



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

“PLAN DE NEGOCIO IMPLEMENTACIÓN DE UN WORK CAFÉ EN
LA AGENCIA BANCARIA PLATINUM BBVA”

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

Presentado por:
Jhonatan Giancarlos Gomez Reyes (0000-0003-3444-6396)

Lima – Perú
2021

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR JURADO

Fecha: 10/03/2021

El Jurado del trabajo de investigación de Bachiller:

Dr. Félix José Colina Ysea

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

“PLAN DE NEGOCIO IMPLEMENTACIÓN DE UN WORK CAFÉ EN LA AGENCIA BANCARIA PLATINUM BBVA”

Presentada por los estudiantes:

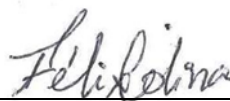
CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO
100027992	GOMEZ REYES, JHONATAN GIANCARLOS	100027992@ucientifica.edu.pe JGOMEZREYES25@GMAIL.COM

Para optar al grado de Bachiller en: **Administración de Empresas** en la carrera de **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	
100027992	GOMEZ REYES, JHONATAN GIANCARLOS	Aprobado (15)	Desaprobado (nota)

El jurado firma en señal de conformidad.



Dr. Félix José Colina Ysea

Índice general

Índice general	2
Índice de figuras	5
Índice de tablas	5
Índice de anexos	¡Error! Marcador no definido.
Resumen ejecutivo	7
Introducción	8
CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA	9
1.1. Análisis del entorno.....	9
1.2. Sondeo de Mercado.....	9
1.2.1. Sondeo de Mercado local.....	10
1.3. Análisis de la empresa.....	10
1.4. Plan estratégico de la empresa.....	14
1.4.1. Visión.....	14
1.4.2. Misión.....	14
1.4.3. Objetivos estratégicos.....	14
1.4.4. Estrategia del negocio.....	15
1.4.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva.....	17
1.5. Plan de Marketing.....	17
1.5.1. Objetivos de marketing.....	17
1.5.2. Marketing mix.....	18
1.5.3. Descripción de producto o servicio.....	19
1.5.4. Estrategia de precio.....	19
1.5.5. Estrategia de distribución de plaza.....	19
1.5.6. Estrategia de promoción.....	20
1.5.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa.....	20
1.5.8. Estrategia de posicionamiento.....	20
1.6. Plan de Operaciones.....	20
1.6.1. Objetivos de operaciones.....	20
1.6.2. Actividades previas al inicio de la producción.....	21

1.6.3.	Proceso de producción del bien o servicio	21
1.7.	Diseño de estructura y plan de recursos humanos.....	21
1.7.1.	Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal..	21
1.7.2.	Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal	21
1.7.3.	Estrategias de motivación y desarrollo del personal.....	21
1.7.4.	Políticas de remuneraciones y compensaciones	22
1.8.	Plan financiero.....	22
1.8.1.	Historia financiera de la empresa	22
1.8.2.	Datos, supuestos y políticas económicas y financieras	23
1.8.3.	Plan de ventas de la empresa	24
1.8.4.	Análisis de costos	26
1.8.5.	Punto de equilibrio de la empresa.....	28
1.8.6.	Adquisición de materiales e insumos para la producción	29
1.8.7.	Inversión inicial	29
1.8.8.	Capital de trabajo.....	31
1.8.9.	Fuentes de financiamiento	31
1.8.10.	Proyección de flujo de caja	33
1.8.11.	Análisis de rentabilidad	36
1.8.12.	Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa	38
1.8.13.	Balance General proyectado de la empresa	38
1.8.14.	Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa	39
1.9.	Descripción del equipo gerencial de la empresa	40

Índice de figuras

<u>Figura 1 Logo de banco</u>	4
Figura 2 Estructura Organizacional.....	7
Figura 3 Café Orgánico	16
Figura 4 Bbva san isidro	17
Figura 5 Logotipo	18

Índice de tablas

Tabla 1 Sondeo Mercado	7
Tabla 2 Cuadro Fortalezas	9
Tabla 3 Cuadro Oportunidades	9
Tabla 4 Cuadro Debilidades	10
Tabla 5 Cuadro Amenazas	10
Tabla 6 Matriz Foda Cruzada	12
Tabla 7 Matriz MEFI (Factores Internos)	13
Tabla 8 Matriz MEFE (Factores Externos)	14
Tabla 9 Cuadro Comparativo de ventaja competitivas	15
Tabla 10 Descripción remuneración del personal	20
Tabla 11 Estado de Ganancias y pérdidas	21
Tabla 12 Estimación de tasa descuento	21
Tabla 13 Visión de ventas	22
Tabla 14 Visión de ventas por año del negocio	24
Tabla 15 Costos Fijos Mensuales	24
Tabla 16 Costos Variables	25
Tabla 17 Punto equilibrio	26
Tabla 18 Punto Equilibrio	26
Tabla 19 Estructura inversión	27
Tabla 20 Fuente Inversión	29
Tabla 21 Estructura de Pago	30
Tabla 22 Proyección de caja	31
Tabla 23 Flujo caja económico	34
Tabla 24 Estado de perdidas y ganancias	36
Tabla 25 Balance general	36

Resumen ejecutivo

El presente trabajo va a tener la finalidad medir la viabilidad técnica, financiera y económico de un estudio de factibilidad la calidad de atención personalizada. Work Café tiene un alto prestigio en otros países como E.E.U.U, México, Reino Unido, Brasil, Portugal, Polonia, España, Argentina, Chile, Argentina.

Lo más fundamental en todo el proyecto realizado fue: Evaluar la demanda del lugar de destino, oferta, flexibles a las ofertas, márgenes de utilidad y regreso de inversión.

Por un tema de desarrollo de que en el Perú están implementando cafeterías con formatos completamente diferente a lo normal, muchas cafeterías están implementadas en áreas como gimnasios, escuelas de negocio, parques de descanso, etc.

