



FACULTA DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIOS CAFÉ BAR SPORT BARULLO,
IQUITOS, 2019**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORES:

**QUISPE HERRERA, DAVID ADÁN
LOZANO DEL ÁGUILA, RAY CRISTIAN**

IQUITOS – PERÚ

2019

DEDICATORIA

El presenta plan de negocio les dedico a mis queridos padres Adán Y Elvira, por su comprensión y por creer en mi capacidad.

David Quispe

Este trabajo finalizado, acerca del plan de negocios esta dedicado especialmente para mis padres Víctor Hugo y Lourdes, por su paciencia, comprensión y confianza hacia uno.

Ray Lozano

AGRADECIMIENTO

Gracias a la Universidad Científica del Perú, por haberme permitido formarme, gracias a todas las personas que fueron participes de este proceso. Gracias a Dios que fue mi principal apoyo motivador para cada día y continuar sin tirar la toalla.

David Quispe

Este trabajo se lo agradezco a mis padres, abuelos y amigos por creer en mí. Gracias por esa perseverancia de motivarme para no bajar los brazos, para lograr mis objetivos. Gracias a todos.

Ray Lozano



UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL PERÚ

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 0498-2019-UCP-FAC- NEGOCIOS, del 04 de diciembre del 2019, la Facultad de Negocios de la Universidad Científica del Perú-UCP, designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Plan de Negocio: **PLAN DE NEGOCIOS CAFÉ BAR SPORT BARULLO, IQUITOS, 2019**, a los Docentes:

CPCC Edwin Delgado Hildebrandt, Mgr. Presidente
CPC Isaias Ruiz Reátegui Miembro
CPC Luis Paima Linares Miembro

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 11:00 a.m. horas del día 6 del mes de DICEMBRE del año 2019, en las instalaciones de la Universidad Científica del Perú-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Plan de Negocio, presentado por:


QUISPE HERRERA DAVID ADAN
LOZANO DEL AGUILA RAY CHRISTIAN

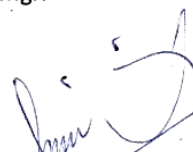
Como requisito para optar el título profesional de **Contador Público**. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El Jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La Sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el ACTA.


.....
CPCC Edwin Delgado Hildebrandt, Mgr.
Presidente


.....
CPC Isaias Ruiz Reátegui
Miembro


.....
CPC Luis Paima Linares
Miembro

CALIFICACIÓN:
Aprobado (a) Excelencia : 19 – 20
Aprobado (a) Unanimidad : 16 – 18
Aprobado (a) Mayoría : 13 – 15
Desaprobado (a) : 00 – 12



UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL PERÚ

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

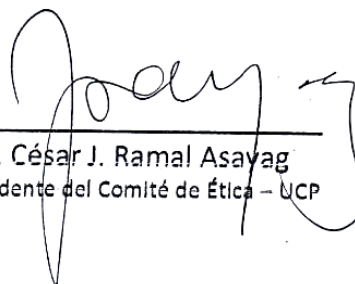
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

"PLAN DE NEGOCIOS CAFÉ BAR SPORT BARULLO, IQUITOS, 2019".

De los alumnos: **QUISPE HERRERA DAVID ADAN Y LOZANO DEL AGUILA RAY CRISTIAN** pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **12% de similitud.**

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 26 de noviembre del 2019.



Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética - UCP

CJRA/lasda
045-2019

Urkund Analysis Result

Analysed Document: UCP_CONTABILIDAD_2019_TSP_RAYLOZANO_DAVIDQUISPE_V1.pdf
(D59706894)
Submitted: 11/27/2019 12:06:00 AM
Submitted By: revision.antipiagio@ucp.edu.pe
Significance: 12 %

Sources included in the report:

