

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**LAS CAFETERÍAS Y SU RELACIÓN CON EL
DESARROLLO ECONÓMICO DE LA ZONA CERCADO
DEL DISTRITO DE VILLA MARÍA DEL TRIUNFO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y
GESTIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

BENITES ARRIETA MARÍA ENCARNACIÓN

CÓDIGO ORCID:

0000-0002-0327-3173

ASESOR:

MG. FLORES CERON VILMA EUDOCIA

CÓDIGO ORCID:

0000-0003-2426-680X

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: **GESTIÓN EMPRESARIAL Y ECONOMÍAS
EMERGENTES**

LIMA, PERÚ

ENERO, 2022

Resumen

Este documento presenta la investigación realizada con el principal objetivo de distinguir la relación actual entre la implementación de una cafetería de estilo innovador y relación con el desarrollo económico local.

Para el desarrollo del presente trabajo se realizó una investigación de mercado y análisis de información obtenida de diversas fuentes: se revisaron libros, artículos periodísticos, revistas para verificar teorías, entre otros. La investigación presenta un análisis histórico sobre el café, como insumo principal del negocio; así como, antecedentes de los negocios similares en el Perú y el mundo. Además, con el apoyo de técnicas del muestreo se aplicaron encuestas a vecinos y trabajadores de la zona para poder tener una noción fiable de las necesidades y deseos de la población de Villa María del Triunfo. Mediante estos medios, se pudo obtener información valiosa que permitió considerar una solución al problema y alcanzar los objetivos establecidos en un inicio.

La intención de desarrollar este tema de investigación surgió debido a que, a pesar que en los últimos años se ha evidenciado un desarrollo económico en la zona Cercado de Villa María del Triunfo, aún no se cuenta con una cafetería que ofrezca productos de calidad, en un ambiente cómodo, con atención agradable, donde además de consumir bebidas (como café y sus derivados); las personas puedan disfrutar del espacio para pasar el tiempo solas, con amistades, colegas o en familia.

Palabras clave: café, cafeterías, Municipalidad, desarrollo económico, negocio local.

Abstract

This document presents the research conducted with the main objective of identifying the relationship between the implementation of an innovative style cafeteria and the relationship with local economic development.

For the development of this document a market research and analysis of information obtained from diverse sources was carried out: books, journalistic articles, and magazines were reviewed to verify theories, among others. The research presents a historical analysis of coffee as the main input of the business, as well as a background of similar businesses in Peru and the world. In addition, with the support of sampling techniques, surveys were applied to neighbors and workers in the area in order to obtain a reliable idea of the needs and desires of the public in Villa María del Triunfo. Through these means, it was possible to obtain valuable information that allowed us to consider a solution to the problem and achieve the objectives established at the beginning.

The intention of developing this research topic arose because, although in recent years there has been an economic development in the Cercado de Villa María del Triunfo area, there is still no cafeteria that offers quality products, in a comfortable environment, with pleasant service, where in addition to consuming beverages (such as coffee and its derivatives); people can enjoy the space to spend time alone, with friends, colleagues or family.

Keywords: coffee, cafeterias, Municipality, economic development, local business.

Tabla de contenido

Resumen	iii
Abstract	iv
INTRODUCCIÓN.....	1
MARCO TEÓRICO	2
Antecedentes.....	3
Antecedentes internacionales.....	3
Antecedentes nacionales	4
CONCLUSIONES	13
APORTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
RECOMENDACIONES.....	15
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	16
ANEXOS.....	18

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo principal determinar la relación entre la implementación de una cafetería y el desarrollo económico de la zona Cercado de Villa María del Triunfo.

El estudio es de tipo descriptivo. Para el desarrollo del tema, se han delimitado como objetivos específicos: i) proporcionar información amplia sobre la importancia y necesidad de acceso a cafeterías en la zona Cercado del distrito de Villa María del Triunfo, y ii) describir el contexto económico de la zona Cercado del distrito de Villa María del Triunfo.

