



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIO PARA IMPLEMENTAR UNA CAFETERÍA
MEDIANTE CONVENIO DE ENTIDAD FINANCIERA BCP Y PUKU PUKU
CAFÉ

Trabajo de investigación para optar el grado de
Bachiller en Administración de Empresas

Integrantes:

Briggit Shirley Ayala Vargas

Luis Eduardo Flores Tesen

Luis Daniel Herrera Lopez

Yannet Sotelo Casimiro

LIMA - PERU

2020

Índice general

Índice general	2
Índice de figuras.....	1
Índice de tablas.....	2
Índice de anexos	4
Resumen ejecutivo.....	6
Introducción	8
CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	9
1.1. Análisis del entorno	9
1.2. Sondeo de Mercado.....	15
1.2.1 Sondeo del Mercado local	16
1.3. Análisis de la empresa.....	17
1.4. Plan estratégico de la empresa.....	24
1.4.1. Visión.....	24
1.4.2. Misión	24
1.4.3. Objetivos estratégicos	24
1.4.4. Estrategia del negocio.....	26
1.4.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva	28
1.5. Plan de Marketing.....	29
1.5.1. Objetivos de marketing.....	29
1.5.2. Marketing Mix.....	29
1.5.3. Descripción de producto o servicio	32

1.5.4.Estrategia de precio	35
1.5.5.Estrategia de distribución de plaza.....	35
1.5.6.Estrategia de promoción.....	36
1.5.7.Estrategia de servicio al cliente o postventa	40
1.5.8.Estrategia de posicionamiento	41
1.6. Plan de Operaciones	41
1.6.1.Objetivos de operaciones	41
1.6.2.Actividades previas al inicio de la producción	42
1.6.3.Proceso de producción del bien o servicio	43
1.7. Diseño de estructura y plan de recursos humanos	44
1.7.1 Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal.....	44
1.7.2 Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal.....	47
1.7.3 Estrategias de motivación y desarrollo del personal.....	47
1.7.4 Políticas de remuneraciones y compensaciones	48
1.8. Plan financiero	48
1.8.1 Historia financiera de la empresa	48
1.8.2 Datos, supuestos y políticas económicas y financieras	53
1.8.3 Plan de ventas de la empresa	57
1.8.4 Análisis de costos	59
1.8.5 Punto de equilibrio de la empresa.....	60
1.8.6 Adquisición de materiales e insumos para la producción	61
1.8.7 Inversión inicial	63

1.8.8 Capital de trabajo.....	64
1.8.9 Fuentes de financiamiento	64
1.8.10 Proyección de flujo de caja.....	66
1.8.11 Análisis de rentabilidad	68
1.8.12 Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa.....	70
1.8.13 Balance General proyectado de la empresa	71
1.8.14 Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa.....	72
1.9. Descripción del equipo gerencial de la empresa	74
CAPITULO II: CONCLUSIONES.....	81
BIBLIOGRAFIA	84

Índice de figuras

Figura 1 Estructura Organizacional.....	21
Figura 2 Logotipo de Puku Puku	33
Figura 3 Taza con café orgánico - Puku Puku.	34
Figura 4 Facebook Puku Puku Café.....	38
Figura 5 Instagram Puku Puku Café.....	38
Figura 6 Publicidad Puku Puku Café y BCP.	39
Figura 7 Oficina BCP Café en San Isidro. Lima - Perú.	39
Figura 8 Diagrama de Flujo del proceso de atención.	43
Figura 9 Determinantes de la variabilidad del PBI de Perú en los últimos 15 años (%). 54	
Figura 10 Oferta y Demanda Global Trimestral – Crecimiento del PBI en Perú	55
Figura 11 Proceso de la elaboración de una taza de café	62
Figura 12 Cronograma de Pagos.....	65
Figura 13 Análisis de Sensibilidad del Café Late	74

Índice de tablas

Tabla 1 Sondeo de Mercado.....	16
Tabla 2 Cuadro de Fortalezas.	18
Tabla 3 Cuadro de Oportunidades.	19
Tabla 4 Cuadro de Debilidades.....	19
Tabla 5 Cuadro de Amenazas.	20
Tabla 6 Matriz FODA cruzada.	25
Tabla 7 Matriz MEFI (Factores Internos).	26
Tabla 8 Matriz MEFE (Factores Externos).....	27
Tabla 9 Cuadro comparativo de Ventajas Competitivas.	28
Tabla 10 Cuadro Comparativo por Cafeterías.	35
Tabla 11 Descripción de remuneración del personal.....	48
Tabla 12 Estado de Ganancias y Pérdidas (Costeo Absorbente - sin IGV)	50
Tabla 13 Estado de Ganancias y Pérdidas (Costeo Directo - sin IGV).....	50
Tabla 14 Balance General	51
Tabla 15 Flujo de Caja Económico.	52
Tabla 16 Flujo de Caja Financiero.....	53
Tabla 17 Estimación de la Tasa de Descuento: WACC	53
Tabla 18 Proyección de Ventas del Plan de Negocio (según estudio de mercado).	57
Tabla 19 Proyección de Venta Anual del proyecto.	59
Tabla 20 Costos Fijos mensuales	59
Tabla 21 Costos Variables (para un mes)	60
Tabla 22 Determinación del Punto de Equilibrio.....	60
Tabla 23 Punto de Equilibrio	61
Tabla 24 Estructura de la Inversión Inicial.....	63
Tabla 25 Capital de Trabajo	64
Tabla 26 Fuentes de financiamiento.	64
Tabla 27 Flujo de Caja Económico (Expresado en Soles).	68
Tabla 28 Flujo de Caja Financiero (Expresado en Soles)	69
Tabla 29 Estado de Ganancias y Pérdidas (Costeo Absorbente - sin IGV)	70
Tabla 30 Estado de Ganancias y Pérdidas (Costeo Directo - sin IGV).....	70

Tabla 31 Balance General	71
Tabla 32 Análisis de Sensibilidad	73
Tabla 33 Análisis de Sensibilidad del Café Latte.....	73

Índice de anexos

ANEXO 1 CANVAS Puku Puku Café	87
ANEXO 2 Ficha técnica del café	88
ANEXO 3 Café de Cajamarca – Puku Puku	89
ANEXO 4 Valor nutricional del café orgánico	89
ANEXO 5 Estadios de crecimiento del café	90
ANEXO 6 Principales departamentos productores de café - año 2018.....	91
ANEXO 7 Local del BCP Café - San Isidro	91
ANEXO 8 Diseño de estructura con material reciclado - Puku Puku Café.....	92
ANEXO 9 Identificativo del Local Puku Puku	92
ANEXO 10 Cerveza Artesanal La Candelaria en Puku Puku Café.....	93

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 04/03/2020

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mba. Deisy Lizbeth Acosta Ticse

En el curso de:

Business Plan

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

PLAN DE NEGOCIO PARA IMPLEMENTAR UNA CAFETERÍA MEDIANTE CONVENIO DE ENTIDAD FINANCIERA BCP Y PUKU PUKU CAFÉ

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO
100031820	Ayala Vargas, Briggit Shirley	bayala2190@gmail.com	999201331
100037813	Flores Tesen, Luis Eduardo	florestesenluiseduardo@gmail.com	988347138
100026639	Herrera Lopez, Luis Daniel	dahelo86@gmail.com	934045141
100037511	Sotelo Casimiro, Yannet	yannetsoteloc@gmail.com	982787477

Para optar al grado de Bachiller en: Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION
100031820	Ayala Vargas, Briggit Shirley	Aprobado (18)
100037813	Flores Tesen, Luis Eduardo	Aprobado (18)
100026639	Herrera Lopez, Luis Daniel	Aprobado (18)
100037511	Sotelo Casimiro, Yannet	Aprobado (18)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mba Deisy Lizbeth Acosta Ticse

*Este documento debe ser enviado por correo electrónico a smezab@cientifica.edu.pe

Resumen ejecutivo

La Capsula S.A.C., con el nombre comercial de Puku Puku Café, se mantiene al mando como Gerente a María Llatas, tienen como principal objetivo calidad y atención personalizada, antes de cantidad. Puku PuKu Café con su alto prestigio desde el 2013 en el mercado peruano, en alianza estratégica con BCP como el banco líder en el sistema financiero, y el mayor margen de clientes a nivel nacional quiere brindar un servicio diferencial con una experiencia nada mejor que con una buena taza de café y de procesos instantáneos usando como herramienta base la plataforma digital, evitando procesos largos y de operaciones realizadas de manera manual, logrando el autoservicio del cliente y el consumo variado de productos.

Teniendo conocimiento de que recién en el Perú se están creando cafeterías con un formato diferente al tradicional, el cual son instaladas dentro de instituciones que mantienen captados un grupo de mercado bastante atractivo. Este concepto es común en países de Latinoamérica; Puku Puku Café en Perú, se sumaría ofreciendo un concepto de experiencia y de banco que va a revolucionar el mercado peruano.

El negocio consiste en la creación de un nuevo formato de agencia, donde la cafetería prácticamente se impone con un buen café peruano y recién molido, lo cual hace agradable la permanencia de las personas en el lugar, pero esto va más allá, además también se podrá hacer uso de ambientes coworking y promover emprendimientos. Las puertas de esta agencia BCP Café siempre están abiertas, sean clientes o no, está agencia es pet friendly y ecoamigable que permiten dar una experiencia única nunca antes brindada por alguna entidad financiera.

Puku Puku, es una de las cafeterías con servicio y productos alternativos, destacando por varias razones: el café de diversos orígenes andinos peruanos, el ambiente agradable y cómodo en sus locales más amplios, una variedad en merchandising que los coffee lovers adoran, también se venden tazas de Ninia Project que se hacen en el penal Castro Castro (dando un plus de compra consciente).

La inversión que necesita el proyecto, se presenta en el capítulo 1.8, donde se puede ver que tenemos un retorno de la inversión dentro de 3 años. Frente al análisis del flujo de efectivo, tenemos una posición para rentabilidad que genera el proyecto y la viabilidad.

El BCP Café está ubicada en la agencia de la calle Miguel Dasso 185, en San Isidro en donde atenderá de lunes a sábado, de 8 am a 9 pm, y los domingos de 9 am a una de la tarde. La cafetería como tal atiende de lunes a viernes de 7:00 a.m. hasta las 11:00 p.m. de la noche, de ahí atiende de jueves a sábado de 7:00 a.m. hasta las 12:00 a.m. y los domingos, de 8:00 a.m. a 9:00 p.m. Si se utiliza como medio de pago el aplicativo YAPE se tendrá un descuento del 20% en café y cerveza artesanal; y si se realiza el pago con alguna tarjeta BCP, el descuento será del 15%.

Introducción

El análisis de este nuevo plan de negocio ha permitido poder evaluar diferentes aspectos internos y externos del mercado nacional con la finalidad de poder abarcar el mercado local y otras ciudades del país.

El modelo de negocio BCP Café será un concepto nuevo de agencia que está enfocada en brindar experiencias al cliente mediante la aplicación de tecnología digital y de experiencias distintas a la de una agencia bancaria, donde los miembros de la cafetería podrán incluso asesorar a los clientes y no clientes del banco.

La idea es brindar un ambiente, donde el cliente pueda estar cómodo y tenga la necesidad de auto servirse desde la plataforma digital, para la contratación instantánea de productos digitales, además del consumo de la cafetería como: los diferentes tipos de café peruano, cervezas artesanales, bebidas refrescantes, jugos, bocadillos salados y los diferentes postres que exponen en sus vitrinas. Puku Puku Café tendrá la oportunidad de cautivar un mercado ya existente, brindando la atención con calidad personalizada, fidelizando la gran cantidad de clientes del BCP, teniendo como resultado un mayor margen de ventas.

Lo que se logrará con este nuevo ingreso al mercado del concepto de BCP Café es poder promover emprendimientos para futuros negocios y a si estar presentes no solo en una entidad financiera, poder tener el ingreso a distintos establecimientos como universidades, tiendas por departamento, minas e incluso empresas privadas con acceso limitado.

Por lo tanto, a continuación, explicaremos cuáles son los objetivos estratégicos que se quiere lograr con esta idea de negocio.

CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

1.1. Análisis del entorno

Para identificar las oportunidades y amenazas del local Puku Puku Café dentro de la Oficina BCP se empleará la herramienta de análisis PESTEL, el cual nos va a permitir realizar el análisis del macro entorno para identificar los factores que puedan afectar de una u otra manera el desenvolvimiento de la empresa. Las principales características se detallan a continuación:

Entorno político

El actual escenario político se vio afectado por el mensaje a la nación del 28 de julio del 2019 en donde Carranza (2019) afirma:

El presidente Martín Vizcarra propuso una reforma constitucional para adelantar las elecciones generales al año 2020 (en lugar del 2021), con el objetivo declarado de ponerle fin a la crisis de gobernabilidad en la que se encuentra sumido el país debido a los permanentes desencuentros entre el Ejecutivo y el Congreso. (De La Quintana, 2019)

Este mensaje generó mayor incertidumbre en la población, provocando también efectos posteriores el cual generó inestabilidad por parte de los inversionistas extranjeros. En diciembre del 2019 el presidente Vizcarra tomó la decisión de disolver el Congreso retornando la incertidumbre e inestabilidad política.

En enero del 2020 se realizó las elecciones congresales en donde el pueblo peruano se manifestó en contra de los partidos políticos que han estado gobernando el país por muchos años consecutivos teniendo como resultado un escenario diferente con partidos políticos no convencionales.

Está última elección congresal ha dado como resultado una estabilidad en el país, que permite la libre negociación y la oportunidad ingresar al mercado peruano con esta idea innovadora de negocio.

Entorno Económico

Es factor económico es muy importante en el crecimiento y logro de la estabilidad financiera de toda empresa, así como también en el crecimiento del país

Según, el análisis realizado por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) ha proyectado un crecimiento favorable de la economía peruana en un 4.4% para el periodo del 2020 al 2023, este crecimiento porcentual será impulsado principalmente por la demanda interna teniendo como mayor influencia la inversión privada y pública, así como también la iniciativa por parte del gobierno peruano en mejorar la productividad y competitividad del país (Andina, 2019).

Así mismo, los fundamentos sólidos y macroeconómicos del Perú serán importantes para poder enfrentar la incertidumbre que también existe en el contexto internacional y de esta manera fortalecer el trabajo que viene desarrollando el actual Gobierno por sentar las bases de un crecimiento económico sostenible y con bienestar social para todos los peruanos; esto se viene trabajando desde distintos sectores de la economía. (Andina, 2019)

El Perú viene desarrollando diferentes estrategias para que la economía nacional no disminuya considerablemente y evitar que estos cambios afecten la tasa de crecimiento del PBI el cual fue del 2.2% en el 2019 según el INEI.

Con este antecedente, podemos identificar una gran oportunidad en incursionar esta idea negocio en un mercado ya existente y rentable, teniendo probabilidades de un resultado exitoso.

Entorno Socio – Cultural

Actualmente el país ha experimentado cambios en la economía; esto se debe a los acontecimientos internos y externos que afectan directamente a nuestro país.

La desigual distribución del ingreso y la falta de empleos y salarios dignos impiden que el crecimiento llegue a todos. Y, a pesar de haber sido uno de los países en vías de desarrollo que más ha logrado reducir la pobreza en la última década, más de la quinta parte de la población sigue por debajo del umbral del bienestar. (Fariza, 2020)

En la actualidad los cambios favorables que se reflejan en el entorno social de nuestro país solo se ven reflejado en clase social A y B siendo la clase C menos favorecida y la clase D la de mayor pobreza que es a los que más les afecta los cambios sociales que se presentan en la actualidad.

Creemos en la diversidad cultural y tenemos que trabajar a través del Ministerio de Cultura una política de inclusión, en la cual no discriminemos ningún tipo de cultura por más que provenga de lugares lejanos de nuestra Patria y del mundo. (Ministerio de Cultura, 2012)

El análisis actual de este entorno ha permitido lograr alianzas estratégicas con todos los involucrados en el proceso de los productos elaborados por la cafetería, debido a que estamos impulsando el consumo del grano de café orgánico peruano.

Entorno Tecnológico

Este factor es de gran importancia para todas las personas porque les permite estar informados en tiempo real de lo que acontece a nivel mundial es por eso que las herramientas tecnológicas cambian constantemente a un ritmo muy acelerado.

Las innovaciones en tecnología han optimizado el trabajo en muchos sectores. En el caso de la banca se marca una tendencia en la banca móvil. Los bancos amplían cada vez más su estrategia móvil a la vez que se fomentan el “ir al banco sin ir al banco”. (Amado Posada, Malincovich Loayza, & Moreno Tapia, 2017, pág. 7)

La gestión de la información también es desarrollada por este sector. Se busca aprovechar los datos para mejorar la experiencia de sus clientes a través de sus diferentes canales. Esto también propicia la creación y mejora de sus productos, facilita la implementación del “cross sell” y mejora los planes de fidelización. (Amado Posada, Malincovich Loayza, & Moreno Tapia, 2017)

De lo anteriormente mencionado se logra concluir que la tecnología ha reducido las barreras de comunicación, al mismo tiempo que ha permitido acortar distancias entre países y porque no decir entre continentes. Esto también ha permitido el crecimiento de la Globalización y tener mayor conocimiento de las culturas extranjeras.

En el 2018 la aplicación de la banca móvil “fue utilizada por 1.3 millones de clientes de manera mensual. Esto significó un 44% de crecimiento versus el año anterior y llegó a representar el 33% del total de transacciones (monetarias y no monetarias) del banco”. (BCP, 2018)

El uso de la tecnología nos brinda mayor oportunidad de concientizar a los usuarios en el uso de la plataforma digital, y que mejor si lo hacen en espacios con las herramientas que le permiten el libre acceso, como: wifi, coworking y diferentes dispositivos que brindan resultados esperados para la digitalización de cada uno de los clientes es así que el BCP ha innovado en el mundo de la Banca en el Perú con la idea de negocio del BCP Café, que permitirá a los clientes ir asumiendo retos en el cambio de su pensamiento convencional en el uso de la plataforma digital.

