confianza el 97.5%	1.96
Confianza el 95%	1.65
Confianza el 90%	1.28

	Tamaño de Muestra
Fórmula	138
Muestra Optima	138



Anexo N° 02

Encuesta de investigación de mercado

Instrucciones: Nos encontramos verificando, la posibilidad de brindar un servicio de cafetería en la ciudad de Iquitos, ; por ello, agradecemos a usted responder a las siguientes interrogantes y brindarnos su respuesta y opinión.

1. Indique su género:
 - a. Femenino 1
 - b. Masculino 2

2. ¿Qué tan seguido tomas café?
 - a. De 2 a 5 tazas diarias 1
 - b. De 2 a 4 veces por semanas 2
 - c. 1 taza diaria 3
 - d. una vez por semana 4
 - e. Nunca 5

3. ¿A qué hora del día?
 - a. En la mañana 1
 - b. En la tarde 2
 - c. En la noche 3
 - d. Pardo. 4
 - e. Otros. 5

4. ¿Cuál es (son) tu café favorito?
 - a. *Frapuccino* 1
 - b. *Americano* 2
 - c. *Espresso* 3
 - d. *Mokaccino* 4
 - e. *Capuccino* 5

5. ¿Asistes a tomar café u otras infusiones a una cafetería o restaurante regularmente?
 - a. Si 1
 - b. No 2

6. De los siguientes lugares. ¿Cuál es de su preferencia?:
 - a. Juguerías 1
 - b. Restaurantes turísticos 2
 - c. cafeterías, snacks 3

d. heladerías
e. Otros.

4
 5

Califique la importancia de los siguientes atributos del servicio en una Cafetería Snack	Nada importante	Algo importante	Relativo	importante	Muy importante
Ubicación y Seguridad					
Precio del café, jugos, bebidas, snacks					
Atención personalizada					
Variedad de bebidas e infusiones					
Servicios higiénicos limpios					
Decoración, ambientación					
Música ambiental					
Lugar de Estacionamiento					