El plan de negocios que he preparado consiste en crear un formato nuevo de atención bancaria, donde la cafetería trata de ingresar un formato de cafetería agradable y con espacios de coworking debido a la demanda de la pandemia , para que las personas profesionales puedan sentarse y trabajar y promover sus diversos emprendimientos y hacer networking con diferentes emprendedores. Vamos a implementar esta cafetería en el BBVA PLATINO PARDO Y ALIAGA ya que esta agencia siempre está abierto, y pet friendly en donde brindan una experiencia increíble a cada usuario o no del banco.

Word Café será una de los mejores centro de networking con el mejor agente agradable para poder trabajar y ver productos financieros de BBVA. La inversión que vamos a necesitar se va a presentar en los próximos capítulos 1,8, donde vamos a ver el movimiento del análisis del flujo de rentabilidad que va a tener nuestro proyecto.

El BBVA PRREMIUM se encuentra ubicado en el centro financiero, de manera estratégica por temas comerciales en la avenida Pardo y Aliaga 652, San Isidro donde se atenderá de L-V 8:45 am a 7:45pm y S-D de 8:00 am a 4:00 pm. Se utilizará como medio de pagos sistemas de visa y MasterCard, y canales como PLIN (aplicación para realizar operaciones bancarias con el número de teléfono, se brindarán descuento de promociones por pagar con tarjetas de débito o crédito BBVA , o empresas relacionadas del mismo grupo corporativo) esto ayudará aumentar el volumen de ingreso del uso de canales virtuales.

Introducción

Este proyecto me ayudo a poder ver que podemos enfocarnos en tomar y analizar como es la competencia o análisis de atención en un entorno global.

El modelo de atención que tenemos para el BBVA PLATINUM con WORK CAFÉ queremos brindar la mejor experiencia en atención en un entorno digital más actual. Podemos atender a diversos clientes del banco, y a usuario incitando a que conozcan los diversos productos y canales de atención del banco.

Quiero que los peruanos vean el nuevo ingreso de este tipo de servicios que vi en Europa ,lo cual me pareció muy atractivo para una entidad financiera. Como antes mencionado explicaremos todos las finalidades y estrategias que podemos ingresas con estas idea de negocio.

La finalidad del plan de negocio es enfocarnos en el sector gastronómico combinando una atención financiera que busca dar la tranquilidad a los usuarios del BBVA, podemos ver el objetivo principal mezclando la gama de servicio y tener un espacio moderno para realizar reuniones.

Por otra parte tenemos una clásica atención en los bancos en el lado financiero, este proyecto implementa un nuevo formato de coworking necesario para que puedan armar alianzas y estrategias de manera privilegiada y no sea necesario tener que ir a una oficina.

CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

1.1. Análisis del entorno

Para poder ver todas las oportunidades que tenemos con WORD CAFÉ ubicado dentro de la oficina BBVA PLATINUM JORGE ALIAGA-SAN ISIDRO, haré un análisis pestel, nos va a ayudar a tener todas los factores que necesitamos para poder identificar los macro entorno.

1.2. Sondeo de Mercado

- ✓ “Según estudios de mercado de Euromonitos, las tendencias de estilo de vida en cuanto al consumo saludable, valor de las experiencias, la premiunización”, el ritmo de vida más rápido que ejerce presión sobre el tiempo de las personas, ha repercutido en la sociedad peruana (Mercador y tendencias para la Oferta Exportable Peruana del Café, 2020)

Tabla 1 Sondeo Mercado

DISTRITO	POBLACIÓN	NSE A/B	SUBTOTAL	EDAD DE RANGO	TOTAL
SAN ISIDRO	69,000	79%	54,510.00	45%	24,529.50
MIRAFLORES	112,300	79%	88,717.00	45%	39,922.65
TOTAL					64,452.15

Fuente: Elaboración Propia

1.2.1. Sondeo de Mercado local
Segmento de Clientes:

- Geográfica: San isidro y Miraflores
- Demográfica: Ambos sexo 24 y 54 años
- Nivel : A – B
- Psicográficas: Clases media-alta, estilos modernos y adaptados al cambio y modernidad.
- Conductuales: Profesionales que hagan uso frecuente de espacios comunes y desean estar en un ambiente cómodo para poder ver sus transacciones bancarias de maneras tranquila.

1.3. Análisis de la empresa

Banco BBVA es uno de los bancos pioneros que se ubican dentro de Perú conocido por tener muchas sucursales en avenidas principales, como también en supermercados del mismo empresarial de la entidad.

En la actualidad el banco busca generar un impacto de cambio en su imagen y en sus operaciones a todos sus clientes. Work Café busca imponer espacios donde las personas de la banca se puedan sentir cómodos y puedan disfrutar de una buena taza de café y tener un mejor ambiente a su usuarios, clientes, y colaboradores.

Word Café que nacio por el Banco Santander en los diversos países que vienen operando , ha llegado a convertirse en un espacio innovador donde brinda la mejor experiencia de experiencia de usuario.

Dentro de este espacio de Work Café se podrán realizar un networking con un mismo ambiente de trabajo , y teniendo como base todas las transacciones modernas, y con la mejor conexión a internet para poder desarrollar sus trabajos.

Figura 1 Logo BBVA



FODA

a) Fortalezas

Dentro de la evaluación de los factores que tenemos , hemos encontrado las siguientes:

Tabla 2 Cuadro Fortalezas

FORTALEZAS
Tiene un modelo muy innovador para marcar la diferencia de atención al usuario bancario.
El objetivo principal de Work Café es presentar un espacio donde se puedan crear alianzas estratégicas con otros profesionales de manera segura.

Fuente: Elaboración Propia

b) Oportunidades

La principal oportunidad es que podemos gestionar la importación de nuestro mismo café.

Tabla 3 Cuadro Oportunidades

OPORTUNIDADES
Permite obtener nuevos clientes potenciales con posibilidad de colocar productos bancarios
Crecimiento del consumo del café peruano y del mundo cafetero.

Fuente: Elaboración Propia

c) Debilidades

Dentro de las debilidades vamos a analizar en que punto podemos mejorar para poder tratar de tener el mejor impacto en la empresa.

