

U N I V E R S I D A D
CIENTÍFICA
DEL SUR



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ECONÓMICA

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN
MARCHA DEL CAFÉ BAR BARRANCO ME MATA, EN EL
DISTRITO DE BARRANCO, LIMA, 2015”

Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Economista

Presentado por:

BACH. Ariana Angela Soria Enriquez

LIMA – PERÚ

2015

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	7
ABSTRACT	8
CAPÍTULO I.....	9
1. IDEA DE NEGOCIO	9
1.1 Descripción de la Demanda Insatisfecha	9
1.2 Objetivos del Plan de Negocios	9
1.3 Justificación del proyecto	9
1.4 Producto / Servicio a ofrecer.....	10
1.5 Mercado objetivo	10
1.6 Oportunidades y amenazas del entorno	11
1.7 Fortalezas y debilidades	11
1.8 Diferenciación o Ventaja comparativa.....	11
1.9 Estrategia empresarial o genérica	11
CAPÍTULO II.....	12
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	12
2.1 Macroambiente	12
2.1.1 Aspectos legales	12
2.1.1.1 Constitución de la empresa	12
2.1.1.2 Régimen tributario.....	12
2.1.1.3 Funcionamiento de la empresa.....	13
2.1.1.4 Certificado de Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil.....	14
2.1.2 Aspectos económicos	14
2.1.3 Aspectos demográficos	16
2.1.4 Aspectos socioculturales.....	16
2.2 Microambiente	16
2.2.1 Poder de los compradores	16
2.2.2 Poder de proveedores.....	17
2.2.3 Amenaza de posibles nuevos participantes	17
2.2.4. Amenaza de bienes o servicios sustitutos.....	17
2.2.5. Rivalidad entre las industrias o competencia	17
CAPÍTULO III.....	20
3. ANÁLISIS DEL MERCADO	20
3.1 Objetivos de la investigación	20
3.1.1 Objetivos generales.....	20

3.1.2	Objetivos específicos	20
3.2	Tipo de investigación, delimitación, sondeo	20
3.3	Fuentes de información	21
3.3.1	Fuentes secundarias	21
3.3.2	Fuentes primarias.....	21
3.4	Resultados	22
3.6	Estimación de la demanda.....	30
CAPÍTULO IV		32
4.	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	32
4.1	Análisis FODA y Matriz FODA Cruzado	32
4.1.1	Oportunidades.....	32
4.1.2	Amenazas	32
4.1.3	Fortalezas	32
4.1.4	Debilidades	32
4.2	Visión y Misión	34
4.2.1	Visión	34
4.2.2	Misión.....	34
4.3	Valores de la empresa.....	34
4.4	Objetivos organizacionales o estratégicos (largo plazo).....	34
4.5	Estrategia de negocio y a nivel empresarial	35
4.6	Ventaja competitiva.....	36
CAPÍTULO V		37
5.	PLAN DE MARKETING	37
5.1	Mercado objetivo	37
5.2	Objetivos de mercadotecnia.....	37
5.3	Mezcla de mercadotecnia (4 P's).....	37
5.3.1	Estrategias para el Producto y Servicio.....	37
5.3.2	Estrategias para el Precio	38
5.3.3	Estrategias para la Promoción	41
5.3.4	Estrategias para la Plaza	41
CAPÍTULO VI		43
6.	PLAN DE OPERACIONES.....	43
6.1	Objetivo	43
6.2	Diseño de las instalaciones.....	43
6.3	Diseño de Procesos Operativos.....	45
6.4	Actividades pre operativas	47
6.5	Flujo de procesos.....	48
6.6	Planes de contingencias.....	49
6.6.1	En caso de sismos	49