UCP_Contabilidad_2019_TSP_Wilma Vieyra_V2.pdf (D58682380)
UCP_ADM-CONT_2019_TSP_ANDYQUISPE_ANTONYTANGO V1.pdf (D59352817)
UCP_TURISMO Y CONTABILIDAD_2019_TSP_ADRIANADIAZ Y LIGIASHAPIAMA_V2.pdf
(D58682375)
UCP_ADMINISTRACION_2019_TSP_MACARENARODRIGUEZ_V1.pdf (D57257684)

Instances where selected sources appear:

10

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
PORTADA	
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ACTA DE SUSTENTACIÓN	iv
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD	v
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INFORMACIÓN GENERAL	1
1.1 Nombre del negocio	1
1.2 Actividad empresarial	1
1.3 Idea del negocio.....	2
II. PLAN DE MARKETING	3
2.1 Necesidades de los clientes.	3
2.2 Demanda actual y tendencias.....	5
2.3 Oferta actual y tendencias.	9
2.4 Programa de marketing de la empresa Café Sport Bar Barullo	10
2.4.1 El producto	10
2.4.2 El precio	13
2.4.3 La promoción.....	14
2.4.4 La cadena de distribución de la empresa Café Sport Bar Barullo	16
III. PLAN DE OPERACIONES	17
3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento de la empresa Café Sport Bar Barullo.....	17
3.2 El proceso de producción de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019.....	18

3.2. El proceso de atención al cliente de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019.....	19
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.	22
4.1 La organización de la empresa Café Sport Bar Barullo	22
4.2 Puestos y funciones de la empresa Inversiones Café Sport Bar Barullo.....	22
4.4 Régimen tributario de la empresa Inversiones Café Sport Bar Barullo.....	25
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	26
5.1 Estudio económico de la empresa Café Sport Bar Barullo	26
5.2 Estudio financiero.	29
CONCLUSIONES:	32
BIBLIOGRAFÍA:	33

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2019	1
Cuadro 2. Proyección de la demanda de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019.....	5
Cuadro 3. Preferencias de las bebidas alcohólicas en el Perú, 2017.	8
Cuadro 4. Preferencias de las bebidas alcohólicas en el Perú, 2017.	8
Cuadro 5. Consumo anual per cápita de alcohol puro en los principales países de América Latina.....	9
Cuadro 6. Negocios similares en la ciudad de Iquitos, 2019.....	10
Cuadro 7. Precio de los productos de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019.....	14
Cuadro 8. Comportamiento del mercado: tendencias y participación	26
Cuadro 9. Ingresos por ventas de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles).....	26
Cuadro 10. Costo de ventas de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles)	26
Cuadro 11. Gastos administrativos de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles).....	27
Cuadro 12. Gastos comerciales de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles).....	27
Cuadro 13. Gastos pre operativos de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles).....	27
Cuadro 14. Inversión en activos de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles).....	28
Cuadro 15. Depreciación de los activos de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles).....	28
Cuadro 16. Programa de endeudamiento de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles).....	29
Cuadro 17. Estado de resultados integrales de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles).....	30
Cuadro 18. Flujo de caja de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles) ...	30
Cuadro 19. VAN, TIR y B/C de la empresa Café Sport Bar Barullo	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación de la empresa Café Sport Bar Barullo SRL., 2019.....	1
Figura 2: Personas degustando en un bar.....	4
Figura 3. Logo de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019.....	11
Figura 4. Figura 04. Jarra de cerveza, 2019	11
Figura 5. Barullo Sour, 2019.....	12
Figura 6. Barullo XXX, 2019	12
Figura 7. Barullo bar, 2019	13
Figura 8. Taza de café	13
Figura 9. Afiche promocional de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019	15
Figura 10. Polos con el logo de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019 .	15
Figura 11. Taza con logo de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019	16
Figura 12. Cadena de Distribución de la empresa Café Sport Bar Barullo, directa, 2019	16
Figura 13. Proceso de aprovisionamiento de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019.....	17
Figura 14. Proceso de producción de la empresa Café Sport Bar Barullo	18
Figura 15. Proceso de atención al cliente de la empresa Café Sport Bar Barullo.....	19
Figura 16. Diseño de los interiores de la empresa Café Sport Bar Barullo	21
Figura 17. Diseño de la ra de la empresa Café Sport Bar Barullo.....	21
Figura 18. Estructura orgánica de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019	22

