

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO “NUEVA AREQUIPA”



PLAN DE NEGOCIO PARA IMPLEMENTAR UNA CAFETERIA, MANGA Y MÁS

“KIREI COFFEE”

Proyecto presentado para optar el Título de Profesional Técnico en Administración
de Empresas

QUISPE ARENAS ANA ROCIO.

AREQUIPA – PERU

2024

“HIROMY”

Ana Rocio Quispe Arenas

AUTOR /A

Davies Guzman Tejada

ASESOR/A

Proyecto presentado al Instituto Superior Tecnológico “Nueva Arequipa” para optar el
Título de: **PROFESIONAL TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

APROBADO POR:

(APELLIDOS, NOMBRES)
PRESIDENTE DEL JURADO

(APELLIDOS, NOMBRES)
SECRETARIO DEL JURADO

(APELLIDOS, NOMBRES)
VOCAL DEL JURADO

V°B° _____

DIRECCIÓN

(mayo), 2024

AGRADECIMIENTO

A mi hijo Joshua por ser mi motivación para llegar a ser mejor , mis padres María y Juan que me apoyaron con sus palabras y recursos en todo momento.

DEDICATORIA

Dedico este presente documento primeramente a Dios, por darme las fuerzas para no rendirme, a mis padres brindarme su apoyo incondicional, a mi hijito por entenderme en este periodo y darme sus ánimos.

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente proyecto tiene como principal objetivo demostrar si es viable la implementación de una cafetería con temática anime de nombre comercial “HIROMI” teniendo como valor diferencial el ofrecer a sus clientes una experiencia única con un gran servicio y decorado del local y los productos tematizados de la carta. Ofreciendo a sus clientes un lugar donde se sientan a gusto y puedan leer mangas y interrelacionarse con sus amigos.

Este plan nace de haber identificado una necesidad latente en el mercado en el que buscan disfrutar de una cafetería relacionada al anime donde puedan ir sin miedo a ser juzgados por sus gustos por el anime, llevándose una gran experiencia.

En el estudio de mercado se tomaron en cuenta para su realización las encuestas, la observación a los participantes en el rubro de cafeterías de Arequipa, dándonos resultados positivos sobre el presente plan de negocio que será implementado en el centro de la ciudad de Arequipa. Desarrollando un portafolio variado de productos en los cuales están incluidos las bebidas frías, calientes, postres, sándwich.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
I. Descripción de negocio	2
1.1. Nombre del negocio	2
1.2. Descripción de la empresa	2
1.3. Ubicación –localización	3
1.4. Objetivo general	5
1.5. Justificación de la idea de negocio	5
II. PLAN ESTRATÉGICO	8
2.1. Modelo de negocio.....	8
2.2. Identidad del negocio.....	9
2.3. Análisis PESTEL	9
2.4. Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	13
2.5. Cadena de valor.....	18
2.6. Análisis FODA	19
2.7. Estrategias del plan de negocio.....	23
2.8. Objetivos Smart.....	23
2.9. Propuesta de valor	23
III. Estudio de mercado y plan de marketing	25
3.1. Análisis de mercado	25
3.2. Análisis de variables de marketing.....	29
3.3. Plan de marketing	33
3.4. Gestión comercial.....	35
IV. PLAN OPERATIVO	36
4.1. Diseño del proceso de producción.....	36
4.2. Descripción del proceso productivo.....	37
4.3. Diseño y flujogramas	37
4.4. Capacidad de producción.....	40
4.5. Aprovisionamiento y logística	41
4.6. Layout del negocio	42
4.7. Plan de operaciones	43
V. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.....	44
5.1. Estructura organizacional.....	44
5.2. Filosofía y cultura organizacional	44

5.3.	Cuadro de puestos	45
5.4.	Descripción y especificación de puestos	48
5.5.	Planificación estratégica del talento humano	51
5.6.	Descripción de los principales procesos de gestión del talento humano	51
VI.	PLAN FINANCIERO	55
6.1.	Análisis de costos	55
6.2.	Presupuesto.....	58
6.3.	Punto de equilibrio	67
6.4.	Detalle de la inversión	69
6.5.	Estado de situación financiera y estado de resultado	71
6.6.	Flujo de caja proyectado	72
6.7.	Análisis financiero	74
VII.	CONCLUSIONES	75
VIII.	REFERENCIAS	76
IX.	ANEXOS	77
9.1.	Anexo 1: Idea de negocio capítulo 0	77

INTRODUCCIÓN

La meta de este plan de negocios es abrir una cafetería llamada "HIROMI", especializada en ofrecer a sus clientes café, bebidas frías, postres y sándwiches con temáticas de anime. Nuestro objetivo es brindar una experiencia agradable, incluyendo mangas para leer y un ambiente bien ambientado.

En Arequipa, el sector de cafeterías está creciendo y los negocios relacionados con el anime son muy populares entre los fanáticos de esta cultura. Queremos aprovechar esta demanda y hacer que "Kirei coffee" sea uno de los mejores lugares para reunirse para los amantes del anime.

Nuestra empresa se llamará " Kirei coffee E.R.I.L", lo que nos permitirá ser una entidad legal separada y proteger nuestros activos personales. Estaremos registrados como una Micro y Pequeña Empresa (MYPE) y cumpliremos con todas las obligaciones contables y fiscales, emitiendo los comprobantes de pago correspondientes.

"Kirei coffee" ofrece a sus empleados beneficios como días libres, descanso semanal, vacaciones, pago por horas extra, CTS, utilidades, indemnización por despido injusto, seguro de salud y contribuciones a la ONP o AFP. Todo esto demuestra el compromiso de "Kirei coffee" en cuidar a su equipo y ofrecer un ambiente laboral justo y equitativo.

Asimismo, "Kirei coffee" busca destacar como una cafetería dedicada a los seguidores del anime, proporcionando una experiencia única e inolvidable para sus clientes.

I. Descripción de negocio

1.1. Nombre del negocio

1.1.1. Nombre comercial.

Mi empresa tendrá como nombre comercial “Kirei coffee” que tiene un origen japonés que significa “hermoso” y “coffee” que significa café en inglés. Hemos elegido este nombre ya que nuestra cafetería tendrá una temática de anime, que es de origen japonés. De esta manera nuestros clientes recordaran nuestro negocio fácilmente.

1.1.2. Razón social.

En registros públicos nuestro nombre legal será de “Kirei Coffee” y la forma jurídica adoptada es de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, esta se debe a la ausencia de socios y las ventajas que ofrece, como la no necesidad de un capital mínimo, Junta General de Accionistas o Directorio, lo que puede retrasar las decisiones.

Nos integraremos como persona jurídica al régimen MYPE tributario, por ser nuestras ventas menores de las 1700 UIT, siendo uno de los beneficios de este régimen las tasas impositivas reducidas y la facilidad para el cumplimiento de los tributos y hemos optado por el régimen laboral MYPE el cual brinda los siguientes beneficios de días de vacaciones, no se pagan CTS y asignación familiar.

1.2. Descripción de la empresa

Esta empresa se enfoca en el sector de cafeterías y tiene como objetivo ofrecer a los clientes una amplia variedad de cafés, frappés, postres y sándwiches personalizados. Además, buscamos brindar una experiencia única y divertida al permitir que los clientes disfruten de diferentes géneros de manga mientras se relajan en nuestro local.

En nuestra cafetería, contamos con diferentes espacios que se adaptan a las necesidades de nuestros clientes, también ofrecemos una decoración temática de anime y mangas en todo el local, lo que lo convierte en un lugar único y atractivo para los amantes de la cultura anime en la ciudad de Arequipa.

Además de nuestra amplia selección de bebidas y acompañamientos tematizados, también nos esforzamos por ofrecer un servicio excepcional, nuestro personal capacitado con conocimiento del anime que está siempre dispuesto a ayudar a los clientes a encontrar la bebida o el alimento perfecto para sus gustos y necesidades, lo que garantiza una experiencia satisfactoria para todos.

1.3. Ubicación –localización

La cafetería estará ubicada en la calle Bolívar en el centro de la ciudad de Arequipa, un lugar estratégico, la razón sería porque no hay una cafetería con esta temática anime y además el público clave los jóvenes, en su mayoría de 15 a 29 años transitan por esta parte de la ciudad de Arequipa, bien sea por motivos de estudio o trabajo. En la tabla 1 se muestra los factores que se tomó en cuenta para toma de decisión de la ubicación del local.

Tabla 1

Factores de ponderación

Factores	
F1	Costo de alquiler
F2	Seguridad en la Zona
F3	Nivel de competencia
F4	Nivel de Sustitutos
F5	Disponibilidad de servicios
F6	Cercanía a insumos
F7	Cercanía a un hospital
F8	Transitabilidad
F9	Público Objetivo

Tabla 2*Estudio comparativo de localización*

Factor	Ponderación	C.Bolivar		C.Rivero		C.Colon	
		calificación	Calificación ponderada	calificación	Calificación ponderada	calificación	Calificación ponderada
F1	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
F2	0.15	4	0.60	2	0.30	3	0.45
F3	0.15	5	0.75	5	0.75	5	0.75
F4	0.10	5	0.50	4	0.40	5	0.50
F5	0.10	5	0.50	5	0.50	5	0.50
F6	0.05	3	0.15	3	0.15	3	0.15
F7	0.05	4	0.20	4	0.20	3	0.15
F8	0.15	4	0.60	4	0.60	3	0.45
F9	0.10	5	0.50	5	0.50	4	0.40
TOTAL	1		4.25		3.85		3.80

Por consiguiente, se colocó una calificación a los diferentes factores del 1 al 5 de acuerdo a las ubicaciones, siendo el mayor puntaje 5. Lo cual resultó dando como la mejor ubicación la calle Bolívar obteniendo una calificación ponderada de 4.25 como se puede observar en la tabla 2.

En la figura 1 se puede ver la ubicación exacta de la cafetería “HIROMI” la cual estará en la primera cuadra de la calle Bolívar, tomando como referencia la plaza de armas, HIROMI es un lugar donde se puede disfrutar de la cultura anime acompañado de café, fraps y más.

Figura 1*Ubicación de cafetería "HIROMI"*

Nota: Coordenadas de la ubicación (JF26+CQ Arequipa), latitud= -16.39886 longitud=-71.53750.

1.4. Objetivo general

Lograr ser reconocida como la mejor cafetería de temática anime que incentiva la lectura a través de los mangas y ayudando a fortalecer las relaciones interpersonales entre los fanáticos de esta cultura.

1.5. Justificación de la idea de negocio

1.5.1. Necesidad que se pretende resolver

Se puede ver la falta de una cafetería con temática anime en la ciudad de Arequipa que ofrezca además de los diferentes cafés, frapss, postres, y sándwich y un servicio personalizado destinado a satisfacer las expectativas de los clientes, logrando momentos memorables y auténticos en los mismos.

Lo que se pretende poner a disposición de nuestro público objetivo es una cafetería donde se pueda disfrutar de la cultura anime y leer mangas en el mismo local disfrutando de un café, fraps, postres y de más de su preferencia, llevándose así una gran experiencia.

1.5.2. Descripción de carácter innovador

La cafetería se caracterizará por ofrecer a sus clientes un espacio con decoración atractiva referida al anime donde se sientan a gusto e identificados para poder disfrutar de la degustación de un café, fraps, postres y sándwich, que contaran con una temática integrada a su vez teniendo a su disposición los mangas de su preferencia para poder leerlos en el local. Con respecto al servicio se contará con personal que conozca sobre la cultura anime, para lograr una comunicación fluida con los clientes.

1.5.3. Justificación económica

Este plan de negocio tiene como fin el llevar a cabo la realización de una empresa dedicada al servicio de cafetería con una temática anime y estilo asiático, apuntando a un nicho de mercado que está en crecimiento. Lo cual nos permite justificar económicamente, con la buena ejecución de estrategias.

1.5.4. Justificación financiera

La justificación financiera del plan de negocio se está basando en los ingresos proyectados para los próximos años los cuales nos dan como resultado un Valor Actual Neto de S/.674493.35 llegando a la conclusión de que la inversión realizada generara una rentabilidad posterior, el TIR del negocio es de 481% que resulta superior al WACC de 20.20% siendo muy rentable el negocio en comparación, el PAYBACK es el periodo de recupero de la inversión del plan de negocio "kirei coffee" siendo de 6 meses.

1.5.5. Justificación social

En la actualidad, hay personas mayoritariamente adolescentes que les gusta el anime y sabemos que, en la mayoría de animes al culminar una temporada, tarda en estrenarse su siguiente temporada y para matar las ansias de conocer la continuación, podemos leer los mangas de este anime, es por ello que este lugar tendrá una amplia variedad de mangas y un lugar cómodo para leerlos, siendo algo extra la venta de artículos y bebidas y snacks.

Actualidad según el Ministerio de Cultura, podemos ver que los peruanos leen en promedio un libro al año, es por esto que es una de las áreas más flojas del país.

Lo beneficioso de leer manga es que mejora su forma de lectura, sin necesidad de utilizar la tecnología, nos ayudan a tener una mayor capacidad de concentración y aumentan nuestra habilidad lectora (algo que talvez no pase con los libros, sobre todo si te da flojera abrirlos).

Al implementar este plan de negocio, incentivaremos la lectura en los jóvenes iniciando con la lectura de mangas, que posteriormente podría mejorar su habito de lectura, despertando el interés por libros más complejos. También se puede ver que en la actualidad ya se perdió el miedo por pagar.

II. PLAN ESTRATÉGICO

2.1. Modelo de negocio

Como se puede ver en el cuadro 1, damos a conocer nuestro segmento de clientes, nuestra propuesta de valor la cual es la que nos diferenciara del resto de cafeterías, esto nos ayudara a entrar en el mercado.