Entorno ecológico

Actualmente es muy valorado por el consumidor que las empresas estén socialmente comprometidas con las buenas prácticas para el cuidado del medio ambiente. Esto formaría un valor importante en toda la cadena de abastecimiento de las empresas, así como también en el crecimiento de la venta de sus productos porque el público tendría mayor preferencia por estas empresas que buscan preservar y mantener un mundo saludable.

El Perú continúa mejorando su situación dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU con miras al 2030. Esto significa que organizaciones privadas, públicas y líderes de todos los sectores empresariales optimizan sus esfuerzos por desarrollar mejoras en cuando a sostenibilidad, medio ambiente, bienestar social, entre otros temas. (Conexión ESAN, 2018)

Para que este crecimiento sea posible en los próximos años, las funciones empresariales deben centrarse en las tendencias ambientales. Dos factores que tienen una relación directa en un mundo en el que la sostenibilidad es un aspecto clave en cualquier compañía. (Conexión ESAN, 2018)

Este entorno actual que se está desarrollando en el Perú nos da la base para difundir la gran idea eco-ambiental que mantiene Puku Puku Café, el cual quiere concientizar la preservación de los recursos naturales. Además de crear una comunidad sostenible en nuestro país.

Entorno legal

Este entorno nos permitirá estar informados y conocer de las leyes de nacionales con la finalidad de poder tomar decisiones favorables que no afecten nuestra labor diaria como personas jurídicas.

En la actualidad en el Perú, “La inclusión financiera es un medio para mejorar el bienestar de la población a través del uso responsable de los productos y servicios financieros ofrecidos por las entidades financieras, el crecimiento económico y la reducción de la informalidad” (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP - República del Perú, s.f.).

La Superintendencia está comprometida con facilitar el proceso de inclusión financiera en el país. Por ello, tiene como misión proteger los intereses del público, cautelando por la estabilidad, solvencia y transparencia de los Sistemas Financiero, Asegurador y Previsional, así como fomentar una mayor inclusión financiera y contribuir con el sistema de prevención y detección del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP - República del Perú, s.f.)

Los productos que se puedan negociar dentro de esta agencia, serán estrictamente regulados por las Superintendencia de Banca y Seguros, teniendo como respaldo el contrato de productos de manera legal, debido a que serán

otorgados en línea. Asimismo, la empresa Puku Puku Café deberá tener conocimiento y asesoría legal de todos los trámites que requiera realizar para que abrir su negocio en el mercado nacional sin evadir impuestos o leyes que generarían su posterior cierre.

1.2. Sondeo de Mercado

- “Más del 90% de hogares peruanos consumen como bebida el café durante todo el año, pese a que el precio promedio del café se elevó” (PerúRetail, 2019).
- “En los últimos cinco años, el consumo de café tostado y molido en Perú registró un avance del 10% mientras que el instantáneo un crecimiento de 7% de acuerdo al último reporte realizado por Euromotor” (Agencia Agraria de Noticias, 2019).
- “En invierno, las ventas aumentan en un 40%” (Agurto, 2019) . Entonces, al elevarse en consumo del café se consideraría un precio accesible en comparación a la competencia.
- En la actualidad, los peruanos consumen en promedio 40 tazas de café al año según el estudio realizado por Kantar Division Worldpanel en el 2019 (La Ruta del Café Peruano, 2019).
- El concepto de Puku Puku causa impacto en el cuidado del medio ambiente del lugar de donde proviene su café: el Cusco, Cajamarca.
- “Un estudio realizado por Symrise en 2015 concluyó que la generación de los millenials demanda una variedad de café aromatizado. El 56% de los millenials

se declara abierto a probar nuevos sabores de café, únicos y originales”

(Restauración News, 2017) .

- En la actualidad, la preferencia del consumidor ha sido cambiante a lo largo del tiempo por ello las empresas buscan siempre acompañar a sus consumidores de la manera más eficiente para ellos como en el caso de las cervezas artesanales (Bisso Cottle, 2018).

Tabla 1 *Sondeo de Mercado.*

DISTRITO	POBLACIÓN	NSE A/B	SUBTOTAL	EDAD 21 - 65 AÑOS	TOTAL
SAN ISIDRO	65,000	79%	51,350	45%	23,210

DISTRITO	POBLACIÓN	NSE A/B	SUBTOTAL	EDAD 21 - 65 AÑOS	TOTAL
MIRAFLORES	107,000	79%	84,530	45%	38,208

DISTRITO	POBLACIÓN	NSE A/B	SUBTOTAL	EDAD 21 - 65 AÑOS	TOTAL
SAN BORJA	122,900	79%	97,091	45%	43,885

TOTAL	105,303
--------------	----------------

Fuente: Elaboración propia

1.2.1 Sondeo del Mercado local

Segmento de clientes:

- **Geográfica:** San Isidro, San Borja y Miraflores.
- **Demográfica:** Hombres y mujeres entre 21 y 65 años.
 - **Niveles socioeconómicos:** A – B
- **Psicográficas:** De clase social Media-alta, con estilos de vida modernos, progresistas y sofisticadas.

- **Conductuales:** Estudiante u profesionales con uso frecuente de la tecnología que buscan espacios acogedores y confortables para compartir. Lima que deseen un ambiente cómodo y seguro para poder realizar transacciones y reuniones de manera confiable.

1.3. Análisis de la empresa

Puku Puku Café es una cadena de cafeterías de especialidad que fue fundada en Lima en el 2013 por Andrew Michell y Jaime Gordillo quienes trabajan directamente con el micro productor cafetalero con el objetivo de obtener tipos únicos de café para ofrecer a su distinguida clientela.

“Puku Puku es un término quechua que significa pajarito que canta al amanecer” (Puku Puku, s.f.). Esa es la esencia de Puku Puku Café que quiere transmitir a sus consumidores como ellos disfrutan la forma de hacer las cosas desde que se cultiva el café hasta la taza final de café cuidando cada detalle y manteniendo un modelo responsable y sostenible en toda su cadena logística.

Este nuevo concepto de cafetería dentro de un establecimiento financiero es una idea innovadora que conjuntamente con el BCP se apertura en Lima en la oficina de San Isidro en enero del 2020, en donde se atenderán a clientes y no clientes del BCP, además hay espacios Coworking donde se podrán realizar reuniones, también tienen un ambiente recreativo para niños y es pet friendly un concepto diferente en cafeterías.

Con esta alianza se logrará captar más clientes y cambiar el concepto tradicional de agencia para mejorar la experiencia de este nuevo formato de negocio, además de cambiar el concepto alineándose a la tendencia internacional de transformar las

agencias en un concepto más amigable para el consumidor, y en este caso eligió el concepto de cafetería para presentar algo diferente en el Perú.

FODA

a) Fortalezas

En el diagnóstico interno se ha identificado como fortalezas los factores positivos con los que cuenta la Puku Puku Café en este nuevo concepto de cafetería dentro de un establecimiento bancario.

Puku Puku Café presenta las siguientes fortalezas:

Tabla 2 *Cuadro de Fortalezas.*

FORTALEZAS
1. Café Premium de origen único y chocolate al 75%, ambos productos orgánicos de origen peruano.
2. Servicio personalizado y cultura eco amigable.
3. Negociación directa con los caficultores que garanticen la calidad del producto y compartan la misma filosofía sustentable.
4. Precios razonables y competitivos al mercado.
5. Personal altamente capacitado y calificado.
6. Espacios adicionales de coworking, sala de juegos para niños y Wifi gratis.

Fuente: Elaboración propia

b) Oportunidades

Según el análisis externo del entorno se ha identificado oportunidades favorables que pueden contribuir el aumento del consumo del Café en el Perú y a nivel mundial.

Puku Puku tiene como principales oportunidades lo siguiente:

Tabla 3 *Cuadro de Oportunidades.*

OPORTUNIDADES
1. Captación de nuevos clientes.
2. Crecimiento de la cultura ecoamigable.
3. Alianzas estratégicas con proveedores y otras empresas bancarias.
4. Incremento de consumo de café orgánico.
5. Posicionamiento de café peruano en el mundo.
6. Crecimiento del mercado cafetero.

Fuente: Elaboración propia

c) Debilidades

En el análisis interno de Puku Puku Café, se ha identificado debilidades con la finalidad de proponer estrategias que atenúen el impacto que pueda generar en la empresa.

La empresa tiene como principales debilidades lo siguiente:

Tabla 4 *Cuadro de Debilidades.*

DEBILIDADES
1. Bajo posicionamiento de la marca.
2. Tiendas limitadas a nivel país.
3. Poca publicidad de la marca.
4. La falta de promoción para que el consumidor nacional opté por preferir el café peruano.
5. Carta limitada de menú.
6. Dependencia de renovación de contrato con el BCP.

Fuente: Elaboración propia

d) Amenazas

En el análisis externo de Puku Puku Café se ha identificado amenazas que contribuyen al no cumplimiento de los objetivos.

La empresa tiene como principales amenazas lo siguiente:

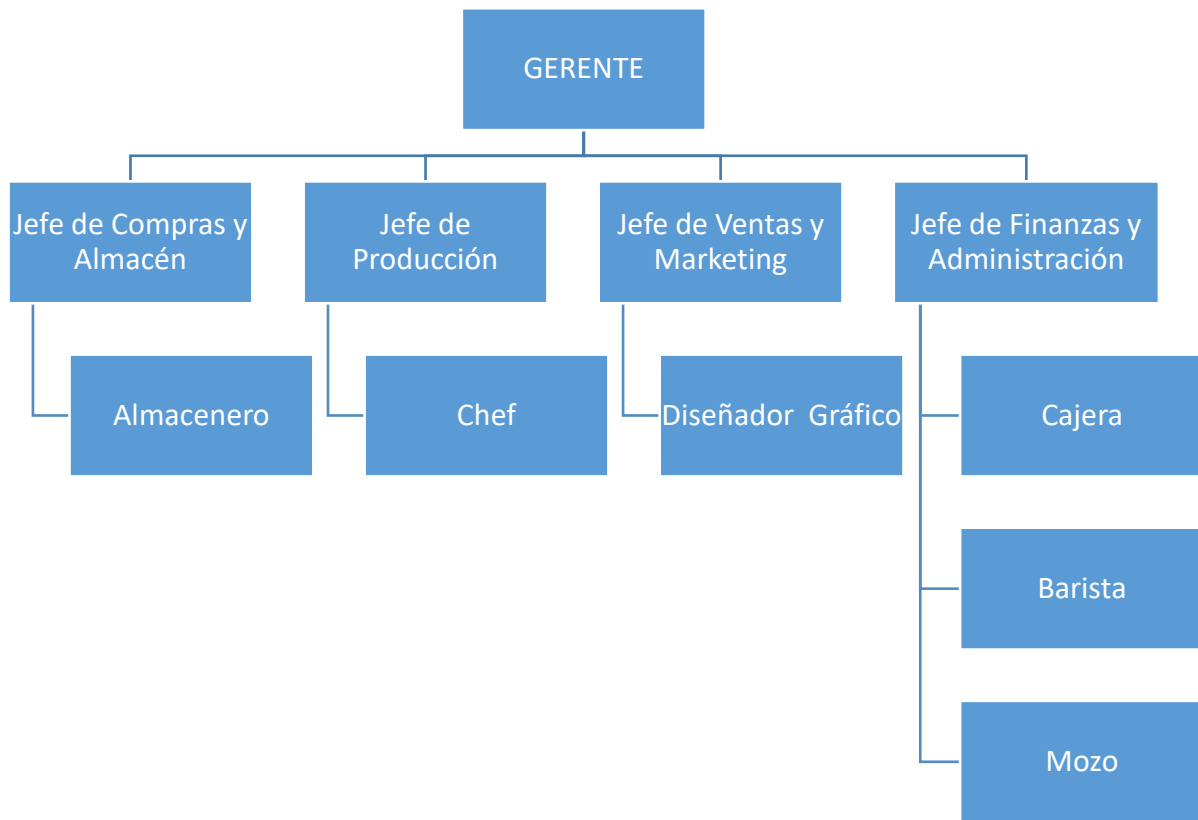
Tabla 5 *Cuadro de Amenazas.*

AMENAZAS
1. El cambio climático que afectará a los cultivos cafetaleros.
2. Alto precio del grano de café en temporada de escasez.
3. Fácil imitación por parte de la competencia.
4. Dependencia de socio estratégico para la incursión de este nuevo modelo de negocio.
5. Problemas coyunturales que generen mala reputación de nuestro socio estratégico.
6. La variedad de opciones en el mercado por la que el consumidor pueda dejar de consumir el café.

Fuente: Elaboración propia

Estructura organizacional

Figura 1 Estructura Organizacional.



Fuente: Elaboración propia

Se elabora el organigrama, en base a la necesidad requerida por el establecimiento, teniendo en cuenta las funciones de cada puesto como parte fundamental, para poder brindar un servicio de calidad y personalizado a los clientes y no clientes que acuden al banco, teniendo como protagonista al barista y mozo, siendo estos altamente capacitados tanto por la cafetería y por la entidad financiera.

Funciones del puesto de trabajo:

- **Gerente:** Planear, dirigir, supervisar, controlar las actividades administrativas, promoviendo comercialmente la atención de calidad por parte de todo el personal.

- **Jefe de compras y almacén:** Se encarga de buscar y negociar con los distintos proveedores que se necesitan. Analiza los precios y controla la calidad de las materias primas y componentes. Se encarga de toda la Información a tiempo real del stock de la organización y de su correcto almacenaje.
- **Almacenero:** Se encarga de la recepción y de la distribución correcta de la mercadería, tendrá como responsabilidad tener conocimiento de las fechas de vencimiento para el consumo de ciertos productos que se venderán en la cafetería.
- **Asistente de compras:** Su función principal es de mantener actualizado el registro de proveedores, para alianzas estratégicas. Además de solicitar cotizaciones de compra para tener variedad de productos para lograr mayores negociaciones, y brindar productos nuevos y de calidad.
- **Jefe de producción:** Supervisa el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos en toda la transformación de la materia prima y material de empaque en producto terminado, coordina labores del personal. Controla la labor de los supervisores de áreas y del operario en general.
- **Chef:** Tendrá como responsabilidad, la elaboración de ciertos alimentos que tenemos en la carta de Puku Puku Café, además que tendrá un registro de nuevas alternativas que recopilaremos por parte de los clientes.
- **Asistente de cocina:** Se encargará de limpiar, cortar ciertos insumos, mezclar ingredientes para hacer salsas o aliños. Además de ser la mano derecha del chef.

- **Jefe de Ventas y Marketing:** Lograr posicionamiento en el mercado creando estrategias que incrementen las ventas tanto de productos y servicios que ofrece la cafetería de la mano con el banco.
- **Asistente de Marketing:** Siendo protagonista en esta idea de negocio, debido a que realizará la recopilación de feedback otorgado por los asistentes al establecimiento, siendo este un filtro para una mejor propuesta con mayor definición.
- **Diseñador gráfico:** Diseñar y crear conceptos visuales que logren la captación de la idea de negocio, además de publicidad interna y externa que promueva el ingreso y el uso de las instalaciones ya sea del banco y de la cafetería.
- **Jefe de finanzas y administración:** Brindar información y hacer el seguimiento correspondiente, Analizar y generar de reporte mensual del estado de ganancias y pérdidas. Velar por la adecuada administración de recursos económicos y financieros. Ejecutar el pago a socios estratégicos y proveedores.
- **Asistente de finanzas:** Realizará la elaboración de cuadros, que nos brinden de soporte y apoyo de las ventas realizadas durante todos los meses. Brindará informes periódicos de todas las actividades de transacción monetaria dentro de la cafetería.
- **Anfitriona:** Representante y protagonista, recibirá a los clientes. Les realizará preguntas claves para el uso de actividades financieras o de la cafetería, además de acompañar al cliente, informar los beneficios y mostrar las instalaciones de BCP Café.

- **Barista:** Especialista en la preparación de café, atenderá a los clientes ofreciendo los productos de la cafetería Puku Puku, incentivando el uso del aplicativo YAPE, para realizar los pagos correspondientes.
- **Mozo:** Estar pendiente, de la comodidad y atención con calidad de cada uno de los usuarios del establecimiento.
- **Cajero:** Hacer los cobros correspondientes del consumo de los usuarios, además de incentivar el uso de los beneficios al usar la plataforma digital del banco.

1.4. Plan estratégico de la empresa

1.4.1. Visión

“Ser marca líder a nivel nacional en la elaboración de productos a base de café peruano, que brinde espacios acogedores a sus consumidores, satisfaciendo sus necesidades con la ayuda de nuestros socios estratégico”.

1.4.2. Misión

“Somos una cafetería dedicada a la elaboración y comercialización de productos a base de café orgánico peruano, con ambientes acondicionados para realizar sus transacciones en armonía con nuestro entorno eco amigable y servicio personalizado

1.4.3. Objetivos estratégicos

En los objetivos estratégicos detallaremos el cruce obtenido del FODA

Matriz FODA cruzada

 Tabla 6 *Matriz FODA cruzada.*

MATRIZ FODA PUKU PUKU CAFÉ	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Café premium de origen único y chocolate al 75%, ambos productos orgánicos de origen peruano.	D1. Bajo posicionamiento de la marca.
	F2. Servicio personalizado y cultura ecoamigable.	D2. Tiendas limitadas.
	F3. Negociación directa con los agricultores que garanticen la calidad del producto y compartan la misma filosofía sustentable.	D3. Poca publicidad de la marca.
	F4. Precios razonables y competitivos al mercado.	D4. La falta de promoción para que el consumidor nacional opte por preferir el café peruano.
	F5. Personal altamente capacitado y calificado.	D6. Carta limitada de menú.
	F6. Espacios adicionales de coworking, sala de juegos para niños y Wifi gratis.	D7. Dependencia de renovación de contrato con el BCP.
OPORTUNIDADES	OBJETIVO FO	OBJETIVO DO
O1. Captación de nuevos clientes.	E1. Contar personal con conocimiento de nuestros diversos procesos.	E4. Mejor identificación de las necesidades y plan de mejoramiento en la infraestructura de la instalación.
O2. Crecimiento de la cultura ecoamigable.	E2. Mejorar posicionamiento e incrementar la imagen de la marca.	E5. Expansión de nuestros servicios a mediano y corto plazo.
O3. Alianzas estratégicas con proveedores y otras empresas bancarias.	E3. Visibilidad de la propuesta de transformación digital del BCP y uso de instalaciones del Puku Puku Café.	E6. Mejorar la promoción de nuestros servicios, producto y establecimiento.
O4. Incremento de consumo de café orgánico.		
O5. Posicionamiento de café peruano en el mundo.		
O6. Crecimiento del mercado cafetero.		
AMENAZAS	OBJETIVO FA	OBJETIVO DA
A1. El cambio climático que afectará a los cultivos cafetaleros.	E7. Mejorar el plan de mitigación de riesgos de la institución.	E10. Mejorar el clima laboral en función a la motivación e involucrar al personal en los diversos procesos que se ejecutan.
A2. Alto precio del grano de café en temporada de escasez.	E8. Mayor fidelización del público para lograr cautivarlos bajo un concepto eco amigable y sustentable.	E11. Mejorar la satisfacción de cliente y mejorar los procesos para ofrecer un excelente producto y servicio de calidad.
A3. Fácil imitación por parte de la competencia.	E9. Incentivar en el consumidor una cultura café que nos ayude a dar conocer los valores e importancia de café peruano.	E12. Plantear y dar a conocer nuestra ventaja competitiva teniendo mayor presencia en distintas ferias ecológicas, cafeteras y gastronómicas.
A4. Dependencia de socio estratégico para la incursión de este nuevo modelo de negocio.		
A5. Problemas coyunturales que generen mala reputación de nuestro socio estratégico.		
A6. La variedad de opciones en el mercado por la que el consumidor pueda dejar de consumir el café.		