PLAN DE NEGOCIOS CAFÉ SPORT BAR BARULLO SRL, IQUITOS, 2019

David Adán, Quispe-Herrera
Ray Christian, Lozano-Del Águila

RESUMEN

EL plan de negocios presenta una propuesta para la constitución de un café sport bar, dedicado a la comercialización de bebidas alcohólicas y no alcohólicas con una temática deportiva, es decir, ambientado con fin colores y banderas de los equipos deportivos nacionales e internacionales.

El plan de marketing ha determinado una demanda creciente de este tipo de negocios, y la herramienta más usada para promoción serán las redes sociales, por medio de las cuales se realizarán los sorteos de los merchandising que cuenta la empresa.

Referente al plan de operaciones, se han diseñado de manera simple, ajustados como para una pequeña empresa, buscando satisfacer las necesidades de los clientes. La fuente de aprovisionamiento se da en la ciudad de Iquitos.

En cuanto a los ratios económicos y financieros del plan de negocios, el valor actual neto (VAN) es positivo de S/. 31,390 y la tasa interna de retorno (TIR) del 37%, el Beneficio/Costo (B/C) es S/. 1.56. Además, arroja capacidad de pago para afrontar los compromisos en los 3 años que dura el proyecto.

Palabras claves: café, bar, deportivo, sport, cerveza.

BUSINESS PLAN CAFÉ SPORT BAR BARULLO SRL, IQUITOS, 2019

David Adam, Quispe-Herrera
Ray Christian, Lozano-Del Águila

ABSTRACT

The business plan presents a proposal for the constitution of a sport bar cafe, dedicated to the commercialization of alcoholic and non-alcoholic beverages with a sports theme, that is, set with colors and flags of national and international sports teams.

The marketing plan has determined a growing demand for this type of business, and the most used tool for promotion will be social networks, through which the raffles of merchandising that the company has will be made.

Regarding the operations plan, they have been designed in a simple way, adjusted as for a small business, seeking to meet the needs of customers. The source of supply is given in the city of Iquitos.

Regarding the economic and financial ratios of the business plan, the net present value (NPV) is positive of S /. 31,390 and the internal rate of return (IRR) of 37%, the Benefit / Cost (B / C) is S /. 1.56. In addition, it yields payment capacity to meet the commitments in the 3 years that the project lasts.

Keywords: coffee, bar, sports, sport, beer.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Café Bar Sport