Cuadro 1

Canva

Socios clave	Actividades claves	Propuesta de valor	Relaciones con los clientes	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none">• Editoriales de panini Perú• Proveedores de café• Proveedores de insumos	<ul style="list-style-type: none">• Permitir el acceso a la lectura de cualquier manga.• Preparación de café, frapps,• Promociones por cantidad de consumo y frecuencia.• Recepción de materia prima	<ul style="list-style-type: none">• Espacio cálido y acogedor para reducir el estrés, rodeado de un ambiente relacionado a la cultura del manga.• Espacio donde se podrá disfrutar de los diferentes frapps, cafés personalizados• Personal con afición por el anime igual que los clientes.	<ul style="list-style-type: none">• Atención rápida y eficaz.• Comunicación por redes sociales facebook ,tik tok, post venta.	<ul style="list-style-type: none">• Hombre y mujeres -de18 a 27 años.• Nivel socioeconómico C (según APEIM 2023)• Público en general con afición al manga y a la cultura anime.• Estará ubicado por el cercado de Arequipa.
	Recursos claves		Canales	
	<ul style="list-style-type: none">• Mangas - muebles• Productos de animes• Empleados• Decoración• Insumos y máquinas de café		<ul style="list-style-type: none">- local comercial para atención al cliente.	
Estructura de costos			Fuentes de ingresos	
<ul style="list-style-type: none">• Tangibles• Intangibles• Capital de trabajo			<ul style="list-style-type: none">• Venta de café, fraps, postres.• Cobros por medios de pago (bcp y yape)• Venta de residuos orgánicos e inorgánico	

2.2. Identidad del negocio

2.2.1. Misión

Brindamos un espacio acogedor para los amantes del anime donde puedan disfrutar de los diferentes productos tematizados en la carta, incentivamos la lectura de manga y contribuimos a fortalecer las relaciones interpersonales, compartiendo gustos y preferencias por el manga y anime.

2.2.2. Visión

Ser la cafetería de temática anime más reconocida en la ciudad de Arequipa brindando momentos estelares a nuestros clientes.

2.2.3. Valores

- **Innovación: actualizar a nuestros servicios y productos.**
- **Respeto: hacia nuestros cliente y compañeros de trabajo**
- **Empatía: ponerse en el lugar del cliente y compañeros.**
- **Responsabilidad: cumplir con los horarios y deberes establecidos.**
- **Pasión: para disfrutar de su trabajo.**

2.3. Análisis PESTEL

2.3.1. Político y Legal

Se puede mostrar a continuación los resultados de la tabla 3, los cuales se obtuvieron con el análisis de los factores políticos y legales del macro entorno, en las tomamos diez variables importantes, las cuales ponderamos de acuerdo a la importancia que posee, en el que el valor mayor es diez y el menor uno, por consiguiente se da una valoración siendo el máximo valor 10, luego ambos valores se multiplican, se suman los totales obtenidos de cada factor, el resultado se divide entre el total obtenido de la ponderación y se multiplica por 100 siendo el resultado en porcentaje de 60% el cual se ubica en un rango de medio alto, lo que nos da a conocer que el

grado de atractivo por esta variable es alta y hay oportunidad de hacer negocio en este sector.

Tabla 3

Variables políticas y legales

VARIABLES POLÍTICAS Y LEGALES			
Factores	Ponderación	Valor	Total
Mayor inclusion social	3	9	27
Programas nacionales de apoyo a la innovación	9	5	45
Normas sanitarias para el funcionamiento de restaurantes y servicios a fines	7	9	63
Ley del fortalecimiento de la responsabilidad y la transparencia fiscal (Ley 30099)	6	10	60
Ley que impulsa la inversión pública regional y local con participación del sector privado (Ley 29230).	8	5	40
Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial (Ley 30056)	5	5	25
Ley de Promoción del Mercado de Valores (Ley 30050)	4	3	12
Modifica el Decreto Legislativo Nro.1053 que aprueba la Ley General de Aduanas sobre transferencia gratuita de mercaderías importadas con exoneración o beneficio tributario (Ley 30038)	2	6	12
Tratados de Libre Comercio firmados	10	4	40
Nuevo Gobierno Nacional en el Perú	1	6	6
TOTAL	55	62	330
CALIFICACION	550		60

2.3.2. Económico

Se puede mostrar a continuación los resultados de la tabla 4, los cuales se obtuvieron con el análisis de los factores económicos del macro entorno, en las tomamos diez variables importantes, las cuales ponderamos de acuerdo a la importancia que posee, en el que el valor mayor es diez y el menor uno, por consiguiente se da una valoración siendo el máximo valor 10, luego ambos valores se multiplican, se suman los totales obtenidos de cada factor, el resultado se divide entre el total obtenido de la ponderación y se multiplica por 100 siendo el resultado en porcentaje de 62% el cual se ubica en un rango alto, lo que indica que el grado de atractivo alta y hay oportunidad de hacer negocios.

Tabla 4*Variables económicas*

VARIABLES ECONÓMICAS			
Factores	Ponderación	Valor	Total
PBI semestre 2023	10	6	60
PBI per cápita	8	5	40
Tasa de Inflación	2	4	8
Balanza Comercial	7	5	35
Ingresos Tributarios	6	8	48
Gastos no Financieros	1	5	5
Tasa de Desempleo	9	8	72
Reservas Internacionales Netas	5	8	40
Gasto Público	4	5	20
Tasa de Interés	3	5	15
TOTAL	55	59	343
CALIFICACIÓN	550	-	62%

2.3.3. Social

En la tabla 5 se puede mostrar los resultados que se obtuvieron con el análisis de los factores sociales del macro entorno, en las que tomamos diez variables importantes, las cuales ponderamos de acuerdo a la importancia que posee, en el que el valor mayor es diez y el menor uno, por consiguiente se da una valoración siendo el máximo valor 10, luego ambos valores se multiplican, se suman los totales obtenidos de cada factor, el resultado se divide entre el total obtenido de la ponderación y se multiplica por 100 siendo el resultado en porcentaje de 66% el cual se ubica en un rango alto, lo que nos da a conocer que el grado de atractivo por esta variable es alta y hay oportunidad de hacer negocio en este sector.

Tabla 5*Variables sociales*

VARIABLES SOCIALES			
Factores	Ponderación	Valor	Total
Actividades ilegales	6	5	30
Seguridad ciudadana	4	4	16
Índice de natalidad	2	6	12
Índice de frecuencia de lectura	8	8	64
Tendencias Sociales (Moda y Comportamiento)	5	9	45
Programas sociales	1	3	3
Gustos del consumidor	10	8	80
Cambios en los estilos de vida	7	7	49
Defensa del consumidor	9	5	45
Mayor participación femenina en la PEA	3	7	21
TOTAL	55	62	365
CALIFICACIÓN	550		66

2.3.4. Tecnológico y Ecologico

Se puede mostrar a continuación los resultados de la tabla 6 en el cual se obtuvo analizando los factores tecnológicos y ecológicos del macro entorno, en las tomamos diez variables importantes, las cuales ponderamos de acuerdo a la importancia que posee, en el que el valor mayor es diez y el menor uno, por consiguiente se da una valoración siendo el máximo valor 10, luego ambos valores se multiplican, se suman los totales obtenidos de cada factor, el resultado se divide entre el total obtenido de la ponderación y se multiplica por 100 siendo el resultado en porcentaje de 68% el cual se ubica en un rango alto, lo que indica que el grado de atractivo alta y hay oportunidad de hacer negocios en este sector.

Tabla 6*Variables tecnológicas y ecológicas*

VARIABLES TECNOLÓGICAS Y ECOLÓGICAS (MEDIOAMBIENTALES)			
Factores	Ponderación	Valor	Total
Revolución de las redes sociales.	10	10	100
cambio climatico	3	4	12
Sistemas de bloggin y microbloggin	8	2	16
uso de nuevas tecnologías	5	8	40
Intercambio electrónico de documentos.	9	9	81
E-Marketing	6	8	48
E-Commerce	2	6	12
E-Business	7	4	28
Banca por internet	4	8	32
E-encuesta	1	3	3
TOTAL	55	62	372
CALIFICACION	550		68

2.3.5. Resumen PESTEL

Por último, se muestra la conclusión del análisis de la matriz PESTEL que se mostrara en la tabla 7. donde se puede ver que las variables evaluadas con anterioridad, nos da como resultado un 64% en el grado de viabilidad y atractivo positivo, comprobando así que el maco entorno es positivo para la implementación del negocio en Arequipa.

Tabla 7*Resumen PESTEL*

RESUMEN	PORCENTAJE	PROPORCIÓN	VALORACIÓN
POLITICO Y LEGAL	60	25%	15%
ECONÓMICO	62	25%	16%
SOCIAL	66	25%	17%
TEGNOLÓGICO Y ECOLÓGICO	68	25%	17%
TOTAL			64%

2.4. Análisis de las 5 fuerzas de Porter**2.4.1. Amenaza de nuevos entrantes**

La tabla 8 nos muestra el resultado de 3.03 el cual resulta regular, para lo cual se asignó un valor de ponderación de acuerdo a la importancia

de los factores para el negocio, por consiguiente, se puso una calificación de 1 al 5 siendo 5 el mejor puntaje, por último, se realizó la suma de los resultados de la multiplicación de la ponderación y atraktividad de cada factor llegando al resultado al inicio indicado.

Tabla 8:

Amenaza de nuevos entrantes

FACTORES COMPETITIVOS	Ponderación	Atraktividad					Resultado Ponderado	Resultados
		1	2	3	4	5		
Economía de Escala	0.07	-	x	-	-	-	0.14	REGULAR
Diferenciación de productos	0.15	-	-	-	X	-	0.6	
Inversiones en capital	0.20	-	-	x	-	-	0.6	
Lealtad del cliente hacia la marca	0.15	-	-	x	-	-	0.45	
Acceso a canales de ventas	0.20	-	X	-	-	-	0.4	
Atraktividad del Sector	0.15	-	-	-	x	-	0.6	
Políticas Gubernamentales	0.08	-	-	x	-	-	0.24	
Resultado	1	-					3.03	-

2.4.2. Poder de negociación de los clientes

La tabla 9 nos muestra el resultado de 3.6 el cual resulta bueno, para lo cual se asignó un valor de ponderación de acuerdo a la importancia de los factores para el negocio, por consiguiente, se puso una calificación de 1 al 5 siendo 5 el mejor puntaje, por último se realizó la suma de los resultados de la multiplicación de la ponderación y atraktividad de cada factor llegando al resultado al inicio indicado.

Tabla 9:*Poder negociación de clientes*

FACTORES COMPETITIVOS	Ponderación	Atractividad					Resultado Ponderado	Resultados
		1	2	3	4	5		
Concentración de los clients	0.24	-	-	-	-	x	1.2	BUENO
Volumen de compras	0.08	-	-	-	X	-	0.32	
Diferenciación de productos	0.24	-	-	-	X	-	0.96	
Información acerca de proveedores	0.08	-	x	-	-	-	0.16	
Identificación de la marca	0.24	-	-	x	-	-	0.72	
Producto Sustitutos	0.12	-	x	-	-	-	0.24	
Resultado	1	-					3.6	-

2.4.3. Poder de negociación de los proveedores

La tabla 10 nos muestra el resultado de 4.04 el cual resulta bueno, para lo cual se asignó un valor de ponderación de acuerdo a la importancia de los factores para el negocio, por consiguiente, se puso una calificación de 1 al 5 siendo 5 el mejor puntaje, por último se realizó la suma de los resultados dela multiplicación de la ponderación y atractividad de cada factor llegando al resultado al inicio indicado.

Tabla 10:*Poder de negociación de proveedores*

FACTORES COMPETITIVOS	Ponderación	Atractividad					Resultado Ponderado	Resultados
		1	2	3	4	5		
Concentración de los proveedores	0.15					x	0.75	BUENO
Importancia del volumen de los proveedores	0.05				x		0.2	
Diferenciación del insumo	0.13				x		0.52	
Costos de Cambio	0.13					x	0.65	
Disponibilidad de insumos sustitutos	0.15					x	0.75	
Impacto de los insumos	0.39			x			1.17	
Resultado	1						4.04	-

2.4.4. Amenazas de productos sustitutos

La tabla 11, nos muestra el resultado de 4 el cual resulta bueno, para lo cual se asignó un valor de ponderación de acuerdo a la importancia de los factores para el negocio, por consiguiente, se puso una calificación de 1 al 5 siendo 5 el mejor puntaje, por último se realizó la suma de los resultados de la multiplicación de la ponderación y atractividad de cada factor llegando al resultado al inicio indicado.

Tabla 11:*Amenaza de productos sustitutos*

FACTORES COMPETITIVOS	Ponderación	Atractividad					Resultado Ponderado	Resultados
		1	2	3	4	5		
Cantidad de sustitutos	0.3				X		1.2	BUENO
Diversidad de sustitutos	0.2			X			0.6	
Condiciones de costos	0.1			X			0.3	
Crecimiento de la demanda	0.3					X	1.5	
Barreras de salida	0.1				X		0.4	
Resultado	1						4	-

2.4.5. Rivalidad competitiva

La tabla 12, nos muestra el resultado de 3.5 el cual resulta bueno, para lo cual se asignó un valor de ponderación de acuerdo a la importancia de los factores para el negocio, por consiguiente, se puso una calificación de 1 al 5 siendo 5 el mejor puntaje, por último se realizó la suma de los resultados de la multiplicación de la ponderación y atractividad de cada factor llegando al resultado al inicio indicado.

Tabla 12:

Rivalidad competitiva

FACTORES COMPETITIVOS	Ponderación	Atractividad					Resultado Ponderado	Resultados
		1	2	3	4	5		
Cantidad de competidores	0.3			x			0.9	BUENO
Diversidad de competidores	0.2			x			0.6	
Condiciones de costos	0.1				x		0.4	
Crecimiento de la demanda	0.3				x		1.2	
Barreras de salida	0.1				x		0.4	
Resultado	1						3.5	-

2.5. Cadena de valor

A continuación, en el cuadro 2 la cadena de valor de la cual se obtienen las estrategias para su implementación en el negocio.