1.4.4. Estrategia del negocio

Tabla 7 Matriz MEFI (Factores Internos).

FACTORES	PESO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA
DEBILIDADES	50%		
D1. Bajo posicionamiento de la marca.	0.05	1	0.05
D2. Tiendas limitadas.	0.08	1	0.08
D3. Poca publicidad de la marca.	0.07	1	0.07
D4. La falta de promoción para que el consumidor nacional opté por preferir el café peruano.	0.1	2	0.20
D6. Carta limitada de menú.	0.1	2	0.20
D7. Dependencia de renovación de contrato con el BCP.	0.1	2	0.20
FORTALEZAS	50%		
F1. Café premium de origen único y chocolate al 75%, ambos productos orgánicos de origen peruano.	0.07	3	0.21
F2. Servicio personalizado y cultura ecoamigable.	0.05	3	0.15
F3. Negociación directa con los agricultores que garanticen la calidad del producto y compartan la misma filosofía sustentable.	0.1	4	0.40
F4. Precios razonables y competitivos al mercado.	0.1	4	0.40
F5. Personal altamente capacitado y calificado.	0.08	3	0.24
F6. Espacios adicionales de coworking, sala de juegos para niños y Wifi gratis.	0.1	4	0.40
TOTAL	1		2.60

Fuente: Elaboración propia

Del análisis realizado, podemos concluir que tenemos un alto porcentaje como peso en el ítem “tiendas limitadas”, debido a que actualmente nos encontramos solo en la oficina BCP Café, ubicada en el distrito de San Isidro, sin embargo tendremos como resultado una gran oportunidad de incursionar a nuevos mercados porque según el ítem “Personal altamente capacitado y calificado” es nuestra fortaleza que tiene mayor

peso en el análisis MEFI, el cual estará caracterizado por tener un personal que brindará un trato personalizado y de calidad a todos los clientes y no clientes de la entidad financiera. Esta fortaleza será nuestra carta de presentación para poder realizar futuras negociaciones con otras entidades a nivel nacional.

Tabla 8 Matriz MEFE (Factores Externos).

FACTORES	PESO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA
AMENAZAS	50%		
A1. El cambio climático que afectará a los cultivos cafetaleros.	0.1	3	0.30
A2. Alto precio del grano de café en temporada de escasez.	0.08	3	0.24
A3. Fácil imitación por parte de la competencia.	0.07	1	0.07
A4. Dependencia de socio estratégico para la incursión de este nuevo modelo de negocio.	0.1	3	0.30
A5. Problemas coyunturales que generen mala reputación de nuestro socio estratégico.	0.05	2	0.20
A6. La variedad de opciones en el mercado por la que el consumidor pueda dejar de consumir el café.	0.1	3	0.30
OPORTUNIDADES	50%		
O1. Captación de nuevos clientes.	0.1	4	0.40
O2. Crecimiento de la cultura ecoamigable.	0.07	2	0.14
O3. Alianzas estratégicas con proveedores y otras empresas bancarias.	0.08	3	0.24
O4. Incremento de consumo de café orgánico.	0.05	1	0.05
O5. Posicionamiento de café peruano en el mundo.	0.1	4	0.40
O6. Crecimiento del mercado cafetero.	0.1	4	0.40
TOTAL	1		3.04

Fuente: Elaboración propia

Podemos concluir que tenemos como amenaza en un mayor porcentaje el ítem “Alto precio del grano de café en temporada de escasez”, sin embargo, con las alianzas estratégicas con los agricultores cafetaleros tendremos una fidelización, debido a que estamos comprometidos con el trato directo y el precio justo del café. Teniendo una mayor oportunidad en el ítem “Alianzas estratégicas con proveedores y otras empresas bancarias”.

1.4.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

Tabla 9 Cuadro comparativo de Ventajas Competitivas.

Factores críticos para el éxito	Peso	Starbucks		Juan Valdez Café		Puku Puku Café	
		Calificación (1 al 5)	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Participación en el mercado.	0.1	5	0.5	1	0.1	2	0.2
Publicidad y marketing.	0.2	4	0.8	1	0.2	2	0.4
Calidad del producto/servicio	0.2	2	0.4	3	0.6	4	0.8
Precio competitivo.	0.1	3	0.3	2	0.2	3	0.3
Servicios diversos (Carta).	0.1	3	0.3	2	0.2	3	0.3
Ubicación/Infraestructura.	0.3	4	1.2	2	0.6	2	0.6
TOTAL	1	22	3.5	17	1.9	19	2.6

Fuente: Elaboración propia

Del análisis de la matriz del perfil competitivo se identificó como un factor importante que es la Ubicación e infraestructura, el cual permite a Starbucks ser hasta el momento líder en el mercado, mientras que Juan Valdez Café tiene un posicionamiento mas arraigado en su variedad de productos en la carta de menú, sin embargo Puku Puku Café tiene el posicionamiento en la calidad de sus productos.

1.5. Plan de Marketing

Puku Puku Café tiene la diferenciación de nuestros servicios como eje principal que, tomando en cuenta la coyuntura acerca del cambio climático y cuán importante es buscar ser una empresa sostenible y ecoamigable hoy en día, nuestro concepto busca brindar productos de calidad siendo conscientes con el bienestar de nuestros clientes mediante nuestros productos orgánicos, un espacio acogedor y amigable con la naturaleza que en conjunto con nuestro servicio personalizado busca superar las expectativas de cualquiera de nuestros visitantes.

1.5.1. Objetivos de marketing

- Mejorar posicionamiento e incrementar la imagen de la marca.
- Mayor fidelización del público para lograr cautivarlos bajo un concepto ecoamigable y sustentable.
- Crear una cultura de café en nuestros potenciales clientes resaltando el proceso y distribución del grano del café peruano desde su lugar de cultivo y origen en el establecimiento de venta.
- Aumentar 30% del reconocimiento de la marca Puku Puku.
- Generar la campaña institucional posicionándonos como una empresa ecoamigable y sustentable.
- Incrementar un 30% de leads y publicidades en plataformas digitales.

1.5.2. Marketing Mix

Producto

Brindaremos diversos productos 100% orgánicos, cafés calientes en sus diversas presentaciones (Espresso, Macchiato, cortado, Vietnamita, Capuchato, Flatwhite, Americano, Puku Gringo, Chocodark, Capuccino, Latte, Mokaccino, Matcha Latte) estas presentaciones las pueden pedir también fríos, también ofrecen en su carta, chocolate caliente. También se puede adquirir infusiones clásicas (Hieraluisa, Frutos Rojos) infusiones especiales (Spai Chai, Earl Grey, Sencha Peach, Matcha Tea, Cáscara Tea, Cáscara Fizz), jugos diversos (Clásico Antiox, Fresa Tropical, Berry Mango, Purple Peach, Triple Berry) una alternativa para reuniones nocturnas como vinos (Tinto, blanco) así como Cervezas artesanales con un convenio estratégico de la Candelaria.

Contamos con una variedad de panes y dulces como Pie de limón, Torta de chocolates, Crumble de manzana y diversos pasteles, así como triples mixtos, empanadas, pizza, que son increíbles complementos para disfrutar nuestro café orgánico.

Precio

Nuestros precios oscilan entre los 3.00 soles correspondiente a un shot extra de café y 32 soles un pastel Lorraine o de espinaca.

- Cafés desde 6.50 a 14.00 soles
- Infusiones desde 8.00 soles a 12.00 soles
- Jugos desde 8.00 soles a 14.00 soles
- Waffles desde 20.00 soles
- Vinos desde 21 soles
- Cervezas desde 13 soles a 16 soles

- Postres y panes diversos desde 12.00 soles a 32 soles.

Plaza

Nuestra tienda EXPRESS está ubicada en el distrito de San Isidro conocido como el corazón financiero de Lima en la Calle Miguel Dasso 185 en una zona exclusiva y con comodidades como: un ambiente agradable para poder visitarlo con las mascotas y poder realizar diferentes operaciones bancarias sin ningún problema de conectividad, también se ofrecen productos en nuestro establecimiento que puedan hacer sentir mejor al cliente, como Cervezas Artesanales, diversos productos y un buen servicio que brinda Puku Puku Café, asimismo el establecimiento cuenta con estacionamiento, seguridad y poco tránsito.

Promoción

Tendremos un 15% de descuento si consumen en la cafetería Puku Puku con el servicio Yape, así como promociones para acumular millas LAN por cada dólar de consumo el cliente ganara dos millas, también tendremos activaciones mensuales con líderes de opinión mostrando los beneficios de nuestro local, como ser pet friendly, ecológico.

Estas promociones estarán reflejadas en todos nuestros canales digitales

Instagram, Facebook, así como también en paneles publicitario en los distritos de San Isidro, San Borja, Miraflores enfocándonos en clientes que se encuentran cerca del local.

Resaltaremos nuestra ideología que es respetar al medio ambiente y poder ser una empresa eco amigable. Nuestro merchandising se enfoca en demostrar nuestra ideología con mensajes y productos biodegradables.

1.5.3. Descripción de producto o servicio

Puku Puku es un término quechua para un pajarito que canta al amanecer. Canta para despertar al campesino y al pastor de los andes para que no se pierda la maravillosa salida del sol.

Nosotros queremos que nuestro café y nuestra forma de hacer las cosas sean como un Puku Puku, ayudando a todos a despertar, disfrutar y cuidar del maravilloso mundo que tenemos. Queremos que tu taza de café sea deliciosa en materia y espíritu, siempre. (Puku Puku, s.f.)

Logotipo:

Puku Puku es un pajarito que canta al amanecer, se basa en este símbolo representado no solo en la materia del café, sino también en el espíritu de este.

“Puku Puku en equilibrio hasta la última gota”.

Figura 2 Logotipo de Puku Puku



Fuente: Puku Puku

El principio de idea de negocio se basa brindar servicio de asesoría en espacios acogedores, totalmente amenos e implementados para la necesidad de sus consultas o trámites.

- Estrategia de presentación:
Tono amigable, agradable y cálido.
- Caracteres: Alegre y divertido.
- Personalidad: Ecológica, ambientalista, pet friendly, conciencia verde y positiva.

Figura 3 Taza con café orgánico - Puku Puku.



Fuente: Puku Puku

Ventaja diferencial

La principal característica del establecimiento son los productos que se ofrecen a base de café peruano orgánico compartiendo en un ambiente ecológico que los transporte a la naturaleza, donde el cliente podrá deleitarse con el arte echa pasión de nuestros baristas y servicios personalizado de nuestros colaboradores en general haciendo de su visita una experiencia completa.

Descripción de local:

Local implementado con el 50% de material reciclable con la idea de ser una empresa sustentable y amigable con la naturaleza creando espacios alegres donde se crea pequeñas semillas de conciencia y cultura alrededor del café, además se busca inspirar a otras personas a una conciencia de reusar, reciclar y reducir.

1.5.4. Estrategia de precio

El consumidor viene siendo más exigente a lo largo de este tiempo y aprecia mucho todo lo entorno a lo ecológico y amigable con la naturaleza, esta visión del consumidor aporta en el incremento de la demanda del consumo de café orgánico estando dispuesto a pagar el precio que sea necesario mientras cumpla sus necesidades y expectativas.

Tabla 10 *Cuadro Comparativo por Cafeterías.*

Marca	Café APU Gourmet 250 gr.	Bebidas Calientes	Infusiones	Bebidas Frías	Complementos	Cerveza Artesanal
Puku Puku Café	S/. 28.00	S/. 6.50	S/. 8.00	S/. 8.00	S/. 5.50	S/. 14.00
Juan Valdez Café	S/. 39.90	S/. 12.00	S/. 10.00	S/. 14.00	S/. 12.00	S/. -
Starbucks	S/. 26.90	S/. 10.00	S/. 12.00	S/. 13.90	S/. 14.00	S/. -
Sofá Café	S/. -	S/. 12.00	S/. 10.00	S/. 14.00	S/. 25.00	S/. -

Fuente: Elaboración propia

Según el análisis del cuadro vemos que se establece una estrategia de precios bajos porque aplicamos precios justos que nos permitirá tener mayor aceptación dentro del mercado.

1.5.5. Estrategia de distribución de plaza

- **Canal Directo:**

El servicio se realiza solo a través de canal directo ubicado en Lima en la Calle Miguel Dasso 185, la cual está ubicado estratégicamente por la sociedad que se tiene con BCP el cual cuenta con dos niveles donde el consumidor podrá elegir una ambiente de acuerdo a su necesidad y gusto ya que contamos en el

primer nivel con espacios donde se puede llevar a cabo cualquier negociación si así lo desea o puede disfrutar de una amena tarde en compañía con el servicio de venta de cerveza artesanal.

En cualquiera de los casos nuestra anfitriona y mesero altamente capacitado lo atenderán para satisfacer las necesidades del cliente contando con las herramientas necesarias para cualquiera de los ambientes.

- **Ferias cafeteras, ecológicas o gastronómicas**

Estar presentes en estas ferias es de vital importancia para brindar notoriedad a la marca y lo que representa.

1.5.6. Estrategia de promoción

El consumidor de café peruano es una persona que está preparada y culta por lo que le gusta estar bien informado sobre lo que consume y que le lleve a vivir experiencias únicas y más si el entorno a la cultura eco amigable, frente a esto nuestra estrategia tiene como base informar al consumidor sobre los beneficios y cualidades de nuestro producto por el cual puede ser de su agrado despertando el interés del consumidor para preferir siempre Puku Puku.

- **Promociones**

De apertura:

Se establecerán promociones en los precios para poder adquirir los clientes que vienen por primera vez.

De ventas:

Se brinda descuentos especiales:

- ✓ 20% YAPE (si el pago se realiza con este aplicativo).

- ✓ Pago con Millas LanPass BCP.
- ✓ Descuentos especiales del 15% con cuenta sueldo BCP.
- ✓ Descuentos especiales por la primera visita.
- ✓ Cartilla de puntos por consumo que serán canjeados con productos de merchandising.

- **Publicidad**

Redes sociales:

Propósito: cautivar potenciales clientes.

Instagram y Facebook:

Donde se brinda información principal de la cafetería como ubicación, horario de atención y se muestre fotos y videos de nuestro concepto como empresa y servicios. Además, recibiremos calificación del servicio y recomendaciones, lo cual permite estar en contacto directo con los consumidores.

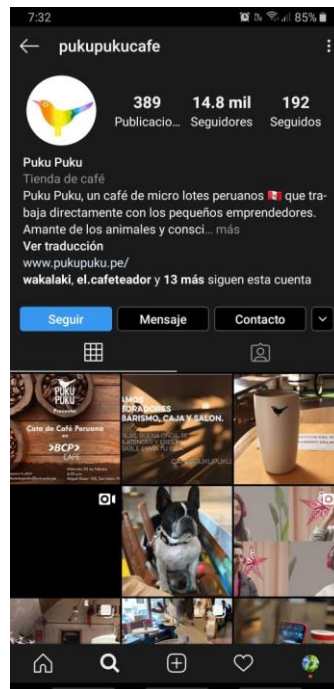
También se realizará concursos para generar leads y notoriedad.

Figura 4 Facebook Puku Puku Café.



Fuente: Puku Puku

Figura 5 Instagram Puku Puku



Fuente: Puku Puku

Presentación de propuesta en asociación con BCP:

Se dará a conocer la propuesta con publicaciones, Storytelling y transmisiones en vivo.

Figura 6 Publicidad Puku Puku Café y BCP.



Fuente: Puku Puku

Figura 7 Oficina BCP Café en San Isidro. Lima - Perú.



Fuente: Puku Puku

- **Participación en eventos:**

Ferias cafetaleras: Día del Café Peruano, Concurso Nacional de Cafés de Calidad, Expocafé y Concurso Nacional de Catadores de Café y Campeonato Nacional de Arte Latte.

Ferias ecológicas: Biofería, Agroferias campesinas, Ecofería el Polo Green y Fería ecológica y biosaludable.

Ferias gastronómicas: Mistura, Festival de Sabores del Perú, Gastromaq, Expodrinks y festival gastronómico danzas y sabores 2020.

- **Blog Cafetalero y eco amigable:**

La creación de este blog cafetalero planea conectar con el consumidor, captar público interesado e informar todo lo relacionado con el café orgánico peruano.

En esta plataforma se busca brindar contenido de valor e informativo, que informa todo lo relacionado con el café, que va desde el productor peruano y como valor agregado todo lo relacionado con lo ecológico, reforestación de nuestros bosques y el foco ecológico en la que nos basamos y con la que colaboramos con distintas organizaciones.

1.5.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa

- Atención personalizada, dónde el principal protagonista es el cliente.
- Hacer un seguimiento de servicio por llamada.
- Enviar saludos especiales a los clientes digitales (cumpleaños, agradecimiento por contratar productos nuevos).