Barullo Razón social: Inversiones

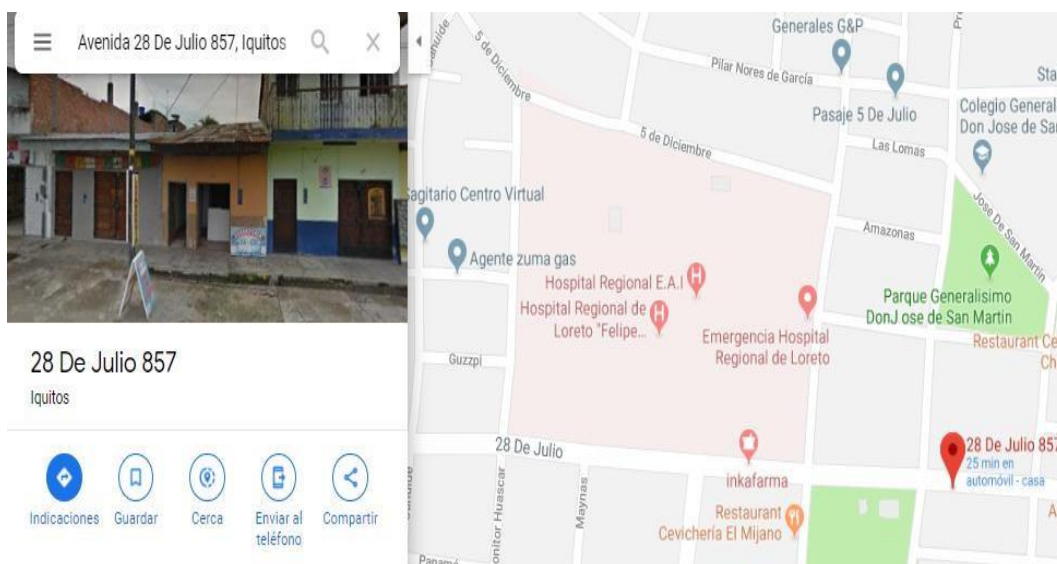
Sport Barullo SRL Sector de la

actividad: Bebidas y snack

Localización: Av. 28 de Julio Nro. 857, distrito de Punchana, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: servicio

Figura 1: Ubicación de la empresa Café Sport Bar Barullo SRL., 2019



Fuente: www.googlemaps.com

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2019

I	Actividades y servicio de alojamiento		
	56	Actividades de comida y bebida	
		563	Actividades de servicio de bebidas
			5630 Actividad de servicio de bebida

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio

Se busca satisfacer la necesidad de pasar un momento agradable en un ambiente perfecto para todos los amantes de los deportes. Además, satisfacer las necesidades de las personas que practican un deporte, con fines de entretenimiento, salud o construcción ex corporal físico.

Los segmentos al cual se pretende llegar son las personas jóvenes, entre 18 y 55 años de edad, jóvenes fanáticos(as) de distintas disciplinas deportivas (fútbol, básquet, tenis, lucha libre, box, etc.) que cuenten con ingresos dependiente e independiente y que resida o trabaje en la ciudad de Iquitos y que estén dispuestos a pagar por el servicio de comidas y bebidas. Otro segmento son las personas adultas que por tema de salud practican un deporte, como también la personas que acuden en grupo para socializar.

Se ofrece brindar un espacio donde los fanáticos(as) de distintos deportes puedan disfrutar de sus principales eventos en un ambiente temático acompañado de variedades de comidas y bebidas. Ofreciendo a sus clientes la oportunidad de demostrar sus conocimientos deportivos, interactuar con otros fanáticos. Siempre dispuestos a ofrecer nuevos servicios y, por encima de todo, a atender con la mejor de nuestras sonrisas. La infraestructura estará construida en forma de una cancha de fútbol, sus mesas, muebles y enseres y alrededores serán diseñados con estilos deportivos.

II. PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes.

En el punto anterior se explico acerca de las necesidades a satisfacer de los clientes, dentro de ellos:

a) Necesidad de integración con los familiares, amigos o compañeros de trabajo. a integración de las personas en una empresa es la función administrativa que se ocupa de dotar de personal a la estructura de la organización, a través de una adecuada y efectiva selección de personas que han de ocupar los puestos dentro de la estructura, es una de las funciones más importantes dentro de la administración, ya que de esta dependerá un buen ambiente laboral dentro de la empresa.

b) Necesidad de saciar el sofocante calor que agobia a nuestra ciudad

Ingerir la cantidad adecuada de líquido diario, además de saciar la sed, regula el buen funcionamiento de las células, favorece el transporte de nutrientes, mejora la lubricación de las articulaciones, elimina residuos del cuerpo y ayuda a mantener una adecuada temperatura corporal.

c) Necesidad de compartir gratos momentos, recordando partidos clásicos del futbol.

La necesidad de pasar gratos omentos en familia, con los amigos, nace por el deseo de compartir experiencias enriquecedoras con las personas que amas. Estos momentos son ideales para crear lazos que perduren en el tiempo y permiten superar adversidades.

d) Necesidad de degustar snack.

El disfrutar de un snack ofrece una posibilidad más para incorporar nutrientes saludables como las vitaminas, antioxidantes, minerales, fibra, agua, ya que si escogemos correctamente, podemos alcanzar un perfecto equilibrio y cubrir las necesidades diarias con ayuda de los snack.