Cuadro 2

Cadena de valor

Recursos	Capacidades	Competencias distintivas	Bloque estrategico	Estrategia general
TANGIBLES				
local		decoracion tematizadda del anime	innovacion	diferenciacion
Talento humano (habilidades duras)	capacitacion de trabajadores, menejo adecuado de materiales y tiempos	Experiencia en manejo de areas, preparacion, buen servicio al cliente		
INTANGIBLES				
Talento humano)Habilidad blanda)	adaptabilidad al cambio	gusto por el anime	satisfaccion a cliente	diferenciacion
know how	conocimiento de la cultura anime y mangas	mejor alcance de las promociones de la cafeteria		

2.6. Análisis FODA

2.6.1. FORTALEZAS

- Diferenciación de la propuesta de productos y servicios.
- Variedad de mangas actualizados
- Espacios atractivos para nuestros clientes
- Promovemos la lectura
- Colaboradores con perfiles adecuados

2.6.2. OPORTUNIDADES

- Mercado de cafeterías en Arequipa está en crecimiento
- Facilidad para publicitar nuestro negocio
- Crecimiento de consumidores de productos relacionados con el anime
- Existencia de una demanda latente en el mercado
- Clientes buscan llegar a sentir experiencias únicas

2.6.3. DEBILIDADES

- Falta de historial crediticio
- Falta de experiencia en el sector
- No contar con local propio
- Baja participación en el mercado
- Falta de negociación con proveedores

2.6.4. AMENAZAS

- Aumento en el precio de los insumos y mangas
- Entrada de competidores directos
- Escases de proveedores
- Inestabilidad económica en el Perú
- Robo de los mangas del local

2.6.5. Análisis interno

Como se muestra en la tabla 13 se analizó las fortalezas y debilidades de la cafetería, resultando ser de 2.95 que muestra un buen manejo de las fortalezas frente a las debilidades en el rubro.

Tabla 13

Matriz EFI

Factores claves internos	Peso	Calificación	Valor ponderado
FORTALEZAS			
Diferenciación de la propuesta de productos y servicios.	0.14	4	0.56
Variedad de mangas actualizados	0.10	4	0.40
Espacios atractivos para nuestros clientes	0.13	4	0.52
Promovemos la lectura	0.10	3	0.30
Colaboradores con perfiles adecuados	0.12	4	0.48
DEBILIDADES			
Falta de historial crediticio	0.06	1	0.06
Falta de experiencia en el sector	0.09	2	0.18
No contar con local propio	0.07	1	0.07
Baja participación en el mercado	0.09	2	0.18
Falta de negociación con proveedores	0.10	2	0.20
TOTALES	1	-	2.95

2.6.6. Análisis externo

Del análisis desarrollado en tabla 14 se concluye que con 2.75 la empresa cuenta con estrategias y oportunidades mayores y dispersa las amenazas del sector.

Tabla 14*Matriz EFE*

Factores claves externos	Peso	Calificación	Valor ponderado
OPORTUNIDADES			
Mercado de cafeterías en Arequipa está en crecimiento	0.11	3	0.33
Facilidad para publicitar nuestro negocio	0.09	3	0.27
Crecimiento de consumidores de productos relacionados con el anime	0.13	4	0.52
Existencia de una demanda latente en el mercado	0.11	4	0.44
Clientes buscan llegar a sentir experiencias únicas	0.08	4	0.32
AMENAZAS			
Aumento en el precio de los insumos y mangas	0.09	2	0.18
Entrada de competidores directos	0.11	2	0.22
Escases de proveedores	0.09	1	0.09
Inestabilidad económica en el Perú	0.09	2	0.18
Robo de los mangas del local	0.10	2	0.20
TOTALES	1	-	2.75

2.6.7. Matriz FODA

El presente cuadro 3 se dará a conocer las estrategias que podemos aplicar dependiendo de cada situación que se nos presente.

Cuadro 3

Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	<p>Estrategia (F5; O5): Por lo que no hay un negocio igual de cafetería anime, la fidelización de clientes será menos complicado</p> <p>Estrategia(F1;O1): Al tener una propuesta diferenciada lograremos abarcar mas mercado con gustos de anime</p> <p>Estrategia(F2;O2):Mantener nuestra variedad de mangas actualizados a las tendencias de la actualidad para abastecer a todo el público objetivo</p>	<p>Estrategia (D4;O2): Al impulsar la cultura anime al publico ,lograremos mayor demanda de nuestros servicios y asi un recupero mas rápido de nuestro capital</p> <p>Estrategia (D5; O3): Se realizara una buena publicidad dada la facilidad de este, para poder generar mayores utilidades</p> <p>Estrategia(D3;O4): al tener la aceptación del mercado lograremos fidelizar a más clientes, logrando asi tener un target.</p>
AMENAZAS	<p>Estrategia (F1;A5):Debemos mantener nuestro propuesta diferencial y única para asi no perder nuestro clientes fieles a la entrada de competidores</p> <p>Estrategia (F5;A1): al tener la fidelización de clientes el robo de será casi nulo muy aparte que se tendrá un sistema de seguridad.</p> <p>Estrategia (F5;A4):gracias a los clientes se lograra saber lo que desea, sus nuevos gustos , teniendo una ánfora de recomendaciones y consejos.</p>	<p>Estrategia (D5;A2): Debemos siempre tener en cuenta que pueden subir los precios, es por ello que debemos siempre estar prevenidos tener medidas preventivas</p> <p>Estrategia (D5;A3):tenemos una propuesta innovadora por la cual no pasaremos desapercibidos</p> <p>Estrategia (D2;A5): tenemos un gran servicio al cliente anticipándonos a lo que desea gracias nuestra observación.</p>

2.7. Estrategias del plan de negocio

2.7.1. Estrategia genérica competitiva

Con la diferenciación nos posicionaremos como la primera cafetería con accesibilidad a la lectura de mangas y venta de productos con una temática anime, la decoración del local será con temática de anime, logrando así que el cliente se sienta a gusto en el local, dándole una originalidad a la cafetería “Kirei Coffee”

2.7.2. Ventaja competitiva

Nuestra ventaja competitiva en “Kirei coffee” será el ambiente del local que estara decorado con dibujos de animes, mangas y la experiencia que se llevan los clientes al entrar al local, el buen trato del personal a los clientes teniendo conocimiento de la cultura anime, las transmisiones por las redes sociales despejando dudas de los clientes y potenciales clientes, logrando así poder captar más público.

2.8. Objetivos Smart

- Incrementar el 5 % en el consumo de cafés y postres en el establecimiento en un año mediante campañas y promociones.
- Aumentar el número de seguidores para la empresa en un 40% en Arequipa en 2 años mediante las redes sociales como tik tok realizando publicidad y ofreciendo productos personalizados así mismo brindándole información del producto a través de catálogos digitales o físicos de la cafetería “Kirei coffee”.
- Aumentar el número de clientes en un 15% en el segundo año a través de programas donde se premie por la preferencia con entradas a estrenos de películas de anime o descuentos en los productos

2.9. Propuesta de valor

Esta cafetería estará dedicada a brindar un lugar donde el cliente podrá leer y disfrutar de los mangas, sin necesidad de comprarlos, poder tomar café, bebidas frías y postres ; así como también podrán adquirir artículos de sus animes favoritos y/o en tendencia, todo esto en un solo lugar. Siendo este negocio innovador para

los jóvenes fanáticos de la cultura anime, no visto hasta ahora en el mercado de Arequipa.

III. Estudio de mercado y plan de marketing

3.1. Análisis de mercado

El objetivo principal de este capítulo es saber la cantidad de consumidores que tendría nuestro negocio a largo plazo y cuáles serían las estrategias de comercialización más adecuadas para llegar al segmento meta.

3.1.1. Investigación y desarrollo del producto

El servicio está dedicado a brindar un lugar para poder leer mangas sin necesidad de comprarlos, disfrutando de los postres, bebidas frías y calientes del local y viviendo así nuevas experiencias en el local.

3.1.2. Perfil de los clientes

Personas con gustos por el anime , mangas, productos dulces como los fraps, postres y cafés, cansados de los lugares comunes sin alguna temática de anime o manga. A continuación, se conocerá más sobre nuestro cliente en la figura 2.

Figura 2

Mapa de empatía



3.1.3. Segmentación del mercado

En la tabla 15 a continuación se muestra la segmentación necesaria para la implementación de la cafetería en la ciudad de Arequipa, dándonos como resultado un total de 46896 personas, lo que simboliza nuestro mercado potencial.

Tabla 15

Segmentación

Variable de segmentacion	Característica	Fuente de informacion	%	TOTAL
GEOGRAFICO	PROVINCIA DE AREQUIPA (Zona centrica)	GERESA 2023	100%	613701
DEMOGRAFICO	HOMBRES Y MUJERES DE DE 18 A 29 AÑOS	GERESA 2023	26.15%	160472
PSICOGRAFICO	NSE (C) (30.3%)	APEIM 2023	30.30%	48623
CONDUCTUAL	ESTILO DE VIDA (modernista)(progresistas)	ARELLANO 2023	47%	22853
	Consumo afuera del hogar frecuentemente	ipsos 2024	59%	13484
	COMPORTAMIENTO DIGITAL	INEI 2023	91.1%	12284

3.1.4. Análisis de la competencia

a) Competidores directos

No tendríamos competidor alguno actualmente que sea igual a nuestra cafetería con una temática de anime y mangas

b) Competidores indirectos

Son los restaurantes que brindan en sus productos una temática anime, en los que se encuentran: kuma, umai food gamer, los cuales van dirigidos al mismo segmento de clientes que les gusta el anime, pero lo satisfacen de manera diferente a través de un servicio diferente

Tabla 16*Matriz MPC*

factores de éxito	Ponderación	Kuma		Umai food gamer	
		calificación	Calificación ponderada	calificación	Calificación ponderada
participacion en el mercado	0.15	2	0.3	3	0.45
calidad y garantia	0.15	3	0.45	2	0.3
lealtad con el cliente	0.10	2	0.2	2	0.2
posicion financiera	0.05	2	0.1	3	0.15
Servicio al cliente	0.10	2	0.2	2	0.2
Expansión	0.10	1	0.1	1	0.1
liderazgo en gestion	0.10	1	0.1	2	0.2
innovacion	0.15	2	0.3	2	0.3
comercio electronico	0.05	1	0.05	1	0.05
inversion en marketing	0.05	3	0.15	2	0.1
TOTAL	1		1.95		2.05

En la tabla 16 anteriormente mostrada se puede ver que los factores que dejaron de lado es la expansión, el liderazgo de la gestión y la innovación a la cual no se da la importancia que debería de darse por el nicho de mercado al cual se dirigen.

3.1.5. Ventaja competitiva

Mi plan de negocio ofrece la experiencia única de poder leer un manga acompañado de un café fraps y/o postres sin necesidad de compra el manga en si, adicionalmente la venta de artículos anime todo esto en un mismo local, asi mismo se aran promociones rifas por cantidad de consumo de los clientes, también habrá concursos, descuentos y más.

3.1.6. Proyección de demanda potencial

Para sacar la demanda potencial utilizamos un método cuantitativo de investigación de mercado, que es la encuesta. Como se puede observar en la tabla 17, donde de un grupo de personas se les realizara la encuesta a un total como muestra de 50 personas.

Tabla 17*Calculo de muestra*

PARAMETRO		VALOR
N	TAMAÑO DE LA POBLACION	12284
Z	NIVEL DE CONFIANZA	1.96
P	PROB DE QUE OCURRA EL EVENTO	50%
Q	PROB DE QUE NO OCURRA EL EVENTO	50%
e	MARGEN DE ERROR	14%

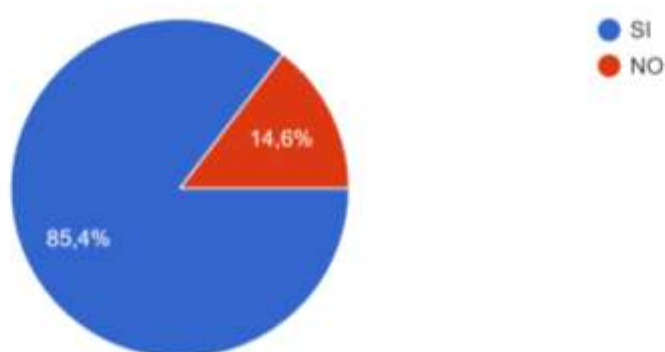
$$N = 11487.34 / 228.73$$

$$N = 50$$

Siendo la proyección de demanda de:

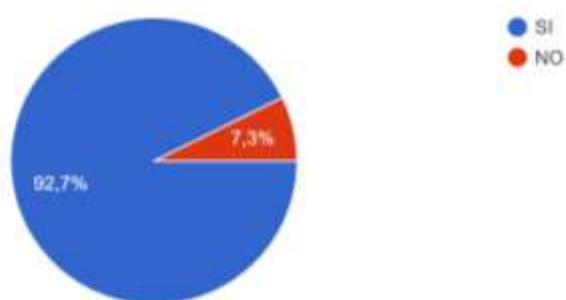
- **MERCADO EFECTIVO**

Se muestra los resultados obtenidos por el estudio de mercado en la figura 3 los cuales son resultado de la pregunta, ¿Te gusta el anime y/o manga?, dándonos como resultado que solo a 43 personas les gusta el anime, que representa el 85.4% de 50 personas.

Figura 3*Mercado efectivo*

- **MERCADO OBJETIVO**

En la figura 4 podemos ver los resultados de la siguiente pregunta, ¿Asistiría usted a una cafetería donde pueda leer los mangas de su preferencia?, de las cuales un 92.7% mostro su aceptación por este servicio, siendo como resultado un total de 40 personas.

Figura 4*Mercado objetivo*

- **MERCADO META**

Del total del mercado objetivo, queremos capturar en nuestro primer año el 10% y para los demás años será el 15% y 10%, como se muestra en la tabla 18.