1.5.8. Estrategia de posicionamiento

- Nuestra estrategia se basa en el servicio personalizado con los anfitriones o asesores que estén perfectamente capacitados para brindar las asesorías necesarias, también realizar un seguimiento mediante llamadas a los clientes para requerimientos futuros.
- El espacio está debidamente equipado con todas las herramientas necesarias, tablets, cajeros, banca móvil, etc. con alta conectividad.

1.6. Plan de Operaciones

Establecer plan de supervisión operativa 2 veces al año para identificar necesidades y mejoras en la infraestructura del establecimiento relacionado con el servicio.

Se realizarán visitas inopinadas para poder verificar en acciones reales la capacidad de los colaboradores en solucionar problemas, asimismo solicitarles información de los tipos de café para evaluar el conocimiento que han obtenido en las capacitaciones.

1.6.1. Objetivos de operaciones

Desarrollar plan de evaluación y capacitación 2 veces al año para contar siempre con personal competente para el puesto.

Para esto se realizará capacitaciones en temas como: empatía, servicio al cliente, tipos de café, atención al público, siendo temas siempre a reforzar que nos permitirán tener de forma clara la razón de ser del negocio.

La evaluación sería importante porque la nota será considerada en su evaluación semestral y esta nota podrá ser vista para posibles ascensos. Para esto trabajaremos con la app Kahoot, el cual mediante una clave el colaborador tendrá un tiempo determinado para responder 10 preguntas en base al café, preparaciones, y situaciones de atención, la nota saldrá de inmediato al terminar la evaluación y el ranking.

1.6.2. Actividades previas al inicio de la producción

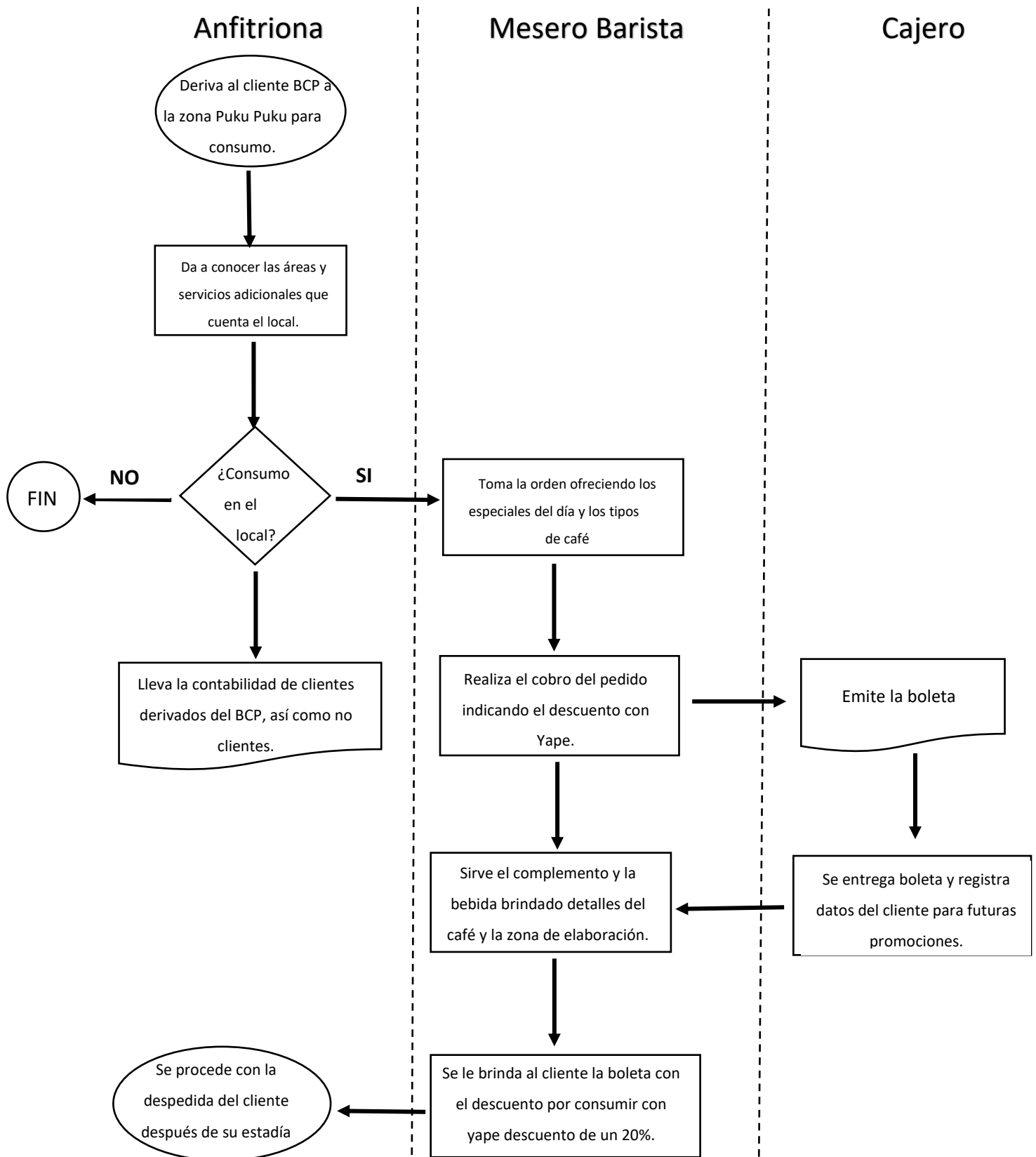
Establecer un plan de contingencia para minimizar riesgos ante la falencia de uno de nuestros proveedores.

Se tendrá bien cuidado nuestros valores agregados como el Wifi, para eso tendremos un servidor backup en posibles caídas del servicio así mismo el área de logística tendrá el stock de comida para las mascotas ya que recibimos muchas visitas de nuestros amigos de 4 patas.

Tendremos mucho cuidado y una estrecha relación con nuestros proveedores de café ya que uno de nuestros valores diferenciales es el Café orgánico es por eso que realizaremos campañas y evaluaremos la posibilidad de tener el certificado Fairtrade para que nuestros consumidores se sientan cada día más identificados con nuestro fin y productos.

1.6.3. Proceso de producción del bien o servicio

Figura 8 Diagrama de Flujo del proceso de atención.



Fuente: Elaboración propia

Podemos visualizar en el flujo de operaciones que el plan son los pasos que el cliente experimentara con nosotros, la anfitriona será del BCP previa capacitación con nosotros para que pueda ser una socia estratégica en llevar la contabilidad de clientes BCP, así como informar las zonas de Puku Puku donde el cliente pueda pasar una mejor estadía.

Una vez confirmada la estancia del cliente nuestro mesero experto en café le brindará las promociones, así como los tipos de café que sería un buen acompañamiento para su complemento, luego se procederá a tomar la orden y le indicará que con Yape tiene un 20 % de descuento en cafés y cervezas artesanales y si paga con cualquier tipo de tarjeta del BCP el descuento será del 15%, luego se realizará el cobro y derivará a caja para emitir la boleta o factura, en donde se emitirá una boleta especial donde detalle el valor de lo consumido sin contar con Yape y el precio con el descuento.

El mesero le servirá su pedido y le explicará al cliente el detalle de sus productos y la aplicación del descuento que indica en la boleta asimismo también cuales serían los pasos a seguir para que pueda acceder al wifi de la tienda. La anfitriona posicionada en la entrada del establecimiento se despide del cliente agradeciendo su visita y esperándolo en una pronta oportunidad, esta anfitriona a la vez llevará la contabilidad de cantidad de clientes del BCP derivados a Puku Puku.

1.7. Diseño de estructura y plan de recursos humanos

1.7.1 Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal

Se tomará en cuenta el siguiente skill para ser colaborador de Puku Puku;

- ✓ Experiencia en atención al cliente.

- ✓ Habilidades blandas (empatía, liderazgo, actitud positiva, relaciones interpersonales).
- ✓ Inglés intermedio.
- ✓ Conocimiento nivel intermedio de Office.
- ✓ Carnet de sanidad vigente.

Políticas de Reclutamiento Interno.

Objetivos

- Dar a conocer las políticas y responsabilidades correspondientes al proceso de reclutamiento interno, con el fin de buscar desarrollo de nuestros colaboradores y ofrecer oportunidades que se generan dentro de nuestra institución.

Generalidades

- Las políticas de reclutamiento interno buscan: informar al colaborador de las oportunidades laborales que existen dentro de Puku Puku, así como también promueven la rotación interna de los colaboradores y fortalecer nuevas oportunidades de desarrollo interno.
- Las formas por las cuales un colaborador participa en un proceso de reclutamiento interno son las siguientes:
 - A través de comunicación interna: Registrará sus datos en la oferta de su interés.

- A través de Referidos: Se informará a los colaboradores de puestos disponibles para que puedan darnos referidos, que más que nuestros colaboradores puedan difundir nuestros valores y puedan ubicar a un perfil de futuro colaborador.
- El colaborador para su postulación, deberá cumplir estrictamente con las políticas de reclutamiento interno. Los colaboradores podrán aplicar a un máximo de 2 posiciones vacantes por año. Así mismo deberá contar con una buena calificación de su desempeño anual.

Procesos de Reclutamiento interno

Publicación de vacante

- Nuestra entidad pone a disposición del colaborador las herramientas para identificar oportunidades de desarrollo y postular a una vacante a través de nuestra intranet y correos de los colaboradores razón por la cual no se aceptarán currículum en físico.
- La vacante a cubrir en el proceso de reclutamiento interno deberá ser coordinada con la División de Gestión de Desarrollo Humano (GDH) para su publicación.
- Los colaboradores deberán comunicar a sus jefes directos de la postulación a la vacante, luego de que hayan sido convocados por GDH a la primera entrevista.

Entrevista

- Toda entrevista a colaboradores será coordinada por GDH y deberá realizarse una vez finalizada la etapa de recepción y filtro de los postulantes.

Oferta Laboral

- La oferta laboral será realizada por GDH.
- La fecha de traslado de un colaborador a una nueva posición será coordinada por GDH y deberá darse dentro de los 15 días siguientes a la aceptación de la oferta laboral.

1.7.2 Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal

Con respecto a los asesores se brindará capacitación constante en los nuevos accesos a la plataforma, así como cursos de empatía y trabajo bajo presión, las reuniones se realizarán media hora antes de la apertura.

Cliente incognito; cada mes la habrá una evaluación la cual será decisivo para la meta trimestral, se tomará en cuenta atención, vestimenta, conocimiento del producto y productividad.

1.7.3 Estrategias de motivación y desarrollo del personal

Nuestra entidad se caracteriza por el crecimiento profesional de nuestros colaboradores, entendemos que un colaborador motivado es más productivo que un colaborador aburrido con su trabajo, manejamos un concurso interno semestral donde el premio al mejor vendedor así mismo hay reconocimientos mensuales al mejor vendedor lo llamamos “el goleador o la goleadora”

independientemente de las comisiones que gana el colaborador por sus ventas nos preocupamos en el tema de reconocimiento.

1.7.4 Políticas de remuneraciones y compensaciones

En nuestra tienda tendremos los siguientes tipos de colaboradores en el siguiente rango:

Tabla 11 Descripción de remuneración del personal.

PUESTO	REMUNERACIÓN
Gerente de Tienda	S/. 2,000.00
Jefe de Compras y Almacén	S/. 1,500.00
Jefe de Producción	S/. 1,500.00
Jefe de Finanzas y Administración	S/. 1,500.00
Barista	S/. 980.00
Chef	S/. 980.00
Mozo	S/. 980.00
Cajera	S/. 980.00

Fuente: Elaboración propia

1.8. Plan financiero

1.8.1 Historia financiera de la empresa

Puku Puku Café inicia sus actividades el 15 de agosto del 2013 abriendo su primer local en Miraflores – Lima, a la fecha cuenta con 4 locales en Lima: 2 en Miraflores, 1 en Patio Panorama (Surco) y el otro en San Isidro. También tiene un local en Arequipa. La actual propuesta de idea de negocio es implementar una cafetería Puku Puku en una entidad financiera como BCP para poder captar

y fidelizar a los clientes del BCP haciéndoles participe de este nuevo concepto de transformación digital de la Banca.

El éxito de Puku Puku radica en que primero se preocuparon por conocer al consumidor de café, entender cuáles eran sus necesidades, gustos y preferencias de tomar una taza de café es así que buscan brindar experiencias únicas a sus consumidores ofreciéndoles café de calidad y sabores únicos de micro lotes del Perú es así como transmiten a sus consumidores el pensamiento de cuidar y respetar la naturaleza para que nos siga brindando productos únicos y de excelente calidad.

Puku Puku es una empresa socialmente responsable porque busca directamente a sus proveedores de café (Cerro de Pasco, Cusco, Cajamarca) y logran acuerdos con los caficultores para comprar el café a un precio justo en donde ambos se favorezcan económicamente. Adicionalmente Puku Puku reduce gastos en la estructura de sus locales porque utilizan más del 50% de material reciclable y con ello también buscan crear conciencia verde y positiva en sus clientes.

En conclusión, sobre la historia financiera de Puku Puku se identifica que es una empresa solventemente económica además no incurren en gastos excesivos en la elaboración de sus complementos como postres dulces, salados, sándwich, bebidas artesanales porque tienen sus propios proveedores.

Los aportes financieros con lo que contará esta empresa será del 74% de aporte propio y del 26% de financiamiento con una entidad bancaria, esto con la finalidad de no generar muchos intereses por mayor financiamiento.

Puku Puku Café, tiene como meta seguir abriendo más locales a nivel nacional y obtener alianzas estratégicas con entidades financieras, educativas entre otros, así también generar la cultura del café en los consumidores.

A continuación, se detallará los cuadros de análisis financieros de Puku Puku que permitirá visualizar la rentabilidad que se lograría si esta idea de negocio comienza a implementarse y a expandirse.

Tabla 12 Estado de Ganancias y Pérdidas (Costeo Absorbente - sin IGV)

CONCEPTO	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	S/ 1,211,257	S/ 1,253,227	S/ 1,296,556	S/ 1,341,289	S/ 1,387,474
Costo de Ventas	S/ 448,165	S/ 463,694	S/ 479,726	S/ 496,277	S/ 513,366
UTILIDAD BRUTA	S/ 763,092	S/ 799,533	S/ 816,830	S/ 845,012	S/ 874,109
Gastos Administrativos	S/ 149,115	S/ 146,115	S/ 146,115	S/ 146,115	S/ 146,115
Gastos de Ventas	S/ 58,564	S/ 60,594	S/ 62,688	S/ 64,851	S/ 67,084
Sueldos	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725
Depreciación	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018
Amortización	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031
Gastos Financieros	S/ 31,714	S/ 28,976	S/ 25,059	S/ 19,459	S/ 11,451
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	S/ 292,924	S/ 323,074	S/ 352,192	S/ 383,811	S/ 418,683
Impuesto a la Renta	S/ 218,026	S/ 225,581	S/ 233,380	S/ 241,432	S/ 249,745
UTILIDAD NETA	S/ 74,897	S/ 97,493	S/ 118,812	S/ 142,379	S/ 168,938

Fuente: Adaptado del proyecto Kajwi Perú

Tabla 13 Estado de Ganancias y Pérdidas (Costeo Directo - sin IGV)

CONCEPTO	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	S/ 1,211,257	S/ 1,253,227	S/ 1,296,556	S/ 1,341,289	S/ 1,387,474
Gastos Variables	S/ 506,729	S/ 524,287	S/ 542,414	S/ 561,128	S/ 580,450
Producción	S/ 448,165	S/ 463,694	S/ 479,726	S/ 496,277	S/ 513,366
Comisión Visa	S/ 46,452	S/ 48,061	S/ 49,723	S/ 51,438	S/ 53,210
Descuento BCP	S/ 12,113	S/ 12,532	S/ 12,966	S/ 13,413	S/ 13,875
MARGEN CONTRIBUCION	S/ 704,528	S/ 728,939	S/ 754,142	S/ 780,161	S/ 807,024
Gastos Fijos	S/ 411,604	S/ 405,866	S/ 401,950	S/ 396,350	S/ 388,342
Planilla	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725
Servicios Básicos	S/ 24,915	S/ 24,915	S/ 24,915	S/ 24,915	S/ 24,915
Alquiler	S/ 115,200	S/ 115,200	S/ 115,200	S/ 115,200	S/ 115,200
Publicidad	S/ 9,000	S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 6,000
Gasto Financiero	S/ 31,714	S/ 28,976	S/ 25,059	S/ 19,459	S/ 11,451
Depreciación	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018
Amortización	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031

UTILIDAD OPERATIVA	S/ 292,924	S/ 323,074	S/ 352,192	S/ 383,811	S/ 418,683
Impuesto a la Renta	S/ 218,026	S/ 225,581	S/ 233,380	S/ 241,432	S/ 249,745
UTILIDAD NETA	S/ 74,897	S/ 97,493	S/ 118,812	S/ 142,379	S/ 168,938