Tabla 4 Cuadro Debilidades

DEBILIDADES
Un poco variedad de ofertas en el menú
Falta de promocionamiento de la sede , o competencias directas como starbucks

Fuente: Elaboración Propia

d) Amenazas

Estas amenazas atrasan al cumplimiento de los objetivos principales que queremos para la atención

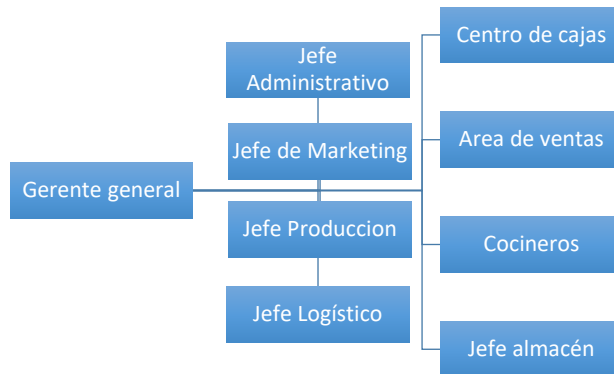
Tabla 5 Cuadro Amenazas

AMENAZAS
Durante clima verano puede bajar el consumo de café haciendo que tengamos que innovador en la carta del menú
Si tuviera algún imitación como competidor directo.

Fuente: Elaboración Propia

Estructura Organizacional

Figura 2 Estructura Organizacional



Fuente: Elaboración Propia

Vamos a elaborar este tipo de organización debido a las necesidades que tenemos en manera fundamental dentro de ello. Estas son las funciones que pensamos tiene que tener:

- Gerente General: Se encargará de dirigir, supervisar y realizar toda la operación de manera administrativa y tratando de promover de manera comercial y llevar toda la operación con éxito.
- Jefe Administrativo: Será el brazo derecho del gerente general moviendo todas las áreas competitivas que tiene la empresa y que puede revisar para cumplir todas las funciones para llevar de maneras correcta.
- Jefe Marketing: Tiene que desarrollar todas las estrategias competitivas en el mercado para impulsar, crear, y armar nuestras alianzas y desarrollar todos los productos para la colocación de ellos.
- Jefe Producción: Tendrá la función de poder negociar todos los proveedores de poder controlar la calidad de los productos que llegarán y poder brindar un productor buen y con el mejor insumo.
- Jefe Logístico: Se encargará de tener la responsabilidad de usar y tener los insumos para ver las fechas de vencimientos, etc.

1.4. Plan estratégico de la empresa

1.4.1. Visión

“Ser un espacio de mayor atracción en donde las personas puedan disfrutar de un espacio acogedor y conocer los productos financieros”

1.4.2. Misión

“Ser una cafetería implementada en la comercialización de café peruano, con diversos ambientes acogedores puedan realizar transacciones bancarias con tranquilidad”

1.4.3. Objetivos estratégicos

Vamos a examinar los objetivos con un análisis de foda cruzado

Tabla 6 Matriz FODA cruzada

MATRIZ WORK CAFÉ	FORTALEZA	DEBILIDADES
	F1: Tiene un modelo muy innovador para poder marcar la diferencia al atención del usuario F2: Presentar el mejor espacio donde se puedan concretar alianzas estrategicas	d1: No habrá mucha variedad en el menú d2: Falta de posicionamiento de la sede, o competencias directas
OPORTUNIDADES	OBJETIVO FO	OBJETIVO DO
o1: Permite tener nuevos clientes potenciales mediante la opción de poder colocar productos bancarios o2: Crecimiento del consumo café peruano y del mundo cafetero posicionar el consumo	E1: Vamos a tener un personal completamente calificado para que pueda ver todos los procesos e2: Mejorar los procesos bancarios ayudan a las personas a tener una imagen de la marca más atractiva	e3: Identificar todas las oportunidades de negocios e implementar todos los procesos de mejoramiento. e4: Promover todas las promociones de nuestros servicios bancarios
AMENAZAS	OBJETIVO FA	OBJETIVO DA
a1: Baja producción por temporadas de verano, ya que el consumo de café disminuye . a2: Si se crea alguna imitación como competidor directo.	E5: Incrementar la fidelización de nuestros clientes, y los usuarios volverlos clientes de la entidad bancaria. e6: Incrementar la fidelización de nuestros clientes, y los usuarios volverlos clientes de la entidad bancaria.	e7: Tener el feedback de nuestros clientes para ver el nivel de satisfacción e8: Conocer toda la ventaja competitiva y tener presencia en algunas ferias, etc.

1.4.4. Estrategia del negocio

Tabla 7 Matriz MEFI (Factores Internos)

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACION PONDERADA
DEBILIDADES	50%		
d1 No tener un buen planeamiento y esto dificulte el posicionamiento d	0.4	1	0.4
d2 No invertir en la gestión comerciales como publicidad.	0.3	2	0.6
d3 No tener muchas promociones vigentes dentro del menú	0.5	2	1
FORTALEZAS	50%		
f1 Espacios comunes para tener un coworking más organizado	0.5	2	1
f2 Precio de los productos a la competencia directa y del mercado	0.6	1	0.6
f3 Brindar una mejor calidad de atención directa y econoamigable	0.4	2	0.8
TOTAL			4.4

Fuente: Elaboración Propia

En la matriz que hemos utilizado hemos gestionado como es el porcentaje con el tema de las modernas tiendas econoamigables debido a que la oficina del banco se encuentra en la zona más exclusiva de San Isidro, marcando una fortaleza caracterizando la calidad de clientes que transcurren en el día a día.