Tabla 18*Mercado meta*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Porcentaje de captacion	10%	15%	10%
Alcance (personas)	957	1101	1211

En conclusión, se puede ver que del mercado potencial un porcentaje de 2% personas tendríamos como posibles clientes los cuales son de 957 personas en nuestro primer año y estaría en aumento en los siguientes años.

3.2. Análisis de variables de marketing

3.2.1. Producto

a) Producto básico:

En la cafetería se venderán así como se muestra en la figura 5 fraps de diferentes sabores como de fresa, mango, oreo, capuchino siendo estos sabores los más comercializan en la ciudad.

Figura 5

Fraps de distintos sabores



En la figura 6 se muestra un café americano el cual se pondrá a la venta en la cafetería siendo uno de los más comercializados en la ciudad.

Figura 6

Café americano



A continuación, se muestra en la figura 7 uno de los postes que ofrecerá la cafetería el cual es el browni uno de los postres más comunes en las cafeterías

Figura 7

Browni



b) Producto aumentado

Lo diferentes productos contaran con una tematización de acuerdo a los animes de temporada y más conocidos y muy aparte la atención será personalizada, asi como se observa en la figura 8 y figura 9.

Figura 8

Personalizacion



Figura 9*Personalización***3.2.2. Precio**

Se consiguió establecer el precio tomando como referencia el que se encuentra en el mercado y se tomó en cuenta los costos de producción de cada producto de la carta de la empresa. Se aplicará una estrategia conjunta de precios en relación con la competencia y costes

3.2.3. Plaza

El local estará ubicado en el centro de la ciudad de Arequipa, en un lugar estratégico, la razón sería porque no hay un lugar así y además el público objetivo concurre por esta zona, se utilizará el canal de venta directa en el mismo local.

3.2.4. Promoción

- **Marca**

Dicho nombre como se puede ver en la figura 10 apunta a ser un lugar único para los fanáticos del anime, en el cual se sientan a gusto, “Kirei”, “coffee”, el primero es un adjetivo de origen japonés que significa bello. Es una expresión muy utilizada en forma de elogio, usada especialmente por los jóvenes fanáticos de la cultura anime; el segundo significa café en inglés.

Figura 10*Logo*

- Se promocionará el negocio a través de las redes sociales (Facebook, tiktok) interactuando y compartiendo nuestros productos y nuevos lanzamientos con nuestros clientes, siendo estas mismas las más usadas por nuestro segmento de clientes, también se creará nuestra ubicación en google maps, por consiguiente a través de influencers que gusten y su contenido sea de anime se tendrá una colaboración para que promocionen la cafetería a través de su experiencia y productos servidos.
- Productos sorpresa: este se obsequiará al cliente por frecuencia de consumo en el local, para poder controlar ello se le entregará una tarjeta donde por cada día que consuma se le llenará con 1 sticker uno de los 10 casilleros que hay para llenar.
- Se realizará eventos eventuales en el local 1 por cada semana, los cuales serán de karaoke, talleres de dibujos de anime, concursos

3.3. Plan de marketing

El presente plan de marketing para la implementación de una cafetería manga para personas de NSE C ubicados en el mercado de la ciudad de Arequipa y distritos aledaños.

3.3.1. Objetivos del plan de marketing

Para formular los objetivos del plan de marketing se tomó en cuenta la estrategia general definida en el capítulo 2, donde se indica que queremos

posicionarnos en ventas como primera cafetería manga en el cercado de Arequipa y tomando en cuenta los resultados del estudio de mercado, en el cual se muestra que el 85.7% le gusta el anime y el 92.7% indicaba que asistiría a una cafetería donde pueda leer mangas, con lo cual se obtiene un mercado potencial de consumidores del 79%. En función a los puntos mencionados se establece los siguientes objetivos de marketing:

- Posicionar a “Kirei Coffe” como un referente a una cafetería donde se podrá leer mangas y disfrutar de la cultura anime, en el cercado de Arequipa.
- Alcanzar una venta anual mayor de S/. 700.mil soles en el segundo año de operación, a través de la venta directa en la cafetería.
- Lograr un nivel de satisfacción de los clientes superior al 50% en el primer año de actividad. A partir del segundo año un nivel de satisfacción superior al 60%.
- Fidelizar a los clientes a través de nuestras redes sociales con dinámicas y eventos a nuestros clientes conectados.
- Demanda del proyecto resulta trayente así como se puede observar en la tabla 19.

Tabla 19

Demanda

Año	demanda insatisfecha	Participación de mercado	demanda del proyecto
2025	9567	10%	957
2026	9985	15%	1101
2027	12110	10%	1211

- La cafetería contará con un presupuesto de marketing de 1750 soles.

KPI

- Se medirá la afluencia de clientes antes y después de la aplicación de la estrategia mediante la observación de manera diaria.
- Se medirá el progreso de las ventas en el local a través del registro del cierre de caja de manera mensual

- Se medirá el número de seguidores en nuestras redes sociales las cuales se tomara en cuenta el avance de las interacciones y seguidores e forma trimestral en el primer año.

3.3.2. ESTRATEGÍA DE PRODUCTO

La cafetería “Kirei Coffe”se posicionará por su diferenciación en productos y servicios, éstos brindaran una experiencia a los clientes. Los productos estarán dados por todos los cafés, fraps, postres y más que se le ofrecerán en la cafetería, las tasas, vasos tendrán su la marca de la empresa.

3.4. Gestión comercial

3.4.1. Técnicas de atención al cliente

Se brindará una atención personalizada, manteniendo nuestra empatía en todo momento y dando soluciones a nuestro cliente.

3.4.2. Sistema de ventas

El sistema de ventas será de forma directa en nuestro local, donde nuestro personal estará caracterizado de se personaje favorito y ala vez atendiendo con pasión por la cultura del anime a nuestros clientes virtualmente para responder a todas las dudas de nuestro público, también se difundirá por nuestras redes sociales nuestras promociones y actividades.

IV. PLAN OPERATIVO

4.1. Diseño del proceso de producción

4.1.1. Insumos

- Snacks japoneses
- Productos anime
- Azúcar
- Hielo

4.1.2. Materia prima

- Café
- Frutas
- Leche

4.1.3. Materiales

- Vitrinas
- Mangas
- Sillones
- Decoración
- Mesas
- Sillas
- Tasas
- Cafeteras
- Moledoras de café
- Vasos
- Tasas

4.1.4. Presentación

Como se muestra en la figura 11 se manejará un logo donde se verá reflejado el nombre de la empresa, la cual es de “kirei coffe”, con los colores rojo resaltantes.

Figura 11

Logo de la empresa



4.2. Descripción del proceso productivo

Primeramente, se recepcionara al cliente a su ingreso, el cliente decidirá dependiendo de sus gustos lo que le agrade de la carta para pedir al mozo, se preparara el pedido, seguidamente se entregara el pedido y lo disfrutaran, por último el cliente pasara a retirarse después de haber realizado el pago en caja.

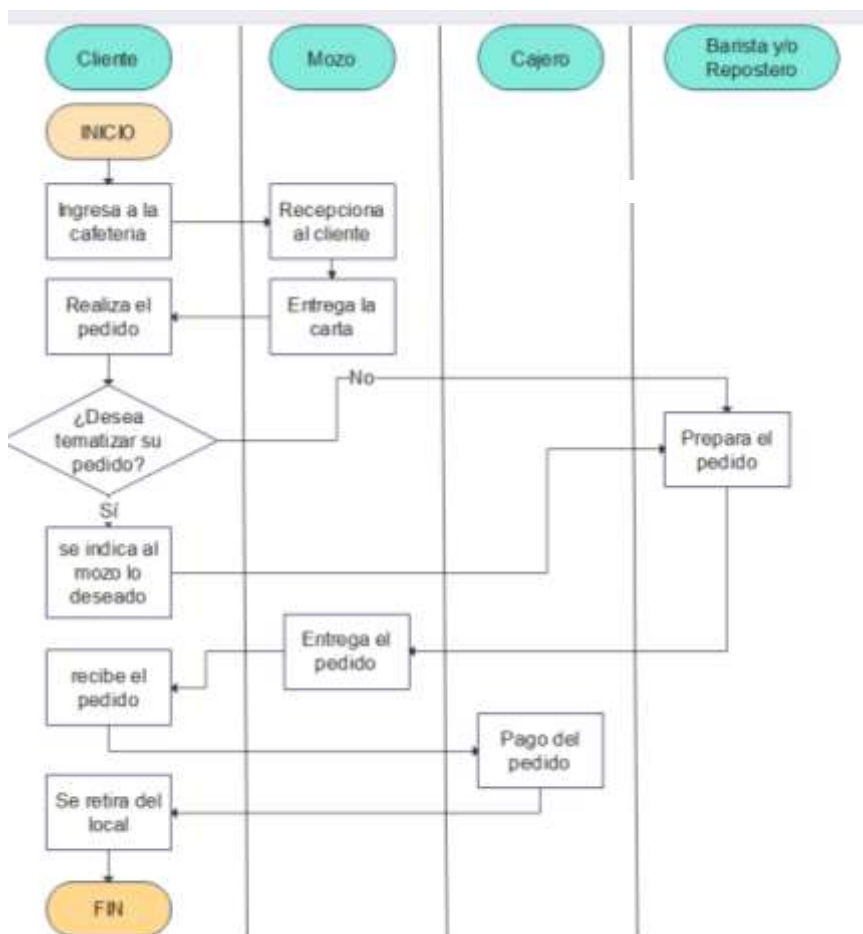
4.3. Diseño y flujogramas

4.3.1. DOP

La figura 12, muestra el proceso de atención al cliente que maneja la cafetería “HIROMI” en la cual son participes el cliente, mozo, caja, cocina, venta de accesorios.

Figura 12

Flujograma de procesos de atención al cliente



4.3.2. DAP

En la tabla 20 se puede observar los procesos que se realizan en la cafetería para la preparación de cafés con sus respectivos tiempos

En la tabla 21 se puede observar los procesos que se realizan en la cafetería para la preparación de frapes con sus respectivos tiempos

Tabla 21

DAP de los frapes

N°	ACTOR	DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	frapes						
			Op	Trp	Ctr	Esp	Alm	Tiempo (seg)	Costo (S/.)
1	mozo	emite pedido de frapps	X					5	S/ 0.18
2	barista	recibe el pedido	X					5	S/ 0.26
3	barista	picado de frutas o galletas	X					30	S/ 1.56
4	barista	colocado de hielo	X					8	S/ 0.42
5	barista	Licuadao	X					60	S/ 3.13
6	barista	servir en el vaso	X					8	S/ 0.42
7	barista	colocar chantilly	X					5	S/ 0.26
8	barista	decorar	X					3	S/ 0.16
9	mozo/ barista	entrega de pedido y limpieza	X	X				30	S/ 1.07
TOTAL								154	S/ 7.44

4.4. Capacidad de producción

- Fraps

Según las encuestas a 1106 personas comprarían fraps, multiplicándolo por 12 (meses del año) nos daría un resultado de 13272.fraps anuales. Mensuales serian 1006 fraps y diariamente u fraps.

- Café

Según las encuestas a 666 personas comprarían café, multiplicándolo por 12 (meses del año) nos daría un resultado de 7992 cafés anuales. Mensuales serían 666 cafés y diariamente 22 cafés.

- Postres

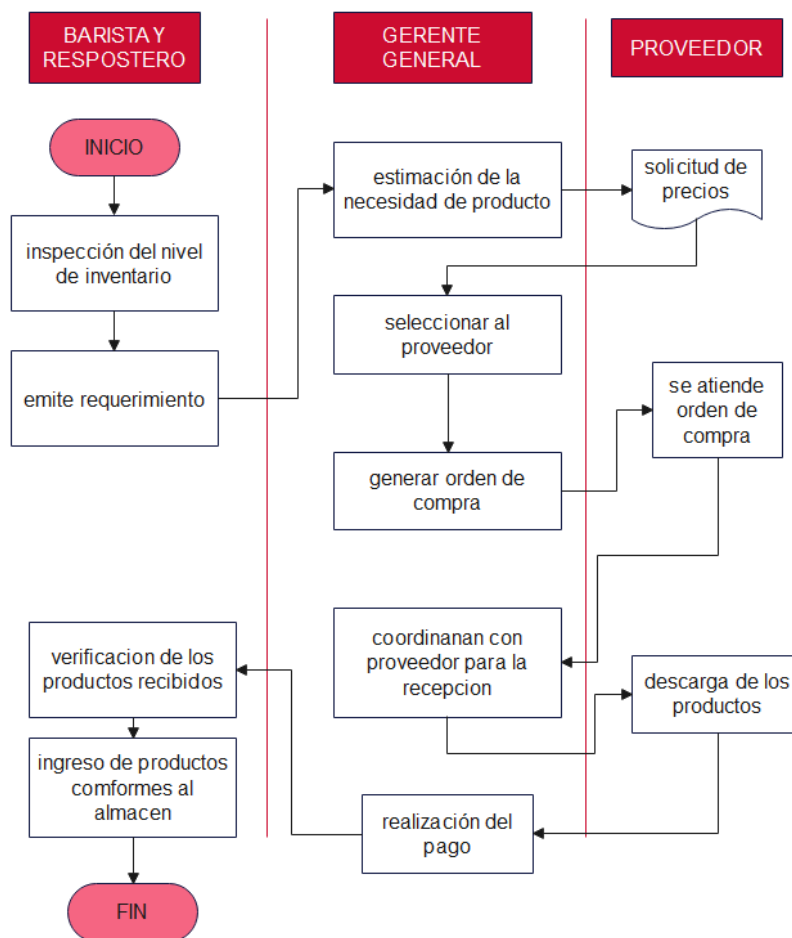
Según las encuestas 810 personas comprarían postres, multiplicándolo por 12 (meses del año) nos daría un resultado de 9720.postres anuales. Mensuales serian 810 postres y diariamente 27 postres.

