



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN  
**“Implementación de una cafetería temática en la sala de juegos Ciudad Sapito,  
2023”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
**Bachiller en Dirección Hotelera**

**PRESENTADO POR:**  
Flores Ríos, Carla Pilar - Dirección Hotelera

**ASESOR**  
Espinoza Rúa, Celes Alonso

LIMA, PERÚ  
2023

---

## **ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO**

### **ASESOR:**

Espinoza Rua, Celes Alonso

### **MIEMBROS DEL JURADO**

Lama Muñoz, Rosa Mercedes Patricia Andrea

Cerna Rivas, Lionel Alexander

Haro Yanque, Eduardo Enrique

### DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Carla Pilar Flores Ríos Identificado (a) con DNI N° 46383262 perteneciente al Programa de Dirección Hotelera, siendo mi asesor el Sr. Celes Alonso Espinoza Rúa, identificado (a) con DNI N°: 42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

#### DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Soy el autor del documento académico titulado “Soy el autor del documento académico titulado “Implementación de una cafetería temática en la sala de juegos Ciudad Sapito, 2023”
- b) La tesis es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El asesor ha revisado minuciosamente el proyecto de investigación, incluyendo las citas a otros autores y las referencias bibliográficas. Este proceso se ha llevado a cabo cumpliendo con las pautas académicas y respetando las normas internacionales.
- d) La tesis cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 19% de similitud.
- e) Declaro conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 29, junio, 2025

Firma del autor



Huella

Firma del asesor



Huella

### **Dedicatoria**

Este proyecto está dedicado a mi familia, en agradecimiento por su constante apoyo y confianza, los cuales me han ayudado a cumplir de manera eficiente con el objetivo académico que me tracé.

### **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por brindarme la energía y la inagotable determinación que me ha permitido alcanzar este significativo momento. También quiero expresar mi gratitud a todos los docentes que, con su arduo trabajo, compromiso y guía han sido elementos fundamentales en mi desarrollo académico.

## Índice temático

Asesor y miembros del jurado .....	2
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento .....	5
Índice temático.....	6
Índice de tablas.....	8
Índice de figuras .....	9
Resumen.....	10
Abstract .....	11
I: Información General .....	12
1.1. Título del Proyecto .....	12
1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario.....	12
1.3. Actividad económica donde se aplicará la investigación aplicada .....	12
1.4. Localización o alcance de la solución .....	12
II: Descripción de la investigación aplicada.....	14
2.1. Justificación: problema que busca resolver, necesidad a satisfacer u oportunidad que se espera aprovechar .....	14
2.1.1. Justificación teórica.....	14
2.1.2. Justificación metodológica .....	14
2.1.3. Justificación práctica.....	15
2.2. Marco referencial .....	15
2.2.1 Antecedentes de la innovación o investigación aplicada a desarrollar .....	15
2.3. Resumen ejecutivo.....	21
2.4. Características técnicas o atributos del proyecto.....	21
2.5. Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas.....	22
2.6. Objetivo general y específicos: propósito del proyecto .....	22
2.6.1. Objetivo general.....	22
2.6.2. Objetivos específicos .....	22
2.7. Componente del proyecto .....	22
2.8. Resultados generales: componente del proyecto .....	25
2.9. Plan de actividades del proyecto .....	26
2.10. Metodología del proyecto .....	48
III: Estimación del costo del proyecto.....	49

3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación .....	49
3.1.1. Programación de las operaciones de la empresa .....	49
3.1.2. Actividades preoperativas .....	49
3.1.3. Presupuestos de inversión y capital de trabajo .....	49
IV: Sustento del Mercado .....	50
4.1. Alcance esperado del mercado .....	50
4.1.1. Público objetivo.....	50
4.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio de forma de comercialización innovadora .....	52
4.2.3. Plan de trabajo (marketing-negocios-comunicación).....	52
4.3.1. Propuesta de valor .....	54
4.3.2. Fuentes de ingresos.....	55
4.3.3. Canales de distribución .....	58
4.3.5. Actividades productivas propias y externas .....	61
4.3.6. Alianzas.....	63
V. Conclusiones y recomendaciones.....	64
5.1. Conclusiones .....	64
5.2. Recomendaciones .....	65
VI. Referencias Bibliográficas.....	67
VII. Anexos.....	70
7.1. ANEXO 01: Informe TURNITIN. ....	71
7.2. ANEXO 02: Registro de impacto y resultados. ....	72
7.3. ANEXO 03: Modelo de Encuestas.....	74
7.4. ANEXO 04: Rotación de productos y demanda estimada .....	78
7.5. ANEXO 05: Matriz FODA .....	81
7.6. ANEXO 06: Cadena de valor de Días Felices.....	82
7.7. ANEXO 07: Establecimiento del posicionamiento de marca .....	84
7.8. ANEXO 08: Presupuesto preoperativo .....	85
7.9. ANEXO 09: Presupuesto de inversión y capital de trabajo.....	86
7.10. ANEXO 10: Presupuesto de ingresos .....	88
7.11. ANEXO 11: Estado de ganancias y pérdidas .....	89

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b>	Análisis FODA de la empresa	13
<b>Tabla 2</b>	Talleres para padres	27
<b>Tabla 3</b>	Actividades de interacción Padres – Hijos	30
<b>Tabla 4</b>	Actividades de diferenciación	33
<b>Tabla 5</b>	Niveles de confiabilidad del Alfa de Cronbach	37
<b>Tabla 6</b>	Objetivos de operaciones	60
<b>Tabla 7</b>	Carta tentativa del modelo de negocio	61

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Fórmula para calcular el Alfa de Cronbach	37
<b>Figura 2</b> Niveles de género	39
<b>Figura 3</b> Niveles de rango de edad	39
<b>Figura 4</b> Consumo de mayor frecuencia	40
<b>Figura 5</b> Consumo de tazas a la semana	40
<b>Figura 6</b> Motivos de consumo de bebida	41
<b>Figura 7</b> Atributos de consumo de bebida	41
<b>Figura 8</b> Intención de asistencia a cafetería temática	42
<b>Figura 9</b> Preferencias temáticas	42
<b>Figura 10</b> Tolerancia de desplazamiento de la sala de juegos hasta la cafetería	43
<b>Figura 11</b> Disposición de pago por bebidas	44
<b>Figura 12</b> Productos complementarios para la cafetería	44
<b>Figura 13</b> Disposición de gasto en complementos	45
<b>Figura 14</b> Consumo promedio de bebidas por visita	46
<b>Figura 15</b> Consumo promedio de complementos por visita	46
<b>Figura 16</b> Aspectos valorados para visitar la cafetería	47
<b>Figura 17</b> Aspectos más valorados del servicio en la cafetería	47
<b>Figura 18</b> Ubicación de Ciudad Sapito	51
<b>Figura 19</b> La flor de servicio.	54

## RESUMEN

El presente estudio evalúa la viabilidad de la implementación de una cafetería temática en la sala de juegos Ciudad Sapito, 2023. Utilizando una metodología cuantitativa y herramientas de recolección de datos validados de manera estadística ( $\alpha = 0.85$ ), los resultados demostraron que el 69% de los usuarios manifestó interés en adquirir bebidas calientes, predominando el café en el 55% de los casos, y refrigerios con precios entre los S/10 y S/20, mostrando además disposición a invertir entre S/15 y S/40 por la experiencia integral. El análisis financiero determinó una inversión inicial de S/183,556 con un retorno sobre inversión estimado del 15% anual.

La iniciativa denominada “Días Felices” incorpora elementos diferenciadores como actividades lúdicas para familias y colaboraciones comerciales estratégicas, capitalizando tanto la demanda no atendida como la ubicación privilegiada del establecimiento. Los hallazgos confirman la viabilidad económica del proyecto, que alcanzaría su punto de equilibrio con una afluencia diaria de 40 consumidores. Como recomendaciones se plantea: implementación de controles trimestrales de gestión de costos y desarrollo de estrategias de marketing digital orientadas a la retención de clientes.

**Palabras claves:** cafetería temática, viabilidad financiera, experiencia familiar, gastronomía.

## ABSTRACT

This research examines the feasibility of establishing a themed coffee shop within Ciudad Sapito in 2023. Employing a quantitative methodology with statistically validated data collection instruments ( $\alpha = 0.85$ ), findings indicate that 69% of patrons expressed interest in purchasing hot beverages, primarily coffee (55% of respondents), along with snacks priced between S/10 and S/20. Furthermore, users demonstrated a willingness to spend S/15 – S/40 for a comprehensive experiential offering. Financial projections revealed an initial investment requirement of S/183,556, yielding an estimated annual return on investment (ROI) of 15%. The proposed initiative, “Días Felices” integrates unique value propositions, including family-oriented recreational activities and strategic partnerships, leveraging both unmet consumer demand and the venue’s advantageous location. Economic viability was confirmed, with a break-even point achievable at 40 daily customers. Key recommendations included the implementation of quarterly cost-management audits and targeted digital marketing strategies focused on customer retention.

**Keywords:** themed coffee shop, financial feasibility, family experience, foodservice innovation.

## I: Información General

### 1.1. Título del Proyecto

Implementación de una cafetería temática en la sala de juegos Ciudad Sapito, 2023

### 1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario

La investigación que vamos a emprender se enfoca en los “modelos de negocios sostenibles”. Esto se debe a que el estudio busca implementar un cambio que genere beneficios tanto socioculturales como medioambientales en la sala de juegos Ciudad Sapito. Este cambio se verá reflejado directamente en la rentabilidad. Este aumento de rentabilidad será el resultado de su reposicionamiento en el mercado y la propuesta de este nuevo enfoque.

### 1.3. Actividad económica donde se aplicará la investigación aplicada

Esta innovación está asociada con la industria de servicios relacionados con los restaurantes, bares y cantinas. Asimismo, desde la perspectiva de la Clasificación internacional industrial uniforme (CIIU), se categoriza bajo el código 5520, el cual abarca la venta que puede ir acompañada de algún tipo de espectáculo, de comidas que de manera regular se comen in situ, y venta de bebidas que acompañarán a las comidas.

### 1.4. Localización o alcance de la solución

La de Ciudad Sapito se encuentra en el distrito de Magdalena, en Lima Metropolitana, Perú. Este distrito colinda con áreas como Pueblo Libre, Jesús María y San Isidro. Además, cuenta con acceso directo al Océano Pacífico, convirtiéndolo en un destino turístico muy solicitado que atrae a visitantes de distintas regiones del país y del extranjero. La sala de juegos Ciudad Sapito a lo largo de los años ha ganado reconocimiento en la comunidad de Lima y alrededores, atrayendo a visitantes de diversas edades - desde infantes y de ambos géneros. La sala de juegos Ciudad

Sapito da la bienvenida a personas de todas edades que buscan disfrutar de una experiencia de sala de juegos emocionante y llena de diversión. Durante sus años de funcionamiento, la sala de juegos ha construido una sólida base de clientes, los cuales han experimentado un crecimiento constante en el último período. Es por eso que esta investigación busca implementar un nuevo servicio de bienestar y alimentos y bebidas para adultos.

**Tabla 1**  
*Análisis FODA de la empresa*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Precio acorde al mercado	Celebración de fechas especiales
Ubicación	Actividades todos los fines de semana
Servicio innovador	Ampliar los servicios ofrecidos actualmente
Personal calificado	
Seguridad	
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Espacio reducido	Nuevos competidores
No hay servicios para adultos	Crisis política
No hay donde comer y/o beber	Tasas de intereses muy altas (préstamos para inversión)

La tabla 1, permite visualizar de manera integral los factores que influyen en el desarrollo del proyecto, proporcionando una base sólida para la formulación de estrategias que maximicen las fortalezas y oportunidades, mientras se mitigan las debilidades y amenazas identificadas.

## II: Descripción de la investigación aplicada

### 2.1. Justificación: problema que busca resolver, necesidad a satisfacer u oportunidad que se espera aprovechar

La esfera del comercio y los servicios desempeña un papel crucial en el impulso de la economía peruana. A pesar de los desafíos surgidos debido a factores externos, como la incertidumbre política, según la Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines (AHORA) en el año 2023, y en línea con los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), hasta julio de 2023, el sector de restaurantes en Perú registró un incremento del 1.07% en su actividad, logrando un crecimiento significativo en varios establecimientos de comida. Además, los negocios de bebidas, como juguerías y cafeterías, también experimentaron un aumento del 5.43% en sus ventas, impulsado por descuentos y una variedad amplia de bebidas.

Actualmente, la sala de juegos no cuenta con un lugar donde los clientes puedan comer y/o beber algo mientras disfrutan de los servicios ofrecidos.

#### 2.1.1. Justificación teórica

La implementación de una cafetería temática en la sala de juegos Ciudad Sapito se justifica debido al potencial atractivo y relevante de la experiencia de los visitantes, asimismo impactar de manera positiva en la integración familiar y aumentar la rentabilidad. Esta adición estratégica ofrecería alimentos y bebidas inspirados en la temática que resalte la idea de familia sin importar como este conformada, atrayendo a visitantes de todas las edades y brindando servicios adicionales, como juegos de mesa, sillas masajeadores y entretenimiento.

#### 2.1.2. Justificación metodológica

En cuanto a la metodología, según Mejía (2005), este estudio se clasifica como aplicado, dado que su objetivo es implementar modificaciones y ajustes en la realidad, respondiendo a las demandas y requisitos de los individuos involucrados.

Asimismo, Hernández Fernández y Baptista (2014) señalan que en esta categoría de investigación se recurre al análisis cuantitativo mediante la recopilación de datos numéricos y encuestas para evaluar los resultados. Estos datos serán utilizados para reunir información que pueda servir como punto de referencia para aquellos interesados en este tema.

### **2.1.3. Justificación práctica**

En cuanto, al ámbito aplicado, este estudio se lleva a cabo con el objetivo de potenciar la posición de la sala de juegos Ciudad Sapito, de manera que sea considerada como la primera elección por parte de las personas. Con este fin, se diseñarán estrategias para la concepción y desarrollo de la cafetería temática, la cual debe resultar atractiva y pertinente para los visitantes. Además, se realizará una evaluación del impacto de la cafetería temática en la experiencia global.

## **2.2. Marco referencial**

### **2.2.1 Antecedentes de la innovación o investigación aplicada a desarrollar**

#### **Antecedentes internacionales**

Dewey (2020), realizó un estudio de investigación cualitativo el cual se centró en explorar estrategias de liderazgo para poder reducir la alta rotación de empleados en restaurantes, un problema que afecta de manera negativa la rentabilidad. Los participantes, líderes de restaurantes en Nueva York, compartieron sus experiencias y estrategias para poder abordar este desafío. El estudio desveló conclusiones que resaltaron la importancia de establecer salarios justos y competitivos, fomentar una cultura de liderazgo comprometido y poder crear iniciativas que contribuyeron al cambio social positivo de la comunidad. Las recomendaciones tienen el potencial de no solo reducir la rotación de empleados, sino también de generar empleos y así poder respaldar el desarrollo económico en

las comunidades locales, este trabajo de investigación apoyará la parte del recurso humano de esta investigación.