Tabla 8 Matriz MEFE (Factores Externos)

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACION PONDERADA
AMENAZAS	50%		
a1 durante el clima de verano puede bajar la comercialización de los café	0.6	1	0.6
a2 Algunas limitación con el producto de la materia prima principal del café	0.4	2	0.8
a3 Cumple diversos objetivos los cultivos cafeteros	0.3	2	0.6
OPORTUNIDADES	50%		
o1 Permite tener nuevos clientes potenciales con posibilidad de colocar productos bancarios	0.6	2	1.2
o2 Crecimiento del consumo del café peruano	0.4	1	0.4
o3 Crear una comunidad más grande del mundo cafetero	0.5	2	1
TOTAL			4.6

Fuente: Elaboración Propia

Finalmente poder tener en consideración que armando los mejores convenios y estrategias podemos armar la mejor fidelización para tener un mejro trato con el proveedor , y armar estrategias comerciales en un sector bancario.

1.4.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

Tabla 9 Cuadro comparativo de ventajas competitivas

CRITERIOS	Peso	Chocomuseo		Puku Café		Work Café	
		Calificación	Ponderada	Calificación	Ponderada	Calificación	Ponderada
Presencia en el sector	0.2	2	0.4	3	0.6	3	0.6
Marketing	0.3	2	0.6	2	0.6	2	0.6
Calidad en presentación	0.2	4	0.8	4	0.8	3	0.6
Precio del producto.	0.3	3	0.9	3	0.9	2	0.6
TOTAL	1	11	2.7	12	2.9	10	2.4

Fuente : Elaboración propia

Dentro de nuestro análisis hemos verificado que Puku Café es nuestro principal competidor ya que es la primera cafetería que se encuentra dentro de una entidad financiera como es BCP, por el cual siguiendo de Chocomuseo se califica por tener los mejores chocolates, pero también productos a base de café chocolatero.

1.5. Plan de Marketing

Work Café busca innovador a diferencia de su competidor directo que es Puku Café, busca darle un espacio completamente innovador y amigable a todos los usuarios y clientes de la entidad financiera BBVA.

1.5.1. Objetivos de marketing

- Colocar la imagen de nuestro servicio en los primeros puestos de nuestros competidores directos.
- Fidelizar a los clientes bancarios a tener un espacio coworking donde también puedan trabajar tranquilos.
- Aumenta la culta del consumo general del café peruano.

1.5.2. Marketing mix

Producto

Nuestro producto final será 100% orgánico para poder tener diferentes formas de presentación como: Americano, Latte , Mokaccino , Chocolate caliente para épocas calurosas como verano vamos a implementar té frío para poder comercializar. Con el tema de postres habrán variedad, como pie de limón, empanadas de diversos sabores, muffin, triples mixtos, etc.

Figura 3 Café Orgánico



Precio

Los precios de nuestra carta estarán disponibles desde 3.00 nuevos soles correspondiente a un adicional de extra de café hasta 28 soles por una tajada de torta de zanahoria.

- C. Óganico desde 4.00 a 16 soles dependiendo del tamaño
- Infusiones a su preferencia desde 5.00 a 8.00 soles
- Jugos naturales desde 4.00 a 12 soles
- Postres desde 6.00 dependiendo de la elección

Plaza

Nuestro local se encontrará en el distrito de San isidro en la oficina BBVA PREMIUM que se encuentra en Pardo y Aliaga en la mejor zona exclusiva donde estamos enfocados nuestros producto.

Figura 4 Banco BBVA PARDO ALIAGA



Promoción

Para incrementar el uso de nuestros productos financieros del BBVA, abriremos promociones de descuento con tarjetas de débito y crédito del mismo banco a un 15% descuento en toda la carta, o productos que estén en último stock .

1.5.3. Descripción de producto o servicio

Work Café vamos a desarrollar el mejor espacio de innovación del Banco BBVA para clientes y usuarios, que puedan encontrar en un mismo lugar una zona de trabajo , zona de coworking , y cafetería. Vamos a crear el mejor espacio colaborativo para todo el mundo.

.Figura 5 Logotipo

**1.5.4. Estrategia de precio**

La idea de nuestros precios serán precios bajos , pero manteniendo el mismo estándar ofreciendo la mejor experiencia al usuario, nuestros precios están por debajo de la competencia directa.

1.5.5. Estrategia de distribución de plaza**Canal Presencial**

Nuestro servicio estará ubicado en Pardo Aliaga, el cuál estará dentro de la agencia bancaria BBVA PLATINUM, ya que es nuestro público objetivo directamente con dos niveles de consumidores directos.

1.5.6. Estrategia de promoción

Todos los consumidores que se encuentran alrededor del ratio de nuestro local son personas que le gustan vivir experiencias únicas pero en un ambiente más innovador y amigable.

- Promociones
Por apertura se ofrecerá un concierto en vivo acústico con precios de promoción a los clientes que asistan por primera vez, y si adquieren algún producto bancario, quizás podría escoger algún obsequio de regalo.
- Publicidad
Vamos a gestionar redes sociales y aplicar en campañas ADS, para posicionar el nombre y tener mayor alcance a nuestro servicio

1.5.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa

- Métricas en las gestiones de ventas realizadas
- Gestionar un feedback a los clientes ya atendidos para detectar algún ítem de mejora
- Crear base de datos de clientes para poder enviar mensajes especiales por diversos canales digitales (cumpleaños, aniversario, promociones)

1.5.8. Estrategia de posicionamiento

- La principal estrategia de posicionamiento vamos a invitar a todos los clientes que asistan a sucursales del BBVA , a invitar la nueva oficina piloto donde no sólo llevarán la imagen de una agencia bancaria, sino de un ambiente innovador y amigable.

1.6. Plan de Operaciones

Vamos a gestionar visitas al año al local para poder mejorar la infraestructura o ver alguna necesidad y poder identificar. Dentro de ello para mejor la calidad de atención se integrará el cliente anónimo , en donde se harán evaluaciones a los trabajadores para ver el conocimiento que tienen en base a las capacitaciones que se han brindado.

1.6.1. Objetivos de operaciones

Vamos a ejecutar planes de capacitaciones no sólo en la elaboración de los productos, sino trabajar de manera psicológica con los trabajadores, para que puedan manejar su nivel de atención , y satisfacción con la empresa.