Fuente: Adaptado del proyecto Kajwi Perú

Tabla 14 *Balance General*

CONCEPTO	0	2021	2022	2023	2024	2025
ACTIVO						
Activo corriente						
Caja y bancos	S/ 18,692	S/ 299,117	S/ 197,751	S/ 310,589	S/ 441,395	S/ 590,751
Cuentas por cobrar						
Inventario						
Crédito fiscal	S/ 8,045					
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/ 26,737	S/ 299,117	S/ 197,751	S/ 310,589	S/ 441,395	S/ 590,751
Activo No Corriente						
Activo Fijo Tangible	S/ 38,029	S/ 38,029	S/ 38,029	S/ 38,029	S/ 38,029	S/ 38,029
(Depreciación)		-S/ 6,018	-S/ 12,037	-S/ 18,055	-S/ 24,073	-S/ 30,092
Activo Fijo Intangible	S/ 5,157	S/ 5,157	S/ 5,157	S/ 5,157	S/ 5,157	S/ 5,157
(Amortización)		-S/ 1,031	-S/ 2,063	-S/ 3,094	-S/ 4,126	-S/ 5,157
Activo Diferido	S/ 19,200	S/ 19,200	S/ 19,200	S/ 19,200	S/ 19,200	S/ 19,200
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/ 62,386	S/ 55,336	S/ 48,287	S/ 41,237	S/ 34,187	S/ 27,137
TOTAL ACTIVO	S/ 89,123	S/ 354,453	S/ 246,037	S/ 351,826	S/ 475,582	S/ 617,888
PASIVO						
Pasivo corriente						
Cuentas por Pagar						
Préstamos Bancarios	S/ 6,369	S/ 9,107	S/ 13,023	S/ 18,623	S/ 26,631	S/ -
Impuestos por Pagar						
TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/ 6,369	S/ 9,107	S/ 13,023	S/ 18,623	S/ 26,631	S/ -
Pasivo no corriente						
Préstamo Bancario	S/ 67,385	S/ 58,278	S/ 45,255	S/ 26,631	S/ -	S/ -
Impuesto a la Renta		S/ 196,802				
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/ 67,385	S/ 255,079	S/ 45,255	S/ 26,631	S/ -	S/ -
TOTAL PASIVO	S/ 73,754	S/ 264,187	S/ 58,278	S/ 45,255	S/ 26,631	S/ -
PATRIMONIO						
Capital Social	S/ 15,369	S/ 15,369	S/ 15,369	S/ 15,369	S/ 15,369	S/ 15,369
Utilidad Acumulada			S/ 74,897	S/ 172,390	S/ 291,202	S/ 433,582
Utilidad del Ejercicio		S/ 74,897	S/ 97,493	S/ 118,812	S/ 142,379	S/ 168,938
TOTAL PATRIMONIO	S/ 15,369	S/ 90,267	S/ 187,759	S/ 306,572	S/ 448,951	S/ 617,888
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	S/ 89,123	S/ 354,453	S/ 246,037	S/ 351,826	S/ 475,582	S/ 617,888

Fuente: Adaptado del proyecto Kajwi Perú

Tabla 15 *Flujo de Caja Económico.*

(Expresado en Soles)

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	LIQUIDACION
INGRESOS					Valor de Rescate
VENTAS TOTALES		200,633	231,731	286,022	
EGRESOS					
INVERSIÓN TOTAL	70,165				3,863
ACTIVO FIJO	15,682				
CAPITAL DE TRABAJO	48,332				
GASTOS PRE-OPERATIVOS	6,150				
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		-	-	-48,332	
COSTOS		144,997	160,045	193,149	
COSTOS FIJOS		84,144	93,106	112,823	
COSTOS VARIABLES		60,853	66,939	80,326	
COSTOS Y GASTOS TOTALES		144,997	160,045	193,149	
IMPUESTO A LA RENTA (30%)		16,691	21,506	27,862	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-70,165	38,945	50,180	20,542	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 *Flujo de Caja Financiero*

(Expresado en Soles)

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	LIQUIDACION
INGRESOS					Valor de Rescate
VENTAS TOTALES		200,633	231,731	286,022	
EGRESOS					
INVERSIÓN TOTAL	70,165				3,863
ACTIVO FIJO	15,682				
CAPITAL DE TRABAJO	48,332				
GASTOS PRE-OPERATIVOS	6,150				
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		-	-	-48,332	
COSTOS		144,997	160,045	193,149	
COSTOS FIJOS		84,144	93,106	112,823	
COSTOS VARIABLES		60,853	66,939	80,326	
COSTOS Y GASTOS TOTALES		144,997	160,045	193,149	
IMPUESTO A LA RENTA (30%)		16,691	21,506	27,862	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-70,165	38,945	50,180	20,542	
FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO	18,000	-6,678	-8,213	-8,672	-
+ PRÉSTAMOS	18,000				
- AMORTIZACIÓN		-3,836	-6,267	-7,897	
- INTERESES		-3,912	-2,663	-1,033	
- GASTOS		-149	-116	-75	
+ ESCUDO FISCAL		1,218	834	332	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-52,165	32,267	41,967	11,869	-

Fuente: Elaboración propia

1.8.2 Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

De toda la inversión realizada en el primer año y con un capital de trabajo proyectado por 4 años se obtendría un COK de 23.36% y un WACC de 22.26%

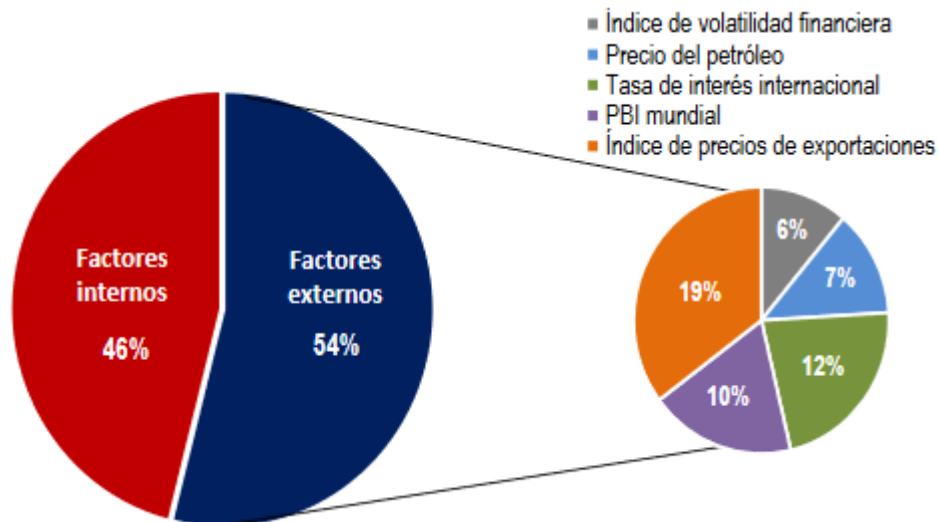
 Tabla 17 *Estimación de la Tasa de Descuento: WACC*

Tipos de Fuentes		Valor \$	Valor \$	Total Inversión S/.
------------------	--	----------	----------	---------------------

Tipos de Fuentes	APORTE PROPIO	PRESTAMO	TOTAL	% v
Inversiones				
Activos Fijos	2,682.30	13,000.00	15,682.30	22%
Intangibles	1,149.80	5,000.00	6,149.80	9%
Capital de Trabajo	48,332.40	0.00	48,332.40	69%
Peso	74%	26%	100%	100%
TOTAL INVERSION	52,164.50	18,000.00	70,164.50	
COSTO	23.36%	19.07%	22.26%	
	COK		WACC	

Fuente: Elaboración propia

Figura 9 Determinantes de la variabilidad del PBI de Perú en los últimos 15 años (%)



Fuente: BCRP, estimaciones y proyecciones MEF

Según el INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) al cierre del año 2019 el Perú ha tenido un crecimiento del PBI del 2.2% en comparación al 2018.

Actualmente el precio de un dólar en el Perú es de S/ 3.425 la compra y la venta es de S/ 3.428 según la SUNAT.

Presencial



Compra Venta

3.425 3.428

Figura 10 *Oferta y Demanda Global Trimestral – Crecimiento del PBI en Perú*

Oferta y Demanda Global	2018/2017					2019/2018				
	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año
Producto Bruto Interno	3,1	5,4	2,5	4,8	4,0	2,4	1,2	3,2	1,8	2,2
Extractivas	2,1	3,9	-0,3	1,8	1,9	0,6	-2,0	0,7	2,0	0,2
Transformación	1,4	9,4	1,2	9,8	5,6	0,0	-2,8	3,8	-3,1	-0,7
Servicios	3,9	4,4	4,1	4,1	4,1	3,8	3,8	3,8	3,9	3,8
Importaciones	7,3	6,7	0,2	-0,3	3,3	0,5	1,1	3,4	0,1	1,3
Oferta y Demanda Global	4,0	5,7	2,0	3,7	3,8	2,0	1,2	3,3	1,4	2,0
Demanda Interna	3,4	5,6	2,1	4,0	3,8	2,3	1,9	4,2	1,2	2,4
Consumo Final Privado	3,2	5,0	2,7	3,8	3,7	3,3	2,6	3,1	2,8	3,0
Consumo de Gobierno	5,9	2,6	0,0	2,7	2,7	2,4	4,6	7,9	3,2	4,5
Formación Bruta de Capital	2,7	9,1	1,3	5,4	4,7	-0,5	-1,3	5,4	-3,9	-0,3
Formación Bruta de Capital Fijo	6,1	6,8	0,7	5,6	4,7	1,4	5,7	5,4	-0,5	2,9
Público	3,0	10,7	-3,0	14,2	6,5	-8,2	5,9	0,5	-3,5	-0,8
Privado	6,9	5,4	1,8	3,3	4,2	3,8	5,6	6,7	0,4	4,0
Exportaciones	6,3	5,9	1,5	2,3	3,9	1,1	-1,5	0,1	2,4	0,5

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Nota: Últimos 4 trimestres respecto al mismo período del año anterior, ejemplo: I trim 2019 al IV trim 2019/ I trim 2018 al IV trim 2018.

La economía actual del Perú está creciendo y eso es debido a la demanda interna.

Nuestra proyección de crecimiento del PBI de 3.0% para el 2020 no presenta sesgos. En nuestra opinión el balance de riesgos es equilibrado.

Por un lado, el reciente acuerdo entre EE.UU. y China incrementa las probabilidades de una evolución de la economía mundial mejor a la

esperada, aunque los recientes sucesos en el Medio Oriente elevan los niveles de incertidumbre. (PerúRetail, 2020, pág. 1)

En resumen, el riesgo país es mínimo y esto también es por la influencia de la estabilidad económica de las 2 potencias más grandes a nivel mundial y por el crecimiento del PBI en comparación al 2019. Plan de ventas de la empresa

Con el plan de ventas mensual de la empresa visualizaremos el crecimiento o la disminución de un determinado producto que ofrece Puku Puku. Este indicador nos permitirá poder ir mejorando el plan de acción para que el producto se mantenga en un consumo estable o en crecimiento por parte del cliente.

La proyección de ventas nos ha permitido analizar el crecimiento de los productos por un periodo de 3 años con un incremento promedio del 10% anual.

1.8.3 Plan de ventas de la empresa

En la proyección de 3 años del plan de ventas realizado para la empresa Puku Puku Café se observa que hay crecimientos favorables de las ventas lo cual indica que este negocio es viable y generará rentabilidad conforme pasen los años. Además, nos hace referencia de la importancia que es realizar estos cuadros de proyección mensual y anual año de las ventas del Plan de negocios.

Tabla 18 *Proyección de Ventas del Plan de Negocio (según estudio de mercado).*

Proyección Mensual (Primer Año)

En unidades													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Keke de Zanahoria	434	476	465	570	620	630	682	682	630	589	630	682	7,090
Café Latte	744	560	651	690	713	690	744	651	750	744	690	775	8,402
Croissant de Pollo	465	448	496	450	496	420	527	589	510	558	480	527	5,966

En soles													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Keke de Zanahoria	3,857	4,230	4,132	5,065	5,509	5,598	6,060	6,060	5,598	5,234	5,598	6,060	63,003
Café Latte	6,429	4,839	5,625	5,962	6,161	5,962	6,429	5,625	6,480	6,429	5,962	6,696	72,599
Croissant de Pollo	5,069	4,883	5,407	4,905	5,407	4,578	5,744	6,420	5,559	6,082	5,232	5,744	65,031
Totales	15,354	13,952	15,164	15,932	17,077	16,138	18,233	18,106	17,638	17,745	16,792	18,501	200,633

Fuente: Elaboración propia

Proyección Mensual (Segundo Año)

En unidades													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Keke de Zanahoria	477	524	512	627	682	693	750	750	693	648	693	750	7,799
Café Latte	818	616	716	759	784	759	818	716	825	818	759	853	9,242
Croissant de Pollo	512	493	546	495	546	462	580	648	561	614	528	580	6,563
En Soles													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Keke de Zanahoria	4,454	4,885	4,773	5,850	6,363	6,466	7,000	7,000	6,466	6,045	6,466	7,000	72,768
Café Latte	7,425	5,589	6,497	6,886	7,116	6,886	7,425	6,497	7,485	7,425	6,886	7,734	83,851
Croissant de Pollo	5,854	5,640	6,245	5,665	6,245	5,288	6,635	7,415	6,421	7,025	6,043	6,635	75,111
Totales	17,734	16,114	17,514	18,402	19,724	18,640	21,060	20,912	20,372	20,495	19,395	21,369	231,731

Proyección Mensual (Tercero Año)

En unidades													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Keke de Zanahoria	573	628	614	752	818	832	900	900	832	777	832	900	9,359
Café Latte	982	739	859	911	941	911	982	859	990	982	911	1,023	11,091
Croissant de Pollo	614	591	655	594	655	554	696	777	673	737	634	696	7,875
En Soles													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Keke de Zanahoria	5,498	6,030	5,891	7,221	7,854	7,981	8,640	8,640	7,981	7,461	7,981	8,640	89,817
Café Latte	9,165	6,898	8,019	8,499	8,783	8,499	9,165	8,019	9,239	9,165	8,499	9,547	103,496
Croissant de Pollo	7,226	6,962	7,708	6,993	7,708	6,527	8,189	9,153	7,925	8,671	7,459	8,189	92,709
Totales	21,888	19,890	21,617	22,713	24,345	23,007	25,994	25,811	25,145	25,297	23,939	26,375	286,022

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19 *Proyección de Venta Anual del proyecto.*

En unidades			
Producto	1	2	3
Keke de Zanahoria	7,090	7,799	9,359
Café Latte	8,402	9,242	11,091
Croissant de Pollo	5,966	6,563	7,875

En Soles			
Producto	1	2	3
Keke de Zanahoria	63,003	72,768	89,817
Café Latte	72,599	83,851	103,496
Croissant de Pollo	65,031	75,111	92,709
Totales	200,633	231,731	286,022

Fuente: Elaboración propia

1.8.4 Análisis de costos

El análisis de los costos ha permitido identificar todos los recursos necesarios para la puesta en marcha de la idea de negocio de la empresa Puku Puku Café, en donde identificaremos todos los costos fijos y variables que se tendría en este negocio en términos cuantitativos expresados en soles.

 Tabla 20 *Costos Fijos mensuales*

Descripción	U.M.	Cantidad	Valor Unitario	Monto S/
Alquiler Local	mes	1	2,000	2,000.00
Arbitrios	mes	1.00	200	200.00
Luz	mes	1	150	150.00
Agua	mes	1	90	90.00
Telefonía e Internet	mes	1	100	100.00
Sueldo Barista	mes	1	980	980.00
Sueldo Chef	mes	1	980	980.00
Sueldos Mozo	mes	1	980	980.00
Sueldo Cajera	mes	1	980	980.00
Gas	mes	1	102	102.00
Materiales de limpieza en general	mes	1	200	200.00
Publicidad	mes	1	250	250.00
Depreciación	mes	1	328	328.31
Amortización de intangibles	mes	1	128	128.12
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUAL				7,468.43

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21 *Costos Variables (para un mes)*

Descripción	U.M.	Cantidad	Valor Unitario	Monto	Costo Variable Unit. x Producto	Producto a realizar
Keke de Zanahoria	Uni.	49	30.00	1,470.00		
				0.00		
					2.49	Keke de zanahoria
Café	Kg.	21	20.00	420.00		
Leche de almendra	Lt.	119	9.90	1,178.10		
Azúcar	Uni	5	3.00	15.00		
					2.30	Café Latte
Pan croissant	Uni.	497	4.00	1,988.00		
				0.00		
					4.00	Croissant de Pollo
TOTAL COSTOS VARIABLES				5,071.10		

Fuente: Elaboración propia

1.8.5 Punto de equilibrio de la empresa

El punto de equilibrio analizado para Puku Puku ha permitido identificar la cantidad de productos que se debe de vender para cubrir todos los costos en que se incurre.