La información presentada ha sido organizada en cuatro capítulos:

- Capítulo I: En este capítulo se presenta el marco teórico en el cual se ha basado toda la investigación. En esta sección se incluye información como: información sobre la problemática, antecedentes del tema, bases teóricas que permitan entender sobre el concepto de cafetería y desarrollo económico local; y, la información relacionada con el análisis de estudio cuantitativo que en este caso fue a través de la aplicación de una encuesta.
- Capítulo II: En este capítulo se presenta la información relacionada con los aportes de la investigación.
- Capítulo III: Este capítulo comprende las conclusiones y las recomendaciones finales obtenidas de la revisión de los capítulos anteriores (revisión de los resultados contrastando con los antecedentes del estudio y verificando el cumplimiento de las teorías).
- Capítulo VI: En este capítulo se plasman las referencias bibliográficas revisadas para el desarrollo de la investigación. Finalmente, se incorporan los anexos.

MARCO TEÓRICO

Problemática

El distrito limeño de Villa María del Triunfo (V.M.T) es uno de los más grandes y más poblados de la ciudad. Según la Municipalidad de V.M.T, en el territorio vive un aproximado de 450 mil habitantes distribuidos en 6 zonas que conforman el distrito: Cercado, José Carlos Mariátegui, Inca Pachacútec, Nueva Esperanza, Tablada de Lurín y José Gálvez Barrenechea. Asimismo, existe una séptima zona en vías de consolidación denominada Nuevo Milenio.

En los últimos años, pequeñas y grandes empresas vienen promoviendo un desarrollo económico y local en la zona Cercado del distrito de Villa María del Triunfo, donde los vecinos pueden acceder a una amplia variedad de negocios y servicios. Actualmente, se encuentran conglomerados de bancos, madereras, mercados, mini market, colegios, notarías, tiendas de diversas categorías (ropa, electrodomésticos, licores), discotecas, bares, pollerías, cevicherías, pastelerías. Asimismo, la zona Cercado es estratégica debido a que en el territorio se ubica una estación del Metro de Lima (servicio de tren) y el único terminal pesquero de Lima Sur.

Esta explosión de comercio genera que en la zona exista un gran flujo de personas, entre los habitantes del distrito (villamarianos) y los trabajadores de los diversos negocios. Sin embargo, a pesar del flujo constantes de personas y la gran cantidad de negocios del rubro restaurantes, se evidencia la escasez de cafeterías. Es decir, de un establecimiento cuyo objetivo principal sea ofrecer una variedad de cafés a sus clientes, destacándose por ser un espacio agradable donde se puedan reunir amigos, familiares, colegas, socios, etc., e ideal para beber un café, consumir alimentos ligeros, establecer una reunión de trabajo y más.

En ese sentido, el presente trabajo de investigación tiene como fin identificar la relación existente entre la implementación de una cafetería y el desarrollo económico de la zona Cercado del distrito de Villa María del Triunfo, por medio de una investigación de mercado y análisis de información obtenida de diversas fuentes.

Antecedentes

Antecedentes internacionales

Según el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri, 2022), entre las bebidas más populares y consumidas a nivel mundial se encuentra el café, siendo los principales países compradores de este producto: en América, Estados Unidos; en Europa, Alemania, Francia e Italia; y, en Asia, Japón.

En la industria del café, existen los países que más compran el café y los países que más kilos de café consumen por persona. En ese sentido, si hablamos del segundo grupo de países, la web uruguaya Cafemalist (2022) identificó que, Finlandia (11,6 kg), Noruega (10kg) e Islandia (8,9 kg) son los países que lideran el ranking de los mayores consumidores de café por persona.

Históricamente, el espacio físico donde se venden cafés, es decir las cafeterías, han sido lugares de reunión, ya sea de índole política, social, laboral u otros. En las cafeterías las personas podían beber café, conversar e informarse de novedades. Las primeras tiendas de café se fundaron en el siglo XV, en los países árabes, donde en países como Constantinopla entre el siglo XV y XVI, se les conocía como “escuelas del saber”.