1.6.2. Actividades previas al inicio de la producción

Se maneja una buena fracción de estructura mejorada para tener un buen mecanismo auxiliar para cualquier imprevisto con todos nuestros proveedores.

Verificar el nivel de alcance del wifi, para demostrar que contamos con las mejores bandas anchas de conexión a internet.

1.6.3. Proceso de producción del bien o servicio

Las vías que maneja nuestro negocio será por un plan de gestión que vende más experiencia, y sea comercial. Podemos manejar una manera estratégica de gestionar a los clientes financieros y hacer de su estadía, no solo comprar un café, sino quizás también aceptar algún producto financiero.

Una vez que el cliente escoga lo que va a tomar o comer, dentro de las mesas bien ubicadas estratégicamente, habrán monitores donde se promocionarán todos los productos financieros en promoción, hasta canje de millas con los puntos de canje del bbva platinum.

1.7. Diseño de estructura y plan de recursos humanos

1.7.1. Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal

Se considerará los perfiles para colaboradores:

- Atención con buena experiencia a tratar a clientes
- Inglés intermedio
- Conocimientos básicos de Office
- Carnet vigente

1.7.2. Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal

Todos recibirán capacitaciones constantes en todas las plataformas por medios digitales y de manera presencial, como también clientes incógnitos para poder medir el porcentaje de productividad y poder otorgar bonos de producción.

1.7.3. Estrategias de motivación y desarrollo del personal

El BBVA PLATINUM es el banco escogido donde vamos a posicionar nuestra cafetería vamos a incentivar con bonos de consumo, y reconocimientos a vendedores y satisfacción de atención al cliente.

1.7.4. Políticas de remuneraciones y compensaciones

En nuestra cafetería vamos a tener los siguientes colaboradores en la siguiente escala:

Tabla 10 Descripción de remuneración del personal

CARGO	SALARIO
JEFE	S/2,000.00
COORDINADOR ADMIN	S/1,700.00
GERENTE MKT	S/1,600.00
JEFE DE PRODUCCION	S/1,600.00
JEFE LOGISTICO	S/1,600.00
CENTRO DE CAJA	S/1,500.00
AREA DE VENTAS	S/980.00
COCINEROS	S/980.00
JEFE ALMACEN	S/1,300.00

Fuente: Elaboración Propia

1.8. Plan financiero

1.8.1. Historia financiera de la empresa

Work Café comienza actividades desde el 2017 abriendo el primer local en San Isidro. La propuesta que tenemos es para ingresar en una entidad financiera y dar una mejor propuesta a los clientes financieros.

El éxito que tenemos vamos a conocer todas las necesidades, gustos y poder tener la mejor calidad establecida.

Tabla 11 Estado de Ganancias y Pérdidas

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 Kajw Perú

1.8.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

Como tenemos una inversión realizada y proyectado, damos con el siguiente esquema .

Tabla 12 Estimación de tasa descuento

Tipos de Fuentes		Valor \$	Valor \$	Total Inversión S/.
Tipos de Fuentes	APORTE PROPIO	PERSTAMO	TOTAL	% v
Inversiones				
Activos Fijos	2,754.00	12,000.00	14,754.00	21%
Intangibles	1,243.00	4,530.00	5,773.00	8%
Capital de Trabajo	49,345.00	0.00	49,345.00	71%
Peso	76%	24%	100%	100%
TOTAL INVERSION	53,342.00	16,530.00	69,872.00	
COSTO	28.1%	24.88%	27.34%	
	COK		WACC	

Fuente: Elaboración propia

1.8.3. Plan de ventas de la empresa

En la proyección que tenemos en ventas para tener un mayor crecimiento en el mercado, vamos a ver que el negocio o la idea que tengo es viable y con el transcurrir de los años tendrá mejor conversión.

Tabla 13 Visión de ventas

Estimado por mes (Anual)

En unidades													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Cupcake de Zanahoria	800	600	800	750	900	900	900	999	999	999	1,050	1,050	10,747
Cappuccino	900	600	600	1,110	1,050	1,050	1,350	1,350	1,599	1,599	1,650	1,500	14,358
Sandwich Palta+Tomate+Huevo	500	320	300	360	460	460	460	540	600	600	600	540	5,740

Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Cupcake de Zanahoria	3,497	2,623	3,497	3,279	3,935	3,935	3,935	4,367	4,367	4,367	4,590	4,590	46,983
Cappuccino	4,709	3,139	3,139	5,807	5,493	5,493	7,063	7,063	8,366	8,366	8,633	7,848	75,119
Sandwich Palta+Tomate+Huevo	2,769	1,772	1,662	1,994	2,548	2,548	2,548	2,991	3,323	3,323	3,323	2,991	31,792
Totales	10,975	7,535	8,298	11,080	11,976	11,976	13,545	14,421	16,056	16,056	16,546	15,429	153,894

Estimado por mes (2do Año)

En unidades														
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Tota I	
Cupcake de Zanahoria	880	660	880	825	990	990	990	99	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	11,822
Cappuccino	990	660	660	1,221	1,155	1,155	1,485	1,485	1,759	1,759	1,815	1,650	15,794	
Sandwich Palta+Tomate+Huevo	550	352	330	396	506	506	506	594	660	660	660	594	6,314	

En Soles													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Tota I
Cupcake de Zanahoria	4,039	3,030	4,039	3,787	4,544	4,544	4,544	5,044	5,044	5,044	5,302	5,302	54,265
Cappuccino	5,439	3,626	3,626	6,708	6,345	6,345	8,158	8,158	9,662	9,662	9,971	9,064	86,763
Sandwich Palta+Tomate+Huevo	3,199	2,047	1,919	2,303	2,943	2,943	2,943	3,454	3,838	3,838	3,838	3,454	36,720
Totales	12,677	8,702	9,584	12,798	13,832	13,832	15,645	16,657	18,545	18,545	19,111	17,821	177,748

Estimado por mes (3er Año)