 Tabla 22 *Determinación del Punto de Equilibrio*

CONCEPTO	Keke de Zanahoria	Café Latte	Croissant de Pollo
Precio de Venta	8.89	8.64	10.90
Costo Variable Unitario	2.49	2.30	4.00
Margen de Contribución	6.40	6.34	6.90
Proporción de Ventas	33%	39%	28%
Costos Fijos	7,468.43	2,467.67	2,924.31
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	386	461	301
PUNTO DE EQUILIBRIO SOLES (es el PE en Unds. x Precio)	3,427	3,988	3,280

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23 *Punto de Equilibrio*

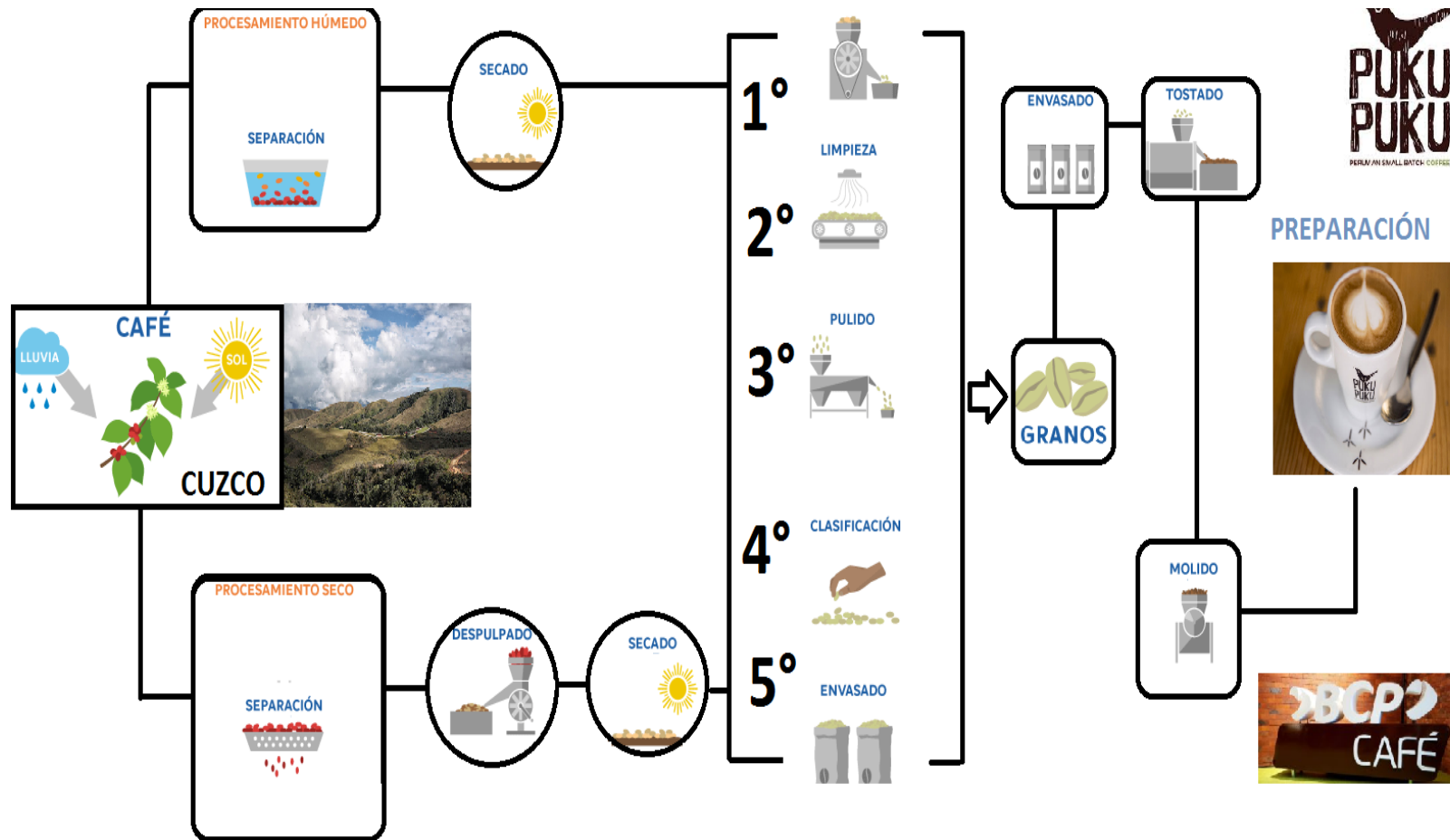
			Keke de Zanahoria	Café Latte	Croissant de Pollo
Punto de Equilibrio =	$\frac{\text{Total de costos fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$	PE =	$\frac{2,467.67}{6.40}$	$\frac{2,924.31}{6.34}$	$\frac{2,076.46}{6.90}$
	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> MARGEN DE CONTRIBUCION </div>	PE =	385.69	461.48	300.86

Fuente: Elaboración propia

1.8.6 Adquisición de materiales e insumos para la producción

La empresa Puku Puku tiene claro todo el proceso de su cadena productiva y es por eso que trabaja directamente con pequeños proveedores de café quienes tienen micro lotes con la finalidad de dedicarse exclusivamente a sus plantaciones de café orgánico para que brinden un producto diferencial a lo del resto del mercado, esto ha permitido poder lograr un trato y precio justo con los pequeños agricultores el cual generará sostenibilidad a través del tiempo. Puku Puku compra insumos naturales y de procedencia nacional con la finalidad de mejorar sus precios frente a la competencia es por eso que utiliza, café orgánico, chocolate orgánico al 75%, leche de almendras, arándanos, azúcar Chúcará entre otros productos.

Figura 11 Proceso de la elaboración de una taza de café



Fuente: Adaptado de S&D SUCDEN

1.8.7 Inversión inicial

Tabla 24 Estructura de la Inversión Inicial

Inversiones (soles)				
CONCEPTO	U.M.	CANT.	P.UNIT S/	TOTAL S/
ACTIVOS FIJOS				15,682.30
I. Maquinaria y Equipamiento				
Cafetera	und.	1	1,526.80	1,526.80
Molino de grano de Café	und.	1	867.50	867.50
Horno microondas	und.	1	300.00	300.00
Balón de gas	und.	2	38.00	76.00
Filtro de agua	und.	2	180.00	360.00
Licuada	und.	2	250.00	500.00
Espumadora de café	und.	2	170.00	340.00
Refrigerador	und.	1	1,100.00	1,100.00
Cocina con horno a gas	und.	1	800.00	800.00
Batidora	und.	1	439.00	439.00
Computadora	und.	1	1,000.00	1,000.00
Extintor	und.	4	120.00	480.00
Sub total S/.				7,789.30
II. Muebles y Enseres				
Exhibidor	und.	1	1,400.00	1,400.00
Termómetro	und.	1	18.00	18.00
Balanza	und.	1	120.00	120.00
Jarra para leche 350ml	und.	2	35.00	70.00
Mesa de cocina	und.	1	400.00	400.00
Mesas clientes	und.	10	140.00	1,400.00
Sillas clientes	und.	40	30.00	1,200.00
Sofá	und.	2	380.00	760.00
Alacena	und.	2	500.00	1,000.00
Vajilla	doc.	4	105.00	420.00
Cubiertos	doc.	4	90.00	360.00
Juego de Utensilios de cocina	und.	2	100.00	200.00
Teteritas	und.	10	9.00	90.00
Azucareros, Servilleteros	und.	10	8.00	80.00
Azafates	und.	15	15.00	225.00
Juego de Vasos	doc.	3	50.00	150.00
Sub total S/.				7,893.00
III CAPITAL DE TRABAJO				
Costos variables	mes	4	5,071.10	20,284.40
Costos y gastos fijos	mes	4	7,012.00	28,048.00
Sub total S/.				48,332.40
IV GASTOS PREOPERATIVOS				
Constitución de empresa	und.	1	420.00	420.00
Diseño de local	und.	1	1,500.00	1,500.00
Remodelación local	und.	1	3,000.00	3,000.00
Licencias municipales + Certificado Defensa Civil	und.	1	455.80	455.80
Carnet de sanidad	und.	8	25.50	204.00
Logo, Página web, Volantes	und.	1	500.00	500.00
Tarjetas de presentación	paquete de mil	1	70.00	70.00
Sub total S/.				6,149.80
Total Inversiones				70,164.50

1.8.8 Capital de trabajo

En este análisis estamos proyectándonos a tener el dinero efectivo para cubrir los gastos del capital de trabajo los primeros 4 meses que serán decisivos para ver si el negocio incrementa las ventas mensuales para identificar si es rentable o no continuar con esta idea de negocio.

Tabla 25 *Capital de Trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO				
Concepto	U.M.	Cant.	P. Unit. S/	Total S/
Costos variables	mes	4	5,071.10	20,284.40
Costos y gastos fijos	mes	4	7,012.00	28,048.00
Sub total S/.				48,332.40

Fuente: Elaboración propia

1.8.9 Fuentes de financiamiento

Según el análisis realizado de todos los costos que incurre este plan de negocio hemos identificado que se tendría un financiamiento con el banco por un monto de S/ 18,000 que se obtendría por un plazo de 36 meses con un interés anual de 26% y una comisión de 0.05%. Asimismo, se tendría un aporte de S/ 13,041 por cada uno de los 4 socios.

Tabla 26 *Fuentes de financiamiento.*

Tipos de Fuentes		Valor S/	Valor S/	Total Inversión S/
Tipos de Fuentes	Aporte Propio	Préstamo	Total	% v
Inversiones				
Activos Fijos	2,682.30	13,000.00	15,682.30	22%
Intangibles	1,149.80	5,000.00	6,149.80	9%
Capital de Trabajo	48,332.40		48,332.40	69%
Peso	74%	26%	100%	100%
TOTAL INVERSION	52,164.50	18,000.00	70,164.50	

Fuente: Elaboración propia

Figura 12 Cronograma de Pagos

Monto a financiar (o préstamo)	S/.	18,000.00
Tasa de interés mensual	%	1.9%
Periodo de financiamiento	meses	36
Periodo de gracia	meses	3
Cuota Fija	S/.	744

	Amort.	Interés	Cuota	Comisión	Portes	Total Pago	Saldo	Fn
							18,000	-18,000
1	0	350	350	9	4	363	18,000	363
2	0	350	350	9	4	363	18,000	363
3	0	350	350	9	4	363	18,000	363
4	394	350	744	9	4	757	17,606	757
5	402	342	744	9	4	757	17,204	757
6	410	335	744	9	4	757	16,794	757
7	418	327	744	8	4	757	16,377	757
8	426	318	744	8	4	756	15,951	756
9	434	310	744	8	4	756	15,517	756
10	442	302	744	8	4	756	15,075	756
11	451	293	744	8	4	756	14,624	756
12	460	284	744	7	4	755	14,164	755
13	469	275	744	7	4	755	13,695	755
14	478	266	744	7	4	755	13,217	755
15	487	257	744	7	4	755	12,730	755
16	497	248	744	6	4	755	12,234	755
17	506	238	744	6	4	754	11,727	754
18	516	228	744	6	4	754	11,211	754
19	526	218	744	6	4	754	10,685	754
20	536	208	744	5	4	754	10,149	754
21	547	197	744	5	4	753	9,602	753
22	557	187	744	5	4	753	9,044	753
23	568	176	744	5	4	753	8,476	753
24	579	165	744	4	4	752	7,897	752
25	591	154	744	4	4	752	7,306	752
26	602	142	744	4	4	752	6,704	752
27	614	130	744	3	4	752	6,090	752
28	626	118	744	3	4	751	5,464	751
29	638	106	744	3	4	751	4,827	751
30	650	94	744	2	4	751	4,176	751
31	663	81	744	2	4	750	3,513	750
32	676	68	744	2	4	750	2,837	750
33	689	55	744	1	4	750	2,148	750
34	702	42	744	1	4	749	1,446	749
35	716	28	744	1	4	749	730	749
36	730	14	744	0	4	749	0	749

Totales	18,000	7,608		196	144	25,947	CEM =	2.03%
							CEA =	27.24%

Fuente: Elaboración propia

1.8.10 Proyección de flujo de caja

PRIMER AÑO (Expresado en Soles)

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
INGRESOS (A)	15,354	13,952	15,164	15,932	17,077	16,138	18,233	18,106	17,638	17,745	16,792	18,501	200,633
Ventas	15,354	13,952	15,164	15,932	17,077	16,138	18,233	18,106	17,638	17,745	16,792	18,501	
EGRESOS (B)	11,059	10,007	10,916	11,493	12,351	11,647	13,219	13,123	12,772	12,852	12,138	13,420	144,997
Costos	11,059	10,007	10,916	11,493	12,351	11,647	13,219	13,123	12,772	12,852	12,138	13,420	
Costos Fijos	6,862	6,198	6,733	7,142	7,639	7,267	8,157	8,027	7,894	7,898	7,518	8,286	
Depreciación	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	
Amortización de Intangibles	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	
Costos Fijos Netos	6,406	5,742	6,276	6,686	7,183	6,811	7,700	7,571	7,437	7,441	7,061	7,830	
Costos Variables	4,653	4,266	4,640	4,807	5,169	4,837	5,518	5,552	5,335	5,411	5,076	5,590	
FLUJO NETO (A-B)	4,294.90	3,944.41	4,247.35	4,439.50	4,725.62	4,491.04	5,014.79	4,982.85	4,865.91	4,892.67	4,654.55	5,081.76	55,635.34

SEGUNDO AÑO (Expresado en Soles)

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
INGRESOS (A)	17,734	16,114	17,514	18,402	19,724	18,640	21,060	20,912	20,372	20,495	19,395	21,369	231,731
Ventas	17,734	16,114	17,514	18,402	19,724	18,640	21,060	20,912	20,372	20,495	19,395	21,369	
EGRESOS (B)	12,210	11,054	12,054	12,688	13,632	12,858	14,586	14,481	14,095	14,183	13,397	14,807	160,045
Costos	12,210	11,054	12,054	12,688	13,632	12,858	14,586	14,481	14,095	14,183	13,397	14,807	
Costos Fijos	7,548	6,818	7,406	7,856	8,403	7,994	8,973	8,830	8,683	8,688	8,270	9,115	
Depreciación	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	
Amortización de Intangibles	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	
Costos Fijos Netos	7,092	6,361	6,949	7,400	7,946	7,538	8,516	8,374	8,227	8,231	7,813	8,659	
Costos Variables	5,119	4,692	5,104	5,288	5,685	5,320	6,070	6,107	5,868	5,952	5,584	6,149	
FLUJO NETO (A-B)	5,523.21	5,060.56	5,460.44	5,714.08	6,091.75	5,782.12	6,473.47	6,431.31	6,276.94	6,312.26	5,997.94	6,561.86	71,685.94

TERCER AÑO (Expresado en Soles)

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
INGRESOS (A)	21,888	19,890	21,617	22,713	24,345	23,007	25,994	25,811	25,145	25,297	23,939	26,375	286,022
Ventas	21,888	19,890	21,617	22,713	24,345	23,007	25,994	25,811	25,145	25,297	23,939	26,375	
EGRESOS (B)	14,744	13,356	14,556	15,317	16,450	15,521	17,595	17,468	17,005	17,111	16,168	17,860	193,149
Costos	14,744	13,356	14,556	15,317	16,450	15,521	17,595	17,468	17,005	17,111	16,168	17,860	
Costos Fijos	9,058	8,181	8,887	9,427	10,083	9,593	10,767	10,596	10,420	10,425	9,924	10,938	
Depreciación	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	-328	
Amortización de Intangibles	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	-128	
Costos Fijos Netos	8,602	7,725	8,431	8,971	9,627	9,136	10,311	10,140	9,963	9,969	9,467	10,482	
Costos Variables	6,142	5,631	6,125	6,346	6,823	6,384	7,284	7,328	7,042	7,142	6,701	7,378	
FLUJO NETO (A-B)	7,144.57	6,533.88	7,061.72	7,396.53	7,895.06	7,486.33	8,398.92	8,343.27	8,139.50	8,186.13	7,771.22	8,515.60	92,872.74

Fuente: Elaboración propia

Con el análisis de la proyección del 10% para el flujo de caja anual hemos identificado que nuestro negocio es rentable y viable para su ejecución y posterior expansión de locales. Se crecería económicamente junto a los proveedores de los insumos porque trabajaríamos con productos peruanos y de trato directo con los agricultores.

1.8.11 Análisis de rentabilidad

El análisis de rentabilidad de Puku Puku se ha realizado en base a 2 flujos:

- **Flujo de Caja Económico.**

En el FCE se observa que se recupera la inversión en el segundo año de operatividad de la empresa, asimismo se tiene un VANE de 5,326 lo que significa que el inversionista obtendrá ese monto adicional. Asimismo, el TIRE obtenido para este proyecto es de 28.73% lo que significa que el dinero que se está invirtiendo en este proyecto generará cada año una rentabilidad del 28.73% además el porcentaje obtenido fue mayor al COK el cual obtuvo 23.36%

Tabla 27 Flujo de Caja Económico (Expresado en Soles).

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	LIQUIDACION
INGRESOS					Valor de Rescate
VENTAS TOTALES		200,633	231,731	286,022	
EGRESOS					
INVERSIÓN TOTAL	70,165				3,863
ACTIVO FIJO	15,682				
CAPITAL DE TRABAJO	48,332				
GASTOS PRE-OPERATIVOS	6,150				
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		-	-	-48,332	
COSTOS		144,997	160,045	193,149	
COSTOS FIJOS		84,144	93,106	112,823	
COSTOS VARIABLES		60,853	66,939	80,326	
COSTOS Y GASTOS TOTALES		144,997	160,045	193,149	
IMPUESTO A LA RENTA (30%)		16,691	21,506	27,862	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-70,165	38,945	50,180	20,542	

Fuente: Elaboración propia

WACC ANUAL (%)	23.36%
WACC MENSUAL (%)	1.8%
VANE	5,326
TIRE	28.73%

- **Flujo de Caja Financiero**

En el FCF podemos observar la distribución del efectivo de los ingresos y egresos del capital, asimismo se identifica el Flujo de Caja Económico sin el financiamiento por parte del Banco y el flujo con el financiamiento neto por parte del banco. En el FCF se tiene rentabilidad a partir del segundo año y esto nos indica que el negocio es viable porque genera rentabilidad para la empresa.