Es decir, se busca satisfacer las necesidades de los jóvenes, personas mayores, que, absorbidos por la rutina del trabajo, empresa o negocios, buscan actividades que les relaje de forma grupal, con los amigos, familiares o compañeros de trabajo.

La necesidad que buscan es la interacción social, además se busca satisfacer la necesidad de seguridad, que no se ponga en riesgo la movilidad, de no ser asaltado. También, que se cumplan todas condiciones de higiene y manipulación de alimentos.

Otra necesidad que se busca satisfacer es la de reencontrarse con amigos, compañeros de estudios, compañeros de trabajo para pasar un momento agradable, inolvidable, con la mejor compañía.

El aislamiento de las personas, se ha vuelto tan frecuente, ya es provocado por el tipo de vida en estos tiempos, motivo por el cual nacen los bares, menos sofisticados y con temáticas como es el caso del presente plan de negocios, que propone una temática deportiva.

La satisfacción de estas necesidades va a determinar el grado de satisfacción que proporcionará licores consumidos en el bar café. Por lo tanto, una gestión de marketing debe intentar buscar la naturaleza de las verdaderas satisfacciones del cliente.

Figura 2: Personas degustando en un bar



Fuente:

[google.com/search?q=bares+con+temas+deportivos&rlz=1C1CHBD_esPE850P](https://www.google.com/search?q=bares+con+temas+deportivos&rlz=1C1CHBD_esPE850P)

2.2 Demanda actual y tendencias.

Cuadro 2. Proyección de la demanda de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019.

	Total urbano
Población distrito Iquitos	117,172
Población distrito de San Juan Bautista	108,287
Población distrito Punchana	68,346
Población distrito Belen	59,791
Población ciudad de Iquitos (censada al 2015)	353,597
.	471,730
Crecimiento promedio anual de la población	2%
Población ciudad de Iquitos (proyectada al 2019)	519,078
Promedio de personas del sexo masculino 52.2%	0.522
Personas de sexo masculino en la ciudad de Iquitos (proyectado al 2019)	270,959
Población entre 18 y 55 años de edad 51.48%	0.5148
Demanda proyectada	139,490
Personas que aficionadas al deporte 55%	0.55
Total personas que practican algún deporte en el Perú	76,719
Segmento C ciudad de Iquitos	17.20%
Segmento D ciudad de Iquitos	22.70%
Consumo del mercado objetivo (jarras)	30,611

Fuente: elaboración propia

Durante el 2014 la industria licorera peruana cayó aproximadamente 8% como consecuencia de la modificación de la Ley del Impuesto Selectivo al Consumo.

El 2015 se presentó como un año “más auspicioso” tras jugadas comerciales que permitieron crecer por encima de los dos dígitos. En ese marco, el sector licores avanza a paso lento recuperándose en un orden del 10%, “Cuando se implementó la Ley del Impuesto Selectivo al Consumo hubo una subida de precios, lo cual hizo que el mercado cayera. Después hubo una recuperación debido a que durante el 2015 el mercado de bebidas alcohólicas fue muy agresivo en precios para empezar a recuperar volúmenes.

Durante el 2015, se evolucionó de manera positiva sobre todo por categorías como whisky y ron, sin embargo, este crecimiento estaría muy por debajo del registrado en años anteriores, lo cual ha originado la pérdida de rentabilidad de las empresas licoreras y menores inversiones.

Lo mismo sucede con el mercado informal ya que debe estar en niveles similares porque finalmente los precios que hay entre el mercado formal y el informal sigue siendo grande, entonces se sigue manteniendo un porcentaje que debe estar entre el 30% y 35% de toda la industria, sobre todo en las bebidas espirituosas”.

En lo que va del 2016 las bebidas que más importa el Perú son el whisky, el ron y el vodka, la distribución de estas categorías se desarrollan de la misma forma en los distintos niveles socioeconómicos debido a que tienen diferentes segmentos. Por ejemplo, la categoría whisky tiene el segmento estándar, premium, superpremium.