En unidades													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Tota I
Cupcake de Zanahoria	1,056	792	1,056	990	1,188	1,188	1,188	1,319	1,319	1,319	1,386	1,386	14,186
Cappuccino	1,188	792	792	1,465	1,386	1,386	1,782	1,782	2,111	2,111	2,178	1,980	18,953
Sandwich Palta+Tomate+Huevo	660	422	396	475	607	607	607	713	792	792	792	713	7,577

En Soles													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Tota I
Cupcake de Zanahoria	4,986	3,739	4,986	4,674	5,609	5,609	5,609	6,226	6,226	6,226	6,544	6,544	66,979
Cappuccino	6,713	4,475	4,475	8,279	7,832	7,832	10,069	10,069	11,926	11,926	12,307	11,188	107,090
Sandwich Palta+Tomate+Huevo	3,948	2,527	2,369	2,843	3,632	3,632	3,632	4,264	4,738	4,738	4,738	4,264	45,323
Totales	15,647	10,741	11,830	15,796	17,073	17,073	19,310	20,559	22,890	22,890	23,588	21,996	219,392

FUENTE: Elaboración propia

Tabla 14 Visión de ventas por año del negocio.

En unidades			
Producto	1	2	3
Cupcake de Zanahoria	10,747	11,822	14,186
Cappuccino	14,358	15,794	18,953
Sandwich			
Palta+Tomate+Huevo	5,740	6,314	7,577

En Soles			
Producto	1	2	3
Cupcake de Zanahoria	46,983	54,265	66,979
Cappuccino	75,119	86,763	107,090
Sandwich			
Palta+Tomate+Huevo	31,792	36,720	45,323
Totales	153,894	177,748	219,392

Fuente: Elab. propia

1.8.4. Análisis de costos

Tabla 15 Costos Fijos Mensuales

COSTO FIJOS MENSUALES				
ITEMS	U.M.	Cantidad	Valor Unitario	Monto
Alquiler Local	mes	1	1200	1,200.00
Arbitrios	mes	1.00	500	500.00
Luz	mes	1	200	200.00
Agua	mes	1	120	120.00
Telefonia e Internet	mes	1	200	200.00
Sueldo Barista	mes	1	1005	1,005.00
Sueldo Cocina	mes	1	1005	1,005.00
Sueldos Mozo	mes	1	1005	1,005.00
Sueldo Cajera	mes	1	1005	1,005.00
Contador	mes	1	200	200.00
Gas	mes	1	102	102.00
Materiales de limpieza en general	mes	1	50	50.00
Publicidad	mes	1	100	100.00
Depreciacion	mes	1	301	300.55
Amortizacion de intangibles	mes	1	107	106.72
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUAL				7,099.27

Fuente: elaboración propia

Tabla 16 Costos variables

COSTOS VARIABLES (PARA UN MES)						
Descripción	U.M.	Cantidad	Valor Unitario	Monto	COSTO VARIABLE UNIT. X Producto	Producto a realizar
Mantequilla	Kg	7	25.00	175.00		
Azúcar	Kg	7.2	2.10	15.12		
Huevos	Kg	9	3.60	32.40		
Harina	Kg	12	4.00	48.00		
Leche	Lt	7	2.80	19.60		
Levadura en polvo	Kg	0.24	54.50	13.08		
Esencia de Vainilla	Lt	0.48	7.00	3.36		
Pirotín	ciento	8.63	3.00	25.89		
Decoración		754	0.15	113.10		
					0.52	Cupcakes
Café	Kg	17.76	50.00	888.00		
Leche	Lt	142.08	2.80	397.82		
Azúcar	ud	2368	0.04	89.98		
Agua	Lt	180			1.16	Cappuccino
Pan de molde	Molde	66	7.89	520.74		
Palta	Kg	7.65	4.00	30.60		
Tomate	Kg	16.5	2.00	33.00		
Huevos	Kg	8.5	3.60	30.60		
Sal	Kg	0.792	1.39	1.10		
Limon	Kg	3.9	3.00	11.70		
Pimienta	Kg	0.198	20.000	3.96		
Mayonesa	Kg	0.99	20.000	19.80	1.39	Sandwich
TOTAL COSTOS VARIABLES				2,472.86		

Fuente: elaboración propia

1.8.5. Punto de equilibrio de la empresa

Tabla 17 Punto de equilibrio

CONCEPTO	Cupcake de Zanahoria	Cappuccino	Sándwich	
Precio de Venta	4.37	5.23	5.54	
Costo Variable Unitario	0.52	1.16	1.39	
Margen de Contribucion	3.85	4.07	4.15	
Proporcion de Ventas	35%	47%	19%	
Costos Fijos	7,099.27	2,473.53	3,304.63	1,321.12
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	642	812	319	
PUNTO DE EQUILIBRIO SOLES (es el PE en Unds. X Precio)	2,805	4,248	1,765	

Fuente elaboración propia

Tabla 18 punto de equilibrio

		Cupcake de Zanahoria	Cappuccino	Sandwich Palta+Tomate+Huevo
Punto de Equilibrio = $\frac{\text{Total de costos fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$	PE =	$\frac{2,473.5}{3}$	$\frac{3,304.63}{4.07}$	$\frac{1,321.12}{4.15}$
		3.85	4.07	4.15
MARGEN DE CONTRIBUCION				
	PE =	641.67	811.97	318.60

Fuente: elaboracion propia

1.8.6. Adquisición de materiales e insumos para la producción

Nosotros como Work café tenemos claro que vamos a hacer la producción mas directamente con todos los proveedores de café de materia prima para los aperitivos que vamos a vender, ofreciendo calidad en el servicio, y una manera de utilizar insumos de buenos proveedores de manera orgánica.