El Museo de Café de Brasil (2021) describe el rol de las cafeterías en el continente europeo. En países como Inglaterra, Francia, Italia y Alemania las cafeterías fueron lugares que cumplieron el rol de red de comunicación, donde personas de distintas profesiones como filósofos, poetas, científicos o mercaderes, discutían, realizaban debates políticos, negocios o conversaban sobre las repercusiones de obras artísticas del momento. Los primeros establecimientos extendieron el concepto de café por el mundo árabe, donde las cafeterías fueron lugares muy concurridos para jugar ajedrez, realizar tertulias, muestras de canto, baile y música. Estos lugares eran espacios donde se podía hacer vida social y tratar de negocios, centros de actividad política, etc.

De esta manera, se evidencia que desde sus orígenes las cafeterías, en todo el mundo, han sido espacios para reunir a las personas de distintos niveles

(socioeconómico) para múltiples fines. Asimismo, históricamente el café se ha venido posicionando como una bebida social.

Antecedentes nacionales

En el Perú las cafeterías limeñas fueron lugares que funcionaron como espacios donde se discutían temas políticos de la época. Esto, desde el siglo XIX según la periodista especializada en gastronomía, Susana Bedoya.

En un artículo dedicado a los cafés de Lima, Bedoya (2017) narra que en 1771 se abrió el primer café en el Centro Histórico de Lima, ubicado en una zona muy estratégica (cerca a Palacio de Gobierno y cerca de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos). Asimismo, Bedoya hace referencia a Rosario Olivas Weston quien en el artículo “La cocina cotidiana y festiva de los limeños en el siglo XIX”, refiere que, desde la creación de las cafeterías en el Perú (siglo XVIII), estas fueron cobrando más presencia en la capital. Entre 1771 y 1776 ya existían en Lima 10 cafeterías donde se podía degustar no solo café, sino también chocolate. Asimismo, se evidenció un cambio en las costumbres limeñas, donde se empezó a frecuentar las cafeterías para conversar y leer.

La Cámara de Comercio de Lima (2019), en adelante CCL, en el informe especial denominado “Las pasiones que despierta el café” presenta información interesante sobre el posicionamiento de las cafeterías de especialidad en la capital del país. En este informe, a través de una entrevista a Toshio Fudimoto, fundador de la cafetería Kaldi’s Coffe & Tea, se presenta información sobre el crecimiento de las cafeterías en Lima en los últimos años. Fudimoto (p.11) indica que en los últimos cinco años, ha habido un crecimiento fuerte en el mercado de las cafeterías de especialidad en Lima; así como, han aumentado las iniciativas que buscan ofrecer un buen café.

En esta misma línea, la CCL manifiesta el auge de las cafeterías como espacio de encuentro entre el café y los baristas o personas que sirven el café; así como, el incremento en la cultura del café. Esto quiere decir, romper la visión de cafetería como un simple lugar donde una persona toma un café y pasar a la imagen de un espacio donde una persona puede tomar un buen café, conocer más sobre el origen del café y disfrutar de un espacio agradable y cómodo. En otras palabras, lo que está en tendencia es disfrutar toda una experiencia al momento de tomar un café o una bebida en una cafetería.

Asimismo, el Midagri (2013) considera que el consumo de café ha aumentado de manera muy evidente en los últimos años, especialmente en las ciudades más grandes del país. Aunque el consumo de café per cápita del Perú es bajo si se compara con otros países de la región (como Colombia o Brasil), se evidencia que en los últimos tres años se ha aumentado el consumo en un 66%. Este ascenso, coincide con el incremento sostenido de cafeterías en Lima y en las grandes ciudades del país.

Bases teóricas

Desde el año 2020 la población mundial ha venido experimentando una serie de restricciones para evitar el contagio por el virus Covid 19. Esta situación también ha conllevado a reflexionar sobre aspectos relacionados con nuestra salud mental, emocional y valorar aspectos que probablemente antes, no se solía considerar.