Pfanenštīli (2022), realizó una tesis doctoral que proporciona que una orientación exhaustiva sobre cómo iniciar una empresa de servicios de alimentos, destacando la importancia de elegir un concepto de restaurante, crear un menú, elaborar un plan de negocios sólidos y obtener la financiación adecuada. También enfatiza la importancia de seleccionar una ubicación estratégica y tener en regla todas las licencias y permisos necesarios antes de contratar al personal adecuado para el negocio. Además, menciona que el restaurante es más que un lugar para comer, es un espacio donde se busca crear armonía y donde la dedicación y la pasión desempeñan un papel crucial en su éxito. Esta información fue valiosa para quienes desean emprender en el competitivo mundo de la restauración y busca una orientación paso a paso para lograrlo.

Chugu (2021), realizó un trabajo de investigación aborda la utilidad del sistema de administración de restaurantes como una herramienta de valor para la industria de la restauración. Se destaca que la implementación de dicho sistema puede generar un impacto considerable en la eficiencia operativa y la satisfacción de los clientes. El sistema tendría que automatizar tareas como reservas de mesas y la toma de pedidos personalizados, brindando comodidad tanto a los clientes como al personal del restaurante. Además, permite un mejor control de las reservas y los pedidos, evitando así problemas de sobre venta. El estudio muestra que la eficiencia resultante puede atraer a más clientes, ya que los pedidos se gestionan de manera más rápida y conveniente. Este antecedente resalta la importancia de esta tecnología en la gestión de restaurantes y sienta las bases para investigaciones adicionales sobre su implementación y beneficios en la industria.

Hamadeh & Zuluaga (2020), condujeron una investigación académica que propuso la formulación de un plan estratégico para la empresa Crepes & Waffles mediante un análisis exhaustivo de los factores internos y externos que influyen tanto en el sector de servicios de preparación de alimentos y bebidas como en la propia entidad empresarial. La metodología empleada incluyó diversas herramientas de análisis, como PESTEL, las 5 fuerzas de Porter, la matriz EFE, la matriz de Pareto, la cadena de valor, la matriz BCG, la matriz IFE, entre otras. A través de este análisis profundo, se buscó identificar estrategias especializadas que permitieran a Crepes & Waffles capitalizar sus fortalezas y oportunidades, al mismo tiempo que mitigaba las amenazas y debilidades. El enfoque sostenible fue un componente esencial de este plan estratégico, que buscó fomentar el crecimiento y el éxito a corto y mediano plazo de la empresa en el ámbito de alimentos y bebidas.

### **Antecedentes regionales**

Ferrera & Sánchez (2022), realizaron un trabajo de investigación centrada en analizar la viabilidad y rentabilidad de una cafetería denominada “La hora mágica” en Concepción de Intibucá en Honduras. Este estudio surgió como respuesta a la necesidad de proporcionar una alternativa de emprendimiento innovador y reducir los riesgos asociados al fracaso empresarial. El objetivo principal fue el determinar la prefactibilidad de la cafetería, evaluando tanto su viabilidad geográfica como financiera. La viabilidad de este emprendimiento se establecería si la tasa de retorno (TIR) supera el costo de capital. La metodología empleada se basó en un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo y de alcance no experimental. El estudio de mercado contó con una muestra de 331 personas para evaluar la aceptación del negocio, complementado con un análisis técnico y financiero que evidenció la rentabilidad del proyecto. El proyecto tuvo una proyección de un período de cinco años, y se planificaron una serie de actividades para su implementación y operación exitosa.

Pinto (2019), Hizo un trabajo que examinó la creación e implantación de la franquicia de cafeterías Café Martínez en Victoria, Buenos Aires, Argentina. La propuesta se fundamentó en la tendencia de crecimiento constante del mercado de café, centrándose en proporcionar una experiencia premium y opciones alimenticias saludables. Esto se alineó con la tendencia de comida rápida para satisfacer las necesidades de los consumidores, particularmente el público de la generación millennial. Este proyecto representó una oportunidad de negocio promisoría, respaldada por diversos factores, con la expectativa de lograr una tasa interna de retorno (TIR) positiva según el análisis financiero.

Rivas (2022), realizó un trabajo de investigación, el cual se centró en evaluar la factibilidad económica y social de establecer una cafetería pet friendly denominada Café Le Woof. El objetivo principal fue el de ofrecer a los consumidores un lugar donde pudieran disfrutar de la gastronomía francesa en compañía de sus mascotas en un ambiente seguro y agradable. La decisión de emprender este proyecto surgió al reconocer a las mascotas como miembros esenciales de las familias ecuatorianas y la creciente aceptación de leyes a favor de los derechos de los animales. Además, se destacó que el 75.1% de los encuestados tiene al menos un perro en sus hogares, lo cual respaldó la demanda del modelo de negocio. El análisis financiero proyectado indicó una tasa de retorno del 53.62%, confirmando así la viabilidad del proyecto y su capacidad para generar rentabilidad.

Veras (2021), Se centró en elaborar una tesis que examinó la viabilidad de establecer un restaurante sostenible en la ciudad de Guayaquil, específicamente en la zona de Urdesa Central. El proyecto, llamado Keto Restaurant, tenía como objetivo proporcionar opciones alimenticias saludables y dietéticas, al mismo tiempo que promovía prácticas respetuosas con el medio ambiente mediante procesos óptimos y la aplicación de las reglas FLOSS. Se buscó estimular el crecimiento económico de los productores locales al adquirir sus productos de temporada. La investigación

abarcó un estudio de mercado que reveló un interés positivo por parte de los consumidores hacia un restaurante sostenible, respaldando así la viabilidad comercial del proyecto. A través del análisis financiero, se evidenció la rentabilidad del negocio y la posibilidad de financiamiento tanto por parte de la banca pública como privada, lo cual respaldaba su viabilidad económica.

### **Antecedentes nacionales**

Navarro & Ramírez (2019), Condujeron una investigación con el propósito de elaborar un plan de negocio para una cafetería que se especializa en ofrecer cafés provenientes de diversas regiones del Perú. En una primera etapa, el estudio identificó al público objetivo específico, conformado por individuos de 18 a 55 años pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B y C que residían en Miraflores y aquellos que visitaban el distrito por diferentes motivos. La inversión inicial comprendió el capital de los accionistas y el financiamiento otorgado por el Banco BBVA, con un plazo de 60 meses y una tasa del 19.26%. El análisis financiero reveló indicadores positivos, como un valor actual neto de S/ 220,182.96 y una tasa interna de retorno (TIRE) del 47.93%. Este proyecto se extendió de 2018 a 2022, con una rápida recuperación financiera en menos de 3 años, respaldando su viabilidad como un negocio prometedor en el distrito.

Pedrerros, Zárate & Zuñe (2022), realizaron una investigación con la finalidad de elaborar un plan de negocios para la creación de una cafetería biblioteca en la ciudad de Lima durante el año 2020. El estudio se enfocó en individuos de los estratos A, B y C, con edades a partir de los 20 años, que compartieran un interés por el café y la lectura. La cafetería ofrecía una diversidad de libros para que los clientes disfrutaran mientras consumían los productos. El distrito de Miraflores fue seleccionado debido a su elevada afluencia de público y su condición de zona turística. La inversión inicial de S/. 314,236 se financió en un 60% con recursos

propios y el 40% restante mediante apalancamiento financiero. El análisis financiero evidenció la viabilidad del proyecto, con un Valor Actual Neto (VAN) de S/ 290,078 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 41.5%. Estos resultados se respaldaron con un VAN de S/ 257,007 y una TIR de 56.3% al considerar el apalancamiento financiero. El periodo de recuperación de la inversión fue de 2 años y 11 meses desde una perspectiva económica y de 2 años y 6 meses desde una perspectiva financiera. Estos hallazgos confirmaron el exitoso establecimiento de la cafetería con temática de biblioteca en Miraflores como una perspectiva de negocio altamente prometedora.

Cabrera (2020), realizó una investigación con el propósito de confirmar la viabilidad técnica y financiera de establecer una cafetería especializada en productos peruanos en Lima, Perú. La investigación se ha estructurado en diversos estudios clave: Análisis Estratégico, de Mercado, Técnico, Jurídico-Organizativo y Económico-Financiero. Los resultados indicaron que el proyecto es factible tanto desde el punto de vista técnico como financiero. El negocio podría generar ingresos anuales de S/ 1 000,000.00, con un período de recuperación de la inversión de cuatro años. Esta investigación es relevante, ya que proporciona evidencia de la viabilidad de las cafeterías especializadas, demostrando que este tipo de emprendimientos pueden ser rentables y generar ingresos.

Moreno (2020), en su trabajo para la Universidad Tecnológica del Perú, tuvo como propósito desarrollar un plan de negocios denominado "Café-Bar Tradiciones" en Chiclayo, Perú. La iniciativa consistió en revivir una temática basada en las tradiciones culturales en un momento en que las tendencias del estilo de vida estaban experimentando cambios. Se dio prioridad a la atención de personas con edades comprendidas entre los 20 y 45 años en Chiclayo, con la intención de ofrecer una experiencia única que permitiera diferenciarse de la competencia. Las proyecciones financieras señalaron un punto de equilibrio en el primer año y una tasa interna de retorno (TIR) del 96.27%. La implementación del proyecto estaba

programada para mayo de 2021, aprovechando la recuperación económica posterior al COVID-19.

### **2.3. Resumen ejecutivo**

El presente plan evalúa la viabilidad de introducir una cafetería temática en la sala de juegos Ciudad Sapito en el año 2023, ubicada en el distrito de Magdalena y ambientada en un módulo que resalte la idea de familia sin importar como este conformada. Se propone establecer la marca "Días Felices", con un concepto que simboliza la unión familiar, la felicidad compartida con seres queridos y niños, aspectos que identificamos como esenciales para nuestros productos tras analizar la demanda potencial.

La evaluación del entorno macroeconómico revela condiciones favorables para iniciar la empresa. Además, el análisis del entorno microeconómico, utilizando el modelo de las cinco fuerzas de Porter, indica atractivos niveles en la industria. Ambos análisis sugieren una oportunidad en el competitivo sector de alimentos y bebidas.

Se llevó a cabo un estudio de mercado para conocer la demanda y definir el público objetivo, revelando una demanda insatisfecha en la zona, así como los elementos clave deseados por el público.

Con base en estos hallazgos, se desarrolló una estrategia de diferenciación centrada, que sirvió como base para la elaboración de planes operativos en marketing, ventas, finanzas y recursos humanos, con el objetivo de garantizar el éxito operativo del negocio. La ventaja competitiva se centra en la sinergia entre ofrecer productos de alta calidad y brindar un servicio esmerado, fundamentado en el monitoreo constante de las preferencias de los clientes.

A largo plazo, se proyecta lograr un crecimiento anual superior al 15%, con una inversión inicial necesaria de S/ 183,556.00.

### **2.4. Características técnicas o atributos del proyecto**

Las características técnicas o atributos del proyecto se detallan en el anexo 5, estableciendo el posicionamiento de la marca

## **2.5. Análisis comparativo de atributos, características, mejoras o novedades tecnológicas**

Este análisis comparativo de las cualidades se puede observar en el anexo 4

## **2.6. Objetivo general y específicos: propósito del proyecto**

### **2.6.1. Objetivo general**

Implementar un plan de negocios de una cafetería temática en la sala de juegos Ciudad Sapito 2023 para mejorar la experiencia general de los visitantes.

### **2.6.2. Objetivos específicos**

Diseñar y desarrollar una cafetería temática que sea atractiva y relevante para los visitantes de la sala de juegos Ciudad Sapito 2023.

Evaluar el impacto de la cafetería temática en la experiencia.

Determinar los requisitos de inversión y los costos operativos iniciales y recurrentes para poder implementar la cafetería temática, considerando aspectos como equipamiento, personal, suministros y marketing.

Evaluar la viabilidad financiera del plan de negocios mediante el análisis de los ingresos proyectados, márgenes de beneficio e indicadores de rentabilidad.

## **2.7. Componente del proyecto**

### **Variables**

Esta parte de la investigación ha sido estructurada tomando como referencia la definición de las siguientes variables de análisis.

### **Examen del entorno macro ambiental (PESTEL)**

La evaluación del entorno macro ambiental es de suma importancia considerando las posibles oportunidades y amenazas que puedan surgir, y su impacto en el proyecto de establecimiento de la cafetería temática en Ciudad Sapito, 2023. Este entorno macro ambiental abarca diversos aspectos, tales como el ámbito

político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal, que se agrupan dentro del marco PESTEL.

Análisis del microentorno

Luego de analizar los elementos externos, procederemos a identificar los factores internos del sector, los cuales se desglosarán en:

Reconocimiento, características y evolución del sector.

Modelo de las 5 fuerzas de Porter.

Matriz de evaluación de factores externos (EFE).

Estos factores serán evaluados con ponderación para determinar las condiciones en las que se presentan, lo cual puede tener un impacto en el éxito o fracaso del negocio. Entre los factores destacados se incluyen:

Aumento de la conciencia ambiental entre los grupos de interés.

Amenaza de productos sustitutos.

Poder de negociación de los clientes.

Poder de negociación de los proveedores.

Estos elementos no solo representan oportunidades para el negocio, sino que también señalan amenazas significativas, como el aumento de costos al buscar proveedores de mayor calidad:

Aumento de gastos al buscar proveedores de calidad superior.

Desafíos legales y burocráticos para la legalización y funcionamiento del emprendimiento.

Dimensiones

#### *Entorno político*

Actualmente, el contexto político podría afirmarse que beneficia a la culinaria nacional gracias al respaldo gubernamental. Este respaldo se refleja mediante

programas de fomento agrícola, promoción a nivel internacional y la implementación de la estrategia de la marca Perú.

El Ministerio de Agricultura (MINAG) ha ejecutado iniciativas formativas en comunidades con el fin de mejorar la calidad de los productos y asegurar la provisión de insumos de alta calidad para los consumidores.

El gobierno tiene como objetivo primordial consolidar la gastronomía como un catalizador de desarrollo inclusivo y un componente integral de la identidad nacional. Asimismo, la estrategia de "marca Perú" representa una acción gubernamental que sitúa al país como un destacado destino turístico, cultural y gastronómico, donde la culinaria desempeña un papel fundamental. Esto ha contribuido al reconocimiento internacional de Perú como el principal destino gastronómico a nivel mundial.

En conclusión, el entorno político actual presenta una oportunidad significativa.

#### Entorno económico

La situación económica actual en Perú se caracteriza por un crecimiento económico moderado, una inflación considerable y una deuda pública elevada.

Se proyecta un crecimiento económico del 2,5% para el año 2023, impulsado por la recuperación de la economía mundial, el incremento en los precios de los minerales y la reactivación del sector turístico, según información del Banco Central de Reserva del Perú para el año 2023.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) correspondientes a 2023, la tasa de inflación se encuentra en un nivel elevado, registrando un 10,5% en agosto de ese año. Este aumento en la inflación se atribuye a diversos factores, como el alza en los precios internacionales de alimentos y energía, así como la depreciación de la moneda peruana.

De acuerdo con el Ministerio de Economía y Finanzas para el mismo periodo, la deuda pública se mantiene en niveles altos, con una ratio de deuda respecto al Producto Interno Bruto (PIB) del 40,3% en agosto de 2023. Este incremento en la deuda pública se origina en factores como el gasto público destinado a hacer frente a la pandemia del COVID-19 y la disminución de los ingresos fiscales.