4.5. Aprovisionamiento y logística

La figura 13 nos da a conocer el proceso por el que pasa la empresa para poder adquirir todas sus materias primas, insumos y artículos necesarios para el buen funcionamiento de la cafetería.

Figura 13

Flujograma de abastecimiento



- Definir necesidades de los artículos.

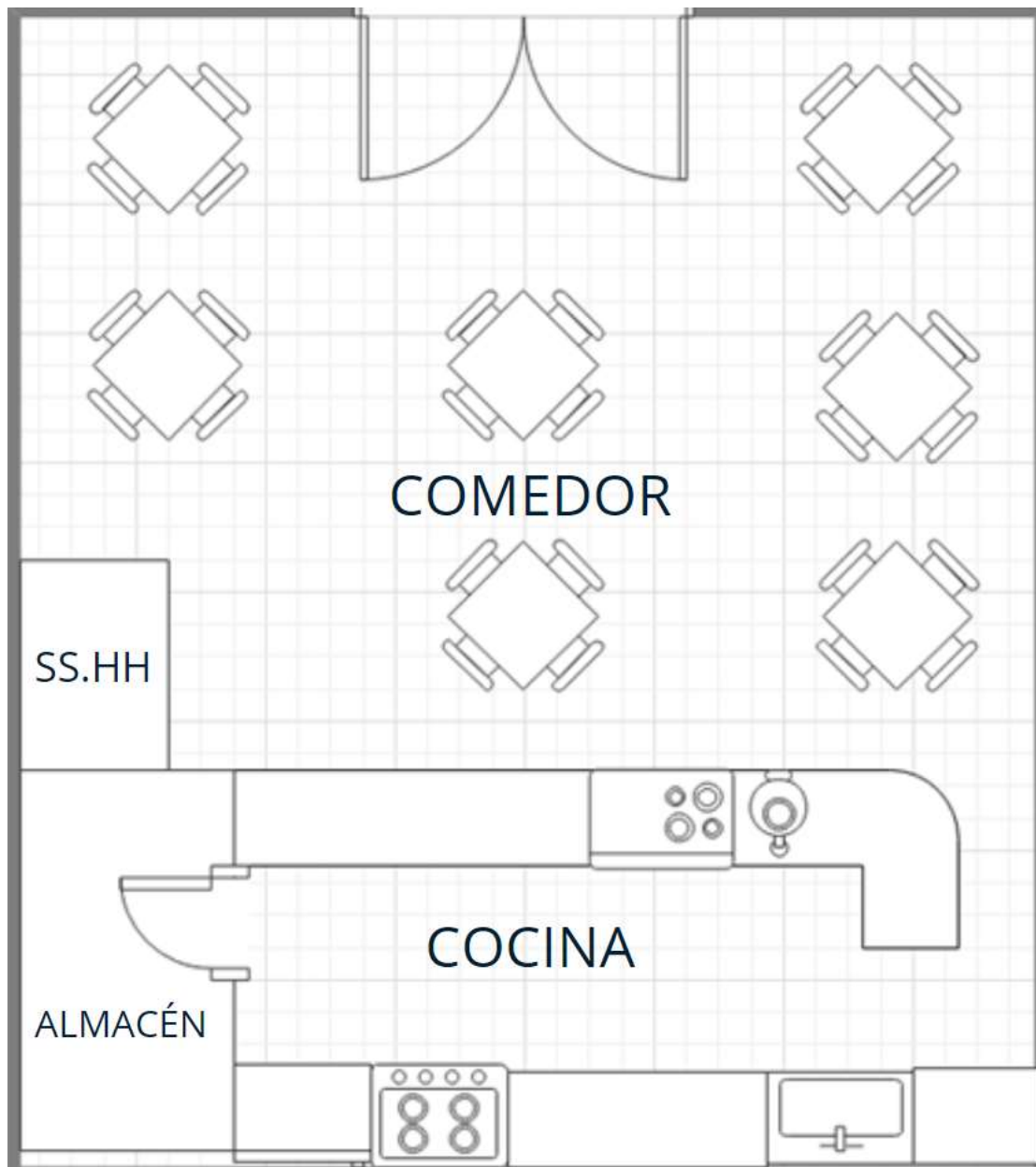
Son necesarios para lograr un lugar cómodo con diversos espacios, y variedad de artículos anime, ubicado en el distrito de Arequipa

- Definir las cantidades a comprar de esos artículos
 - Mangas: 2000 unidades de mangas
 - Mesas: 8
 - Sillas: 32

- Sillones: 1 sillón para 3 personas
 - Estantes: 4 estantes
 - Snacks japoneses: 1000 unidades
 - Bebidas: 150 unidades
 - Café: 25k
 - Frutas surtidas: 15k
 - Azúcar: 5k
- Definir proveedores
 - Panini Perú
 - Panini México
 - Distribuidores de artículos anime
 - Distribuidores de snacks japoneses
 - Proveedores de materia prima del café y fraps
 - Pastelería

4.6. Layout del negocio

En la figura 14 se puede ver las diferentes áreas con las cuales contara la cafetería, las cuales son el área de cocina, almacén, área de comedor y servicios higiénicos.

Figura 14*Distribución del establecimiento***4.7. Plan de operaciones**

- Estimación de demanda: nuestra que la demanda sale que a partir de la captación del 10% del meta dando como total 957 personas clientes por año.
- Demanda de clientes por semana: los días de atención de nuestro local serán los martes a domingo desde las 12:00 am hasta las 8:00 pm.

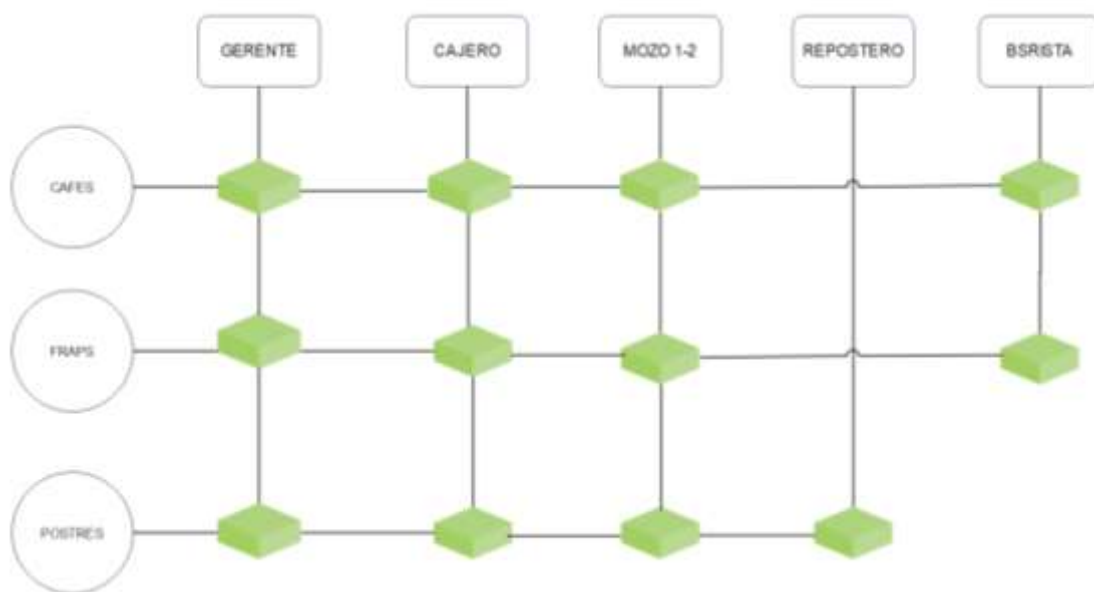
V. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

5.1. Estructura organizacional

Como se muestra en la figura 15, el organigrama matricial que está conformado por cada uno de los puestos que se van a implementar, contando con 5 trabajadores y 1 gerente general.

Figura 15

Organigrama empresarial



5.2. Filosofía y cultura organizacional

“kirei coffee E.I.R.L” es una cafetería temática la cual está comprometida a brindar un espacio de inclusión para los fanáticos del anime. La cultura organizacional del negocio se basa en poder brindar un lugar de trabajo cómodo y empático para sus trabajadores permitiendo que su desempeño sea el mejor en el trabajo.

- **Principios:**

- **Creatividad y innovación:** Fomentar la creatividad y innovación para la creación de nuevos postres y bebidas tematizada atractiva las cuales nos permite poder llegar a más público.
- **Buen servicio al cliente:** estableciendo como objetivo llegar brindar momentos estelares a los clientes, para lo cual será necesario un trato amable, empático y personalizado.

- **Trabajo en equipo:** Siendo importante fomentar el trabajo en equipo, para ello es necesario establecer una buena comunicación siendo esta misma fundamental para saber las falencias del negocio y poder mejorarlas.
- **Políticas**
 -
- **Estilo de liderazgo**
Siendo el mismo una en el cual el líder promueva la mejora de sus colaboradores, para así poder llegar al objetivo en común.
- **Tipo de motivación:**
En la cafetería “kirei coffee i” se trabajará en conjunto para un objetivo en común y un objetivo personal de cada colaborador, los cuales tendrán una meta personal de ventas que por consiguiente será premiado y con ello contribuyen al objetivo empresarial.
- **Perfil del colaborador ideal**
Todos los colaboradores deben de tener una pasión, gusto por los animes y/o mangas para así poder comprender a nuestros clientes de manera empática y llegar a que tengan momentos estelares, mostrando responsabilidad y respeto con el servicio brindado.

5.3. Cuadro de puestos

5.3.1. Gerente general

El cuadro 4, representa al gerente general el cual representa a quien dirige la cafetería, se puede observar las funciones que debe cumplir según su área, las habilidades, requisitos y perfil para un buen desempeño laboral.

Cuadro 4

Perfil de gerente

PERFIL DE PUESTO	
kirei coffee	
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
ÁREA:	ADMINISTRACION
DENOMINACIÓN DEL CARGO:	GERENTE GENERAL
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Liderar a la empresa para el logro de sus objetivos	

5.3.2. Barista

En el siguiente cuadro 5 se muestra las funciones o el perfil que debe cumplir el barista el está encargado de la preparación del café, el colaborador debe adaptarse a ello y a los diferentes gustos del cliente.

Cuadro 5

Perfil de Barista

	PERFIL DE PUESTO
	kirei coffee
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
AREA	BARISTA
DOMINACION DEL CARGO	BARISTA
DEPENDENCIA	GERENTE GENERAL
JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERALL
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Es el encargado de preparar los cafés frapps de los clientes, realizando un proceso optimo y eficaz	

5.3.3. Repostero

En el siguiente cuadro 6 se muestra las funciones o el perfil que debe cumplir el barista él está encargado de la preparación del café, el colaborador debe adaptarse a ello y a los diferentes gustos del cliente.

Cuadro 6

Perfil de repostero

	PERFIL DE PUESTO
	kirei coffee
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
AREA	REPOSTERO
DOMINACION DEL CARGO	REPOSTERO
DEPENDENCIA	GERENTE GENERAL
JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERALL
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Es el encargado de preparar los postres de los clientes, realizando un proceso optimo y eficaz	

5.3.4. Cajero

El siguiente cuadro 7, representa al cajero, las funciones que debe tener en cuenta para el buen desempeño en su área y tener un resultado eficiente.

Cuadro 7

Perfil de cajero

	PERFIL DE PUESTO
	kirei coffee
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
AREA	VENTAS
DOMINACION DEL CARGO	CAJERO
DEPENDENCIA	GERENTE GENERAL
JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERAL
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Brindarle una buena atención al cliente, efectuando de manera correcta el cobro de los pedidos.	

5.3.5. Mozo

El siguiente cuadro 8, muestra el área del mozo quien se encarga en la atención del cliente realizar los pedidos correctamente para la degustación según lo que el cliente pida también estar para la disposición del cliente.

Cuadro 8

Perfil del mozo

	PERFIL DE PUESTO
	kirei coffee
I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
AREA	MOZO
DOMINACION DEL CARGO	MOZO
DEPENDENCIA	CAJERO
JEFE INMEDIATO	CAJERO
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Tener una actitud empática con el cliente, para así conseguir que el consumidor tenga momentos estelares por el mismo servicio.	

5.4. Descripción y especificación de puestos

5.4.1. Gerente general

a) Descripción de funciones generales

- Controlar los inventarios de materia prima de la cafetería, como también crear alianzas estratégicas con los proveedores.
- Controlar las asistencias de los trabajadores en el local.
- Motivar a los colaboradores en el local, atender su inquietud y recibir recomendaciones de ellos mismos para que así la empresa mejore.
- Controlar los gastos de la empresa, para así asegurar la rentabilidad de la empresa.
- Resolver problemas eventuales que suceden en la empresa de la mejor manera.
- Llevar un control de desempeño de los trabajadores.
- Mantener los registros de compras y ventas actualizados.

b) Competencias

- Competencias cardinales: Innovación, respeto, empatía, responsabilidad, y pasión.
- Competencias específicas: Habilidades de negociación, razonamiento estratégico, habilidad analítica, tolerancia al trabajo bajo presión, liderazgo y motivación hacia los colaboradores

c) Requisitos

- Formación: Licenciado en contabilidad, administración y otros afines.
- Experiencia: 2 años de experiencia según al cargo.
- Conocimientos:
Conocimientos en marketing, finanzas y administración, manejo de Office y aplicativos niveles intermedios, conocimiento técnico en cafetería y pastelería, elaboración de presupuesto.