Con el teletrabajo la digitalización ha cobrado un importante rol en la vida de los seres humanos, pero el confinamiento producto de las cuarentenas también ha llevado a cuestionar la importancia del ocio, explorar actividades para evitar el estrés, entre otros. Esta forma de vivir (teletrabajo, trabajos híbridos, estudios no presenciales o semi presenciales, etc.) probablemente se mantenga por algunos años más.

En esa línea, el diario La Vanguardia de España (2021), resalta el cambio en los hábitos de consumo y en la forma de relacionarnos a causa de la digitalización. Los cambios generados por la tecnología se evidencian en la forma como ocupamos nuestro tiempo de ocio, el teletrabajo y nuestro estilo de vida. Como ejemplo, tenemos los espacios de coworking donde estudiantes, profesionales o emprendedores se reúnen para intercambiar ideas y propuestas, tomándose un café.

Fernández y Llontop (2018), por su parte, al describir el concepto de cafetería, indican que las cafeterías innovan ofreciendo al público no solo café u otras bebidas, sino también la experiencia de tomarlas en un espacio agradable, acogedor, atractivo, etc. Así, en la actualidad, las cafeterías también se desatan si cuentan con decoraciones temáticas o sofisticadas lo que hace que sean preferidas para la clientela, que pueden ser más sobria o llamar la atención de los jóvenes. Esto se

evidencia en la tesis de ambos autores donde resaltan como “cafetería” al lugar ideal para relajarse y sentirse a gusto, hacen referencia a un ambiente que sea del agrado del cliente, con buena música, buen servicio y alimentos de primera calidad. (Yépez, 2008, citada en Fernández y Llontop, p. 20).

Como se aprecia, el concepto de cafetería va más allá de solo vender café. Hoy en día, implementar una cafetería puede tener una visión más amplia del negocio ofreciendo una experiencia distinta y acogedora desde el espacio, la decoración, la calidad del producto, la atención, etc.

La implementación de una cafetería como espacio de encuentro, en la era del distanciamiento social, es una opción interesante que puede contribuir a la reactivación de la economía. Debido a la pandemia por el coronavirus, la mayoría de los países han sido afectados por una paralización de las actividades comerciales y el Perú ha sido uno de ellos.

Las cafeterías como negocio local

Vargas (2021) describe a las pequeñas y medianas empresas (PYME) como instituciones u organizaciones con fines de lucro, es decir, cuyo fin es el de lograr beneficios o ganancias, donde se agrupan emprendedores que trabajan de manera independiente y tienen alta rentabilidad en el mercado.

Cosmopolis y Novoa (2018), resaltan la importancia de las PYME indicando que estas desempeñan un papel fundamental en la economía peruana ya que contribuyen a la creación del empleo, disminuyen la pobreza e incrementan el Producto Bruto Interno (PBI).

En relación con la rentabilidad en el mercado, actualmente, el negocio del café, específicamente el de la implementación de una cafetería, tiene un gran potencial. La Cámara de Café y Cacao (2021) afirma que las iniciativas globales para la promoción del consumo del café han contribuido a aumentar la conciencia de los consumidores sobre la relación entre la calidad y el tipo de café. Asimismo, el portal Cafelab (2021) reporta que el consumo personal de café crecerá un 26% más al 2025. Hoy en día, en el Perú se consume un promedio de 131 tazas de café al año. Esta cifra aumentará a 161 al año 2025.

Actualmente, en la zona Cercado del distrito de Villa María del Triunfo, solo existe 1 negocio local tipo cafetería. Es decir, un establecimiento donde se puede consumir diversos tipos de café como: café americano, capuchino, mokachino, café cortado, etc. Asimismo, se puede consumir otras bebidas como jugos y postres. Sin embargo, el espacio se percibe como un local muy pequeño, mal ubicado (ya que en los exteriores del local hay un paradero de mototaxis) y bullicioso.