En conclusión, En resumen, el panorama económico actual de Perú es diverso, con elementos tanto positivos como negativos que pueden impactar en el crecimiento económico del país.

### *Entorno social*

Conforme al informe del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) para el año 2023, la gastronomía peruana figura como uno de los principales atractivos del país. En los últimos años, la cocina peruana ha alcanzado reconocimiento a nivel mundial, siendo destacada como una de las más sobresalientes a escala global.

Este reconocimiento ha generado un incremento notable en el interés por la gastronomía peruana, tanto a nivel nacional como internacional. Este fenómeno ha propiciado un crecimiento evidente en la industria gastronómica, con la apertura de nuevos establecimientos de alimentos y bebidas, la instauración de escuelas de cocina, y la introducción de productos y servicios vinculados a esta próspera industria, según datos proporcionados por PROMPERU para el año 2023.

El entorno social actual en Perú presenta condiciones propicias para el desarrollo de la gastronomía. El ascenso de la clase media peruana, caracterizada por un mayor poder adquisitivo, está impulsando el consumo de alimentos fuera del hogar. Además, el turismo gastronómico se perfila como una actividad en expansión que atrae visitantes de diversas partes del mundo.

## **2.8. Resultados generales: componente del proyecto**

### **Viabilidad**

La implementación de una cafetería temática en la sala de juegos Ciudad Sapito es altamente factible, dado que la sala de juegos dispone de recurso humano, respaldo financiero e infraestructura adecuados para llevar a cabo este proyecto.

Al concluir esta investigación, se presentará como un entregable a las áreas correspondientes de la sala de juegos Ciudad Sapito, permitiendo así que puedan evaluar y consideren esta iniciativa para futuras mejoras en sus operaciones y procesos. Esta implementación no solo enriquecería la oferta de la sala de juegos, sino que promoverá la integración familiar y aumentaría la rentabilidad del negocio.

### **Limitaciones**

La sala de juegos Ciudad Sapito no cuenta con un especialista en alimentos y bebidas, lo que podría representar una limitación para la implementación de la cafetería temática.

Sin embargo, este trabajo de investigación podría ser usado como referencia y ya establecido el proyecto se podría contratar a un consultor externo para que brinde asesoría en este tema.

### **2.9. Plan de actividades del proyecto**

A continuación, se exhibe el programa de talleres destinados a progenitores, los cuales constituyen una parte integral de las actividades del proyecto.

**Tabla 2**  
*Talleres para padres*

Talleres para padres							
Taller	Temas	Fecha	Día de la semana	Horario	Duración	Proveedor	Presupuesto
Manejo del estrés parental	*Estrategias para manejar el estrés y evitar el agotamiento. *Consejos para mantener un equilibrio saludable entre la vida laboral y familiar. *Recursos locales de apoyo para los padres.	Semana 1	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicóloga. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Finanzas familiares	*Consejos para la planificación financiera familiar. *Educación sobre el ahorro y la inversión para el futuro de los hijos. *Cómo enseñar a los niños sobre el valor del dinero.	Semana 2	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Economista Martin Diaz	S/ 250.00
Preparación para la adolescencia	*Conversaciones sobre cambios físicos y emocionales en la adolescencia. *Cómo establecer límites y reglas claras durante la adolescencia. *Consejos para abordar temas sensibles como las relaciones y la toma de decisiones.	Semana 3	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicóloga. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Desarrollo infantil y educación	*Estrategias para estimular el desarrollo cognitivo y emocional de los niños. *Métodos efectivos para ayudar con la tarea y el aprendizaje en el hogar. *Cómo apoyar el desarrollo del lenguaje en diferentes etapas.	Semana 4	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicóloga. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Educación emocional	*Estrategias para ayudar a los niños a manejar el estrés y las emociones. *Fomentar la empatía y la inteligencia emocional en el hogar. *Consejos para abordar el acoso escolar y construir resiliencia emocional.	Semana 5	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicóloga. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Seguridad en línea y tecnología	*Cómo proteger a los niños en línea y supervisar el uso de la tecnología. *Estrategias para establecer límites saludables en el uso de dispositivos. *Herramientas y recursos para promover la seguridad digital.	Semana 6	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Ingeniero Renzo Toledo	S/ 300.00
Nutrición y hábitos saludables	*Consejos sobre alimentación saludable y hábitos nutricionales. *Cómo fomentar la actividad física y un estilo de vida activo en la familia. *Ideas para preparar comidas saludables y atractivas para los niños.	Semana 7	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Nutricionista Lucero Gutierrez	S/ 300.00
Manejo del tiempo y organización familiar	*Estrategias para gestionar eficazmente el tiempo en familias ocupadas. *Consejos para establecer rutinas efectivas y estructurar el día a día. *Cómo equilibrar el trabajo, la escuela y las actividades extracurriculares.	Semana 8	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicóloga. Luciana Cardenas	S/ 250.00

Comunicación efectiva	*Técnicas para mejorar la comunicación con los hijos. *Cómo hablar sobre temas difíciles o sensibles. *Fomentar un ambiente de apertura y confianza en el hogar.	Semana 9	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Desarrollo de habilidades sociales y amistades	*Estrategias para enseñar habilidades sociales a los niños. *Cómo abordar problemas de amistad y enseñar empatía. *Fomentar relaciones saludables y positivas.	Semana 10	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de habilidades parentales	*Enseñar técnicas de disciplina positiva. *Desarrollar estrategias para la resolución de conflictos familiares. *Fomentar la construcción de relaciones saludables entre padres e hijos.	Semana 11	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de primeros auxilios para padres	*Proporcionar conocimientos básicos de primeros auxilios para situaciones comunes en el hogar. *Enseñar habilidades de RCP (resucitación cardiopulmonar) para bebés y niños.	Semana 12	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Bombero Bruno Gomez	S/ 200.00
Taller de gestión financiera familiar	*Ofrecer consejos para la planificación financiera y presupuestos familiares. *Proporcionar información sobre ahorro para la educación de los hijos y planificación para el futuro.	Semana 13	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Economista Martin Diaz	S/ 250.00
Taller de autoestima y empoderamiento	*Explorar estrategias para construir la autoestima en los niños. *Fomentar un sentido de empoderamiento y autonomía en la crianza.	Semana 14	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de prevención del abuso infantil	*Educar a los padres sobre signos de abuso infantil y cómo prevenirlo. *Proporcionar recursos y estrategias para mantener un ambiente seguro en el hogar.	Semana 15	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de nutrición familiar	*Ofrecer información sobre alimentación saludable para toda la familia. *Proporcionar recetas y demostraciones de cocina prácticas.	Semana 16	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Nutricionista Lucero Gutierrez	S/ 300.00
Taller de resiliencia familiar	*Explorar estrategias para construir resiliencia en la familia. *Proporcionar herramientas para enfrentar desafíos y superar situaciones difíciles.	Semana 17	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00

Taller de preparación para la escuela	*Ofrecer consejos prácticos para preparar a los niños para la escuela. *Discutir estrategias para apoyar el aprendizaje y la participación en la educación de los hijos.	Sema 18	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de mindfulness y bienestar	*Enseñar técnicas de mindfulness para padres y cómo incorporarlas en la vida familiar. *Explorar estrategias para gestionar el estrés y fomentar el bienestar emocional.	Semana 19	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de prevención de adicciones	*Proporcionar información sobre señales de advertencia de comportamientos adictivos. *Ofrecer estrategias para prevenir el abuso de sustancias en adolescentes.	Semana 20	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de comunicación efectiva en la familia	*Enseñar habilidades de comunicación que fomenten un ambiente abierto y respetuoso en el hogar. *Explorar estrategias para abordar conflictos de manera constructiva.	Semana 21	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de educación sexual para padres	*Proporcionar información sobre cómo hablar con los hijos sobre la sexualidad de manera abierta y saludable. *Abordar preguntas comunes y proporcionar recursos educativos.	Semana 22	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de diversidad e inclusión	*Promover la comprensión y la aceptación de la diversidad en todas sus formas. *Explorar estrategias para criar niños inclusivos y respetuosos.	Semana 23	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de prevención del bullying	*Ofrecer información sobre cómo detectar y prevenir el acoso escolar. *Proporcionar estrategias para empoderar a los niños y prevenir el bullying.	Semana 24	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de gestión del tiempo para padres ocupados	*Proporcionar herramientas para organizar eficientemente las agendas familiares. *Ofrecer consejos para encontrar un equilibrio entre el trabajo y la vida personal.	Semana 25	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00
Taller de juegos y actividades familiares	*Presentar juegos y actividades que fomenten el tiempo de calidad en familia. *Incluir ideas para adaptar las actividades según la edad de los hijos.	Semana 26	Sabado	6:00 p. m.	90 minutos	Psicologa. Luciana Cardenas	S/ 250.00

La tabla 2, muestra los diversos talleres que estarán habilitados para los padres, los cuales constituyen una parte integral de las actividades del proyecto

Los talleres del mes se anunciarán por las redes sociales una semana antes que termine cada mes y un día antes se sacara una publicación en redes para recordar el taller de la semana.

La duración del taller es de 90 minutos, durante los primeros 60 minutos el presentador aborda el tema, y en los últimos 30 minutos responde a las preguntas.

Los talleres serán grabados para luego poder reproducirlos en los televisores de la cafetería en horarios y días asignados.

A continuación, se muestran las actividades de interacción Padres – Hijos.

**Tabla 3**  
*Actividades de interacción Padres – Hijos*

Actividades de interacción Padres - Hijos							
Actividad	Descripción	Fecha	Día de la semana	Horario	Duración	Proveedor	Presupuesto
Torneos de juegos de mesa familiares	Torneos de juegos de mesa que sean apropiados para todas las edades. Pueden ser juegos de estrategia, trivía o juegos clásicos que fomenten la participación en familia.	Semana 1	Sábado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Tarde temática para padres e hijos	Tardes temáticas con actividades específicas para padres e hijos, como tardes de trivía familiar, karaoke o juegos de búsqueda del tesoro.	Semana 2	Sábado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Clases de barismo para niños	Clases de barismo adaptadas para niños, donde pueden aprender a preparar bebidas simples y decorar con jarabe o crema batida	Semana 3	Sábado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00

Talleres de manualidades en la cafetería	Talleres de manualidades relacionadas con la temática de la cafetería.	Semana 4	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Evento de lectura en familia	Evento de lectura en donde los padres puedan leer cuentos a sus hijos o viceversa.	Semana 5	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Tarde de películas familiares	Proyectar una película familiar en una pantalla dentro de la cafetería, se ofrecerán combos de palomitas y bebidas para disfrutar durante la película.	Semana 6	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Concursos y desafíos en la cafetería	Concursos y desafíos divertidos en la cafetería, como concursos de trivia, juegos de palabras o competiciones de construcción con bloques.	Semana 7	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Sesiones de fotos temáticas	Se contratara a un fotógrafo para sesiones de fotos familiares temáticas en la cafetería. Los padres e hijos pueden vestirse según la temática y llevarse de recuerdo una fotografía.	Semana 8	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Fotógrafo	S/ 200.00
Días de creación de postres en familia	Día especial en donde las familias puedan decorar cupcakes, galletas o postres temáticos juntos.	Semana 9	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Juegos de preguntas y respuestas familiares	Organiza juegos de preguntas y respuestas en la cafetería, con categorías que incluyan temas tanto para adultos como para niños	Semana 10	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Tardes de cuentacuentos en la cafetería	Un narrador cuentacuentos para niños contara historias interactivas e involucrara a los padres e hijos presentes.	Semana 11	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Taller de decoración de galletas o cupcakes	Proporciona galletas o cupcakes y una variedad de glaseados y decoraciones. Las familias pueden participar en un taller de decoración creativa mientras disfrutan de sus creaciones con café.	Semana 12	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Día de pintura en familia	Proporciona lienzos, pinturas y pinceles para que las familias creen arte juntas.	Semana 13	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00

Karaoke familiar	Tarde de karaoke donde las familias puedan elegir y cantar canciones juntas.	Semana 14	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Tarde de magia y ilusionismo	Se contratara a un mago o ilusionista para realizar un espectáculo en la cafetería. Después, los padres e hijos pueden aprender algunos trucos sencillos en un taller interactivo.	Semana 15	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 250.00
Construcción de estructuras con bloques gigantes	Área con bloques de construcción gigantes donde padres e hijos puedan trabajar juntos para construir estructuras creativas y divertidas.	Semana 16	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Día de disfraces en la cafetería	Se organizara un desfile de modas y un concurso de disfraces con premios para animar la participación.	Semana 17	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Concurso de dibujo en familia	Se brindara materiales artísticos y organiza un concurso de dibujo en la cafetería.	Semana 18	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Día de experimentos científicos en la cafetería	Realizaran experimentos científicos sencillos y seguros en la cafetería.	Semana 19	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Construcción de rompecabezas en grupo	Se entregaran rompecabezas y se organizaran sesiones en las que las familias puedan colaborar para armarlos.	Semana 20	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Taller de origami en familia	Las familias podan aprender a hacer figuras de origami juntos.	Semana 21	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Concurso de baile familiar	Las familias participan en un concurso de baile.	Semana 22	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Show de talentos para niños y padres	Evento de talentos donde los niños y los padres puedan mostrar sus habilidades especiales, ya sea cantar, bailar, tocar un instrumento o realizar trucos.	Semana 23	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00

Taller de construcción de juguetes reciclados	Taller donde padres e hijos puedan construir sus propios juguetes creativos.	Semana 24	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Taller de construcción de casas de cartón	Se entregara cartón, cintas adhesivas y otros materiales para que las familias construyan juntas casas, castillos u otras estructuras creativas.	Semana 25	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00
Karaoke con temáticas de películas o series	Tarde de canciones de películas o series populares. Los participantes pueden vestirse como personajes de sus películas o programas favoritos.	Semana 26	Sabado	4:00 p. m.	90 minutos	Personal del local	S/ 0.00

Para la tabla 3, se muestra las diversas actividades para la interacción Padres – Hijos

Las actividades del mes se anunciarán por las redes sociales una semana antes que termine cada mes y un día antes se sacara una publicación en redes para recordar el taller de la semana.

La actividad tiene una duración de 90 minutos.

Las actividades podrán ser grabadas para poder usar las imágenes en redes sociales previo consentimiento de los padres.

A continuación, se muestran las actividades de diferenciación.