En el caso del ron es prácticamente lo mismo, con la diferencia de que se está desarrollando un sector aspiracional del producto. Por otra parte, la categoría vodka, a pesar de que es una de las terceras más importadas, ha caído un poco en volumen por el desarrollo de otras categorías como el gin (ginebra).

El Whisky figura como la categoría principal de licores importados representando más del 50% de las compras totales, siendo el whisky escocés el de mayor adquisición”, si mismo, el ron figura como el segundo licor de más envíos nacionalizados representando alrededor del 20% de las adquisiciones totales.

En el primer trimestre de este año el volumen importado de este licor sumó 600 mil litros valorizados en US\$3 millones, siendo Guatemala, Cuba, Nicaragua y Colombia los principales países proveedores de este licor.

Entre las bebidas alcohólicas que más consumen los peruanos, lidera la cerveza (47 litros por persona) seguido del vino (1,5 litros

por persona) y los licores (cerca 1 litro por persona). Con respecto a esta última categoría de los licores nacionales son los de mayor preferencia; el consumo lo encabeza el pisco con un consumo promedio anual de 0,3 litros por persona, seguido del ron nacional con un consumo de 0,24 litros por persona.

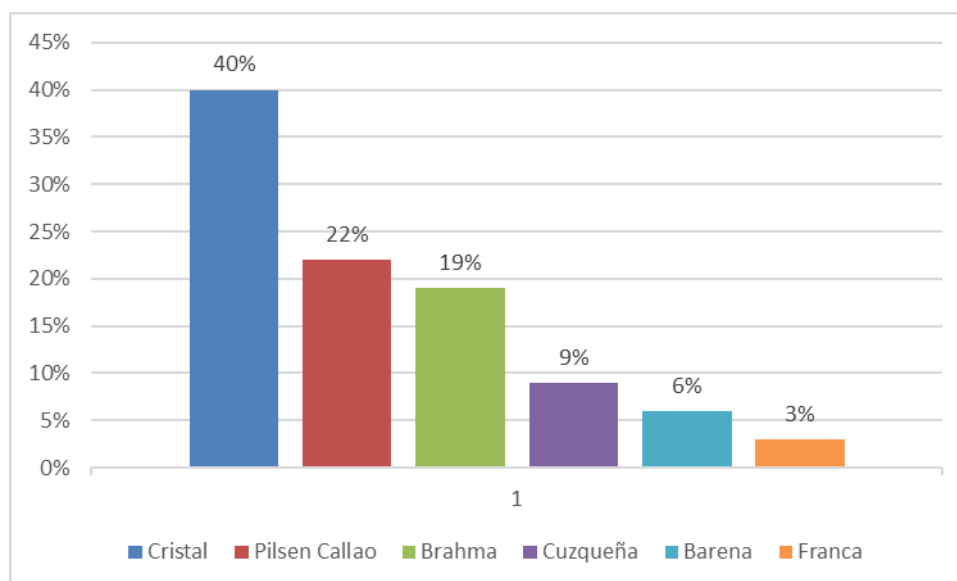
Cada peruano bebe, en promedio, 8.1 litros de alcohol al año. Así lo revela un estudio realizado por la Organización Mundial de la Salud (OMS). Esta situación nos ha llevado a ocupar el sexto lugar en Latinoamérica de consumo de licor. Encabeza esta lista Chile, con 9.6 litros. En tanto, los bielorrusos son los que más alcohol beben en el planeta, con 17.5 litros al año.

En relación al Perú, la OMS (2018), determinó que el licor que más se consume en nuestro país es la cerveza (46.8% del total de alcohol que se bebe anualmente), seguido de diversas bebidas espirituosas (47.1%) y del vino (6.1%).