6.6.2 En caso de malestar físico en los trabajadores	49
6.6.3 En caso de incendios	50
CAPÍTULO VII	51
7. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	51
7.1 Organización	51
7.1.1 Tipo de sociedad	51
7.1.2 Tipo de estructura organizacional	51
7.1.3 Partes de la organización	52
7.2 Recursos humanos	52
7.2.1 Objetivos	52
7.2.2 Estrategia	52
7.2.3 Políticas	53
7.2.4 Administración de recursos humanos	53
7.2.4.1 Reclutamiento	53
7.2.4.2 Selección	53
7.2.4.3 Contratación	54
7.2.4.4 Inducción	54
7.2.4.5 Capacitación y Desarrollo	54
7.2.4.6 Sistema de remuneraciones	54
7.2.4.7 Planillas	55
CAPÍTULO VIII	56
8. PLAN CONTABLE Y FINANCIERO	56
8.1 Estructura de Financiamiento	56
8.2 Estructura de costos	62
8.3 Ingresos proyectados	64
8.4 Flujo económico	65
8.5 Evaluación Financiera	65
8.6 Estados financieros	65
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
BIBLIOGRAFÍA	68

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N°1. Crecimiento PBI, 2015	14
FIGURA N°2. Sector Restaurantes - Ventas Agosto 2015	15
FIGURA N°03. Logo de Bar Restaurante “El Tizón”	18
FIGURA N°04. Logo de Teatro Bar “Escena 7”	18
FIGURA N°05. Logo de Bar “La Noche de Barranco”	19
FIGURA N°06. Sexo del Encuestado	22
FIGURA N°07. Edad del Encuestado	22
FIGURA N°08. Distrito donde vive el Encuestado	23
FIGURA N°09. Interés en la idea de negocio	23
FIGURA N°10. Asistencia al Café Bar	24
FIGURA N°11. Horario de asistencia en el Café Bar	24
FIGURA N°12. Frecuencia de asistencia al Café Bar	25
FIGURA N°13. Frecuencia de asistencia a presentaciones artísticas	25
FIGURA N°14. Consumo de bebidas del Encuestado	26
FIGURA N°15. Tipo de café consumido por el Encuestado	26
FIGURA N°16. Acompañamiento del café consumido por el Encuestado	27
FIGURA N°17. Tipo de bebida alcohólica consumido por el Encuestado	27
FIGURA N°18. Acompañamiento de la bebida alcohólica consumido por el Encuestado	28
FIGURA N°19. Consumo del Encuestado por presentación artística	28
FIGURA N°20. Aspectos importantes en un Café Bar	29
FIGURA N°21. Canal de comunicación del Encuestado	30
FIGURA N°22. Logo del Café Bar “BARRANCO ME MATA”	38
FIGURA N°23. Ubicación del local “BARRANCO ME MATA	43
FIGURA N°24. Diseño del local “BARRANCO ME MATA	44
FIGURA N°25. Flujo de Atención al cliente “BARRANCO ME MATA”	48
FIGURA N°26. Organigrama de “BARRANCO ME MATA	51

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 01. Productos y Servicios a ofrecer por “BARRANCO ME MATA”	10
TABLA N° 02. Proyección de la demanda efectiva según datos del INEI	31
TABLA N° 03. Proyección de la demanda anual de “BARRANCO ME MATA”	31
TABLA N° 04. Matriz FODA Cruzado de “BARRANCO ME MATA”	33
TABLA N° 05. Comparativo de precios de la competencia	39
TABLA N° 06. Lista de precios de “BARRANCO ME MATA”	40
TABLA N° 07. Horario de Atención de “BARRANCO ME MATA”	45
TABLA N° 08. Sueldos empleados “BARRANCO ME MATA”	55
TABLA N° 09. Estructura de financiamiento de “BARRANCO ME MATA”	57
TABLA N° 10. Cronograma de pagos de “BARRANCO ME MATA”	58
TABLA N° 11. Inversión inicial de “BARRANCO ME MATA”	59
TABLA N° 12. Capital de trabajo de “BARRANCO ME MATA”	61
TABLA N° 13. Costos variables de “BARRANCO ME MATA”	62
TABLA N° 14. Costos fijos de “BARRANCO ME MATA”	63
TABLA N° 15. Demanda proyectada anual e ingresos anuales de “BARRANCO ME MATA”	64
TABLA N° 16. Flujo económico de “BARRANCO ME MATA”	65
TABLA N° 17. Balance General de “BARRANCO ME MATA”	66
TABLA N° 18. Estado de Ganancias y Pérdidas de “BARRANCO ME MATA”	66