5.4.2. Barista

a) Descripción de funciones generales

- Preparar los distintos diseños de cafés que soliciten en el local los clientes
- Mantener el lugar de trabajo limpio
- Elaboración de inventario de entrada y salida
- Solicitar materia prima insumos instrumentos faltantes en su momento.
- Verificar la buena preparación de los productos deseados por el cliente.

b) Competencias

- Competencias cardinales: Innovación, respeto, empatía, responsabilidad, y pasión.
- Competencias específicas: motivación, amabilidad, honestidad, servicio al cliente, tolerancia al trabajo bajo presión.

c) Requisitos

- Formación: egresado de la carrera de barista
- Experiencia: 1 año de experiencia en el sector
- Conocimientos: elaboración en cafés especializados y tematizados, preparación y elaboración de productos innovadores

5.4.3. Cajero

a) Descripción de funciones generales

- Brindarle una buena atención al cliente.
- Mantener el orden y limpieza del area
- Brindar el informe de ingreso y egresos de la caja al gerente general.
- Tener un adecuado manejo del efectivo.
- El manejo de carteras virtuales o tarjetas de crédito.

b) Competencias

- Competencias cardinales: Innovación, respeto, empatía, responsabilidad, y pasión.

- Competencias específicas: motivación, compromiso, responsabilidad, honestidad, liderazgo, empatía con el cliente, habilidad analítica, tolerancia el trabajo bajo presión.

c) Requisitos

- Formación: técnico en administración o contabilidad
- Experiencia: 3 meses de experiencia
- Conocimientos: en informática, manejo de efectivo, atención al cliente.

5.4.4. Mozo

a) Descripción de funciones generales

- Brindar una buena atención al cliente.
- Limpieza del área de comedor.
- Organizar los utensilios necesarios para su trabajo.
- Mantener una buena imagen de la empresa.
- Tener empatía con los clientes y ayudarlos
- Captar la atención de los clientes para que efectúe su consumo en el local.

b) Competencias

- Competencias cardinales: Innovación, respeto, empatía, responsabilidad, y pasión.
- Competencias específicas: Capacidad de persuasión, motivación, compromiso, habilidad y destreza de relación interpersonal, tolerancia el trabajo bajo presión, agilidad en el proceso de atención.

c) Requisitos

- Formación: cursos en atención al cliente, idiomas variados y conocimiento en ventas.
- Experiencia: 1 año de experiencia según al cargo.

- Conocimientos: capacidad para relacionarse interpersonales y conocimiento de mangas y animes, estar al día en los estrenos de los mismos.

5.5. Planificación estratégica del talento humano

5.5.1. Área responsable

Las estrategias de recursos humanos que se implementara para la cafetería son las siguientes:

- Conocer a cada uno de los trabajadores: Como sus gustos, disgustos, metas y problemas.
- Realizar reuniones: En las cuales se escuchará las recomendaciones de los colaboradores para mejorarla el servicio de la cafetería, como también lo que les aqueja en el área de trabajo.
- Compensación por el buen desempeño de los colaboradores con incentivos o días libres.
- Contar con área equipada para la relajación de los colaboradores que permita mantener su ánimo en e horario de trabajo.

5.5.2. Estrategia organizacional

Se realizará una evaluación de 360 grados a nuestros colaboradores para evaluar su desempeño para su posterior mejora.

5.6. Descripción de los principales procesos de gestión del talento humano

5.6.1. Reclutamiento de personal

a) DESCRIPCIÓN:

La cafetería “kirei coffee” líder en ventas de cafés, frapps tematizados de anime y postres, busca personal con conocimientos y habilidades en el ámbito de administración de empresas.

b) FUNCIONES:

- Manejar el informes financieros
- Control de gastos razonables con los presupuesto establecidos

- Administrar los presupuestos para los procesos y las inversiones de la empresa.
- Analizar tendencias en el ámbito de los animes y mangas
- Evaluar el desempeño de la empresa, posicionamiento de la cafetería en el mercado.
- Idear métodos para maximizar las ganancias de la cafetería

c) COMPETENCIAS:

- Liderazgo
- Ética
- Innovación
- Trabajo en equipo
- Perseverancia
- Integridad
- Responsable
- Habilidad analítica
- Adaptabilidad al cambio

d) REQUISITOS:

- Conocimiento en computación
- Conocimiento en contabilidad
- Conocimiento en finanzas
- Conocimiento en marketing
- Elaboración de presupuestos

e) OFRECEMOS:

- Ingreso a planilla desde el primer día de trabajo con todos los beneficios de la ley
- Excelente clima laboral con acceso a wifi, mangas, animes
- Remuneración S/. 1500
- Almuerzo todos los días de trabajo
- Gratificaciones
- Seguro

f) REQUERIMIENTOS:

- Educación: licenciado en administración de empresas
- Años de experiencia: 1 año
- Edad: 25 y 40 años

5.6.2. Selección de personal

La selección del personal se realizará a cada uno de una manera única, siendo un punto clave sus gustos, en lo cual queremos conocer si tiene gusto por el anime y/o manga, realizándose entrevistas personales y pruebas psicométricas, en las cuales se medirán las habilidades, aptitudes y la personalidad de los postulantes.

5.6.3. Contratación

Se elaboraran contratos donde se detallen los sueldos, horarios de trabajo, funciones, las indicaciones respectivas de acuerdo a su puesto de trabajo, como también se incluirá una clausula para la confidencialidad de información de la empresa.

5.6.4. Inducción

- **Bienvenida**
- Hola bienvenido(a) a la familia "kirei coffee" nos da mucho gusto contar con tu presencia en la empresa, esperemos que compartas nuestros objetivos hacia el éxito. "kirei coffee" está comprometida con la más alta calidad de servicio en todos los aspectos de nuestro negocio. Esperemos que tengas una carrera larga y exitosa con nosotros.
- **Recorrido por la empresa**
- A continuación, le mostramos las áreas de servicios higiénicos, comedor, almacén, la ubicación de los materiales y utensilios que se utilizan en cada área.

- **Háblale de la empresa**

kirei coffee.E.I.R.L es una empresa que tiene una pasión por el anime, por los dulces que se centra en los rubros de cafetería y repostería es una empresa que busca la satisfacción de sus clientes ofreciéndole así mismo un lugar agradable y buen ambiente, logrando así ser una de sus preferencias de nuestros públicos.

Nuestra empresa está conformada por un gerente general, barista, repostero, cajero y dos mozos.

- **Platica acerca de la empresa**

- Normas de la empresa.
- Horario general del trabajo.
- El día de pago.
- Generación de ingresos extras
- Sanciones al cometer una falta u otro.
- Vacaciones, días feriados.

5.6.5. Desarrollo de personal

- Establecer metas a corto plazo y largo plazo
- Reuniones para que todos den opinión sobre la empresa y su funcionamiento
- Reconocer y recompensar el buen desempeño

VI. PLAN FINANCIERO

6.1. Análisis de costos

6.1.1. Cuadro de costos fijos y variables, costos directos e indirectos

La cafetería “kirei coffee” tendrá un costo mensual total de S/. 160028.95 entre costos variables y fijos que se muestran en la tabla 22 y tabla 23.

Tabla 22

Costos fijos y variables (I)

Rubro	Valor unitario	Und req	Unidad metrica	Costo total	
				Fijo	Variable
-	-	-	-	s/ 14,010.00	s/ 2,018.95
Costos directos	-	-	-	-	s/ 1,947.95
Materia prima	-	-	-	-	s/ 1,947.95
Café	s/ 60.00	6	Kilo	-	s/ 360.00
Azúcar	s/ 3.00	50	Kilo	-	s/ 150.00
Leche evaporada	s/ 6.00	24	Litro	-	s/ 144.00
Hielo	s/ 5.00	25	Paquete	-	s/ 125.00
Fresa	s/ 6.00	20	Kilo	-	s/ 120.00
Mango	s/ 5.00	15	Kilo	-	s/ 75.00
Oreo	s/ 5.00	20	Paquete	-	s/ 100.00
Chocolate	s/ 1.50	25	Unidad	-	s/ 37.50
Queso	s/ 20.00	2	Unidad	-	s/ 40.00
Jamon	s/ 1.50	10	Paquete	-	s/ 15.00
Pechuga de pollo	s/ 8.80	15	Kilos	-	s/ 132.00
Tomate	s/ 3.50	10	Kilos	-	s/ 35.00
Lechuga	s/ 1.50	15	Unidad	-	s/ 22.50
Sal	s/ 1.70	1.5	Kilo	-	s/ 2.55
Chantillí	s/ 5.50	20	Unidad	-	s/ 110.00
chessqueke	s/ 3.80	24	Unidad	-	s/ 91.20
zanahoria	s/ 2.30	24	Unidad	-	s/ 55.20
chocolate	s/ 2.50	40	Unidad	-	s/ 100.00
Red velvet	s/ 2.80	35	Unidad	-	s/ 98.00
Salsas	s/ 0.45	300	Sachet	-	s/ 135.00
Mano de obra directa	-	-	-	s/ 3,000.00	-
Barista	s/1,300.00	1	Personal	s/ 1,500.00	-
Cocinero	s/1,200.00	1	Personal	s/ 1,500.00	-
Costos indirectos	-	-	-	s/ 3,980.00	-
Alquiler	s/3,000.00	1	Mes	s/ 3,000.00	-

Internet	s/ 65.00	1	Mes	s/ 65.00	-
----------	----------	---	-----	----------	---

Tabla 23**Costos fijos y variables (II)**

Agua	s/ 100.00	1	Mes	s/ 300.00	-
Luz	s/ 186.00	1	Mes	s/ 600.00	-
Crunchyroll	s/ 15.00	1	Mes	s/ 15.00	-
Mano de obra indirecta	-	-	-	S/ 6,450.00	-
Administrador	S/3,000.00	1	Personal	S/ 1,500.00	-
Mozo	S/1,025.00	2	Personal	S/ 2,050.00	-
Asesor contable	S/ 200.00	1	Mes	S/ 200.00	-
Cajero	S/1,400.00	1	Personal	S/ 1,400.00	-
Gastos de ventas	-	-	-	S/ 580.00	S/ 71.00
Envases ecológicos (millar)	S/1,600.00	1	Unidad	-	S/ 65.00
Sorbetes	S/ 0.12	50	Unidad	-	S/ 6.00
Afiches	S/ 80.00	1	Mes	S/ 80.00	-
Publicidad online	S/ 480.00	1	Mes	S/ 500.00	-
COSTO TOTAL					S/ 16,028.95

6.1.2. Cuadro de gastos administrativos y de venta

En la tabla 24 se puede observar los gastos administrativos los cuales están reflejados de forma anual a continuación.

Tabla 24*Gastos administrativos*

	Año 1	Año 2	Año 3
Planilla	108,712.71	108,712.71	108,712.71
Luz,agua,telf	11,760.00	11,760.00	11,760.00
Alquiler	36,000.00	36,000.00	36,000.00
TOTAL	156,472.71	156,472.71	156,472.71

En la tabla 25 se puede observar los gastos de ventas, los cuales están reflejados de forma anual a continuación.

Tabla 25*Gastos de ventas*

	Año 1	Año 2	Año 3
paking	852.00	852.00	852.00

Ferias	4,720.00	4,720.00	4,720.00
Merchandising	6,960.00	6,960.00	6,960.00
TOTAL	12,532.00	12,532.00	12,532.00

6.1.3. Cuadro de pago de impuestos

La cafetería “kirei coffee tendrá un impuesto anual de un total de S/- 16565.01 en el primer año como se muestran en la tabla 26.

Tabla 26

Pago impuesto

	Año 1	Año 2	Año 3
Imp renta sin deuda	34,578.40	49,674.28	60,897.77
Imp renta con deuda	51,143.41	67,304.05	80,007.56
Escudo fiscal	-16,565.01	-17,629.77	-19,109.79

6.2. Presupuesto

6.2.1. Presupuesto de ingresos

Como se puede ver en la tabla 27, tabla 28 logramos ver los ingresos del primer año de la empresa “kirei coffee” en la cual se ve mayores ventas en los meses de marzo, abril, setiembre, octubre y diciembre.

Tabla 27

Presupuesto de ingresos(I)

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
INGRESOS PROYECTADOS TOTAL	S/. 129,677.30	S/. 134,896.28	S/. 158,036.67	S/. 167,730.98	S/. 137,924.89	S/. 144,637.49	S/. 137,917.80
Café	S/. 30,86	S/. 32,10	S/. 37,613	S/. 39,92	S/. 32,82	S/. 34,42	S/. 32,82
Fraps	S/. 45,64	S/. 47,48	S/. 55,629	S/. 59,04	S/. 48,55	S/. 50,91	S/. 48,54
Postres	S/. 35,272	S/. 36,69	S/. 42,986	S/. 45,62	S/. 37,51	S/. 39,34	S/. 37,51
Sandwichs	S/. 17,89	S/. 18,61	S/. 21,809	S/. 23,14	S/. 19,03	S/. 19,96	S/. 19,03

Tabla 28

Presupuesto de ingresos (II)

MESES	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESOS PROYECTADOS TOTALES	S/. 176,594.54	S/. 191,749.02	S/. 164,595.57	S/. 133,060.59	S/. 167,952.07
Café	S/. 42,030	S/. 45,636	S/. 39,174	S/. 31,668	S/. 39,973
Fraps	S/. 62,161	S/. 67,496	S/. 57,938	S/. 46,837	S/. 59,119
Postres	S/. 48,034	S/. 52,156	S/. 44,770	S/. 36,192	S/. 45,683
Sandwichs	S/. 24,370	S/. 26,461	S/. 22,714	S/. 18,362	S/. 23,177

6.2.2. Presupuesto de ventas

Como se puede ver en la tabla 29 logramos ver las ventas del primer año de la empresa “kirei coffee”

Tabla 29

Presupuesto de ventas

VENTAS	PROYECCION DE VENTAS
ENERO	15440
FEBRERO	11567
MARZO	27014
ABRIL	46295
MAYO	23160
JUNIO	34730
JULIO	11582
AGOSTO	19307
SEPTIEMBRE	15422
OCTUBRE	46319
NOVIEMBRE	30879
DICIEMBRE	34720
AÑO 1	15440
AÑO 2	17756
AÑO 3	19532

6.2.3. Presupuesto de producción

Como se puede ver en la tabla 30, tabla 31 logramos ver los presupuestos de producción del primer año de la empresa “kirei coffee” en la cual se ve mayores ventas de los capuchinos.