1.8.7. Inversión inicial

Tabla 19 Estructura de la inversión

Inversiones (soles)				
CONCEPTO	U.M.	CANT.	P.UNIT S/.	TOTAL S/.
ACTIVOS FIJOS				14,876.80
I. Maquinaria y Equipamiento				
Cafetera	ud	2	796.95	1,593.90
Molino de grano de Café	ud	1	759.00	759.00
Horno microondas	ud	1	300.00	300.00
Balon de gas	ud	1	45.00	45.00
Fitro de agua	ud	1	249.00	249.00
Licuada	ud	2	399.00	798.00
Espumadora de café	ud	2	40.00	80.00
Refrigerador	ud	1	1,199.00	1,199.00
Cocina con horno a gas	ud	1	699.00	699.00
Batidora	ud	1	399.00	399.00
Lapiz decoración de tortas	ud	2	45.00	90.00
Computadora	ud	1	1,000.00	1,000.00
Extintor	ud	1	120.00	120.00
Sub total S/.				7,331.90

1.8.8. Capital de trabajo

En la proyección que tenemos vamos a cubrir los gastos principales, para ver la rentabilidad del negocio.

1.8.9. Fuentes de financiamiento

Según el análisis que tenemos vamos a incurrir a financiarlo por una entidad bancaria por un importe 12,000 soles .

Tabla 20 fuente de inversión

Tipos de Fuentes		Valor \$	Valor \$	Total Inversión S/.
Tipos de Fuentes	APORTE PROPIO	PRÉSTAMO	TOTAL	% v
Inversiones				
Activos Fijos	2,876.80	12,000.00	14,876.80	20%
Intangibles	3,122.60	2,000.00	5,122.60	7%
Capital de Trabajo	54,989.15	0.00	54,989.15	73%
Peso	81%	19%	100%	100%
TOTAL INVERSION	60,988.55	14,000.00	74,988.55	

Fuente: elaboración propia

Tabla 21 Estructura de pago

Monto a financiar (o préstamo)	S/.	12,000.00
Tasa de interés mensual	%	2.5%
Periodo de financiamiento	meses	36
Periodo de gracia	meses	3
Cuota Fija	S/.	536

	Amort	Interes	Cuota	Comision	Portes	Total Pago	Saldo	Fn
							12,000	-12,000
1	0	296	296	6	4	306	12,000	306
2	0	296	296	6	4	306	12,000	306
3	0	296	296	6	4	306	12,000	306
4	240	296	536	6	4	546	11,760	546
5	246	290	536	6	4	546	11,515	546
6	252	284	536	6	4	546	11,263	546
7	258	278	536	6	4	546	11,005	546
8	264	272	536	6	4	545	10,741	545
9	271	265	536	5	4	545	10,470	545
10	277	259	536	5	4	545	10,193	545
11	284	252	536	5	4	545	9,909	545
12	291	245	536	5	4	545	9,618	545
13	298	237	536	5	4	545	9,319	545
14	306	230	536	5	4	545	9,013	545
15	313	223	536	5	4	544	8,700	544
16	321	215	536	4	4	544	8,379	544
17	329	207	536	4	4	544	8,050	544
18	337	199	536	4	4	544	7,713	544
19	345	190	536	4	4	544	7,367	544
20	354	182	536	4	4	544	7,013	544
21	363	173	536	4	4	543	6,650	543
22	372	164	536	3	4	543	6,279	543
23	381	155	536	3	4	543	5,898	543
24	390	146	536	3	4	543	5,508	543
25	400	136	536	3	4	543	5,108	543
26	410	126	536	3	4	542	4,698	542
27	420	116	536	2	4	542	4,278	542
28	430	106	536	2	4	542	3,848	542
29	441	95	536	2	4	542	3,407	542
30	452	84	536	2	4	542	2,955	542
31	463	73	536	1	4	541	2,492	541
32	474	62	536	1	4	541	2,018	541
33	486	50	536	1	4	541	1,531	541
34	498	38	536	1	4	541	1,033	541
35	510	26	536	1	4	540	523	540
36	523	13	536	0	4	540	0	540

12,000	6,574	133	144	18,851	CEM =	2.57%
Elaboración propia					CEA =	35.55%

1.8.10. Proyección de flujo de caja

Tabla 22 Proyección de caja

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
INGRESOS (A)	14,543	16,450	16,450	15,460	15,640	16,780	13,545	14,421	16,056	16,056	16,546	15,429	187,378
Ventas	14,543	16,450	16,450	15,460	15,640	16,780	13,545	14,421	16,056	16,056	16,546	15,429	
EGRESOS (B)	7,824	5,244	5,816	7,903	8,575	8,575	9,752	10,409	11,635	11,635	12,002	11,165	110,534
Costos	7,824	5,244	5,816	7,903	8,575	8,575	9,752	10,409	11,635	11,635	12,002	11,165	
Costos Fijos	6,076	4,198	4,695	6,131	6,656	6,656	7,485	7,979	8,833	8,833	9,114	8,534	
Depreciacion	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	
Amortizacion de Intangibles	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	
Costos Fijos Netos	5,669	3,791	4,288	5,724	6,249	6,249	7,078	7,572	8,425	8,425	8,707	8,127	
Costos Variables	2,155	1,453	1,528	2,179	2,326	2,326	2,674	2,837	3,210	3,210	3,295	3,037	
FLUJO NETO (A-B)	6,718.7	11,206.3	10,633.6	7,557.1	7,065.4	8,205.4	3,793.6	4,012.6	4,421.3	4,421.3	4,543.8	4,264.5	76,844.0
	1	6	9	9	0	0	2	0	6	6	1	3	4

Segundo año

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
INGRESOS (A)	17,890	15,640	17,430	15,640	17,600	13,832	15,645	16,657	18,545	18,545	19,111	17,821	204,355
Ventas	17,890	15,640	17,430	15,640	17,600	13,832	15,645	16,657	18,545	18,545	19,111	17,821	
EGRESOS (B)	8,647	5,809	6,439	8,734	9,473	9,473	10,768	11,490	12,839	12,839	13,243	12,322	122,076
Costos	8,647	5,809	6,439	8,734	9,473	9,473	10,768	11,490	12,839	12,839	13,243	12,322	
Costos Fijos	6,684	4,618	5,165	6,745	7,322	7,322	8,233	8,777	9,716	9,716	10,026	9,388	
Depreciacion	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	
Amortizacion de Intangibles	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	
Costos Fijos Netos	6,277	4,211	4,758	6,337	6,915	6,915	7,826	8,370	9,309	9,309	9,618	8,980	
Costos Variables	2,371	1,598	1,681	2,396	2,558	2,558	2,942	3,120	3,531	3,531	3,625	3,341	
FLUJO NETO (A-B)	9,242.5	9,831.2	10,991.3	6,906.1	8,127.2	4,359.3	4,877.2	5,166.3	5,705.8	5,705.8	5,867.5	5,498.8	82,279.5
	5	7	3	8	1	0	6	0	7	7	0	6	0