**Tabla 4**  
*Actividades de diferenciación*

Actividades de diferenciación					
Actividad	Descripción	Fecha	Día de la semana	Horario	Duración
Noche de Tributo a Artistas Famosos	Organizar eventos temáticos donde se rinda homenaje a un artista o banda famosa. Las familias pueden disfrutar de interpretaciones inspiradas en los grandes de la música.	Semana 1	Sabado	8:00 p. m.	120 minutos
Noche de Karaoke en Familia	Organizar una noche de karaoke donde padres e hijos pueden cantar juntos sus canciones favoritas. Crea un ambiente festivo y animado con luces y micrófonos.	Semana 2	Sabado	8:00 p. m.	120 minutos
Conciertos Acústicos en Vivo	Invitar a artistas locales o bandas para presentaciones acústicas en vivo. Asegúrate de seleccionar músicos o géneros que sean atractivos tanto para adultos como para niños.	Semana 3	Sabado	8:00 p. m.	120 minutos
Noche de Bandas Escolares	Colaborar con los colegios de la zona para presentar actuaciones de bandas estudiantiles. Esto no solo destaca el talento local, sino que también involucra a la comunidad escolar.	Semana 4	Sabado	8:00 p. m.	120 minutos

Noche de Tributo a Artistas Famosos	Organizar eventos temáticos donde se rinda homenaje a un artista o banda famosa. Las familias pueden disfrutar de interpretaciones inspiradas en los grandes de la música.	Semana 5	Sabado	8:00 p. m.	120 minutos
Noche de DJ para Familias	Contratar a un DJ que pueda tocar música adecuada para todas las edades. Animando a las familias a bailar y disfrutar de la noche juntos.	Semana 6	Sabado	8:00 p. m.	120 minutos
Noche de Baile con Instrucciones:	Ofrecer noches de baile con instructores que enseñen pasos de baile divertidos y fáciles para toda la familia.	Semana 7	Sabado	8:00 p. m.	120 minutos
Conciertos de Bandas Juveniles Locales	Brindar oportunidades a bandas juveniles locales para que realicen conciertos. Esto puede ser una experiencia inspiradora tanto para jóvenes músicos como para las familias que asisten.	Semana 8	Sabado	8:00 p. m.	120 minutos

La tabla 4, muestra las diferentes actividades programadas de diferenciación frente a otros negocios.

### **Análisis de datos**

Hernández, Fernández y Baptista (2014), indican que, en la fase de análisis de datos en una investigación, es esencial transformar la información recopilada en una matriz que produzca resultados. En la actualidad, esta tarea se realiza mediante la utilización de aplicaciones informáticas. Los pasos críticos abarcan la elección adecuada del software de análisis, la exploración visual y descriptiva de los datos, la evaluación de la fiabilidad y la validación de los instrumentos, seguido por el análisis estadístico y la preparación de los resultados para su posterior presentación.

Para llevar a cabo el análisis de datos en este estudio, se utilizará un sistema informático, lo que nos permitirá obtener resultados de relevancia. Con este propósito, se emplearán los programas IBM SPSS Statistics V. 29.0.1.0 y Microsoft Excel V. 2305.

### **Investigación cuantitativa descriptiva**

Se basa en el método del cuestionario de opinión. El cuestionario ha sido diseñado de manera estandarizada y estructurada. Estas encuestas se aplican a individuos que son público objetivo de Ciudad Sapito, limitando la zona en cuestión, al área previamente definida como la influencia del negocio. Este método permite recopilar datos cualitativos y cuantitativos esenciales para comprender en mercado y tomar decisiones estratégicas relacionadas con la implementación de la cafetería temática en Ciudad Sapito.

#### **Tipo de investigación**

Según Mejía (2005), esta investigación se considera de tipo aplicada, ya que su propósito es efectuar cambios y ajustes en la realidad, atendiendo a las demandas y requisitos de los individuos involucrados.

#### **Nivel de investigación**

Este estudio se rige por la metodología cuantitativa, con un diseño descriptivo y alcance no experimental.

Según lo señalado por Hernández Fernández y Baptista (2014), este tipo de investigación implica el empleo de análisis cuantitativo mediante la recopilación de datos numéricos y encuestas para la evaluación de resultados, siendo este el enfoque adoptado en la presente investigación.

#### **Diseño de la investigación**

Hernández, Fernández y Baptista (2014), categorizan los diseños de investigación en experimental y no experimental; este estudio empleará el diseño no experimental, que se caracteriza por llevarse a cabo sin la manipulación deliberada de variables, centrándose únicamente en la observación de fenómenos en su entorno natural para su posterior análisis.

### Cuantitativo

En seguida, se exponen la autenticidad y fiabilidad de los instrumentos.

### Validez de los instrumentos

Conforme las indicaciones de Hernández, Fernández y Baptista (2014), la validez se relaciona con la precisión de la medición de una variable. Es esencial que los instrumentos utilizados en la investigación sean válidos para evitar errores. La validez se establece mediante una evaluación rigurosa que determina si el instrumento cumple su propósito. Si mide correctamente, es válido; de lo contrario, es inválido.

### Confiabilidad de los instrumentos

Para Carrasco (2019), la confiabilidad se define como la característica del instrumento que, al ser utilizado en diferentes momentos temporales con el mismo grupo de individuos, produce resultados que pueden ser medibles (p. 339).

Se realizó una prueba piloto a fin de evaluar la confiabilidad del instrumento, en la que participaron 20 clientes elegidos de manera aleatoria. Los datos recopilados en esta muestra piloto se utilizaron para aplicar la prueba de Alfa de Cronbach en la variable de investigación. La cual se calcula de la siguiente manera:

**Figura 1**  
*Fórmula para calcular el Alfa de Cronbach*

$$a = \left[ \frac{K}{K-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Donde:

*A = Alpha de Cronbach*

*K = número de ítems*

*Vi = Varianza de cada ítem*

*Vt = Varianza total*

Nota: el gráfico muestra la fórmula para poder calcular el Alfa de Cronbach. Tomado de Uedudy, 2023.

**Tabla 5**  
*Niveles de confiabilidad del Alfa de Cronbach*

Rango	Confiabilidad
0.53 a <	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy Confiable
0.72 a 0.99	Excelente Confiabilidad
1	Confiabilidad Perfecta

La tabla 5 presenta los niveles de confiabilidad de Alfa de Cronbach.

### **Procesamiento de datos**

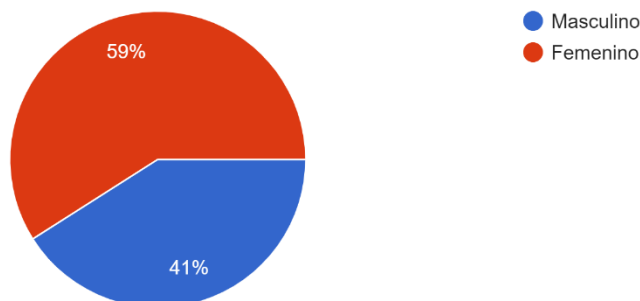
Según Bernal (2010), la manipulación de la información implica la conversión de los datos recolectados en el terreno en resultados organizados y clasificados. El propósito fundamental de esta operación es analizar los datos conforme a los objetivos, hipótesis o preguntas establecidas en la investigación. Para llevar a cabo este procedimiento de manera efectiva, se requiere emplear herramientas estadísticas y software especializado. Los pasos esenciales abarcan la recopilación de información de la población o muestra, la definición de variables o criterios de clasificación, la utilización de herramientas estadísticas y programas informáticos, la introducción de datos y la obtención de los resultados.

En definitiva, el tratamiento de datos posibilita convertir información no estructurada en datos organizados para llevar a cabo de manera adecuada el análisis de la investigación.

### **Resultado de encuestas**

**Figura 2**  
*Niveles de género*

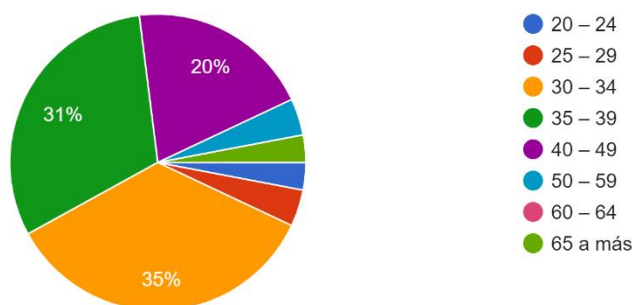
Género  
100 respuestas



Para la figura 2, desde hace ya algunos años atrás podemos observar que el porcentaje de participación en la crianza de los hijos por parte de los progenitores está en aumento. En esta figura se puede observar que el 41% son padres de familia de género masculino que acompañan a sus hijos a esta sala de juegos y el 59% son madres de familia.

**Figura 3**  
*Niveles de rango de edad*

Edad  
100 respuestas

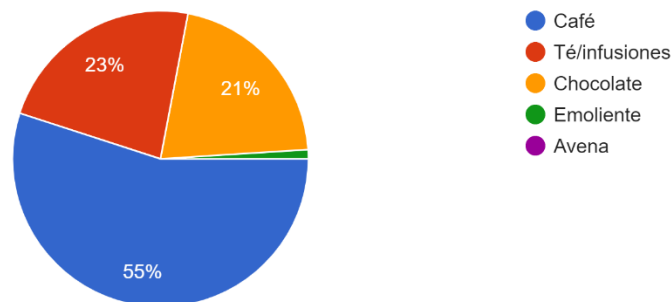


En la figura 3, podemos observar que cada vez las personas tardan más en tener hijos, en esta figura se puede reflejar que el porcentaje más alto con 35% indica que las edades promedio de padres que asisten a esta sala de juegos son de 30 a

34 años, el 31% de 35 a 39 años y el 20% de 40 a 49 años. Esto es a raíz que las personas priorizan la realización personal antes de tener hijos.

**Figura 4**  
*Consumo de mayor frecuencia*

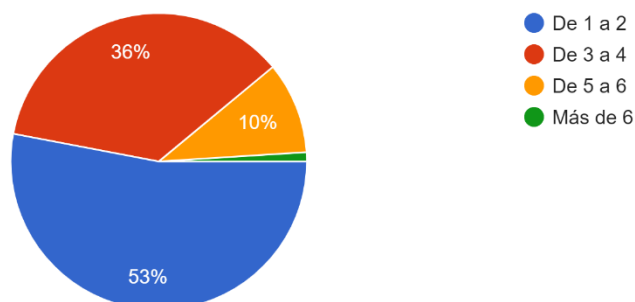
¿Cuál es la que consume con mayor frecuencia?  
100 respuestas



En la figura 4, podemos observar que los visitantes prefieren consumir bebidas calientes debido a que estas ayudan de forma inconsciente a generar un ambiente de más calma. El 55% de los encuestados indican que prefieren consumir café, el 23% indica que consume té y el 21% chocolate caliente.

**Figura 5**  
*Consumo de tazas a la semana*

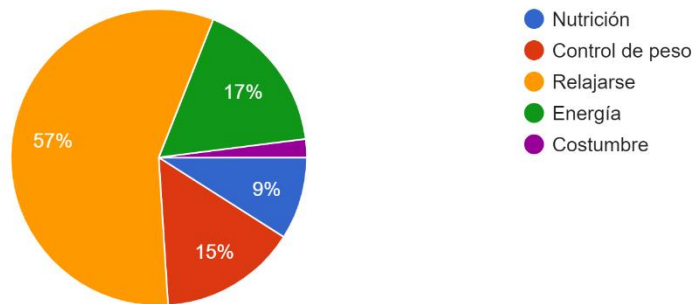
¿Cuántas tazas de la bebida señalada consume a la semana?  
100 respuestas



La figura 5, muestra que la mayoría de encuestados indicó que consume de 1 a 2 tazas de la bebida señalada en la figura anterior con un 53%.

**Figura 6**  
*Motivos de consumo de bebida*

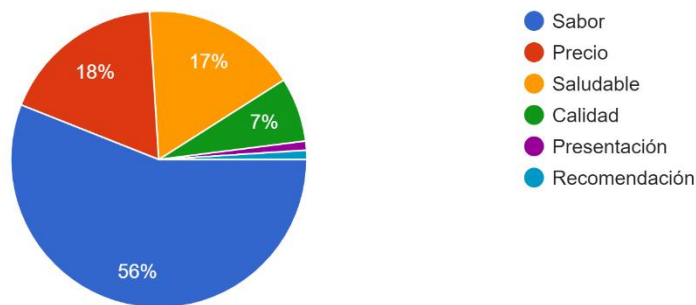
¿Qué razones lo motivan a tomar la bebida señalada?  
100 respuestas



En la figura 6, podemos observar que la mayor motivación a tomar la bebida indicada es para relajarse con 57% el 17% indico que para poder tener mayor energía, y el 15% para controlar el peso.

**Figura 7**  
*Atributos de consumo de bebida*

¿Qué atributos usted valora más para consumir estos productos?  
100 respuestas



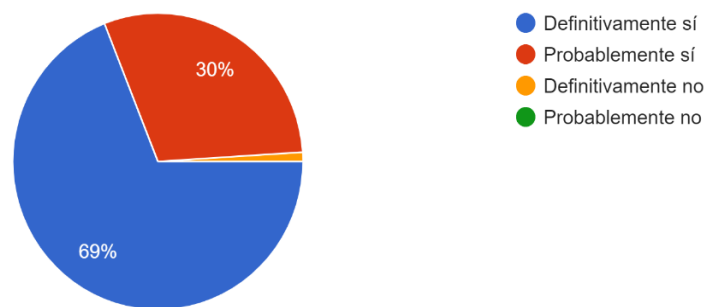
En esta figura 7, podemos observar que los asistentes enfatizan en el sabor, además, también consideran el precio, esto se debe a la coyuntura económica por la que está atravesando el país.

### Figura 8

#### *Intención de asistencia a cafetería temática*

¿Ud. Asistiría a una cafetería temática ubicada dentro de la sala de juegos Ciudad Sapito?

100 respuestas



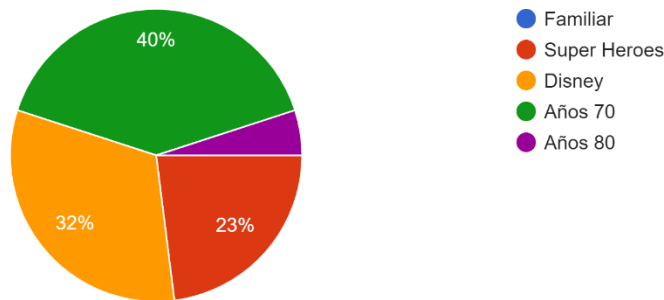
En la figura 8, se podría considerar que el mayor porcentaje, 69% encuestado si iría a una cafetería temática ubicada en la sala de juegos, debido a que podrían disfrutar de alguna bebida o aperitivo mientras sus hijos están jugando en un lugar seguro, teniendo en cuenta que el 100% de las personas encuestadas asisten de forma frecuente a esta sala de juegos.

### Figura 9

#### *Preferencias temáticas*

¿Qué tipo de temática le interesaría?

100 respuestas



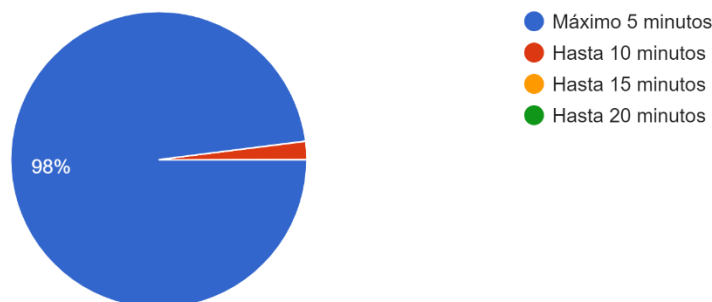
En esta figura 9, podemos observar que el 40% indica que la temática podría ser la referente a la familia, esto está relacionado a que la mayoría de participantes asisten con sus familias y les parece muy interesante verse reflejados en la ambientación del lugar. La segunda opción más votada es la de Disney, en este caso se tendría que evaluar que temática de Disney podría ser la elegida.