Al respecto, Milton Rojas (2018), especialista de Cedro, sostuvo que la edad de inicio en el uso de estas bebidas ha sido fijada en los 13 años. Acotó que el mayor grupo de bebedores se encuentra entre los 25 y 30 años. Los cuales en su mayoría poseen un empleo. En diversas regiones se ha incrementado el consumo de bebidas alcohólicas. En Cusco en el 2010, el 10% de la población afirmaba que tomaba licor, logrando llegar a la cifra de 11.8% en el 2013.

Un panorama similar se vivió en Lima, que pasó de 7.9% a 10.5% en el mismo periodo, y en Tingo María, que llegó al 8.7% cuando antes tenía un índice de 8%. Otras ciudades con este índice son Arequipa, Tarapoto y Trujillo.

Cuadro 3. Preferencias de las bebidas alcohólicas en el Perú, 2017.



Fuente:www.gestion.com

Cuadro 4. Preferencias de las bebidas alcohólicas en el Perú, 2017.

Tipo de bebidas	Nivel A	Nivel B	Nivel C	Total de preferencias por bebida
Cerveza	14%	16%	30%	60%
Vino	6%	4%	2%	12%
Whisky	7%	2%	1%	10%
Pisco	1%	2%	2%	5%
Vodka	1%	3%	1%	6%
Ron	0.5%	1.5%	2%	4%
Otros	1%	1%	1%	3%
Total de encuestados por nivel	31.5%	29.5%	39%	100%=400 personas

Fuente: www. Gestión.com

Cuadro 5. Consumo anual per cápita de alcohol puro en los principales países de América Latina.

Pais	Litros per cápita
Chile	9.6
Argentina	9.3
Venezuela	8.9
Paraguay	8.8
Brasil	8.7
Perú	8.5
Panamá	8
Uruguay	7.6
Ecuador	7.2
México	7.2
Republica Dominicana	6.9
Colombia	6.2
Bolivia	5.9
Costa Rica	5.4
Cuba	5.2
Nicaragua	5
Honduras	4
Guatemala	3.8
El salvador	3.2

Fuente: Organización mundial de la salud - OMS

2.3 Oferta actual y tendencias.

En el mercado local, se aprecia con pocas empresas dedicadas al mismo rubro, es decir que presenten como temática el deporte. Se cuenta con negocios con ventas de licores muy posicionados en el mercado, dedicados al mismo segmento que lo propuesto en el presente plan de negocios.

Otro producto, en el mismo sector, que está causando gran impacto es la cerveza artesanal, propuesta que los jóvenes ha recibido de la mejor manera. Los locales tampoco han apostado por una temática del deporte, que hace que se impacte en los 5 sentidos del consumidor.

Cuadro 6. Negocios similares en la ciudad de Iquitos, 2019

Producto	Unidad	Negocios		
		Musmuky	Nikoro	Shipibo Bar
Cerveza	jarra	S/10.00	S/12.00	S/10.00

Fuente: elaboración propia

Los negocios con similar actividad en nuestra región, fueron identificados los tres principales, Musmuky, Nikoro y Shipibo Bar, ambos ubicados en el cercado de la ciudad de Iquitos, el primero con un posicionamiento fuerte en el mercado local y con tres sucursales en la región.

2.4 Programa de marketing de la empresa Café Sport Bar Barullo

2.4.1 El producto

a) Categorías de productos de la empresa Café Sport Bar Barullo.

Café Sport Bar Barullo presentara dentro de su carta de bebidas, lo siguiente:

- Bebidas fabricadas: Cerveza, vinos, gaseosas y Wiskis.
- Elaborados: Café, Tragos exóticos con insumos de la región, elaborados en el mismo lugar, como raíces y frutas, sin tener que usar insumos químicos que dañe la salud de sus clientes.

Las presentaciones de los productos serán en jarras, por un tema de conservar la rentabilidad.

El aguardiente de caña, seleccionado, el que debe conservar su naturalidad. Dentro el trago exótico que presentará será el Barullo Sour, Barullo XXX, Barullo Bar, entre otros.