Desarrollo económico en el distrito de Villa María del Triunfo

Albuquerque (2004) define el desarrollo económico local como la capacidad para introducir innovaciones al interior de la base productiva y tejido empresarial de un territorio, donde lo “innovador”. Para el autor, la estrategia de desarrollo local debe orientarse a asegurar mejores condiciones de vida de la población local, tratando de centrarse fundamentalmente (aunque no siempre exclusivamente) en la mejor utilización de los recursos locales, a fin de promover nuevas empresas y puestos de trabajo locales.

Como complemento de esa definición, Albuquerque (p.19) considera la tesis de Vázquez Barquero sobre el desarrollo local, la cual indica que, al menos existen 5 dimensiones: i) Dimensión económica, la cual hace referencia a la capacidad de los empresarios de la zona para organizar los diversos factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados; ii) Formación de recursos humanos, la cual hace referencia al generar conocimiento como por ejemplo, a través de capacitaciones. Es decir, es donde los actores locales se ponen de acuerdo con los emprendedores de la zona, con el fin de generar una oferta de conocimientos acordes a los requerimientos de los sistemas productivos locales; iii) Dimensión socio-cultural, la cual hace referencia a la identificación y uso de los factores productivos locales por parte de los empresarios con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados; iv) Dimensión político administrativa, en la cual se hace referencia a la creación de “entornos innovadores” favorables al desarrollo productivo y empresarial creados a partir de la buena gestión local y regional; v) Dimensión ambiental, la cual hace referencia a garantizar un desarrollo local sostenible a través de la identificación de las características específicas potenciales y limitantes del medio natural.

Como se puede apreciar, al definir el concepto de desarrollo económico local, las teorías no se enfocan solo en la rentabilidad económica, sino inciden en contar con una visión amplia de desarrollo, donde se tenga en cuenta el crecimiento económico, el mejoramiento de la calidad de vida de las personas del entorno, identidad, equilibrio ecológico, entre otros.

Estado situacional del distrito de Villa María del Triunfo

El distrito de Villa María del Triunfo es uno de los más poblados de Lima. Como ya se ha mencionado en un capítulo anterior, en sus 70.57 km² habitan 454,959 personas. Según la Municipalidad del Villa María del Triunfo (2022), en adelante MVMT, la población está dividida en 6 zonas y 1 zona en camino a ser oficialmente reconocida:

Tabla N.º 1. Población del distrito de Villa María del Triunfo

ZONA	2007		2015		%
	POBLACION	FAMILIAS	POBLACION	FAMILIAS	
José Carlos Mariátegui	121,430	29,858	146,687	38,815	32.47%
Cercado	46,080	11,020	55,665	14,326	11.98%
Inca Pachacutec	37,547	9,012	45,357	11,716	9.80%
Nueva Esperanza	58,512	14,128	70,682	18,366	15.36%
Tablada de Lurín	56,558	13,983	68,322	18,178	15.21%
José Gálvez	49,966	11,867	60,359	15,426	12.90%
Nuevo Milenio	8,377	2,094	10,119	2,723	2.28%
TOTAL DISTRITAL	378,470	91,962	457,192	119,550	100.00%

Fuente: Gerencia de Servicios a la Ciudadanía y Gestión Ambiental - MVMT

Los habitantes villamarianos han ido aumentando con los años, pasando de 378,470 mil habitantes en el año 2007 a 457,192 habitantes en el año 2015. Asimismo, se evidencia la expansión de negocios locales en todas las zonas del distrito, especialmente en la zona Cercado donde se puede observar un conglomerado de múltiples negocios y servicios. Actualmente, se encuentran conglomerados de

bancos, madereras, mercados, mini market, colegios, notarías, tiendas de diversas categorías (ropa, electrodomésticos, licores), discotecas, bares, pollerías, cevicherías, pastelerías; y, el único terminal pesquero de Lima Sur.