**Figura 10**

*Tolerancia de desplazamiento de la sala de juegos hasta la cafetería*

¿Cuánto es el tiempo máximo que usted emplearía para desplazarse a pie dentro de la sala de juegos hasta la cafetería temática para consumir los productos de su preferencia?

100 respuestas



En la figura 10, podemos observar que los padres de familia prefieren estar a máximo 5 minutos de donde se encuentran sus hijos, de esta forma pueden verlos jugar mientras ellos toman o comen algo, de esta forma los niños se sienten más seguros y tranquilos porque saben que sus padres los están viendo de cerca, con

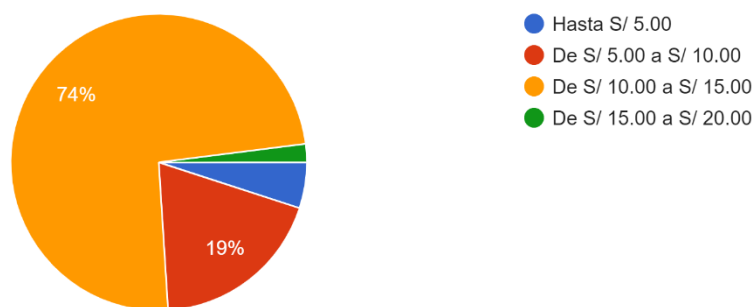
esto también se evita que algún niño sea fastidiado por otro sin que los padres puedan controlar la situación.

**Figura 11**

*Disposición de pago por bebidas*

Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida en una cafetería temática dentro de la sala de juegos Ciudad Sapito?

100 respuestas

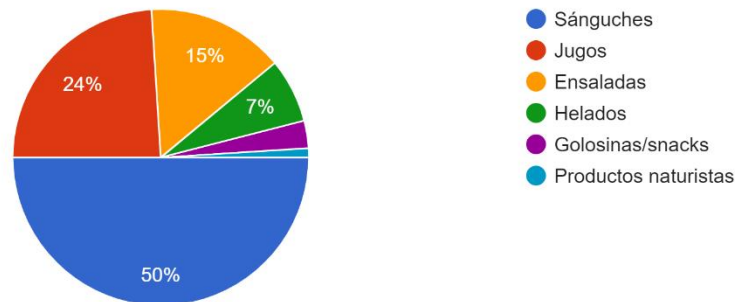


En esta figura 11, podemos observar que el 74% de los asistentes a la cafetería estarían dispuestos a pagar entre S/10 y S/15 por una bebida, mientras que el 19% estaría dispuesto a pagar entre S/5 y S/10, con estos rangos de precio en muchos casos se tendría que sacrificar la calidad para poder llegar a cumplir con el precio que están dispuestos a pagar los clientes.

**Figura 12**

*Productos complementarios para la cafetería*

¿Qué otros productos complementarios Ud. Considera que deberían estar presentes para el local?  
100 respuestas

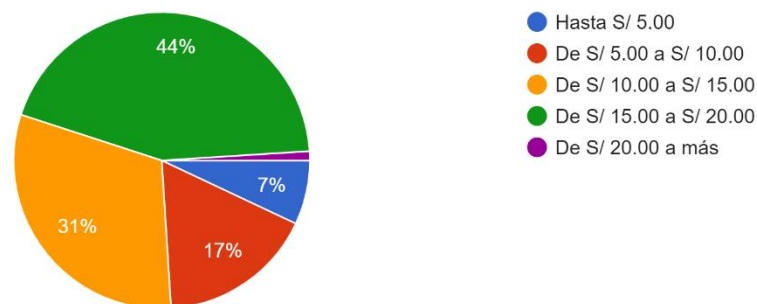


En la figura 12, podemos observar que el 50% de los encuestados indican que como producto complementario elegirían un Sanguche ya que complementa con la bebida que es lo primero y lo que más consumirían, el 24% indica que consumiría jugos y el 15% ensaladas, estos dos últimos productos muestran el cambio que existe en la alimentación en los últimos años, una tendencia más saludable para niños y adultos.

### Figura 13

*Disposición de gasto en complementos*

¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en estos complementos?  
100 respuestas

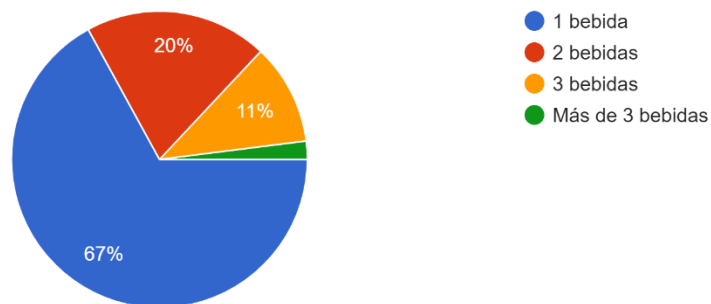


Se puede observar en la figura 13 que el 44% estaría dispuesta a gastar entre S/15 y S/20 en los complementos y el 31% indica que podría gastar entre S/10 y

S/15, esto muestra que los productos que se tendrían que ofrecer no pueden contar con insumos costosos ni de la mejor calidad.

**Figura 14**  
*Consumo promedio de bebidas por visita*

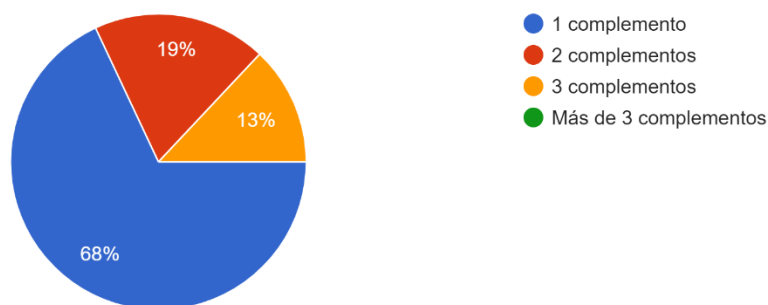
¿Cuántas bebidas consumiría en promedio por cada visita a la cafetería temática?  
100 respuestas



En la figura 14, los participantes indican que el 67% consumirían 1 bebida, el 20% indica que 2 y el 11% indica que consumiría 3 bebidas, con esta figura podemos notar que los participantes son bastante conservadores con respecto al consumo, esto está relacionado al gasto que genera el consumo de más bebidas.

**Figura 15**  
*Consumo promedio de complementos por visita*

¿Cuántos complementos consumiría en promedio por cada visita a la cafetería temática?  
100 respuestas



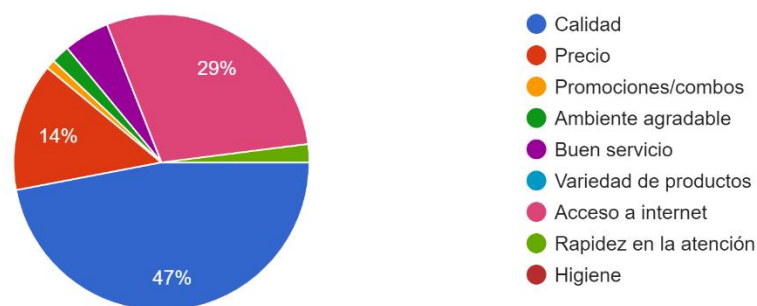
En la figura 15, se aprecia que el 68% de los encuestados indicaron que consumiría 1 complemento, el 19% indicó que consumiría 2 complementos y el 13% indicó que consumiría 3 complementos, en esta figura como en el anterior influye la crisis económica que se está viendo en el país, la escasez de insumos y altos costos de estos.

**Figura 16**

*Aspectos valorados para visitar la cafetería*

¿Cuál de los siguientes aspectos Ud. Considera relevante para acudir a la cafetería temática?

100 respuestas



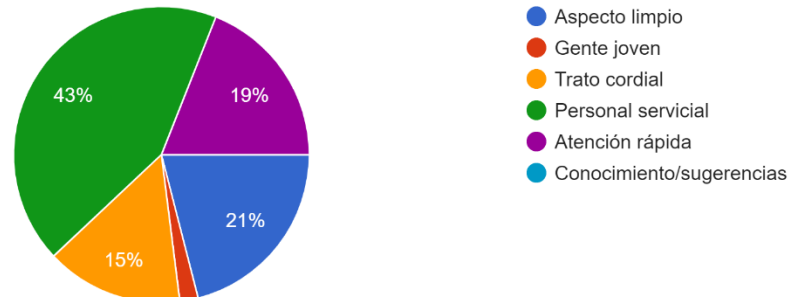
En esta figura 16, se pueden observar dos porcentajes bastante altos, 47% considera que la calidad relevante la calidad de los productos, pero el 29% considera que el tener acceso a Internet también es un aspecto importante para tener una mejor estadía, esto está ligado a que muchas personas realizan trabajo desde casa y aprovechan esta modalidad para poder llevar a sus hijos a jugar mientras ellos avanzan con el trabajo, también está relacionado en ocio ya que pueden ver una serie, leer un artículo entre otras actividades que demandan una conexión estable de internet, generando en ellos un grato momento libre de preocupaciones.

**Figura 17**

*Aspectos más valorados del servicio en la cafetería*

En la parte de servicio brindado por el personal de la cafetería temática, ¿qué aspectos considera importante?

100 respuestas



En la figura 17, el 43% de los encuestados indicaron que era muy importante para ellos un buen trato debido a que esto los incentivaría a regresar de manera frecuente y poder disfrutar mejor su estadía en la cafetería.

## 2.10. Metodología del proyecto

Después definir la problemática de investigación discutida previamente, en este capítulo se procede a esbozar la metodología que se utilizará para llevar a cabo el estudio. Durante esta etapa, se proporcionará una explicación detallada de los procedimientos, enfoque y estructura de la investigación.

Este estudio sigue el enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo y un diseño no experimental.

### III: Estimación del costo del proyecto

#### 3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación

##### 3.1.1. Programación de las operaciones de la empresa

La planificación para el comienzo de las actividades preoperativas está programada para febrero de 2024, y se prevé inaugurar el establecimiento en mayo de 2024. Durante este intervalo de tiempo, se realizarán todas las tareas relacionadas con la preparación e implementación de la cafetería temática.

##### 3.1.2. Actividades preoperativas

Asimismo, en el anexo 6, se presenta un desglose del presupuesto correspondiente a los costos preoperativos que se han identificado como esenciales para el inicio de las operaciones. Estos gastos totalizan la suma de S/ 39,721 (Incl. IGV).

##### 3.1.3. Presupuestos de inversión y capital de trabajo

En el anexo 7 se detalla el presupuesto inicial de inversión considerada para poder llevar a cabo el proyecto de la cafetería temática, el cual asciende a S/ 183,556 (Incl. IGV).

#### IV: Sustento del Mercado

##### 4.1. Alcance esperado del mercado

###### 4.1.1. Público objetivo

La concepción empresarial se basa en la creación de un establecimiento dedicado a la comercialización de alimentos de primera calidad y la oferta de bebidas sin alcohol en el área geográfica de la sala de juegos Ciudad Sapito del distrito de Magdalena. Con el propósito de identificar la ubicación más adecuada dentro de la sala de juegos Sapito, para así poder llegar a la población seleccionada, se han utilizado los siguientes estándares y criterios. (Kotler & Keller 2012)

De igual manera, en cumplimiento con la disposición de la Ley N° 28681 que, en su artículo 5 - referente a la prohibición de la venta, distribución, suministro y consumo de bebidas alcohólicas, establece lo siguiente:

Se prohíbe la comercialización ambulante, distribución, suministro a cambio de compensación o de manera gratuita, así como el consumo directo de cualquier tipo de bebida alcohólica, según corresponda:

Inciso 1.- Individuos menores de 18 años.

Inciso 2.- En instituciones educativas de toda índole, ya sean públicas o privadas.

Inciso 3.- En instalaciones de atención médica, públicos o privados.

Inciso 4.- En lugares de entretenimiento destinados a menores de edad.

Inciso 5.- A personas que se encuentran dentro de vehículos a motor.

Inciso 6.- En la vía pública.

De esta manera, en estricto acatamiento a lo dispuesto en el artículo 5, párrafo 4 de esta normativa, no se llevará a cabo la comercialización de bebidas alcohólicas debido a que se trata de un recinto de entretenimiento destinado a menores de edad (Congreso de la República del Perú, 2016).

##### **Segmentación territorial**

Individuos que habitan, laboran y circulan por el área del distrito de Magdalena, así como los residentes en distritos contiguos, como San Miguel, Jesús María, San Isidro y Miraflores.

**Figura 18**  
*Ubicación de Ciudad Sapito*



Nota: Imagen referencial de la ubicación de Ciudad Sapito y distritos cercanos. Tomada de Google Maps.

La delimitación geográfica contribuirá a realizar una adecuada segmentación de nuestro público objetivo. En el estudio de mercado, se detecta la distancia y el tiempo medio de traslado de los posibles consumidores para definir con precisión y exactitud la región de influencia del emprendimiento

### **Segmentación demográfica**

Hombres y mujeres cuyas edades oscilen entre 18 y más de 65 años, que demuestren interés en adquirir los productos disponibles y que sean clientes y/o usuarios habituales de la sala de juegos Ciudad Sapito.

### **Segmentación psicográfica**

Individuos de ambos géneros que se encuentren en la sala de juegos Ciudad Sapito y que muestren preferencia por consumir alimentos y bebidas alineados con la propuesta comercial. Esto nos permitirá examinar sus hábitos de consumo

relacionados con estos productos, sus estilos de vida y los factores que consideran más relevantes para influir en su consumo continuo.

#### **4.2. Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio de forma de comercialización innovadora**

##### **4.2.3. Plan de trabajo (marketing-negocios-comunicación)**

###### **Descripción de producto o servicio**

La base de este negocio se encuentra en la comercialización de bebidas calientes y frías, tales como el café, emoliente de diversos sabores, jugos, entre otros. Adicionalmente, se ofrece una variedad de productos de consumo rápido, los cuales se caracterizan por contar con insumos de alta calidad y servicio óptimo, tanto antes, durante y después de la visita a las instalaciones.

Conforme indican Kotler y Keller (2012), la oferta de servicios se enfoca en atender las necesidades del cliente en tres momentos cruciales: antes, durante y después de la prestación del servicio. A través de la denominación comercial "Jornadas Alegres", se pretende comunicar energía, vitalidad y establecer un ambiente propicio para encuentros familiares y/o amistosos.

###### **Objetivos del plan de marketing**

Los objetivos propuestos en este proyecto de investigación serán cuantificables en un período de uno a cinco años, con el fin de lograr un progreso sólido en consonancia con los aspectos más valorados por los clientes.

###### **Estrategias de marketing**

###### **Segmentación**

El perfil del cliente óptimo para este negocio no es exclusivo, podríamos decir que se busca servir a todas aquellas personas que por motivos de visita a la sala de juegos Ciudad Sapito buscan consumir bebidas calientes y frías tradicionales y que también tengan sabores innovadores, asimismo buscan comida que sea fácil de entender y de porciones adecuadas.

En vista de lo expuesto, nos fundamentamos en las ideas expresadas por Kotler y Keller (2012), definiendo las variables para la segmentación del público objetivo:

Geográficas: individuos que vitan la sala de juegos Ciudad Sapito

Demográficas: Mayores de 20 años, que se encuentren trabajando y que cuenten con ingresos económicos.