Tabla 28 *Flujo de Caja Financiero (Expresado en Soles)*

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	LIQUIDACION
INGRESOS					Valor de Rescate
VENTAS TOTALES		200,633	231,731	286,022	
EGRESOS					
INVERSIÓN TOTAL	70,165				3,863
ACTIVO FIJO	15,682				
CAPITAL DE TRABAJO	48,332				
GASTOS PRE-OPERATIVOS	6,150				
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		-	-	-48,332	
COSTOS		144,997	160,045	193,149	
COSTOS FIJOS		84,144	93,106	112,823	
COSTOS VARIABLES		60,853	66,939	80,326	
COSTOS Y GASTOS TOTALES		144,997	160,045	193,149	
IMPUESTO A LA RENTA (30%)		16,691	21,506	27,862	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-70,165	38,945	50,180	20,542	
FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO	18,000	-6,678	-8,213	-8,672	-
+ PRÉSTAMOS	18,000				
- AMORTIZACIÓN		-3,836	-6,267	-7,897	
- INTERESES		-3,912	-2,663	-1,033	
- GASTOS		-149	-116	-75	
+ ESCUDO FISCAL		1,218	834	332	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-52,165	32,267	41,967	11,869	-

Fuente: Elaboración propia

COK ANUAL (%)	23.4%
COK MENSUAL (%)	1.8%
VANF	7,895
TIRF	34.35%

1.8.12 Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa

Tabla 29 Estado de Ganancias y Pérdidas (Costeo Absorbente - sin IGV)

CONCEPTO	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	S/ 1,211,257	S/ 1,253,227	S/ 1,296,556	S/ 1,341,289	S/ 1,387,474
Costo de Ventas	S/ 448,165	S/ 463,694	S/ 479,726	S/ 496,277	S/ 513,366
UTILIDAD BRUTA	S/ 763,092	S/ 799,533	S/ 816,830	S/ 845,012	S/ 874,109
Gastos Administrativos	S/ 149,115	S/ 146,115	S/ 146,115	S/ 146,115	S/ 146,115
Gastos de Ventas	S/ 58,564	S/ 60,594	S/ 62,688	S/ 64,851	S/ 67,084
Sueldos	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725
Depreciación	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018
Amortización	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031
Gastos Financieros	S/ 31,714	S/ 28,976	S/ 25,059	S/ 19,459	S/ 11,451
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	S/ 292,924	S/ 323,074	S/ 352,192	S/ 383,811	S/ 418,683
Impuesto a la Renta	S/ 218,026	S/ 225,581	S/ 233,380	S/ 241,432	S/ 249,745
UTILIDAD NETA	S/ 74,897	S/ 97,493	S/ 118,812	S/ 142,379	S/ 168,938

Fuente: Adaptado del proyecto Kajwi Perú

Tabla 30 Estado de Ganancias y Pérdidas (Costeo Directo - sin IGV)

CONCEPTO	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	S/ 1,211,257	S/ 1,253,227	S/ 1,296,556	S/ 1,341,289	S/ 1,387,474
Gastos Variables	S/ 506,729	S/ 524,287	S/ 542,414	S/ 561,128	S/ 580,450
Producción	S/ 448,165	S/ 463,694	S/ 479,726	S/ 496,277	S/ 513,366
Comisión Visa	S/ 46,452	S/ 48,061	S/ 49,723	S/ 51,438	S/ 53,210
Descuento BCP	S/ 12,113	S/ 12,532	S/ 12,966	S/ 13,413	S/ 13,875
MARGEN CONTRIBUCION	S/ 704,528	S/ 728,939	S/ 754,142	S/ 780,161	S/ 807,024
Gastos Fijos	S/ 411,604	S/ 405,866	S/ 401,950	S/ 396,350	S/ 388,342
Planilla	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725	S/ 223,725
Servicios Básicos	S/ 24,915	S/ 24,915	S/ 24,915	S/ 24,915	S/ 24,915
Alquiler	S/ 115,200	S/ 115,200	S/ 115,200	S/ 115,200	S/ 115,200
Publicidad	S/ 9,000	S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 6,000	S/ 6,000
Gasto Financiero	S/ 31,714	S/ 28,976	S/ 25,059	S/ 19,459	S/ 11,451
Depreciación	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018	S/ 6,018
Amortización	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031	S/ 1,031
UTILIDAD OPERATIVA	S/ 292,924	S/ 323,074	S/ 352,192	S/ 383,811	S/ 418,683
Impuesto a la Renta	S/ 218,026	S/ 225,581	S/ 233,380	S/ 241,432	S/ 249,745
UTILIDAD NETA	S/ 74,897	S/ 97,493	S/ 118,812	S/ 142,379	S/ 168,938

Fuente: Adaptado del proyecto Kajwi Perú

El informe financiero del Estado de Ganancias y Pérdidas permitirá a la empresa Puku Puku Café visualizar la rentabilidad que tendría durante los 5 primeros años de iniciado el negocio en convenio con la entidad financiera BCP.

En este informe se identifican las ganancias y pérdidas que la empresa tendría el cual permitirá a Puku Puku tomar decisiones correctivas para mejorar los indicadores o realizar plan de contingencia para lograr cumplir los objetivos trazados y generar mayor rentabilidad.

1.8.13 Balance General proyectado de la empresa

Tabla 31 *Balance General*

CONCEPTO	0	2021	2022	2023	2024	2025
ACTIVO						
Activo corriente						
Caja y bancos	S/ 18,692	S/ 299,117	S/ 197,751	S/ 310,589	S/ 441,395	S/ 590,751
Cuentas por cobrar						
Inventario						
Crédito fiscal	S/ 8,045					
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/ 26,737	S/ 299,117	S/ 197,751	S/ 310,589	S/ 441,395	S/ 590,751
Activo No Corriente						
Activo Fijo Tangible	S/ 38,029	S/ 38,029	S/ 38,029	S/ 38,029	S/ 38,029	S/ 38,029
(Depreciación)		-S/ 6,018	-S/ 12,037	-S/ 18,055	-S/ 24,073	-S/ 30,092
Activo Fijo Intangible	S/ 5,157	S/ 5,157	S/ 5,157	S/ 5,157	S/ 5,157	S/ 5,157
(Amortización)		-S/ 1,031	-S/ 2,063	-S/ 3,094	-S/ 4,126	-S/ 5,157
Activo Diferido	S/ 19,200	S/ 19,200	S/ 19,200	S/ 19,200	S/ 19,200	S/ 19,200
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/ 62,386	S/ 55,336	S/ 48,287	S/ 41,237	S/ 34,187	S/ 27,137
TOTAL ACTIVO	S/ 89,123	S/ 354,453	S/ 246,037	S/ 351,826	S/ 475,582	S/ 617,888
PASIVO						
Pasivo corriente						
Cuentas por Pagar						
Préstamos Bancarios	S/ 6,369	S/ 9,107	S/ 13,023	S/ 18,623	S/ 26,631	S/ -
Impuestos por Pagar						
TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/ 6,369	S/ 9,107	S/ 13,023	S/ 18,623	S/ 26,631	S/ -
Pasivo no corriente						
Préstamo Bancario	S/ 67,385	S/ 58,278	S/ 45,255	S/ 26,631	S/ -	S/ -
Impuesto a la Renta		S/ 196,802				
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/ 67,385	S/ 255,079	S/ 45,255	S/ 26,631	S/ -	S/ -

TOTAL PASIVO	S/ 73,754	S/ 264,187	S/ 58,278	S/ 45,255	S/ 26,631	S/ -
PATRIMONIO						
Capital Social	S/ 15,369	S/ 15,369	S/ 15,369	S/ 15,369	S/ 15,369	S/ 15,369
Utilidad Acumulada			S/ 74,897	S/ 172,390	S/ 291,202	S/ 433,582
Utilidad del Ejercicio		S/ 74,897	S/ 97,493	S/ 118,812	S/ 142,379	S/ 168,938
TOTAL PATRIMONIO	S/ 15,369	S/ 90,267	S/ 187,759	S/ 306,572	S/ 448,951	S/ 617,888
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	S/ 89,123	S/ 354,453	S/ 246,037	S/ 351,826	S/ 475,582	S/ 617,888

Fuente: Adaptado del proyecto Kajwi Perú

El Balance General nos muestra la situación financiera de la empresa en una fecha determinada fecha, también se ha realizado la proyección de como estaría año a año en los primeros 5 años.

En el Balance General también se identifica el activo que es todo con lo que cuenta la empresa, asimismo también se identificará el Pasivo en donde se considerarán todas las deudas de la empresa y por último se considera también el patrimonio que será el capital con lo que dispondrá la empresa.

La elaboración del Balance General permitirá a la empresa identificar sus quiebres de dinero, sus gastos y como ha ido amortizando el financiamiento al banco para que pueda elaborar un plan de riesgo en caso se exceda en sus gastos.

1.8.14 Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa

El análisis de sensibilidad de este proyecto se ha realizado en base al VANE y nos ha permitido evaluar el cambio de los indicadores en los 3 primeros años para el precio del producto del Keke de zanahoria este análisis ayudará en la toma de decisiones para buscar estrategias que permitan que el producto siga

siendo rentable en el mercado en caso que ocurra variabilidad en la materia prima.

Tabla 32 *Análisis de Sensibilidad*

	Producto	VANE	P1	P2	P3	P4	P5	P6
Año 1	Keke de Zanahoria	5,325.54	8.89	9.89	10.89	11.89	12.89	13.89
	Café Latte	8.64	5,325.54	16,885.00	40,003.93	74,682.31	120,920.15	178,717.45
Año 2	Keke de Zanahoria	5,325.54	9.33	10.33	11.33	12.33	13.33	14.33
	Café Latte	9.07	5,325.54	8,913.17	16,088.42	26,851.30	41,201.80	59,139.92
Año 3	Keke de Zanahoria	5,325.54	9.60	10.60	11.60	12.60	13.60	14.60
	Café Latte	9.33	5,325.54	8,815.53	15,795.49	26,265.45	40,225.38	57,675.30

Fuente: Elaboración propia

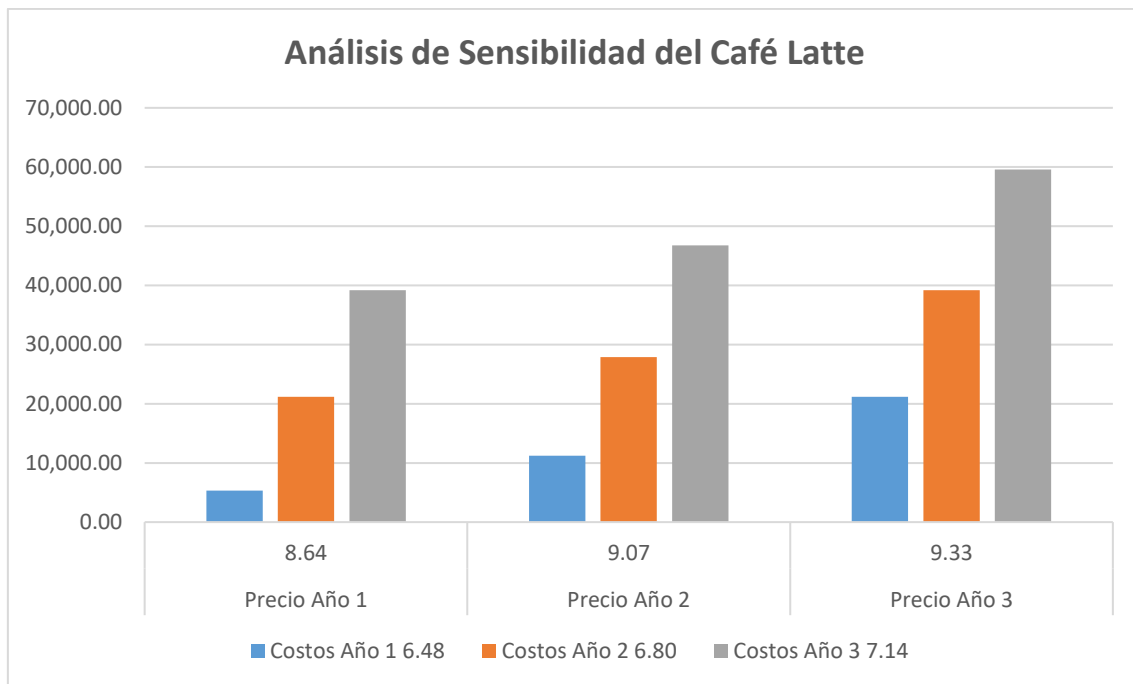
En el siguiente análisis de sensibilidad se ha realizado el comparativo de los precios y costos del café Latte y teniendo como tiempo proyectado 3 años, para este análisis se utilizó el mismo VANE que se obtuvo en el FCE (Flujo de Caja Económico) en donde se observará que si no hay variación del VANE en los siguientes 2 años sería de igual forma favorable para el negocio porque se observa que se obtiene mayor rentabilidad.

Tabla 33 *Análisis de Sensibilidad del Café Latte*

		CAFÉ LATTE - PRECIO S/		
		Año 1	Año 2	Año 3
En este casillero se ingresa el VANE		5,326	8.64	9.07
Costos	Año 1	6.48	5,326	11,244
	Año 2	6.80	21,186	27,898
	Año 3	7.14	39,172	46,783

Fuente: Elaboración propia

Figura 13 *Análisis de Sensibilidad del Café Late*



Fuente: Elaboración propia

1.9. Descripción del equipo gerencial de la empresa

¿Quiénes son los miembros de la empresa?

Daniel Herrera López, Administrador de empresas con mención en Marketing Soltero con 33 años de edad Trabaja en la actualidad en el banco Internacional de Perú encargado del área de banca empresa, generando líneas de crédito o mejoras en la tasa de sus clientes para poder tener un vínculo más cercano con los mismos

- Título de Administración de negocio - Marketing en una de las mejores universidades del Perú Universidad científica del Sur
- Tiene un título Técnico en El Instituto San Ignacio de Loyola en Marketing
- Cuenta con un título de community manager en La institución IPAD
- Tiene más de 15 años de experiencia en atención al cliente contando con técnicas para manejar situaciones tensas con clientes.

- Mejor vendedor en intangibles en dos años consecutivos 2012 2013
- Cursos de Retención del cliente en la Universidad UCIC en el Banco Internacional del Perú

Yannet Sotelo Casimiro, Administradora de profesión con mención en Finanzas, con más de 11 años de experiencia en el área administrativa y financiera de la empresa Lari Contratistas S.A.C. en donde actualmente me desempeño laboralmente en el área de Certificación enfocándome en el cumplimiento de mis objetivos para cumplir con el logro de los resultados. Adicionalmente oriento al personal que labora en mi área a que identifiquen sus habilidades blandas para que puedan desenvolverse eficientemente y enfocarse en el cumplimiento de sus metas para que se alineen a los objetivos de la empresa.

- Bachiller en Administración de Empresas en la Universidad Científica del Sur.
- ADEX – Curso Intensivo de Comercio Exterior.
- Título en Computación e Informática en el Instituto SISE.

Briggit Ayala Vargas, Administradora con mención en Marketing, con más de 8 años de experiencia en servicio al cliente y puestos administrativos, actualmente labora en Grupo Educativo Inversiones Educa administrando la parte operativa de la empresa, encargada de la supervisión de personal operativo y la correcta administración de recursos. Adicionalmente brinda consultorías en branding y gestión de marca a pymes, logrando crear estrategias para el desarrollo y posicionamiento de sus marcas.

- Bachiller en Administración de Empresas y marketing UCSUR.

- Community Management- Instituto Toulouse Lautrec.
- Marketing Estratégico–Instituto Toulouse Lautrec.
- Fotografía Profesional-UCAL.
- Excel Empresarial-UNI.
- Gráfica Digital- Instituto Toulouse Lautrec.

Luis Eduardo Flores Tesen, Administrador con más de 8 años de experiencia en el sector bancario y financiero, enfocado al cumplimiento de resultados, así como en brindar un excelente servicio a clientes altamente exigentes, al cumplimiento de los procesos de una manera ágil y ordenada. Mi principal meta es seguir creciendo dentro de organizaciones de gran prestigio que potencien mis habilidades, así como también buscar nuevas y mejores oportunidades de crecimiento profesional, que me generen un reto diario y me permitan aportar con mis ideas y mi experiencia. Soltero con 28 años de edad actualmente trabajando en BBVA PERÚ.

- Título de Administración de empresas - Universidad científica del Sur
- Tiene más de 10 años de experiencia en atención al cliente contando con técnicas para manejar situaciones tensas con clientes.
- Incrementar el número de clientes de la cartera a través de una gestión eficiente de clientes potenciales.
- Realizar venta cruzada de productos que calcen con las necesidades del cliente para fidelizar y aumentar la vinculación.
- Asesoría en productos de inversiones.
- Universidad Científica del Sur: Egresado de la Carrera de Administración de empresas.

- Universidad Nacional de Ingeniería: Especialista en Excel Empresarial, Informatics, 2011 – 2012.
- Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas Marketing, 2015 Branding, 2016.
- Instituto Cultural Peruano Norteamericano - IPCNA Ingles Nivel Intermedio.
- Universidad del Pacifico Programa de Especialización en Banca Exclusiva – 2012 Programa de Especialización Proyecto de TMR (Trasformación Modelo Relacional) 2018.

¿En qué medida sus experiencias y competencias son útiles para la empresa?

Daniel Herrera López, cuenta con las medidas necesarias para el Core del negocio ya que ventas y atención al cliente son en lo que más se desempeñó, las técnicas de servicio al cliente y los años de experiencia en ventas permite tener un respaldo para poder asesorar a los colaboradores y que mejoren día tras día.

Yannet Sotelo, nos brindará en control eficiente en el tema financiero por su experiencia que la respalda en los temas de finanzas, así como también será la persona que dará mensualmente una charla de motivación en la empresa para motivar al personal según sus experiencias narradas por la trayectoria laboral que ha tenido en diferentes empresas y por la empatía que tiene con las personas que la rodean.

Briggit Ayala Vargas, la experiencia en administración de recursos, desarrollo de marca con distintas empresas ayudara mejorar el posicionamiento de la marca creando estrategias de diferenciación y posicionamiento de la marca alineados a los objetivos estratégicos de la empresa.

Luis Eduardo Flores Tesen, Mi experiencia en diferentes áreas me ha ayudado a poder adaptarme con facilidad a los cambios que se puedan generar en la organización, siempre enfocado a lograr los objetivos tanto individuales como colectivos a fin de que la organización logre las metas trazadas. Esto me permite ser un profesional totalmente adaptable, enfocado en el logro de resultados para este negocio.

¿Cuál será la participación de cada uno de ellos en la gestión de la empresa?

Daniel Herrera López, al contar con la experiencia necesaria en servicio al cliente y Ventas se encargará de la jefatura de Ventas y Marketing brindando las capacitaciones necesarias y las técnicas de ventas, realizará campañas publicitarias en todos nuestros medios, redes sociales, medios de comunicación, así mismo cada 6 meses un focus group con clientes para limar errores cometidos.

Yannet Sotelo Casimiro, al contar con mayor experiencia en finanzas se encargará del área de Finanzas y Administración en donde tendrá como función principal el control de todos los ingresos y egresos de Puku Puku Café. Es de gran importancia que los reportes financieros estén actualizados diariamente en caso se requiera reuniones inmediatas con los socios para la evaluación de estos reportes que afectarán en la toma de decisiones si en caso la empresa quiera invertir o expandir su negocio.

Briggit Ayala Vargas, tomando en cuenta la preparación y experiencia en marketing planteara estrategias de posicionamiento y desarrollo de marca de forma offline y online. Hacer seguimiento de los resultados de las estrategias de marketing que están siendo ejecutadas. Buscar siempre estar actualizado con tendencias y

requerimientos del mercado, con el fin de garantizar que las estrategias de marketing estén alineadas con las prácticas más recientes.

Luis Eduardo Flores Tesen, al contar con la experiencia necesaria en servicio al cliente y Ventas al logro de resultados se encargará de la jefatura de compras y almacén brindando las capacitaciones necesarias y estrategias logísticas. Se realizarán informes periódicos para definir el logro de resultados.

¿Cuál será el nivel de participación de cada uno de ellos en el directorio o comité de gestión de la empresa?

Los 4 representantes tendremos la misma participación de la empresa (18.60%)

¿Cuáles serán las condiciones salariales? ¿Se pagará un sueldo fijo? ¿Se pagarán comisiones?