El distrito cuenta como vías principales con las avenidas Salvador Allende y Pachacútec, las cuales conectan importantes vías que conducen a principales zonas de la ciudad como los balnearios del sur de Lima. Asimismo, la zona Cercado es estratégica debido a que en el territorio se ubica una estación del Metro de Lima (servicio de tren)

Con relación al sistema productivo del distrito, según la MVM, el distrito no mantiene altas tasas de desempleo, ya que, el 96.40% de la población en edad de trabajar se encuentra activa. Entre las principales actividades que se desarrollan en el territorio están: un 20% se dedica al comercio a través de pequeñas y medianas empresas, seguido de un 13.9% a las industrias manufactureras, y un 11.8% al transporte, almacenamiento y comunicaciones.

Tabla Nº 2. Principales actividades económicas del distrito

Actividades económicas	%
Comercio	20.6%
Industrias manufactureras	13.9%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	11.8%
Construcción	9.2%
Actividad inmobiliaria, empresarial y alquileres	7.4%
Hogares privados con servicios doméstico	6.6%
Hoteles y restaurantes	5.9%
Enseñanza	4.7%
Venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas	3.3%
Administración pública y defensa para seguridad social afiliada	2.6%
Servicios sociales y de salud	2.4%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	0.6%
Pesca	0.1%
Explotación de minas y canteras	0.2%
Suministro de electricidad, gas y agua	0.2%
Intermediación financiera	0.5%
Otras actividades, servicio común social y personales	4.4%
Actividad económica No especificada	5.7%

Fuente: Municipalidad de Villa María del Triunfo

Como ya se ha mencionado, respecto al sistema equipamental, se ha identificado mercados, centros de salud, complejos deportivos, conglomerados de empresas madereras, un boulevard gastronómico, un centro financiero, entre otros. Existen 44 mercados formalizados y 29 informales en las 7 zonas del distrito, 21 establecimientos de salud y un conjunto de 25 espacios de infraestructura deportiva (1 estadio, 1 complejo deportivo, 21 losas deportivas y 1 piscina). Asimismo, en el distrito se ubica el complejo arqueológico Tablada de Lurín, donde se encuentra el único cementerio prehistórico en el Perú.

El rol de las MYPE es muy importante para la dinámica del distrito; sin embargo, solo la tercera parte del total se encuentran acreditadas ante el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE).

Análisis de estudio cuantitativo

La presente investigación toma como referencia la aplicación de un cuestionario a una muestra representativa. La encuesta se realizó con el fin de recoger información sobre las opiniones y comportamientos de las personas, que viven o trabajan en la zona Cercado de Villa María del Triunfo.

Para la investigación se toma como referencia el estudio cuantitativo que se realizó a través de la aplicación de una encuesta para explorar gustos, preferencias e información valiosa que se puede utilizar para tomar decisiones en base a la implementación de un negocio local nuevo del rubro de cafetería en la zona mencionada.

La encuesta aplicada estuvo dirigida a un grupo objetivo de hombres y mujeres de entre 18 y 55 años de edad que sí consumen café. El cuestionario estuvo compuesto por 5 preguntas de respuesta cerrada. En total se aplicaron 30 encuestas las cuales se desarrollaron de manera virtual vía email y WhatsApp. El análisis de las encuestas se realizará a continuación.

La encuesta inició con una introducción muy breve donde se señaló el propósito del estudio y la cantidad de preguntas a encuestar.

La pregunta número uno realizada fue si el grupo objetivo consumía habitualmente café, un 80% de los encuestados evidenció que sí suelen consumir café de manera habitual y un 20% evidenció que no. Es sugerente resaltar el gran porcentaje de personas que consumen café. Con este resultado podemos inferir que resulta necesario ofrecer café en la zona de Villa Maria del Triunfo.

En la segunda pregunta se consultó si les gustaría disponer de una cafetería cercana donde puedan acceder a productos de calidad (con un local agradable y atención amable). Es sugerente poder observar en esta pregunta la mayoría absoluta de respuestas afirmativas, ya que se puede percibir que, del total de personas encuestadas, a todas (100%) les gustaría contar con una cafetería cerca donde puedan acceder a productos de calidad, con un local agradable y un servicio amable.