Psicográficas: personas pertenecientes a un nivel socioeconómico (NSE) A y B, que adopten un estilo de vida pictográfico

Conductual: individuos propensos a un modo de vida relajado y sociable.

### **Posicionamiento**

Tras la identificación de un mercado específico en Magdalena para nuestra cafetería temática en la sala de juegos Ciudad Sapito, el enfoque principal radica en ser el negocio líder en la localidad. Para lograr dicho propósito, es esencial crear una marca fácil de recordar y que esté en sintonía con la esencia de nuestros productos y servicios, es por eso que la cafetería tendrá el nombre “Días Felices”. La noción de posicionamiento implica la estrategia de configurar una oferta y una identidad corporativa arraigada en la mente del público objetivo.

Considerando la competencia existente en el contexto, resulta de vital importancia que la marca refleje las características más valoradas por los clientes, tal como evidencian las conclusiones extraídas del análisis de mercado: excelencia, atención y un entorno agradable.

### **Estrategia de la mezcla de marketing**

#### **Producto-servicio**

Este desarrollo se llevó a cabo considerando los hallazgos de la investigación de mercado realizada:

Los productos deben destacarse por su exquisito sabor y un óptimo valor nutricional, además de presentarse en un empaque etiquetado con la imagen y

logotipo de la marca. Es esencial que los productos se complementen con un servicio que refleje un valor agregado excepcional, y es fundamental que los clientes perciban este valor. de caracterizarse por tener un excelente sabor, así como también un buen valor nutricional, la presentación debe ser un empaque rotulado con la imagen y logo de la marca.

Para representar visualmente este concepto, empleamos el modelo de la flor de servicio de Lovelock (1997). Lovelock explica que la flor de servicio engloba un conjunto de tácticas y estrategias de marketing que comparan una empresa eficientemente administrada y con servicios de alta calidad con pétalos frescos que se entrelazan y despliegan un atractivo distintivo. En contraposición a esta imagen, un servicio deficiente se asemeja a una flor marchita y sin pétalos.

**Figura 19**  
*La flor de servicio.*



Nota: imagen representativa de la flor de servicio, tomada de UNAHALDIA.

#### 4.3.1. Propuesta de valor

De esta manera se describen las categorías del producto proporcionado:

Valor fundamental: aporte nutricional

Producto básico: café y otras bebidas de consumo rápido, ya sean calientes o frías.

Producto esperado: sabor destacado, presentación llamativa, todo con logotipo.

Producto extendido: productos de excelente calidad que deben ser servidos de manera esmerada para lograr así una experiencia de consumo que sobre pase las expectativas.

Se procede a detallar los productos que serán ofrecidos:

Bebidas		Jugos / bebidas naturales	
Calientes	Frías		
Café espresso	Frapuccino	Naranja	Papaya
Espresso doble	Té helado	Limonada	Piña
Café americano	Agua sin gas	Maracuyá	Surtido
Cortado	Agua con gas	Chicha	Plátano con leche
Café con Leche	Coca cola R/zero	Sandwich Fríos	Sandwich calientes
Capuccino	Inka Cola R/zero	Mixto de jamón y queso	Mixto
Chocolate caliente	Fanta	Mixto especial c/ pollo	Mixto completo
Té verde	Sprite	Caprese	Filete de pollo
Té normal /canela	Red bull	Butifarra	Aceitunas
Manzanilla, anís / Boldo	Milshake	Otros	
Emoliente	Café helado	Ensalada de frutas	Yogurt griego
Emoliente saborizado		Huevos	Barra de cereal
Té verde		Adicional leche /Chia	Salvado/granola/miel

### 4.3.2. Fuentes de ingresos

A continuación, se exponen las fuentes de ingreso

#### Prestación de servicio

Lovelock (1997), identifica los siguientes elementos relacionados con la prestación de servicios.

#### Servicio de facilitación

Divulgación de Información: se busca promover el consumo de los productos, por lo tanto, se exhibirán los productos para que los clientes conozcan la variedad de los mismos.

Toma de pedidos: se espera que el personal sea proactivo y servicial, brindando un servicio rápido, sencillo y amigable.

Facturación: dado que la empresa se clasifica como MYPE, se proporcionarán boletas y facturas.

Métodos de pago: se aceptarán pagos en efectivo, tarjetas y billeteras digitales.

**Servicios de mejora:**

Consultas: todo el personal debe estar capacitado para poder absolver cualquier consulta de los clientes sobre los productos, es decir, el personal será capacitado no solo en la preparación de los productos, sino el origen, y cualquier detalle que pueda requerir el cliente, por ejemplo, conocer la procedencia del producto, si es que pudiera contener algún alimento considerado dentro de la lista de alérgenos.

SANIPES (2009), en su repositorio digital de normas técnicas peruanas NTP 209.038, establece que se ha verificado que ciertos productos pueden generar hipersensibilidad o alergias. Estos productos incluyen cereales que contienen gluten, crustáceos y sus derivados, huevos, pescado y productos pesqueros, maní, soja, leche, productos lácteos, nueces y sus derivados, así como sulfitos en concentraciones de 10mg/kg o más.

Hospitalidad: la atención se llevará a cabo en el área de atención al cliente y será personalizada. Además, se buscará construir una base de datos de clientes para enviarles diversas promociones.

Cuidado: las coordinaciones se realizarán con el personal encargado de la seguridad del establecimiento.

Excepciones: si algún cliente se ve afectado y no está satisfecho con algún producto y/o si su condición no es óptima, el responsable tiene la autoridad para ofrecerle otro artículo y/o alguna cortesía, sujeto a una evaluación previa del caso

### **Precio**

De acuerdo con Kotler y Keller (2012), al establecer las tarifas, es esencial tener en cuenta tanto la demanda del mercado como los costos inherentes al negocio. Esta consideración debe abarcar no solo los precios y costos en sí, sino también posibles respuestas de competencia, junto con el valor agregado de ofrecer productos de altísima calidad, servicio óptimo y un entorno favorable, aspectos que deseamos que destaquen en el posicionamiento. Los precios serán objeto de evaluación semestral, esto a fin de garantizar su efectividad.

### **Plaza**

Conforme a Kotler y Keller (2012), la distribución se refiere a la cadena de suministro, representando la red que facilita la transferencia de valor al cliente. En el marco de este negocio, se implementará un canal de distribución directo, eliminando intermediarios

### **Personas**

La máxima prioridad es brindar atención excepcional a los clientes, para lo cual se necesita que el equipo laboral esté profundamente comprometido con el éxito del negocio. Resulta fundamental contar con empleados que posean iniciativa y la capacidad de comprender las exigencias inherentes a sus roles, además de estar capacitados para superar las expectativas de los clientes.

### **Procesos**

Los procedimientos han sido diseñados con el propósito de garantizar que los clientes disfruten de una experiencia satisfactoria en todos los aspectos de nuestro

establecimiento, abarcando la calidad de alimentos y cualquier otro servicio proporcionado.

### **Evidencia física-presentación**

Un aspecto crucial para el éxito del negocio será el ambiente y el diseño que se proyectará en el exterior del local, junto con la presentación de los envases, cuyos diseños los realizará un especialista con la posibilidad de renovarlos anualmente para adaptarse a las tendencias cambiantes. El diseño de la cafetería temática se caracterizará por su modernidad, calidez y sentido lúdico, con el objetivo de atraer a clientela. La ambientación estará enfocada en resalte la idea de familia sin importar como están conformadas, para ser más específico detallaremos las principales características:

Música: se tendrán diversos playlist, buscando que en las horas pico suene música que sea del agrado de todos los visitantes y con letras adecuadas para todas las edades, como bossa nova, latín pop, entre otros géneros, contribuyendo así al ambiente y generando un ambiente confortable para los visitantes.

Punto de encuentro social: Queremos que la cafetería sea un punto de encuentro para las familias y amigos, donde compartan risas, historias y momentos memorables. Ser un lugar donde puedan relajarse y disfrutar de la compañía de sus familiares y amigos.

En resumen, la cafetería “Días Felices” no es solo un lugar para tomar bebidas o comer, sino un espacio lleno de alegría, música vibrante y camaradería que encapsula la esencia de la familia.

### **4.3.3. Canales de distribución**

Kotler y Keller (2012) identifican ocho categorías esenciales de estrategias de comunicación, las cuales abarcan publicidad, promoción de ventas, organización de eventos y experiencias, relaciones públicas y publicidad, marketing directo, marketing interactivo, marketing de boca a boca y ventas personales. La elección de

la combinación de marketing más apropiada para el negocio se enfoca en la participación en eventos locales, actividades promocionales y sesiones de degustación, establecimiento de relaciones públicas, así como estrategias de marketing directo y digital.

La promoción del negocio se llevará a cabo dirigida al público objetivo antes, durante y después del servicio. Por lo tanto, se ha contemplado la implementación de diversos canales:

Se implementará una estrategia de optimización de motores de búsqueda, que implica la aplicación de técnicas destinadas a facilitar la interacción con los clientes a través de las redes sociales de la empresa, como Instagram, TikTok y Facebook. Esto engloba el registro de preferencias, comentarios de clientes, envíos de correos electrónicos, promociones, anuncios y campañas de lanzamiento en entornos virtuales.

Se busca establecer alianzas estratégicas con diversas empresas, como bancos, hoteles y centros comerciales. Además, se considera la participación en eventos municipales.

será necesario utilizar instrumentos de marketing directo, como pancartas, material publicitario en formato tríptico y folletos, además de artículos promocionales que se ofrecerán como regalos a clientes privilegiados, es decir, aquellos que estén inscritos en las plataformas sociales de la cafetería y durante eventos especiales

## **Plan de operaciones**

### **Objetivos y estrategia de operaciones**

Se han formulado metas operativas de corto, mediano y largo plazo, enfocándonos en la calidad de nuestros productos y servicios, así como en el rendimiento y la eficacia de nuestro equipo humano. Para cada una de estas metas,

se aplicarán estrategias específicas debidamente asignadas a un presupuesto determinado.

**Tabla 6**  
*Objetivos de operaciones*

Objetivos	Variable de medición	Meta corto plazo	Meta mediano y largo plazo					Estrategias	Tácticas
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5			
Calidad de los productos	Clientes satisfechos con bebidas y complementos / total de encuestados	75%	85%	87%	90%	92%	Evaluación permanente de satisfacción de cliente / contar con manual de procesos de preparación	Realización de encuestas online y directas al cliente	
Calidad del servicio	Clientes satisfechos con el servicio / total de encuestados	75	75	85	90	90	Evaluación permanente de satisfacción de cliente / contar con manual de procesos de preparación	Realización de encuestas on line y directas al cliente	
Eficiencia del servicio	Total devoluciones / total de producción	5	4	3	2	2	Establecimiento de políticas de manejo de mermas e inventario	Implementación de control de ventas e inventario	
Productividad	Incremento de la rapidez en el servicio de atención	2,5 min	2 min	2 min	1,8 min	1,8 min	Normalizar tiempos de proceso de pedidos	Medición de tiempos en realización de actividades	

La tabla 6 muestra indicadores, metas y herramientas, priorizando la experiencia del cliente (calidad) y la eficiencia operativa como ejes complementarios del modelo de negocio.

### 5.1. Diseño del producto o servicio

Tanto del menú y la totalidad de la gama de servicios se basarán en los resultados obtenidos en la investigación de mercado. Se realizará una evaluación trimestral del contenido del menú durante el primer año y una revisión cuatrimestral hasta el tercer año, con el objetivo de asegurar la propuesta de valor y la innovación,

así como la satisfacción del cliente. Como consecuencia, se presenta la carta inaugural del establecimiento:

**Tabla 7**  
*Carta tentativa del modelo de negocio*

Bebidas		Jugos / bebidas naturales	
Calientes	Frías		
Café espresso	Frapuccino	Naranja	Papaya
Espresso doble	Té helado	Limonada	Piña
Café americano	Agua sin gas	Maracuyá	Surtido
Cortado	Agua con gas	Chicha	Plátano con leche
Café con Leche	Coca cola R/zero	<b>Sándwich Fríos</b>	<b>Sándwich calientes</b>
Capuccino	Inka Cola R/zero	Mixto de jamón y queso	Mixto
Chocolate caliente	Fanta	Mixto especial c/ pollo	Mixto completo
Té verde	Sprite	Caprese	Filete de pollo
Té normal /canela	Red bull	Butifarra	Aceitunas
Manzanilla, anís / Boldo	Milshake	<b>Otros</b>	
Emoliente	Café helado	Ensalada de frutas	Yogurt griego
Emoliente saborizado		Huevos	Barra de cereal
Té verde		Adicional leche /Chia	Salvado/granola/miel

La tabla 7 muestra la primera carta tentativa del modelo de negocio.

#### 4.3.5. Actividades productivas propias y externas

Las operaciones del negocio han sido divididas en tres categorías: procesos estratégicos, procesos operativos y procesos de soporte:

Los procesos estratégicos ofrecen orientación y se enfocan en la visión proyectada del mercado, englobando actividades relacionadas con la planificación estratégica y el marketing:

Los procesos operativos describen operativos describen las actividades esenciales relacionadas con la atención al cliente. Estos procesos se subdividen en

dos conjuntos. Aquellos de back office, que no involucran interacción directa con el cliente, como la adquisición de materias primas, almacenamiento y preparación de bebidas, mientras que los de front office implican interacción directa con el cliente, como el despacho, entrega y gestión de pedidos.

Los procesos críticos así definidos son:

**Obtención de materias primas.** Las adquisiciones de materia prima se realizarán a diario, y de forma semanal y mensual según el tipo de producto, mediante una rigurosa selección de insumos, verificación del peso y el excelente estado de uso.

**Almacenamiento de insumos.** Una vez recibidos los insumos, se procederá a almacenarlos en el área asignada, haciendo uso de los equipos de refrigeración de acuerdo a las características del producto.

**Limpieza y lavado de insumos.** Se usará agua potable para la limpieza, mientras que para la desinfección se utilizará agua potable con hipoclorito de sodio - medidas según tabla de desinfección.

**Preparación de bebidas.** Se dispondrá de una máquina para elaborar café y tres licuadoras para diversas preparaciones; todo lo demás será adquirido de un proveedor.

**Llenado de bandejas del mostrador de exhibición.** Se dispondrá de una máquina para elaborar café y tres licuadoras para diversas preparaciones; todo lo demás será adquirido de un proveedor.

**Limpieza.** Los colaboradores deben mantener sus áreas de trabajo impecables en todo momento, incluyendo bandejas, máquinas, utensilios y vajilla

utilizada. Al finalizar la jornada laboral, se programará una limpieza exhaustiva para dejar el local en condiciones adecuadas para el día siguiente

El proceso de atención es continuo. Los clientes realizan sus pedidos de alimentos y/o bebidas, y estos son entregados por la misma persona que recibe el pago en la caja. En caso de que el cliente lo prefiera, tiene la opción de sentarse en los espacios disponibles, permanecer de pie o llevarse consigo los productos.

### **Diseño de las instalaciones**

En el plano de distribución que se detalla a continuación se aprecia que la cafetería temática estará instalada a modo de módulo de 5m<sup>2</sup>, con capacidad para ocho personas sentadas.