Tabla 30

Presupuesto de producción(I)

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
Capuchino	1,195	1,243	1,457	1,546	1,271	1,333	1,271
expreso	266	266	324	344	283	296	282
moccachino	199	199	243	257	212	222	212
americano	465	465	566	601	494	518	494
frap de fresa	797	797	971	1,030	847	888	847
frap de mango	399	399	486	515	424	445	424
fraps de oreo	598	598	728	773	636	667	635
fraps de capuchino	199	199	243	258	212	222	212
chessqueke	332	332	405	430	353	371	353
zanahoria	265	265	323	343	282	296	282
chocolate	797	797	971	1,031	848	889	847
red velvet	531	531	648	687	565	593	565
pollo	597	597	728	773	635	666	635
queso con jamon	266	266	324	344	283	296	282

Tabla 31*Presupuesto de producción(II)*

MESES	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Capuchino	1,628	1,767	1,517	1,226	1,548	17003	19554	21510
expreso	362	393	337	273	344	3768	4334	4768
moccachino	271	294	253	204	258	2823	3247	3572
americano	633	687	590	477	602	6593	7583	8342
frap de fresa	1,085	1,178	1,011	817	1,032	11300	12995	14295
frap de mango	542	589	506	409	516	5653	6501	7152
fraps de oreo	813	884	759	613	774	8477	9749	10724
fraps de capuchino	271	295	253	204	258	2826	3251	3577
chessqueke	452	491	422	341	430	4712	5420	5962
zanahoria	362	392	337	272	344	3764	4329	4762
chocolate	1,085	1,179	1,012	818	1,032	11305	13002	14303
red velvet	723	786	674	545	688	7537	8668	9535
pollo	813	883	758	613	774	8474	9746	10721
queso con jamon	362	393	337	273	344	3768	4334	4768

6.2.4. Presupuesto de costo de ventas

Como se puede ver en la tabla 30, tabla 31 logramos ver los presupuestos de costos de ventas del primer año de la empresa “kirei coffee” en la cual se ve por cada producto de la carta.

Tabla 32

Presupuestos de costo de ventas (I)

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
INGRESOS PROYECTADOS TOTAL	S/. 24,074.02	S/. 24,162.05	S/. 29,338.73	S/.31,138.43	S/. 25,605.00	S/.26,851.24	S/25,594.07
Capuchino	2,187.29	2,275.31	2,665.62	2,829.14	2,326.39	2,439.62	2,326.28
expreso	318.82	318.82	388.55	412.38	339.10	355.60	338.83
moccachino	515.89	515.89	628.71	667.28	548.70	575.41	549.02
americano	613.55	613.55	747.73	793.59	652.57	684.33	652.25
frap de fresa	4,779.39	4,779.39	5,824.58	6,181.87	5,083.33	5,330.74	5,082.50
frap de mango	1,992.65	1,992.65	2,428.42	2,577.38	2,119.37	2,222.53	2,117.71
fraps de oreo	4,780.77	4,780.77	5,826.27	6,183.67	5,084.81	5,332.29	5,082.50
fraps de capuchino	1,195.59	1,195.59	1,457.05	1,546.43	1,271.62	1,333.52	1,270.63
chessqueke	1,262.55	1,262.55	1,538.65	1,633.04	1,342.84	1,408.20	1,341.22
zanahoria	610.17	610.17	743.60	789.22	648.97	680.56	649.43
chocolate	1,992.65	1,992.65	2,428.42	2,577.38	2,119.37	2,222.53	2,117.71
red velvet	1,487.85	1,487.85	1,813.22	1,924.45	1,582.46	1,659.49	1,581.22
pollo	1,672.64	1,672.64	2,038.42	2,163.46	1,779.01	1,865.59	1,778.88
queso con jamon	664.22	664.22	809.47	859.13	706.46	740.84	705.90

Tabla 33

Presupuestos de costo de ventas(II)

MESES	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS PROYECTADOS TOTAL	S/. 32,771.50	S/. 35,597.26	S/. 30,556.36	S/. 24,702.04	S/. 31,179.47	S/. 341,570.19	S/. 392,805.72	S/. 432,086.29
Capuchino	2,978.64	3,234.25	2,776.25	2,244.35	2,832.87	S/. 31,116.02	S/. 35,783.42	S/. 39,361.76
expreso	433.85	471.43	404.67	327.14	412.92	S/. 4,522.14	S/. 5,200.46	S/. 5,720.50
moccachino	702.98	762.83	654.81	529.35	668.16	S/. 7,319.03	S/. 8,416.89	S/. 9,258.58
americano	835.17	907.23	778.76	629.56	794.64	S/. 8,702.92	S/. 10,008.35	S/. 11,009.19
frap de fresa	6,507.80	7,067.08	6,066.32	4,904.07	6,190.02	S/. 67,797.09	S/. 77,966.66	S/. 85,763.32
frap de mango	2,711.59	2,946.45	2,529.20	2,044.63	2,580.78	S/. 28,263.36	S/. 32,502.87	S/. 35,753.15
fraps de oreo	6,507.80	7,069.13	6,068.08	4,905.49	6,191.82	S/. 67,813.42	S/. 77,985.43	S/. 85,783.97
fraps de capuchino	1,626.95	1,767.87	1,517.52	1,226.78	1,548.47	S/. 16,958.02	S/. 19,501.72	S/. 21,451.89
chessqueke	1,717.34	1,866.88	1,602.51	1,295.49	1,635.19	S/. 17,906.46	S/. 20,592.43	S/. 22,651.67
zanahoria	831.55	902.23	774.47	626.08	790.26	S/. 8,656.71	S/. 9,955.21	S/. 10,950.73
chocolate	2,711.59	2,946.45	2,529.20	2,044.63	2,580.78	S/. 28,263.36	S/. 32,502.87	S/. 35,753.15
red velvet	2,024.65	2,200.02	1,888.47	1,526.66	1,926.98	S/. 21,103.31	S/. 24,268.81	S/. 26,695.69
pollo	2,277.73	2,473.26	2,123.02	1,716.27	2,166.32	S/. 23,727.23	S/. 27,286.32	S/. 30,014.95
queso con jamon	903.86	982.15	843.07	681.54	860.26	S/. 9,421.12	S/. 10,834.29	S/. 11,917.72

6.2.5. Presupuesto de gasto administrativos y de ventas

En la tabla 34 se puede observar los gastos administrativos los cuales están reflejados de forma anual a continuación.

Tabla 34

Gastos administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3
Planilla	74,004.00	74,004.00	74,004.00
Luz,agua,telf	11,760.00	11,760.00	11,760.00
Alquiler	36,000.00	36,000.00	36,000.00
TOTAL	121,764.00	121,764.00	121,764.00

En la tabla 35 se puede observar los gastos de ventas, los cuales están reflejados de forma anual a continuación.

Tabla 35

Gastos de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Paking	852.00	852.00	852.00
Ferías	4,720.00	4,720.00	4,720.00
Merchandising	6,960.00	6,960.00	6,960.00
Gastos de Transporte	0.00	0.00	0.00
TOTAL	12,532.00	12,532.00	12,532.00

6.2.6. Presupuesto de inversiones

En la tabla 36 y tabla 37, podemos ver el total de inversión necesaria para la implementación y ejecución de la cafetería HIRIMI el cual suma el monto de 78091.30 soles.

Tabla 36*Presupuesto de inversiones (I)*

RUBRO	Valor Unitario	Unid Requeridas	Costo total
Infraestructura	-	-	S/ 3,100.00
Ambientación del local	S/ 3,000.00	1	S/ 3,000.00
Instalación	S/ 100.00	1	S/ 100.00
Maquinaria y equipos	-	-	S/ 15,040.00
Refrigerador	S/ 1,000.00	1	S/ 1,000.00
Exhibidor congelador	S/ 1,500.00	1	S/ 1,500.00
Molino de café	S/ 1,790.00	1	S/ 1,790.00
Máquina de café + kit de barismo	S/ 2,000.00	1	S/ 2,000.00
Balanza digital gramos	S/ 70.00	1	S/ 70.00
Licuada	S/ 700.00	1	S/ 700.00
Computadora	S/ 2,500.00	1	S/ 2,500.00
Mesas de trabajo	S/ 680.00	1	S/ 680.00
Cocina	S/ 1,000.00	1	S/ 1,000.00
Mueble de cocina	S/ 1,300.00	1	S/ 1,300.00
Máquina para hacer waffles	S/ 170.00	1	S/ 170.00
Balón gas	S/ 80.00	1	S/ 80.00
Televisor	S/ 1,500.00	1	S/ 1,500.00
Lavadero pequeño	S/ 750.00	1	S/ 750.00
Muebles y enseres	-	-	S/ 12,450.00
Juego de mesa x4	S/ 800.00	6	S/ 4,800.00
Juego de mesa x2	S/ 425.00	3	S/ 1,275.00
Despensa melanina	S/ 300.00	1	S/ 300.00
Escritorio	S/ 300.00	1	S/ 300.00
Estante para documentos	S/ 200.00	2	S/ 400.00
Silla	S/ 180.00	1	S/ 180.00
Juego de 3 ollas	S/ 200.00	1	S/ 200.00
Tetera	S/ 65.00	1	S/ 65.00
Cucharas	S/ 0.75	24	S/ 18.00
Platos	S/ 1.50	30	S/ 45.00
Tazas	S/ 2.50	30	S/ 75.00
Sillón de x3	S/ 35.00	50	S/ 1,750.00
Barra	S/ 1,200.00	1	S/ 1,200.00
Azucareras	S/ 9.00	6	S/ 54.00
Servilleteros	S/ 5.00	6	S/ 30.00

Tabla 37*Presupuesto de inversiones (II)*

Mangas	S/	35.00	50	S/	1,750.00
Equipo de limpieza		-	-	S/	29.00
Escoba	S/	10.00	1	S/	10.00
Recogedor	S/	7.00	1	S/	7.00
Balde	S/	8.00	1	S/	8.00
Trapeador	S/	4.00	1	S/	4.00
Equipo de trabajo		-	-	S/	1,023.00
Uniforme administrativo(camisa)	S/	40.00	2	S/	80.00
Uniforme cocina(chaqueta, gorro)	S/	120.00	2	S/	240.00
Uniforme atención al cliente(camisa, mandil)	S/	100.00	2	S/	200.00
Guantes	S/	25.00	1	S/	25.00
Mascarilla	S/	8.00	1	S/	8.00
Útiles de escritorio	S/	30.00	1	S/	30.00
Extintor	S/	200.00	2	S/	400.00
Botiquín	S/	40.00	1	S/	40.00
Sub total				S/	31,642.00
Intangibles				S/	749.26
Capital de trabajo				S/	45,700.04
TOTAL				S/	78,091.30

6.2.7. Presupuesto de tributos (IGV)

La cafetería “kirei coffee” tendrá un pago de IGV un total de S/.67500.62 en el primer año como se muestran en la tabla 38.

Tabla 38*Presupuesto de tributos*

	Año 1	Año 2	Año 3
IGV ventas	128,801.64	148,121.88	162,934.07
IGV compras	69,251.76	79,639.52	87,603.48
IGV Administ.	7,285.42	7,285.42	7,285.42
IGV gastos ventas	1,911.66	1,911.66	1,911.66
TOTAL DÉBITO FISCAL	50,352.79	59,285.27	66,133.51

6.3. Punto de equilibrio

La cafetería “kirei coffee” necesitará vender mínimo 2731 unidades de sus productos para cubrir sus gastos. Como se puede apreciar en la tabla 39 a continuación.

Tabla 39

Punto de equilibrio

PRODUCTOS	VENTAS PPTO	P. VENTA	V. VENTA	C.V.U	% PART.	MG.CONT.	MG.C.POND.	P.E POR PROD.	P.E S./
Capuchino	1417	S/. 8.50	S/ 7.20	S/ 1.83	14.55%	S/ 6.67	S/ 0.97	387	3288.95
expreso	315	S/. 6.00	S/ 5.08	S/ 1.20	3.24%	S/ 4.80	S/ 0.16	86	516.10
moccachino	236	S/ 11.00	S/ 9.32	S/ 2.59	2.42%	S/ 8.41	S/ 0.20	64	708.88
americano	550	S/ 7.00	S/ 5.93	S/ 1.32	5.65%	S/ 5.68	S/ 0.32	150	1051.31
frap de fresa	2503	S/ 12.00	S/ 10.17	S/ 6.00	25.71%	S/ 6.00	S/ 1.54	683	2733.94
frap de mango	472	S/ 12.00	S/ 10.17	S/ 5.00	4.85%	S/ 7.00	S/ 0.34	129	1546.65
fraps de oreo	707	S/ 15.00	S/ 12.71	S/ 8.00	7.26%	S/ 7.00	S/ 0.51	193	2895.87
fraps de capuchino	236	S/ 12.00	S/ 10.17	S/ 6.00	2.42%	S/ 6.00	S/ 0.15	64	773.32
chessqueke	393	S/ 7.00	S/ 5.93	S/ 3.80	4.04%	S/ 3.20	S/ 0.13	107	751.21
zanahoria	314	S/ 5.00	S/ 4.24	S/ 2.30	3.22%	S/ 2.70	S/ 0.09	86	428.71
chocolate	943	S/. 5.00	S/ 4.24	S/ 2.50	9.68%	S/ 2.50	S/ 0.24	258	1287.51

red velvet	629	S/. 6.00	S/ 5.08	S/ 2.80	6.46%	S/ 3.20	S/ 0.21	172	1030.55
pollo	707	S/. 7.00	S/ 5.93	S/ 2.80	7.26%	S/ 4.20	S/ 0.30	193	1351.41
queso con jamon	315	S/. 6.00	S/ 5.08	S/ 2.50	3.24%	S/ 3.50	S/ 0.11	86	516.10
	9737				100.00%		5.27	2659	18880.51

6.4. Detalle de la inversión

En la tabla 24 y tabla 25, se puede ver la cuota que se pagará para un préstamo de 40000 soles los cuales con una tasa de interés del 25% anual por un lapso de 36 meses, nos da una cuota de 1773.10 soles mensuales.