En la tercera pregunta se consultó a los encuestados si consideran que una cafetería es un buen lugar para distraerse, evitar el estrés o reunirse con otras personas. En esta pregunta también fue interesante comprobar que el total de encuestados (100%) considera que una cafetería sí es un buen lugar para distraerse, evitar el estrés o reunirse con otras personas.

En la cuarta pregunta se consultó a los encuestados si consideran que la zona Cercado de Villa María del Triunfo hace falta una cafetería innovadora. En esta pregunta también fue interesante comprobar que la mayoría de encuestados (90%) considera que en la zona Cercado de Villa María del Triunfo hace falta una cafetería innovadora.

En la quinta y última pregunta se consultó a los encuestados si consumen el café solo o si consumen café acompañado con algo de comer. En relación con este punto, un poco más de la mitad de los encuestados (60%) indicó que consumen el café solo; mientras que, y el resto de encuestados (40%) indicó que acompañan el café con algo de comer.

En conclusión, se puede apreciar que, en los intereses de los encuestados, sí está presente contar con una cafetería cercana que ofrezca productos y servicios de calidad. Asimismo, según las respuestas obtenidas, la zona de Cercado de Villa

María del Triunfo sí sería una buena zona para implementar una cafetería. Esto podría deberse a que actualmente la zona no cuenta con una cafetería bien ubicada donde las personas que viven o trabajan por la zona puedan acceder a buenos productos y servicio agradable.

CONCLUSIONES

- 1) Debido a la pandemia por el coronavirus, la mayoría de los países han sido afectados por una paralización de las actividades comerciales y el Perú ha sido uno de ellos. En ese sentido, se concluye que, la implementación de una cafetería como espacio de encuentro, en la era del distanciamiento social, es una opción interesante que puede contribuir a la reactivación de la economía. La implementación de una cafetería puede fomentar el desarrollo económico de la zona.
- 2) Se ha evidenciado a través de la investigación, que la rentabilidad en el mercado, actualmente, en el negocio del café, específicamente el de la implementación de una cafetería, tiene un gran potencial.
- 3) La implementación de una cafetería sí tendría aceptación en el Cercado de Villa María del Triunfo, ya que actualmente no existe un negocio local innovador, que pueda satisfacer dichas necesidades de la población de la zona.
Contrastando los resultados de la encuesta aplicada, si existe una necesidad de contar con un espacio así.

APORTES DE LA INVESTIGACIÓN

La trascendencia de este trabajo de investigación se puede traducir en el aporte para el distrito de Villa María del Triunfo. En relación con los resultados obtenidos, esta investigación puede contribuir a fomentar con el crecimiento económico, local y social de la zona.

El estudio, complementado con mayor información, como un plan de negocio, puede aportar a contribuir el desarrollo de las personas de la zona, permitiendo el acceso a negocios innovadores; ya que, se atendería la necesidad existente en la población de contar con una cafetería con comida y exquisitos piqueos, donde se disfrutará un excelente ambiente y cerca de su centro de labores o domicilio. así como, el desarrollo de recursos humanos locales.

Por otro lado, este estudio también puede contribuir al enfoque de desarrollo local, fomentando el desarrollo de recursos humanos de la zona, donde no solo se generaría empleo para las personas que viven en el distrito, sino que se fortalecería las capacidades.