Asimismo, la cafetería “Días Felices” se basará en estas dos referencias que serán tomadas en cuenta para el diseño y decoración de la misma.

Moderno y acogedor: La cafetería está decorada con un estilo moderno y acogedor que evoca la estética actual en la que se desarrollan las familias. Desde las sillas y mesas hasta los colores vibrantes, todo refleja la moda y el diseño de esta época.

Barra de despacho: La barra agrega un toque clásico y refrescante a la atmósfera del lugar.

### **Programación de las operaciones de la empresa**

La programación del inicio de las actividades preoperativas se considera para febrero de 2024 y la apertura del local para mayo de 2024, entre estos meses se llevarán a cabo actividades de preparación e implementación de la cafetería.

#### **4.3.6. Alianzas**

Se ha gestionado una alianza con Coca Cola para que aporte con merchandising visual para la cafetería temática.

## V. Conclusiones y recomendaciones

### 5.1. Conclusiones

El análisis del macro y microentorno demuestra ser propicio para el inicio de una cafetería temática que resalte la idea de familia sin importar como este conformada en el distrito de Magdalena. Se identifican las siguientes oportunidades las cuales justifican la propuesta empresarial.

Se ha identificado una necesidad insatisfecha en la zona de influencia definida.

El sector exhibe dinamismo, con nichos de demanda detectados en la investigación de mercado. La demanda insatisfecha se presenta como favorable para una cafetería con la temática propuesta.

El sector se encuentra en una fase de crecimiento, lo cual sugiere una oportunidad de inversión. Sin embargo, es determinante considerar factores críticos para poder lograr el éxito, a través de los atributos más valorados, los cuales son la calidad, el servicio y el ambiente.

La investigación de mercado ha permitido identificar preferencias en precios, ubicación, horarios de atención y perfiles de personal esperados por los potenciales clientes. Los planes funcionales tales como, marketing, operaciones, finanzas y recursos humanos, que se adaptan a estas características para captar una significativa cuota de mercado desde el primer año de operación.

El análisis estratégico indica que la mejor estrategia es la diferenciación enfocada, aprovechando los recursos y capacidades actuales para generar una ventaja competitiva basada en la calidad superior de productos y servicios. Las estrategias delineadas refuerzan el objetivo de lograr esta ventaja en el sector.

Desde el punto de vista de marketing, es esencial obtener presencia en los medios digitales (buscadores de internet y redes sociales) dada la creciente

frecuencia de uso por parte de los clientes potenciales. El posicionamiento debe reforzar la imagen de compromiso con los atributos más valorados, así como el dinamismo y buen ánimo que se espera encontrar en el local. Más que una compra regular, se busca ofrecer una experiencia completa de consumo gratificante, valorando el tiempo en familia y amigos.

Para una gestión eficaz de la operación, es imperativo centrarse en actividades que generan más valor, especialmente aquellas relacionadas con los atributos más valorados por los clientes, tales como, el abastecimiento mediante una gran calidad de insumos, el servicio a través de pautas de atención de pedidos, y el ambiente que se refleja en el mantenimiento y limpieza del local.

La gestión personal debe orientarse hacia un sistema de incentivos y formación para involucrar al personal en la consecución de los objetivos de la empresa, y de esta manera lograr compromiso, lealtad y poder retener al talento.

## **5.2. Recomendaciones**

Es así que, de acuerdo con el análisis efectuado, se aconseja llevar a cabo la implementación del negocio dentro de los plazos establecidos, ya que se ha demostrado que se trata de una actividad rentable que genera valor tanto para clientes, trabajadores y socios.

Es esencial realizar un monitoreo continuo del desempeño de las variables críticas del negocio, nos referimos a costos, precios y variaciones de la demanda. Además, se debe supervisar al personal operativo para poder asegurar que mantengan el nivel esperado en la oferta de servicio y producto. Resulta fundamental realizar los ajustes que sean necesarios ante cualquier desfase y/o imprevisto, y contar con un plan de contingencia ante cualquiera de estos hechos, dado que se trata de un sector sensible en el que cualquier fallo podría conducir al fracaso de la propuesta empresarial.

Considerando la importancia de la presencia en medios digitales, se recomienda dedicar un capítulo específico al desarrollo de estrategias de marketing digital. Esto se haría mediante redes sociales, videos cortos en TikTok, campañas en línea que se alineen con la identidad de la cafetería.

Realizar un estudio detallado en los seis primeros meses sobre cómo va la experiencia completa de consumo gratificante, valorando el tiempo en familia y amigos. Esto puede implicar la creación de actividades temáticas, promociones especiales y la implementación de programas de lealtad que refuercen la conexión emocional con los clientes.

Tener una investigación continua para mantenerse al tanto de las dinámicas cambiantes en el sector. Esto puede incluir encuestas regulares, entrevistas y análisis de tendencias del consumidor para ajustar estrategias operativas y de marketing según la evolución del entorno.



- Hamadeh & Zuloaga (2020). *Crepes & Waffles: Strategic plan* [Tesis de licenciatura, Universidad ICESI].  
[https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/87936/1/TG03179.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/87936/1/TG03179.pdf)
- Hernández, R., Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw Hill.
- INEI (2023a). *Encuesta mensual del sector servicios*.  
<https://m.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/10-informe-tecnico-variacion-de-precios-setiembre-2023.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023b). *Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO)*. <https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-de-hogares-enaho-2022-instituto-nacional-de-estadistica-e-informatica-%E2%80%93>
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Dirección de marketing* (14ª ed.). Pearson Education.
- Mejía, E. (2005). *Metodología de la investigación científica*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2023). *Informe Anual de Turismo*.  
[https://transparencia.mincetur.gob.pe/institucional/transferencia\\_gestion/2023/9\\_AN\\_EXO-2\\_INF-TRANSFGEST\\_TGSECTOR.pdf](https://transparencia.mincetur.gob.pe/institucional/transferencia_gestion/2023/9_AN_EXO-2_INF-TRANSFGEST_TGSECTOR.pdf)
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2023). *Marco Macroeconómico Multianual 2023-2026*.  
[https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol\\_econ/marco\\_macro/MMM\\_2023\\_2026.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/marco_macro/MMM_2023_2026.pdf)
- Moreno (2020). *Implementación y apertura de un restaurante y cafetería temática en la ciudad de Chiclayo “café-bar tradiciones”* [Tesis de maestría, Universidad tecnológica del Perú].  
[https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3630/Jose%20Moreno\\_Trabajo%20de%20Investigacion\\_Maestria\\_2020.PDF?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3630/Jose%20Moreno_Trabajo%20de%20Investigacion_Maestria_2020.PDF?sequence=1&isAllowed=y)
- Navarro & Ramírez (2019). *Plan de negocio para la creación de una cafetería en la ciudad de Lima* [Tesis de maestría, Universidad San Ignacio de Loyola].  
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6c2512bf-3986-4ad8-9e4a-bc9754ec907b/content>
- Pfanenștili (2022). *How To Start Your Own Restaurant Business* [Tesis de doctorado, Universitatea Tehnică a Moldovei].  
<http://repository.utm.md/bitstream/handle/5014/20913/Conf-TehStiint-UTM-StudMastDoct-2022-Vol-2-p546-549.pdf?sequence=1>
- Pedrerros, Zarate & Zuñe (2022). *Plan de negocio para la creación de una cafetería biblioteca en la ciudad de Lima, 2020* [Tesis de maestría, Universidad San Ignacio de Loyola].

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/65897fed-3f31-4a6e-aa37-c514f2961ca2/content>

- Pinto (2019). *Plan de Negocio CAFÉ MARTÍNEZ “Creamos sabores, momentos y proyectos para una vida mejor”* [Tesis de licenciatura, Universidad de San Andrés]. <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/18379/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20L.%20Adm.%20Pintos%2C%20Manuel.pdf>
- PromPerú. (2023). *Plan Estratégico de Promoción de la Marca Perú*. <https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/1e5cc44c-90ae-4452-ae6a-9062acfdb678/content>
- Rivas (2022). *Estudio de factibilidad para la implementación de una cafetería Pet Friendly en la ciudad de Guayaquil*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica De Santiago De Guayaquil]. <http://201.159.223.180/bitstream/3317/19366/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-640.pdf>
- Veras (2021). *Propuesta de un establecimiento Sostenible de alimentos y bebidas siguiendo las reglas FLOSS en la ciudad de Guayaquil* [Tesis de maestría, Universidad Católica De Santiago De Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16160/1/T-UCSG-PRE-ESP-MD-AETH-92.pdf>
- Zeithmal, V.A, Parasumaran, A., & Berry, L.L. (1993). *Calidad total en la Gestión de servicios*. Diaz de Santos

## **VII. Anexos**

### 7.1. ANEXO 01: Informe TURNITIN

Similarity Report

PAPER NAME	AUTHOR
Final - Carla Flores.docx	CARLA PILAR FLORES RIOS

---

WORD COUNT	CHARACTER COUNT
12717 Words	72159 Characters

PAGE COUNT	FILE SIZE
96 Pages	3.2MB

SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Dec 20, 2023 4:19 PM GMT-5	Dec 20, 2023 4:20 PM GMT-5

---

● **19% Overall Similarity**  
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 17% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 11% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary

**Carla Pilar Flores Ríos**  
(autora)



**Espinoza Rua Celes Alonso**  
(Asesor)



## 7.2. ANEXO 02: Registro de impacto y resultados

### Registro de impacto y resultados

**Tipo de documento:** Trabajo de Investigación

**Título del Trabajo de Investigación o Tesis:**

“Implementación de una cafetería temática en la sala de juegos Ciudad Sapito, 2023”

**Integrantes:**

1. Flores Ríos, Carla Pilar

**Asesor:** Espinoza Rúa, Celes Alonso

#### **Impacto de la investigación**

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

**Económico:** Generación de nuevas fuentes de empleo y aumento de la rentabilidad de Ciudad Sapito mediante la diversificación de servicios.

**Social:** Fortalecimiento de la integración familiar a través de espacios de convivencia y actividades lúdicas.

**Cultural:** Promoción de hábitos de consumo saludables y valorización de la gastronomía local.

**Empresarial:** Innovación en la oferta de servicios de entretenimiento, posicionando a Ciudad Sapito como referente en experiencias familiares.

#### **Resultado del proceso de investigación**

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

Los principales hallazgos del estudio incluyen:

**Demanda identificada:** 69% de los visitantes manifestó interés en una cafetería temática, con preferencia por bebidas calientes (55% café) y snacks (S/10–S/20).

**Viabilidad financiera:** Inversión inicial de S/183,556 con retorno proyectado del 15% anual

y punto de equilibrio en 40 clientes/día.

**Propuesta de valor:** Diseño de la cafetería "Días Felices" con talleres familiares, alianzas estratégicas y marketing digital para fidelización.

Estos resultados validan la factibilidad del proyecto y ofrecen un marco de acción para su implementación efectiva.

### 7.3. ANEXO 03: Modelo de Encuestas.

1. Género

Masculino

Femenino

2. Edad

20 – 24

25 – 29

30 – 34

35 – 39

40 – 49

50 – 59

60 – 64

65 a más

3. ¿Cuál es la que consume con mayor frecuencia?

- a. Café
- b. Té/infusiones
- c. Chocolate
- d. Emoliente
- e. Avena

4. ¿Cuántas tazas de la bebida señalada consume a la semana?

- a. De 1 a 2
- b. De 3 a 4
- c. De 5 a 6
- d. Más de 6

5. ¿Qué razones lo motivan a tomar la bebida señalada?

- a. Nutrición
- b. Control de peso
- c. Relajarse
- d. Energía
- e. Costumbre

6. ¿Qué atributos usted valora más para consumir estos productos?
  - a. Sabor
  - b. Precio
  - c. Saludable
  - d. Calidad
  - e. Presentación
  - f. Recomendación
  
7. ¿Ud. Asistiría a una cafetería temática ubicada dentro de la sala de juegos Ciudad Sapito?
  - a. Definitivamente sí
  - b. Probablemente sí
  - c. Definitivamente no
  - d. Probablemente no
  
8. ¿Qué tipo de temática le interesaría?
  - a. Familiar
  - b. Años 80
  - c. Super Héroes
  - d. Disney
  
9. ¿Cuánto es el tiempo máximo que usted emplearía para desplazarse a pie dentro de la sala de juegos hasta la cafetería temática para consumir los productos de su preferencia?
  - a. Máximo 5 minutos
  - b. Hasta 10 minutos
  - c. Hasta 15 minutos
  - d. Hasta 20 minutos
  
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una bebida en una cafetería temática dentro de la sala de juegos ciudad Sapito?
  - a. Hasta S/ 5.00
  - b. De S/ 5.00 a S/ 10.00
  - c. De S/ 10.00 a S/ 15.00
  - d. De S/ 15.00 a S/ 20.00

11. ¿Qué otros productos complementarios Ud. Considera que deberían estar presentes para el local?

- a. Sándwiches
- b. Jugos
- c. Ensaladas
- d. Helados
- e. Golosinas/snacks
- f. Productos naturistas

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en estos complementos?

- a. Hasta S/ 5.00
- b. De S/ 5.00 a S/ 10.00
- c. De S/ 10.00 a S/ 15.00
- d. De S/ 15.00 a S/ 20.00
- e. De S/ 20.00 a más

13. ¿Cuántas bebidas consumiría en promedio por cada visita a la cafetería temática?

- a. 1 bebida
- b. 2 bebidas
- c. 3 bebidas
- d. Más de 3 bebidas

14. ¿Cuántos complementos consumiría en promedio por cada visita a la cafetería temática?

- e. 1 complemento
- f. 2 complementos
- g. 3 complementos
- h. Más de 3 complementos

15. ¿Cuál de los siguientes aspectos Ud. Considera relevante para acudir a la cafetería temática?