Tabla 40

Amortización (I)

Meses	SALDO DE DEUDA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	INTERES ACUMULADO
1	S/. 40,000.00	S/. 1,773.10	S/. 1,112.88	S/. 660.22	S/. 1,112.88
2	S/. 39,339.78	S/. 1,773.10	S/. 1,094.51	S/. 678.59	S/. 2,207.39
3	S/. 38,661.19	S/. 1,773.10	S/. 1,075.63	S/. 697.47	S/. 3,283.02
4	S/. 37,963.72	S/. 1,773.10	S/. 1,056.23	S/. 716.87	S/. 4,339.25
5	S/. 37,246.85	S/. 1,773.10	S/. 1,036.28	S/. 736.82	S/. 5,375.53
6	S/. 36,510.03	S/. 1,773.10	S/. 1,015.78	S/. 757.32	S/. 6,391.31
7	S/. 35,752.71	S/. 1,773.10	S/. 994.71	S/. 778.39	S/. 7,386.02
8	S/. 34,974.33	S/. 1,773.10	S/. 973.05	S/. 800.04	S/. 8,359.07
9	S/. 34,174.28	S/. 1,773.10	S/. 950.80	S/. 822.30	S/. 9,309.87
10	S/. 33,351.98	S/. 1,773.10	S/. 927.92	S/. 845.18	S/. 10,237.79
11	S/. 32,506.80	S/. 1,773.10	S/. 904.40	S/. 868.70	S/. 11,142.19
12	S/. 31,638.10	S/. 1,773.10	S/. 880.23	S/. 892.86	S/. 12,022.43
13	S/. 30,745.24	S/. 1,773.10	S/. 855.39	S/. 917.71	S/. 12,877.82
14	S/. 29,827.53	S/. 1,773.10	S/. 829.86	S/. 943.24	S/. 13,707.68
15	S/. 28,884.30	S/. 1,773.10	S/. 803.62	S/. 969.48	S/. 14,511.30
16	S/. 27,914.82	S/. 1,773.10	S/. 776.65	S/. 996.45	S/. 15,287.95
17	S/. 26,918.36	S/. 1,773.10	S/. 748.92	S/. 1,024.18	S/. 16,036.87
18	S/. 25,894.18	S/. 1,773.10	S/. 720.43	S/. 1,052.67	S/. 16,757.29
19	S/. 24,841.51	S/. 1,773.10	S/. 691.14	S/. 1,081.96	S/. 17,448.43
20	S/. 23,759.55	S/. 1,773.10	S/. 661.04	S/. 1,112.06	S/. 18,109.47
21	S/. 22,647.49	S/. 1,773.10	S/. 630.10	S/. 1,143.00	S/. 18,739.57
22	S/. 21,504.49	S/. 1,773.10	S/. 598.30	S/. 1,174.80	S/. 19,337.87
23	S/. 20,329.69	S/. 1,773.10	S/. 565.61	S/. 1,207.49	S/. 19,903.48
24	S/. 19,122.20	S/. 1,773.10	S/. 532.02	S/. 1,241.08	S/. 20,435.50
25	S/. 17,881.12	S/. 1,773.10	S/. 497.49	S/. 1,275.61	S/. 20,932.99
26	S/. 16,605.51	S/. 1,773.10	S/. 462.00	S/. 1,311.10	S/. 21,394.98
27	S/. 15,294.41	S/. 1,773.10	S/. 425.52	S/. 1,347.58	S/. 21,820.51

Tabla 41*Amortización (II)*

28	S/. 13,946.83	S/. 1,773.10	S/. 388.03	S/. 1,385.07	S/. 22,208.53
29	S/. 12,561.76	S/. 1,773.10	S/. 349.49	S/. 1,423.61	S/. 22,558.03
30	S/. 11,138.16	S/. 1,773.10	S/. 309.89	S/. 1,463.21	S/. 22,867.91
31	S/. 9,674.94	S/. 1,773.10	S/. 269.18	S/. 1,503.92	S/. 23,137.09
32	S/. 8,171.02	S/. 1,773.10	S/. 227.33	S/. 1,545.77	S/. 23,364.42
33	S/. 6,625.26	S/. 1,773.10	S/. 184.33	S/. 1,588.77	S/. 23,548.75
34	S/. 5,036.48	S/. 1,773.10	S/. 140.12	S/. 1,632.97	S/. 23,688.87
35	S/. 3,403.51	S/. 1,773.10	S/. 94.69	S/. 1,678.41	S/. 23,783.57
36	S/. 1,725.10	S/. 1,773.10	S/. 48.00	S/. 1,725.10	S/. 23,831.56
SUMATORIA	S/. 0.00	S/. 63,831.56	S/. 23,831.56	S/. 40,000.00	

6.5. Estado de situación financiera y estado de resultados

En la tabla 42 y tabla 43, podemos ver el total el estado de situación financiera de la cafetería “kirei coffee”

Tabla 42

ESF (I)

ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	17,666
Inversiones Financieras	
Cuentas por Cobrar Comerciales(Neto)	844,366
Cuentas por Cobrar Comerciales Terceros (Neto)	
Otras Cuentas por Cobrar (Neto)	
Inventarios (Neto)	-
Servicios y Otros contratados por Anticipado	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	862,032
ACTIVO NO CORRIENTE	
Cuentas por Cobrar Comerciales	
Cuentas por Cobrar Comerciales Terceros	
Otras Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	
Inversiones Mobiliarias	
Propiedad Planta y Equipo (neto de depreciación acumulada)	58,440
Activos Intangibles (neto de amortización acumulada)	30,180
Activo Diferido -Impuesto a la Renta	
Otros Activos	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	88,620
TOTAL ACTIVO	950,652

Tabla 43

ESF (II)

PASIVO Y PATRIMONIO	
PASIVO CORRIENTE	
Sobregiros Bancarios	
Cuentas por Pagar Comerciales-Terceros	453,984
Cuentas por Pagar Comerciales-Relacionadas	149,469
Otras Cuentas por Pagar	32,162
Impuesto a la Renta y Participaciones	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	635,615
PASIVO NO CORRIENTE	
Deudas a Largo Plazo	
Cuentas por Pagar a Vinculadas	
Obligaciones Financieras	21,277
Impuesto a la Renta y Participaciones Diferidos Pasivo	
Otras cuentas por Pagar	34,720
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	55,997
TOTAL PASIVO	691,612
PATRIMONIO NETO	
Capital	53,966
Capital Adicional	
Acciones de Inversión	
Excedentes de Revaluación	
Reservas	
Resultados no Realizados	
Resultados Acumulados	205,074
TOTAL PATRIMONIO NETO	259,040
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	950,652

6.6. Flujo de caja proyectado

En la tabla 44 podemos ver el flujo de caja económico en el cual no se toma en cuenta el préstamo realizado

Tabla 44

Flujo de caja económico

ESTADO DE RESULTADOS AÑO 1- 3			
	Año 1	Año 2	Año 3
VENTAS	715,564.65	822,899.34	905,189.28
COSTO DE VENTAS	384,732.00	442,441.80	486,685.99
UTILIDAD BRUTA	330,832.64	380,457.54	418,503.29
GASTOS ADMINIST	152,925.35	151,377.79	151,377.79
GASTOS VENTAS	10,620.34	10,620.34	10,620.34
UTILIDAD OPERATIVA	167,286.96	218,459.41	256,505.17
INTERESES	12,022.43	8,413.07	3,396.07
UTILIDAD ANTES DE IR	155,264.53	210,046.34	253,109.10
IMPUESTO RENTA (10%)	7,575.00	7,575.00	7,575.00
IMPUESTO RENTA (29.5)	43,568.41	59,729.05	72,432.56
UTILIDAD NETA	104,121.12	142,742.30	173,101.54

En la tabla 45 podemos ver el flujo de caja financiero en el cual se toma encuentra el préstamo realizado asiendo uso asi de los beneficios del mismo

Tabla 45

Flujo de caja financiero

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO - FINANCIERO AÑO 1 - 3				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingreso ventas		844,366.28	971,021.22	1,068,123.35
Crédito fiscal		0.00	0.00	0.00
Valor residual				
TOTAL INGRESOS	0.00	844,366.28	971,021.22	1,068,123.35
Inversión	78,091.30			
Compras		453,983.76	522,081.33	574,289.46
Gasto Administ		156,472.71	156,472.71	156,472.71
Dévolución de IGV		50,352.79	59,285.27	66,133.51
Gasto ventas		12,532.00	12,532.00	12,532.00
IR (sin deuda)		34,578.40	49,674.28	60,897.77
TOTAL EGRESOS	78,091.30	707,919.67	800,045.59	870,325.45
FLUJO ECONÓMICO	-78,091.30	136,446.61	170,975.64	197,797.89
Préstamo	40,000.00			
Cuota		21,277.19	21,277.19	21,277.19
Escudo fiscal		-16,565.01	-17,629.77	-19,109.79
FLUJO FINANCIERO	-38,091.30	98,604.42	132,068.68	157,410.92

6.7. Análisis financiero

- VAN: Se calcula el valor actual de los flujo de efectivo futuros, dondonos como reaultado un VAN de S/. 484 392.78 lo que nos indica que el el negocio tiene n gran potencial.
- TIR: Representa la tasa de rendimiento esperada del proyecto , es usada oara medir la rentabilidad, en elte negocio dio como resultado una TIR de 303% siendo mayor a la tasa de descuento , lo que nos indica que es viable y rentable poner el negocio
- B/C: Obteniendo como resultado un 7.20 , lo que indica que los beneficios son mayores a los costos

- Pay back: Nos indica que la empresa recuperaría el capital invertido en un plazo de 8 meses

VII. CONCLUSIONES

- Concluimos que al realizar una investigación cualitativa y cuantitativa la elección de esta idea sí era factible, viable y sostenible nos dio como resultado positivo que cumplía con todos los requisitos para elaborar este negocio.
- El presente negocio buscara ayudar a la inclusión de los fanáticos del anime, como el aporte social de mejorar la frecuencia de lectura en los adolescentes.
- La propuesta de valor resulta atrayente en un 97.3 % en el mercado arequipeño según el estudio de mercado realizado, siendo el motivo principal por la falta de una cafetería con esta temática en la ciudad de Arequipa por ello llegamos a ver que es un océano azul.
- Se realizó la elección de este nicho de mercado porque se puede visualizar que no se está brindando una satisfacción por completo a las demandas de este nicho de mercado el cual está en constante crecimiento por la gran
- Siendo el consumo per cápita de 9.96, se puede ver una demanda de 9532 personas mensuales con un crecimiento de 15% para el siguiente año, tomando en cuenta el crecimiento de las empresas.

VIII. REFERENCIAS

- *Significado de Kirei* 【 APODOS, ORIGEN Y MÁS 】 . (n.d.). *Significados de Nombres Online*. Retrieved November 26, 2023, from <https://significadosdenombres.online/significado-de-hiromi-apodos/>
- BANCO DE LA NACION. (02 de enero de 2024). SUB GERENCIA ESTUDIOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS - SECCIÓN ESTADÍSTICA Y ESTUDIOS ECONÓMICOS. Obtenido de <https://www.bn.com.pe/atencioncliente/informe-economico/2024/ReportExtr020922.pdf>.
- CONTADORES, S. (2020). S&M CONTADORES. Obtenido de <https://symcontadores.com/que-es-remype-laboral/>
- Perú Retail. (2022). Arellano: “Los estilos de vida de los peruanos son estables y se mantienen ante una crisis”
<https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/>

IX. ANEXOS

9.1. Anexo 1: Idea de negocio capítulo 0

9.1.1. Diez ideas de negocio

En el momento de formularnos el plan de negocio que se seguiría a cabo, en consecuencia, surgieron varias ideas las cuales fueron:

- Tienda de ropa juvenil
- Guardería
- Regalos personalizados
- Barra libre
- Restaurant con temática japonesa
- Licorería 24 h
- Planificadora de eventos
- Cafetería con temática anime
- Chifa con delivery
- Pastelería kawai

Después de esta lluvia de ideas se hizo un filtro para llegar a 3 ideas las cuales consideramos las mejores, para luego hacer el análisis de factibilidad viabilidad e innovación de las mismas, considerando una calificación del 1 al 10, como se puede ver en la tabla 26.

Tabla 46

Factibilidad de negocio

Ideas	Factibilidad	Viabilidad	Innovación	Total
Pastelería kawai	7	8	9	24
Barra libre	8	9	6	23
Cafetería con temática anime	8	9	10	27

De los resultados obtenidos luego de realizada la evaluación se ve como mejor opción la implementación de una “cafetería con temática anime” para luego realizar el desarrollo rentable y sostenible en el mercado.

9.1.2. ¿De dónde surgió la idea?

De mi propia afición por esta cultura anime a la cual soy fanática y estoy influenciada por ella, en Arequipa no hay una cafetería con esta temática la cual sea un lugar donde me sienta a gusto, disfrutando de mi afición, bebiendo una bebida acompañada de la lectura de un manga o visualización de un anime en el local.

9.1.3. ¿Por qué es factible?

El presente plan de negocio es factible porque cuento con una inversión propia de 27 mil soles y a su vez cuento con el conocimiento de la cultura anime y también de la administración de esta cafetería.

9.1.4. ¿Por qué es viable?

Se probó la existencia de una demanda insatisfecha en el mercado el cual requiere este servicio de cafetería en la ciudad de Arequipa. En la actualidad no existe una cafetería como la que se quiere implementar con este plan de negocio, es por ello que analizamos negocios parecidos, dándonos como conclusión que no tienen un buen servicio al cliente.

9.1.5. Rentable

Porque los mangas en la actualidad están a un precio no accesible para todos los fanáticos del anime y el hecho de poder leerlos a un precio accesible es beneficioso para ellos.