RECOMENDACIONES

1. Tomar como referencia el presente estudio, con el fin de aportar en el desarrollo económico de la zona Cercado de Villa María del Triunfo, donde existe una necesidad de contar con un espacio como una cafetería, pues en la actualidad la población no tiene acceso a una cafetería local confortable.
2. Presentar el estudio al Municipio de Villa María del Triunfo, especialmente a las Gerencia de Desarrollo Económico Local y Gerencia de Desarrollo Social, con el fin de tomarlo como referencia para promover los negocios locales en la zona, tomando en cuenta la importancia de impulsar las PYME; así como, la formación de recursos humanos conformados por habitantes de la zona de Cercado u otro sector de Villa María del Triunfo. Esto, a su vez, generaría mayor empleo en la zona.
3. Complementar el estudio a través de la aplicación de otros instrumentos de investigación como análisis cualitativos, realización de entrevistas, revisión de planes de negocio, entre otros, que permitan evidenciar mayor información relacionada con el tema.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1) Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2022). *Consumo mundial del café*. Recuperado el 10 de enero de 2022, de <https://www.midagri.gob.pe/portal/24-sector-agrario/cafe/197-consumo>
- 2) Cafemalist (2022). *Consumo del café: Ranking de los mayores consumidores*. Recuperado el 10 de enero de 2022, de <https://cafemalist.com/consumo-del-cafe/#comment-427>
- 3) Cosmopolis M. y Novoa A. (2017). Plan de negocio para la implementación de un coffee bar en el distrito de Chiclayo en el año 2016. Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Facultad de Ciencias Empresariales. Tesis para optar el Título de Licenciatura en Administración de Empresas.
- 4) Museu do Café (2022). *La historia de las cafeterías*. Recuperado el 10 de enero de 2022, de <https://www.museudocafe.org.br/es/cafeteria-es/la-historia-de-las-cafeterias/>
- 5) La Mula (2022). *Historia del buen comer*. Recuperado el 10 de enero de 2022, de <https://historiadelbuencomer.lamura.pe/2017/08/22/el-siglo-xix-y-los-cafes-de-limaxx/susanabedoyag/>
- 6) Cámara de Comercio de Lima (2019). *Las pasiones que despierta el café*. Recuperado el 10 de enero de 2022, de https://apps.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r895_2/informe%20especial.pdf
- 7) La Vanguardia (2021). *Ni en casa ni en la oficina: los jóvenes prefieren trabajar en un 'café'*. Recuperado el 11 de enero de 2022, de <https://www.lavanguardia.com/economia/20211013/7782832/casa-oficina-jovenes-prefieren-trabajar-cafe-brl.html>
- 8) Fernández K. y Llontop J. (2018), Plan de negocio para la instalación de una cafetería temática parisina-peruana en la ciudad de Chiclayo Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Facultad de Ciencias Empresariales. Tesis para optar el Título de Licenciatura en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos.
- 9) Vargas I. (2021), Clusters de Pymes y gestión de sus relaciones. Caso aplicación práctica sector privado.

- 10) Cámara de Café y Cacao (2021). *El consumidor de café peruano*. Recuperado el 11 de enero de 2022, de <https://camcafeperu.com.pe/ES/articulo.php?id=73>
- 11) Cafelab (2019). *La teoría de los 6 cafés: así se conquista un barrio*. Recuperado el 12 de enero de 2022, de <https://cafelab.pe/2019/06/13/la-teoria-de-los-6-cafes/>
- 12) Albuquerque F. (2004). *El enfoque del desarrollo económico local*.
- 13) Municipalidad de Villa María del Triunfo (2022). Inicio. Recuperado el 12 de enero de 2022, de http://munivmt.gob.pe/portal/el_distrito.php#

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario de la encuesta aplicada

Encuesta para conocer el consumo y preferencias del café

Te invito a participar en esta breve encuesta de 5 preguntas sobre tu consumo y preferencias del café.

Nombre: _____ Edad: _____ Lugar de trabajo: _____

1. ¿Eres consumidor habitual de café?
 Sí No

2. ¿Te gustaría disponer de una cafetería cercana donde puedas acceder a productos de calidad, con un local agradable y atención amable?
 Sí No

3. ¿Consideras que una cafetería es un buen lugar para distraerse, evitar el estrés o reunirte con otras personas?
 Sí No

4. ¿Consideras que la zona Cercado de Villa María del Triunfo hace falta una cafetería innovadora?
 Sí No

5. ¿Cuando consumes café lo tomas solo o prefieres acompañarlo con algo de comer?
 Solo Acompañó con algo de comer

Muchas gracias por tu tiempo.