- a. Calidad
- b. Precio
- c. Promociones/combos
- d. Ambiente agradable

- e. Buen servicio
- f. Variedad de productos
- g. Acceso a internet
- h. Rapidez en la atención
- i. Higiene

16. En la parte de servicio brindado por el personal de la cafetería temática, ¿qué aspectos considera importante?

- a. Aspecto limpio
- b. Gente joven
- c. Trato cordial
- d. Personal servicial
- e. Atención rápida
- f. Conocimiento/sugerencias

#### 7.4. ANEXO 04: Rotación de productos y demanda estimada

Rotación estimada de productos terminados (Año 1: 2024)

PRODUCTOS	PREFERENCIAS (a) - (SEGÚN ENCUESTAS)	ROTACIÓN (b)	DISTRIBUCIÓN DE CONSUMO (%)	PRECIOS
Café	0.84	14259	32.60%	8.5
Infusiones	0.96	16237	37.12%	3.5
Chocolate	0.63	10579	24.18%	6
Otros	0.16	2668	6.10%	5
<b>TOTALES</b>	<b>2.59</b>	<b>43743</b>	<b>100.00%</b>	<b>23</b>

Nota: elaboración propia de la autora

(a) Consumo promedio cliente objetivo (tazas) = sumatoria de preferencias por cada producto = 2.59

(b) Rotación = consumo promedio por cada producto (preferencias) X consumo de bebidas al año donde:

Consumo de bebidas al año      Total unidades demandadas por bebidas al año

---

Consumo promedio x cliente objetivo

Consumo de bebidas al año =  $43743/2.59= 16889$  consumos de clientes objetivos en el año

Rotación estimada de complementos adquiridos (Año 1: 2024)

PRODUCTOS	PREFERENCIAS (a) - (SEGÚN ENCUESTAS)	ROTACIÓN (b)	DISTRIBUCIÓN DE CONSUMO (%)	PRECIOS
Sanguches	0.99	19844	45.12%	9
Jugos de frutas	0.96	19300	43.88%	8
Otros	0.24	4839	11.00%	6
<b>TOTALES</b>	<b>2.20</b>	<b>43983</b>	<b>100.00%</b>	<b>23.00</b>

Nota: elaboración propia de la autora

- (a) Consumo promedio cliente objetivo (tazas) = sumatoria de preferencias por cada producto = 2.20
- (b) Rotación = consumo promedio por cada producto (preferencias) X consumo de complementos al año donde:

Consumo de complementos al año      Total unidades demandadas de complementos

---

Consumo promedio x cliente objetivo

Consumo de complementos al año =  $43983/2.20= 19992$  consumos de clientes objetivos en el año

**Demanda**

Estimación de la demanda												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de bebidas demandadas	2383	2596	2849	3251	3570	3718	4102	4579	4877	5181	5427	5677
Número de complementos demandados	3575	3585	3482	3451	3430	3431	3494	3316	3389	3383	3286	3334
unidades demandadas (Total)	5558	6181	6330	6330	7000	7149	7596	7894	8266	8564	8713	9011

Nota: elaboración propia de la autora

**Demanda por cinco años**

Estimación de la demanda	2024	2025	2026	2027	2028
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Número de bebidas demandadas	48210	50283	54306	60687	67516
Número de complementos demandados	41157	42927	46361	51809	57639
Unidades demandadas (Total)	89367	93210	100667	112496	125155

Nota: elaboración propia de la autora

7.5. ANEXO 05: Matriz FODA

<b>MATRIZ GRAN ESTRATEGIA</b>	<u>FORTALEZAS</u>	<u>DEBILIDADES</u>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Equipamiento e insumos de alta calidad seleccionados bajo estándares del sector</li> <li>2. Personal con experiencia de atención al cliente</li> <li>3. Ubicación estratégica</li> <li>4. Enfoque en lista de preferencias de los clientes</li> <li>5. Precios accesibles con estándares de calidad</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de experiencia en el sector</li> <li>2. Limitada capacidad instalada y financiera al inicio del negocio dificulta rápida captación de cuota de mercado</li> <li>3. Opciones de mercadeo limitadas para el uso de campañas masivas</li> <li>4. Empresa con pocos integrantes genera solapamiento de funciones y falta de especialización</li> </ol>
<u>OPORTUNIDADES</u>	<u>ESTRATEGIAS FO</u>	<u>ESTRATEGIA DO</u>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fomento del Estado al rubro gastronómico y a la difusión del consumo de productos tradicionales</li> <li>2. Tendencias favorables del mercado orientadas al consumo de productos saludables/hechos de manera no industrial</li> <li>3. Recuperación de sectores económicos</li> <li>4. Alta diversidad y disponibilidad</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento del negocio aprovechando la promoción y apoyo de organismos estatales</li> <li>• Desarrollo de nuevos productos</li> <li>• Promoción del nivel de servicio diferenciado</li> <li>• A través de promociones y degustaciones impulsar el consumo de bebidas naturales educando al cliente en productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer continuamente la publicidad digital para promocionar los productos, despertar el interés del cliente</li> <li>• Generar nuevas fuentes de ingreso como venta de helados, postres</li> </ul>

<p>de proveedores y de insumos de calidad del sector</p> <p>5. Alto nivel de aceptación del concepto de negocio propuesto (según encuesta)</p> <p>6. Auge de tecnologías de la comunicación que facilitan la comunicación al público objetivo.</p>	<p>alternos para satisfacer sus necesidades</p>	
<p style="text-align: center;"><u>AMENAZAS</u></p> <p>1. Incertidumbre política</p> <p>2. Altos costos de funcionamiento y operatividad en la zona elegida</p> <p>3. Incremento del número de negocios de ese tipo</p> <p>4. Mayor respaldo financiero y conocimiento del mercado de los competidores principales</p> <p>5. Amplia satisfacción del público objetivo con la oferta existente en el mercado en general</p> <p>6. Alto nivel de informalidad en el sector que impide tener información realmente comprobable</p>	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIAS FA</u></p> <p>Dar mayor impulso a la relación de la empresa con la comunidad, en base a alianzas con autoridades y apoyándose en la sinergia con la sala de juegos Ciudad Sapito</p> <p>Campañas basadas en marketing digital que despierten el interés de los clientes: retos, obsequios, premios, recomendaciones y promociones exclusivas</p>	<p style="text-align: center;"><u>ESTRATEGIAS DA</u></p> <p>Continua capacitación del personal en aspectos del negocio para generar nichos</p> <p>Encuestas de opinión para sondear continuamente el servicio y calidad</p>

Nota: elaboración propia de la autora

**7.6. ANEXO 06: Cadena de valor de Días Felices**

<b>Infraestructura de la empresa</b>	Ambiente y estilo del punto de venta. Mantenimiento y actualización de ambientes e imagen del local. Planificación.
<b>Administración de recursos humanos</b>	Selección, contratación y manejo del personal. Política salarial y de incentivos. Capacitación, motivación y desarrollo de trabajadores.
<b>Desarrollo tecnológico</b>	Software de registro de clientes y de ventas. Base de datos de clientes habituales. Registro automatizado de inventarios. Mejora continua de procesos.
<b>Abastecimiento</b>	Política de compras, selección de proveedores, recepción y almacenaje de materias primas e insumos.

Logística de entrada	Operaciones	Atención en local	Marketing y ventas	Servicio post venta
Recepción, almacenamiento y transporte de materias primas, complementos e insumos.	Preparación de bebidas bajo proceso estandarizado.	Registro de ventas. Nivel de servicio otorgado: recomendaciones y disposición	Lista de preferencias de clientes. Marketing digital: Web, mailing y redes sociales	Políticas de fidelización Sondeo de opinión de experiencia de consumo
Control de calidad de pedidos bajo estándares de calidad requeridos a proveedores.	Recepción y exhibición de complementos. Control de calidad de alimentos y su adecuada presentación.	Mantenimiento y limpieza de ambientes y utensilios. Presentación e imagen de local y el personal	Publicidad con la sala de juegos Promociones y degustaciones Recomendaciones (boca a boca)	Monitoreo de estándares Registro y manejo de sugerencias y reclamos



Nota: elaboración propia de la autora basándose en Alonso (2008)

7.7. ANEXO 07: Establecimiento del posicionamiento de marca



Nota: elaboración propia de la autora, basándose en la investigación de mercado y plan estratégico; Kotler y Keller (2012)

### 7.8. ANEXO 08: Presupuesto preoperativo

GASTOS APERTURA DE ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL	IGV	TOTAL
Solicitud de registro sanitario DIGESA	1	524	524	94.32	618
Exámenes certificado sanidad empleados	3	36	108	19.44	127
Licencias, letreros	1	1400	1400	252	1652
Gastos notariales	1	420	420	75.6	496
Diseño y remodelación del local	1	10500	10500	1890	12390
Internet/telefonía	1	400	400	72	472
Capacitación/inducción	1	1500	1500	270	1770
Instalación POS	2	60	120	21.6	142
Garantías por alquileres	2	7000	14000	2520	16520
Asesorías	1	1200	1200	216	1416
Contador	1	500	500	90	590
Instalaciones	1	90	90	16	106
Asesoría legal	1	900	900	162	1062
Selección y contratación de personal	4	500	2000	360	2360
<b>TOTAL</b>		<b>25030</b>	<b>33662</b>	<b>6059</b>	<b>39721</b>

Nota: elaboración propia de la autora

## 7.9. ANEXO 09: Presupuesto de inversión y capital de trabajo

### Activos para módulo de venta

Descripción	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL	IGV	TOTAL
Exhibidoras	1	3000	3000	540	3540
Estantes	3	450	1350	243	1593
Caja registradora	1	1025	1025	184.5	1210
Congeladora	1	1050	1050	189	1239
Mesa de trabajo	2	320	640	115.2	755
Bancos	8	85	680	122.4	802
Horno eléctrico	1	299	299	53.82	353
Microondas	1	290	290	52.2	342
Termos	3	98	294	52.92	347
Licuada industrial	3	480	1440	259.2	1699
Máquina de café	2	14500	29000	5220	34220
Utensilios para el servicio	3	180	540	97	637
Equipo de sonido	1	590	590	106.2	696
Balanza	1	480	480	86.4	566
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>		<b>40678</b>	<b>7322</b>	<b>48000</b>

### Activos para oficina/almacén

Descripción	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL	IGV	TOTAL
Anaqueles para almacén	6	195	1170	210.6	1381
Escritorios	2	450	900	162	1062
PC con impresora	2	1150	2300	414	2714
Balanza industrial	1	945	945	170.1	1115
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>		<b>5315</b>	<b>957</b>	<b>6272</b>

### Capital de trabajo

Gastos establecimiento	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL	IGV	TOTAL
Compra uniformes	4	100	400	72	472
Millar de envases descartables	6	850	5100	918	6018
Millar de empaque	6	500	3000	540	3540
Millar de cubiertos	6	125	750	135	885
Millar de servilletas impresas	9	138	1242	223.56	1466
Compra de materia prima inicial	18	1500	27000	4860	31860
Caja chica	1	5000	5000		5000
Contingencias	1	4605	4605		4605
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>		<b>47097</b>	<b>6749</b>	<b>53846</b>

### Intangibles

Descripción	COSTO TOTAL	IGV	TOTAL
Presupuesto de apertura	33662	6059.16	39721
Presupuesto inicial MKT y ventas	30467	5250	35717
<b>TOTAL</b>	<b>64129</b>	<b>11309</b>	<b>75438</b>

**Presupuesto de inversión (totales)**

Descripción	COSTO TOTAL	IGV	TOTAL
Intangibles	64129	11309	75438
Activos de venta	40678	7322	48000
Activos para oficina/almacén	5315	957	6272
Capital	47097	6749	53846
<b>TOTAL</b>	<b>157219</b>	<b>26337</b>	<b>183556</b>

Nota: elaboración propia de la autora

### 7.10. ANEXO 10: Presupuesto de ingresos

Actividades/ Ventas	2024 (año 1)												2024	2025	2026	2027	2028
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café	6603	7193	7893	9007	9892	10301	11366	12686	13514	14357	15038	15730	S/ 133,580	S/ 139,323	S/ 150,469	S/ 168,149	S/ 187,071
Infusiones	3096	3373	3701	4223	4638	4830	5329	5948	6336	6732	7051	7375	S/ 62,632	S/ 65,326	S/ 70,552	S/ 78,842	S/ 87,714
Emolientes	3458	3767	4134	4717	5181	5395	5952	6644	7077	7519	7876	8238	S/ 69,958	S/ 72,966	S/ 78,803	S/ 88,063	S/ 97,973
Venta otras bebidas	727	792	869	991	1089	1134	1251	1396	1487	1580	1655	1731	S/ 14,702	S/ 15,333	S/ 16,560	S/ 18,506	S/ 20,588
Jugos	12549	12586	12222	12118	12042	12047	12267	11639	11898	11876	11536	11705	S/ 144,485	S/ 150,696	S/ 162,752	S/ 181,875	S/ 202,342
Sanguches	14515	14558	14137	14016	13929	13935	14189	13463	13762	13737	13343	13539	S/ 167,123	S/ 174,309	S/ 188,254	S/ 210,374	S/ 234,048
Otros complementos	2360	2366	2298	2278	2264	2265	2306	2188	2237	2233	2169	2201	S/ 27,165	S/ 28,335	S/ 30,602	S/ 34,198	S/ 38,046
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>43308</b>	<b>44635</b>	<b>45254</b>	<b>47351</b>	<b>49035</b>	<b>49907</b>	<b>52660</b>	<b>53965</b>	<b>56312</b>	<b>58032</b>	<b>58667</b>	<b>60519</b>	<b>S/ 619,645</b>	<b>S/ 646,288</b>	<b>S/ 697,992</b>	<b>S/ 780,007</b>	<b>S/ 867,782</b>
IGV	7795	8034	8146	8523	8826	8983	9479	9714	10136	10446	10560	10893	S/ 111,536	S/ 116,332	S/ 125,639	S/ 140,401	S/ 156,201
<b>TOTAL</b>	<b>51103</b>	<b>52669</b>	<b>53399</b>	<b>55874</b>	<b>57861</b>	<b>58889</b>	<b>62139</b>	<b>63679</b>	<b>66448</b>	<b>68478</b>	<b>69227</b>	<b>71412</b>	<b>S/ 731,180</b>	<b>S/ 762,620</b>	<b>S/ 823,630</b>	<b>S/ 920,407</b>	<b>S/ 1,023,983</b>

Nota: elaboración propia de la autora

### 7.11. ANEXO 11: Estado de ganancias y pérdidas

Actividades /	2024 (año 1)												2024	2025	2026	2026	2028
	Ventas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas	43308	44635	45253	47351	49035	49906	52662	53965	56312	58032	58667	60518	619644	646288	697992	780006	867782
Costo de ventas	31577	31997	32047	32649	33135	33404	34329	34490	35307	35825	35889	36520	407169	417807	455204	499287	554067
Utilidad bruta	11731	12638	13206	14702	15900	16502	18333	19475	21005	22207	22778	23998	212475	228481	242788	280719	313715
Gastos administrativos	9429	9441	9448	9467	9482	9490	9514	9527	9547	9563	9569	9585	114062	114423	120281	121926	128667
Gastos de MK y ventas	2695	2724	4943	2792	2831	4100	6244	2947	5195	3034	3053	7792	48350	50429	54463	60863	67712
Utilidad operativa	-393	473	-1185	2443	3587	2912	2575	7001	6263	9610	10156	6621	50063	63629	68043	97930	117336
Gastos financieros	853	841	829	817	805	793	780	767	754	741	727	714	9421	7399	4922	1888	0
Utilidad antes de impuesto	-1246	-368	-2014	1626	2782	2119	1795	6234	5509	8869	9429	5907	40642	56230	63121	96042	117336
Impuesto a la renta													11380	15744	17674	26892	32854
Utilidad neta	-1246	-368	-2014	1626	2782	2119	1795	6234	5509	8869	9429	5907	40642	40486	45447	69150	84482
Utilidad neta %	-2.88%	-0.82%	-4.45%	3.43%	5.67%	4.25%	3.41%	11.55%	9.78%	15.28%	16.07%	9.76%	6.56%	6.26%	6.51%	8.87%	9.74%
<b>EBITDA</b>	<b>895</b>	<b>1761</b>	<b>103</b>	<b>3732</b>	<b>4875</b>	<b>4201</b>	<b>3860</b>	<b>8290</b>	<b>7551</b>	<b>10899</b>	<b>11444</b>	<b>7909</b>	<b>S/ 65,520</b>	<b>S/ 79,086</b>	<b>S/ 83,500</b>	<b>S/ 113,387</b>	<b>S/ 132,794</b>

Nota: elaboración propia de la autora