La empresa no pagará comisiones, cada trabajador tiene un sueldo fijo.

En este caso los 4 representantes tendrán un ingreso de acuerdo a las ventas realizadas de los productos de Puku Puku Café, por ser un nuevo negocio que se está posicionando en el mercado y cuando tenga estabilidad comenzará a generar mayor rentabilidad e ingresos para los 4 socios.

Por el momento no habrá bonos de productividad.

¿Cuál es el compromiso de los fundadores con la empresa? ¿Cuánto tiempo le van a dedicar y por qué período?

Los cuatro miembros fundadores están comprometidos con el negocio y estarán trabajando diariamente en medio tiempo y de forma organizada para evitar que la

empresa quede sin dirección de negocio. Yannet Sotelo al tener un trabajo adicional le permite estar medio tiempo en el negocio, pero comprometida al 100% en sacar adelante el proyecto de inversión y con el pasar del tiempo dedicarse al 100% a manejar la parte financiera y por no decir los temas contables de Puku Puku Café en la expansión de nuevas tiendas.

CAPITULO II: CONCLUSIONES

El proceso operativo es de vital importancia para la buena experiencia del cliente según el libro la gestión de la calidad se mide en base de una serie de normas establecidas y acatadas anteriormente la idea es que la mejora sea constante y sea compatible con los sistemas de control (Mateo de Pablo, 2019). El proyecto es viable (VILLA, 2017)operativamente ya que al implementar nuestro objetivo. “Desarrollar plan de evaluación y capacitación 2 veces al año para contar siempre con personal competente para el puesto”. Nos permitirá estar preparados ante cualquier pregunta e inconveniente que presente nuestro cliente, el flujo que detallamos en el punto 1.6.3 nos plasma los pasos minuciosos de la toma de pedido, sugerencias del tipo de café hasta la confirmación del descuento que el cliente tiene por usar el servicio Yape en este caso un 20%.

En la actualidad el consumidor es más responsable en los productos que compra y consume Philip Kotler ha denominado a esta nueva tendencia de los mercados como el “Imperativo Ambiental” (Kotler.P, 2011) hoy en día lo llamamos los consumidores verdes, según el diario gestión, la demanda de productos orgánicos peruanos se incrementó en 17% en el 2016 (Gestión, 2016) Es viable en el tema social ya que en la actualidad el consumidor es más consciente al tema ecológico con nuestro objetivo “Mejorar la promoción de nuestros servicios, producto y establecimiento”. Le haremos saber nuestra idea de negocio es eco amigable, nuestro local tiene el 50% de materiales reciclables así mismo nuestros merchandising están acorde a la idea de negocio. (Puku, 2019)

Es de conocimiento público que el mejor activo que tiene una empresa es su talento humano y no solo con un buen sueldo los colaboradores están conformes, debe haber

un reconocimiento por su desempeño según Blanch nos indica “Las condiciones de trabajo repercuten al trabajador directamente en su salud, su vida personal y bienestar psicológico asimismo en la motivación para trabajar en la empresa y se trasluce con su desempeño (Blanch.R, 2003) por tal motivo nuestro plan es hacer que nuestros colaboradores tenga un buen clima laboral y un reconocimiento adecuado y en el tiempo preciso para que su desempeño crezca da vez más.

Después de analizar el mercado local se ha identificado la necesidad del consumidor que busca más ambientes acogedores y amigables con el entorno que los rodea, es por ello que se toma como objetivo mejorar el posicionamiento de la marca mediante la experiencia del consumidor, tomando como oportunidad la necesidad del este, por lo que se brindar un ambiente adecuado para realizar alguna transacción, con un concepto pet friendly y eco amigable que busca crear una cultura café mediante distintas actividades.

Se ha permitido identificar la cantidad de productos que se debe de vender para cubrir todos los costos en que se incurre, además nos ha permitido evaluar el cambio de los indicadores en los 3 primeros años para el precio de los productos este análisis ayudará en la toma de decisiones para buscar estrategias que permitan que el producto siga siendo rentable en el mercado en caso que ocurra variabilidad en la materia prima.

El balance general permite visualizar la rentabilidad que tendría durante los 5 primeros años de iniciado el negocio en convenio con la entidad financiera BCP.

En este informe se identifican las ganancias y pérdidas que la empresa tendría el cual permitirá a Puku Puku tomar decisiones correctivas para mejorar los indicadores o

realizar plan de contingencia para lograr cumplir los objetivos trazados y generar mayor rentabilidad.

Con el análisis de la proyección del 10% para el flujo de caja anual hemos identificado que nuestro negocio es rentable y viable para su ejecución y posterior expansión de locales. Se crecería económicamente junto a los proveedores de los insumos porque trabajaríamos con productos peruanos y de trato directo con los agricultores.

BIBLIOGRAFIA

Agencia Agraria de Noticias. (21 de Mayo de 2019). *Incremento de consumo de café en Perú abre las puertas al arribo de nuevas empresas*. Obtenido de <https://agraria.pe/noticias/incremento-de-consumo-de-cafe-en-peru-abre-las-puertas-al-ar-19029>

Agurto, A. (19 de Julio de 2019). *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/cafe-aroma-peruano-travesia-raices-273613-noticia/>

Amado Posada, Á., Malincovich Loayza, H., & Moreno Tapia, L. (2017). *“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL CANAL AGENTE BCP DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ: 2014-2019”*. Obtenido de http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1943/Angela_Tesis_maestría_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Andina. (23 de Agosto de 2019). *Economía peruana crecería 4.4% en el período 2020-2023, proyecta el MEF*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-economia-peruana-creceria-44-el-periodo-20202023-proyecta-mef-764250.aspx>

BCP. (2018). Obtenido de <https://ww3.viabcp.com/Connect/ViaBCP2019/Relaciones%20con%20Inversionistas/Reporte%20Anual%20BCP.pdf>

Blanch.R. (2003). *Atención al cliente y calidad en el servicio*.

Bisso Cottle, G. (15 de Febrero de 2018). *Los cambios en las preferencias de los consumidores están modificando la industria de bebidas*. Obtenido de

<https://gestion.pe/blog/vinospiscosymuchomas/2018/02/los-cambios-en-las-preferencias-de-los-consumidores-estan-modificando-la-industria-de-bebidas.html/>

Conexión ESAN. (23 de Julio de 2018). *¿Cómo influyen las tendencias ambientales en las funciones empresariales?* Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/07/como-influyen-las-tendencias-ambientales-en-las-funciones-empresariales/>

De La Quintana, J. (28 de Julio de 2019). *CNN*. Obtenido de <https://cnnespanol.cnn.com/2019/07/28/martin-vizcarra-propone-adelantar-elecciones-presidenciales-y-legislativas-a-2020/>

Fariza, I. (26 de Enero de 2020). *El País*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2020/01/24/actualidad/1579899503_016784.html

Gestión, D. (28 de setiembre de 2016). *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/demanda-productos-organicos-peruanos-incremento-17-147961-noticia/?ref=gesr>

Kotler.P. (2011). *Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative, Journal*.

La Ruta del Café Peruano. (3 de Junio de 2019). *Los peruanos toman 40 tazas de café al año*. Obtenido de <http://rutadelcafeperuano.com/2019/06/03/consumocafeperuano/>

Mateo de Pablo, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*.

Millennial Disruption Index. (s.f.). Obtenido de <http://www.millennialdisruptionindex.com/>

- Ministerio de Cultura. (2012). *Lineamientos de Política Cultural*. Obtenido de <https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/pagbasica/tablaarchivos/11/lineamientomc.pdf>
- PerúRetail. (4 de Enero de 2019). *Perú: Se incrementa frecuencia de compra de café*. Obtenido de <https://www.peru-retail.com/peru-se-incrementa-frecuencia-de-compra-de-cafe/>
- PerúRetail. (7 de Enero de 2020). *Perú: ¿Cuáles son las perspectivas de la economía para este 2020?* Lima, Lima, Perú.
- Puku Puku. (s.f.). *Nuestro Café*. Obtenido de <http://pukupuku.pe/nuestro-cafe/>
- Puku, C. P. (2019). *Cafetería Puku Puku*. Obtenido de <http://pukupuku.pe/responsabilidad/>
- Restauración News. (8 de Febrero de 2017). *Nespresso incorpora una nueva línea de café aromatizado a su gama profesional*. Obtenido de <https://restauracionnews.com/nespresso-incorpora-una-nueva-linea-de-cafe-aromatizado-a-su-gama-profesional/>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP - República del Perú. (s.f.). *Importancia de la Inclusión Financiera*. Obtenido de <https://www.sbs.gob.pe/inclusion-financiera/Inclusion-Financiera/Importancia>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP - República del Perú. (s.f.). *Portal de Inclusión Financiera*. Obtenido de <https://www.sbs.gob.pe/inclusion-financiera/La-SBS-y-la-Inclusion-Financiera>
- VILLA. (2017).

ANEXOS:
ANEXO 1 CANVAS Puku Puku Café

Preguntas Claves: Socios clave: Entidad financiera BANCO BCP. Candelaria (cervezas artesanales) Agricultores cafetaleros del Cuzco.	Actividades Claves: 1.-Asistencia de anfitriones. 2.-Uso de espacios acogedores para realizar sus transacciones. 3.- Capacitación constante para publicitar el uso de plataforma digital. 4.-Atención de calidad y personalizada por parte de todos los miembros de la cafetería. Recursos Claves: PERSONAL: Personal de cafetería, asesores financieros. INFRAESTRUCTURA: Local amplio. CAPITAL: Aportación de socios. TECNOLOGÍA: Wifi, dominio, tablets.	Propuesta de Valor: Concepto nuevo de agencia, que está enfocada en brindar experiencias al cliente mediante la aplicación de tecnología digital y de experiencias distintas a la de una agencia bancaria, donde los miembros de la cafetería podrán incluso asesorar a los clientes y no clientes del banco con comodidades: productos variados postres, café peruano y cerveza artesanal, ofrecer espacios para reuniones como un co-working. Cambiar concepto del banco, de lo tradicional a lo digital, además de llevar una experiencia sensorial por el aroma del café, siendo clientes estratégicos para la venta de la variedad de productos que mantiene la cafetería.	Relación con los Clientes: 1.-Cafetería Puku Puku brinda a sus clientes variedad de productos además de una atención personalizada y de alta calidad. 2.-Wifi gratis y rápido 3.-Descuentos pagando con Yape 4.-Cómodos ambientes para reuniones co-working, privados para cerrar tratos. 5.-Venta de excelente café orgánico y cervezas artesanales. 6.-Pet friendly. Canales de Mercadeo: 1.-La cafetería Puku Puku ofrecerá a sus clientes un excelente servicio y los invita para una próxima visita. 2.-Redes Sociales 3.-Página web 4.-Oficinas del BCP 5.-Folletos y jalavistas.	Ciente: Según Arellano el segmento para este piloto son las Modernas, Progresistas y Sofisticados que vivan en Lima y que desean un ambiente cómodo para poder realizar transacciones monetarias con un ambiente totalmente diferente a cualquier otro banco. Segmento de clientes: - Geográfica: San Isidro, San Borja y Miraflores. - Demográfica: Hombres y mujeres entre 21 y 65 años. o Niveles socioeconómicos: A – B - Psicográficas: De clase social Media-alta, con estilos de vida modernos, progresistas y sofisticadas. - Conductuales: Estudiante u profesionales con uso frecuente de la tecnología que buscan espacios acogedores y confortables para compartir. Lima que deseen un ambiente cómodo y seguro para poder realizar transacciones y reuniones de manera confiable.
Flujo de Costos: Servicios básicos (luz, agua, gas) Sueldos del personal. Costo de producción. Mantenimiento de equipos.		Flujo de Ingresos: Las ventas de los distintos productos de PUKU PUKU CAFÉ. Inversión de accionistas.		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2 *Ficha técnica del café*

Nombre del Producto	Café
	Nombre científico: Coffea arábica L
Nombre Comercial	Grano de café, café pergamino, café oro, café pilado.
Descripción física del producto	Humedad: 12% de °H. Olor: a limpio y fresco, Color: parejo y uniforme. Defectos: de 0-5% de defectos. Tamaño de grano: mínimo 30% por encima de malla 15 o 14 y máximo 5% por debajo de malla 13 o 12. Densidad del grano: 650 gramos/litro.
Procedencia	Caserio Huabal, Jaén (Cajamarca - Perú)
Microproductor	José Herrera
Perfil	Dulce, acholatoso, bitter, con notas cítricas.
Altura	1800 m.s.n.m.
Tipo	Arábica
Variedad	Bourbon
Tostado	Medio
Uso recomendado	Ideal para un espreso, un café pasado o drip.
Importancia del Producto	El cultivo es uno de los principales productos y como cultivo permanente, es el que involucra la mayor cantidad de tierras productivas, generando mayor empleo agrícola y es el que genera capital importante para la economía regional de la selva alta peruana y de desarrollo alternativo por sus características ecológicas, económicas, sociales y políticas.
Características del proceso productivo	El proceso productivo se inicia con la elección de la variedad del café, exigencia del suelo apropiado, siembra del cultivo, sombreado del café, fertilización orgánica del café, podas y cuidados, cosecha, procesos de post cosecha; como el despulpado, fermentado, lavado y clasificado, secado, café pergamino, café pilado o café oro o grano verde.
Vida útil del café	Hasta 06 meses, almacenado en las condiciones indicadas.
Fechas de Producción	Marzo - noviembre.

Fuente: Puku Puku

Esta tabla ha sido adaptada de https://connectamericas.com/sites/default/files/company_files/ficha%20tecnica%20cafe.pdf

ANEXO 3 Café de Cajamarca – Puku Puku



Fuente: Puku Puku

ANEXO 4 Valor nutricional del café orgánico

Componente	Variedad arábica
Cafeína	1.3
Minerales	4.5
Lípidos	17
Trigonelinas	1
Proteínas	10
Ácido alifático	2.4
Ácido clorogénico	2.7
Carbohidratos	38
Aromas volátiles	0.1
Melanoidinas	23

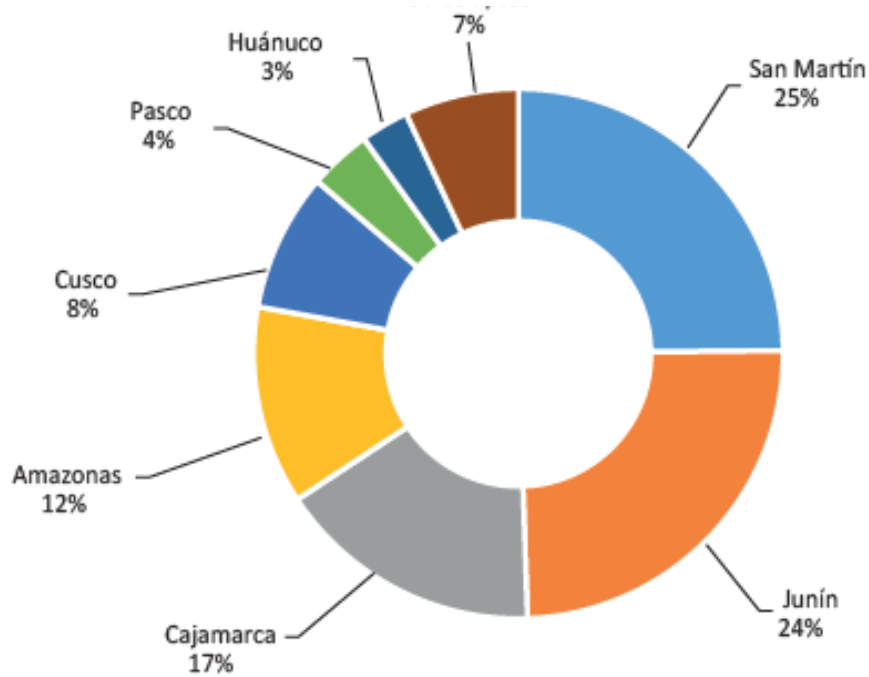
Fuente: <http://cafeorganicoallinandean.blogspot.com/2016/02/ficha-tecnica.html>

ANEXO 5 *Estadios de crecimiento del café*

Meses		Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Estados Fenológicos	Ciclo Vegetativo	Crecimiento Vegetativo							Crecimiento Vegetativo				
		Crecimiento de Hojas					Reposo-Poca		Formación de yemas foliares				
		Crecimiento de órganos reproductivos							Crecimiento de órganos reproductivos				
	Ciclo Reproductivo	Llenados de granos (1)		Maduración de Frutos (5)					Inducción (1)	Estolones Florales (2) y Floración (3)			Llenado de granos (4)
		Cosecha Comercial											
Parte aérea		Hinchazón de Yemas (1)			Botón Floral (2)		Floración (3)			Fructificación (4)		Maduración (5)	
Parte radicular		Desarrollo y crecimiento de raíces											
Ocurrencia de la fase (lpp) ¹		18 - 22			42 - 60		65 - 100			100-180		200 - 240 (7,0 - 8,0 meses)	
Temperatura Óptima		18 a 22°C			18 a 22°C		18 a 24°C			18 a 24°C		18 a 24°C	
Temperatura Crítica		<15°C			<15°C a 25°C>		<15°C a 25°C>			<15°C a 25°C>		<15°C a 25°C>	
Humedad Óptima		>75%			>75%		>75%			>75%		>75%	
Déficit Hídrico		Sensible			Sensible		Sensible			Tolerante		Tolerante	
1. lpp: Inicio de la precipitaciones pluviales													

Fuente: www.senamhi.gob.pe
 Elaboración: MINAGRI-DGPA-DEEIA

ANEXO 6 Principales departamentos productores de café - año 2018



Fuente: MINAGRI-DGESEP-DEA
Elaboración: MINAGRI-DGPA-DEEIA

ANEXO 7 Local del BCP Café - San Isidro



Fuente: Lucidez

ANEXO 8 *Diseño de estructura con material reciclado - Puku Puku Café.*



Fuente: Diario Perú21

ANEXO 9 *Identificativo del Local Puku Puku*



Fuente: Puku Puku

ANEXO 10 *Cerveza Artesanal La Candelaria en Puku Puku Café*



Fuente: Puku Puku