Terce año

CONCEPTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
INGRESOS (A)	18,940	10,741	11,830	15,796	17,073	17,073	19,310	20,559	22,890	22,890	23,588	21,996	222,685
Ventas	18,940	10,741	11,830	15,796	17,073	17,073	19,310	20,559	22,890	22,890	23,588	21,996	
EGRESOS (B)	10,458	7,052	7,808	10,562	11,449	11,449	13,003	13,870	15,489	15,489	15,973	14,867	147,468
Costos	10,458	7,052	7,808	10,562	11,449	11,449	13,003	13,870	15,489	15,489	15,973	14,867	
Costos Fijos	8,021	5,542	6,198	8,094	8,786	8,786	9,880	10,533	11,659	11,659	12,031	11,265	
Depreciacion	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	-301	
Amortizacion de Intangibles	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	-107	
Costos Fijos Netos	7,613	5,134	5,790	7,686	8,379	8,379	9,473	10,125	11,252	11,252	11,624	10,858	
Costos Variables	2,845	1,918	2,017	2,876	3,070	3,070	3,530	3,745	4,237	4,237	4,350	4,009	
FLUJO NETO (A-B)	8,481.6	3,689.3	4,021.9	5,233.7	5,623.9	5,623.9	6,307.6	6,689.1	7,401.4	7,401.4	7,614.7	7,128.1	75,217.1
	1	2	4	7	5	5	5	9	2	2	7	6	5

Fuente: elaboracion propia

Con los cuadros que tenemos actualmente el flujo de caja que vamos a manejar para nuestra empresa, es rentable y viable . En ese caso vamos a crecer progresivamente para tener los mejores productos y proveedores.

1.8.11. Análisis de rentabilidad

El análisis que vamos a implementar en nuestro negocio lo manejaremos en base a 2 ítems:

- **Caja Económico**
 En este flujo vamos a ver como podemos recuperar toda la inversión que vamos a utilizar para invertir en el negocio que nos hemos propuesto.

Tabla 23 Flujo de Caja Económico

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	LIQUIDACION
INGRESOS					Valor de Rescate
VENTAS TOTALES		187,378	204,355	222,685	
EGRESOS					
INVERSIÓN TOTAL	74,989				4,057
ACTIVO FIJO	14,877				
CAPITAL DE TRABAJO	54,989				
GASTOS PRE-OPERATIVOS	5,123				
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		-	-	-54,989	
COSTOS		110,534	122,076	147,468	
COSTOS FIJOS		80,304	88,823	107,565	
COSTOS VARIABLES		30,230	33,252	39,903	
COSTOS Y GASTOS TOTALES		110,534	122,076	147,468	
IMPUESTO A LA RENTA (30%)		23,053	24,684	22,565	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-74,989	53,791	57,596	1,720	

Caja financiera :

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	LIQUIDACION
INGRESOS					Valor de Rescate
VENTAS TOTALES		187,378	204,355	222,685	
EGRESOS					
INVERSIÓN TOTAL	74,989				4,057
ACTIVO FIJO	14,877				
CAPITAL DE TRABAJO	54,989				
GASTOS PRE-OPERATIVOS	5,123				
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		-	-	-54,989	
COSTOS		110,534	122,076	147,468	
COSTOS FIJOS		80,304	88,823	107,565	
COSTOS VARIABLES		30,230	33,252	39,903	
COSTOS Y GASTOS TOTALES		110,534	122,076	147,468	
IMPUESTO A LA RENTA (30%)		23,053	24,684	22,565	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-74,989	53,791	57,596	1,720	
FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO	14,000	-4,794	-5,801	-6,201	-
+ PRÉSTAMOS	14,000				
- AMORTIZACIÓN		-2,382	-4,110	-5,508	
- INTERESES		-3,329	-2,321	-923	
- GASTOS		-115	-95	-67	
+ ESCUDO FISCAL		1,033	725	297	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-60,989	48,997	51,795	-4,481	-

Elaboración propia

COK ANUAL (%)	28.1%
COK MENSUAL (%)	2.1%
VANF	6,692
TIRF	38.01%

Fuente elaboración propia

1.8.12. Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa

Tabla 24 Estado de perdidas y ganancias

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

1.8.13. Balance General proyectado de la empresa

Tabla 25 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

Mediante el formato que hemos elegido de dicha empresa hemos evaluado que mediante el balance general organizado que hemos hecho, vamos viendo la proyección de la empresa, en el rango de los próximos años, y como tal poder ver que no se exceda en gastos.

1.8.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa

Esta propuesta nos hemos planeado poder realizarlo con el VANE, que tenemos nosotros, y nos permite poder identificar todos los primeros identificados en los años siguientes, para ver el precio de cada producto y ver todas las estrategias posibles.

1.9. Descripción del equipo gerencial de la empresa

- Jhonatan Gomez Reyes, administrador de empresas de la UCSUR, con 32 años de edad, ha tenido experiencia en atención al cliente en entidades bancarias como bcp. Actualmente se desarrolla como CEO en la empresa de Marketing y Publicidad.
- Cinthia Torres Falcón, administradora de empresas. Actualmente trabaja para el banco BBVA, como gerente de agencia.
- Gloria Risco Alegria, Contadora profesional, cuenta con experiencia en el área contable, desarrollando analisis de las propuestas analíticas de la empresa.