Café Sport Barullo, es un pub del tipo temático, donde se

rendirá tributo y homenaje a los principales equipos de la liga nacional e internacional como a los equipos mundiales. El que incluye exhibir, camisetas de los equipos, camiseta de los principales deportistas, como los capitanes, arqueros y de los mejores jugadores del mundo.

Figura 3. Logo de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura 4. Figura 04. Jarra de cerveza, 2019



Fuente: [google.com/search?q=jarra+de+cerveza&rlz=1C1CHBD_esPE850PE8](https://www.google.com/search?q=jarra+de+cerveza&rlz=1C1CHBD_esPE850PE8)

Figura 5. Barullo Sour, 2019



Fuente: [.com/search?q=pisco+sour&rlz=1C1CHBD_esPE850PE8517qM:](https://www.google.com/search?q=pisco+sour&rlz=1C1CHBD_esPE850PE8517qM:)

Figura 6. Barullo XXX, 2019



Fuente: [google.com/search?q=cuba+libre&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&s](https://www.google.com/search?q=cuba+libre&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&s)

Figura 7. Barullo bar, 2019



Fuente: . google.com/search?q=daikiri&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850M

Figura 8. Taza de café



Fuente: google.com/search?q=taza+de+cafe&rlz=1C1CHBD_esPE850P

2.4.2 El precio

a. **Objetivos del precio de la empresa Café Sport Bar Barullo.**

Se ha elaborado los precios de los productos,

considerando la estructura de costos de la empresa, el mismo que debe mantener aceptable nivel de rentabilidad.

También, se ha considerado el precio de los negocios similares en nuestra ciudad. Se debe tener en cuenta que en cuanto a negocios similares con la misma propuesta no se ha podido identificar en nuestra ciudad, pero si todo presenta en la carta, la venta de cerveza en jarra como principal producto de comercialización.

Cuadro 7. Precio de los productos de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019

Producto	Unidad	Cafè Bar Sport Barullo
Cerveza	jarra	S/15.00
Barullo sour	vaso	S/10.00
Barullo XXX	vaso	S/10.00
Barullo Bar	vaso	S/7.00
Taza de Café	Taza	S/5.00

Fuente: elaboración propia

2.4.3 La promoción.

a.- Objetivos de la promoción de la empresa Café Sport Bar Barullo.

En objetivo de la promoción para la empresa es ofrecer un incentivo por la compra de nuestros productos, para que esto se traduzca en un incremento de ventas.

La principal herramienta de promoción serán las redes sociales, como el face book se creará un fan page para lograr dicho objetivo.

b.- Acciones de publicidad de la empresa Café Sport Bar Barullo

Se trabajará con tres redes sociales en esta primera etapa, fan page del face book, Instagram y publicaciones en

el YouTube. Como también se utilizará los medios tradicionales, la radio más sintonizadas por nuestros clientes prospectos, como el diario con mayor tiraje en la ciudad.

Figura 9. Afiche promocional de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura 10. Polos con el logo de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019



Fuente: elaboración propia

Figura 11. Taza con logo de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019

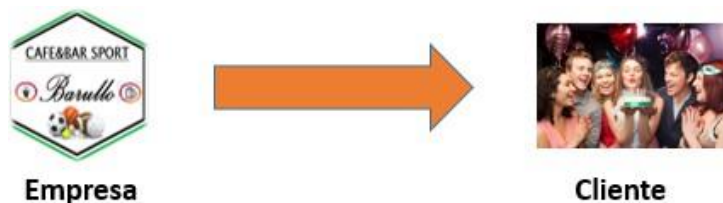


Fuente: elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución de la empresa Café Sport Bar Barullo

La cadena de distribución de la empresa será directa, la que se encontrará ubicado en la Av. 28 de Julio Nro.857, del distrito de Punchana. La venta y distribución de los productos de la empresa no cuenta con intermediarios. Zona céntrica del distrito de Puncha, de fácil acceso para los clientes.

Figura 12. Cadena de Distribución de la empresa Café Sport Bar Barullo, directa, 2019



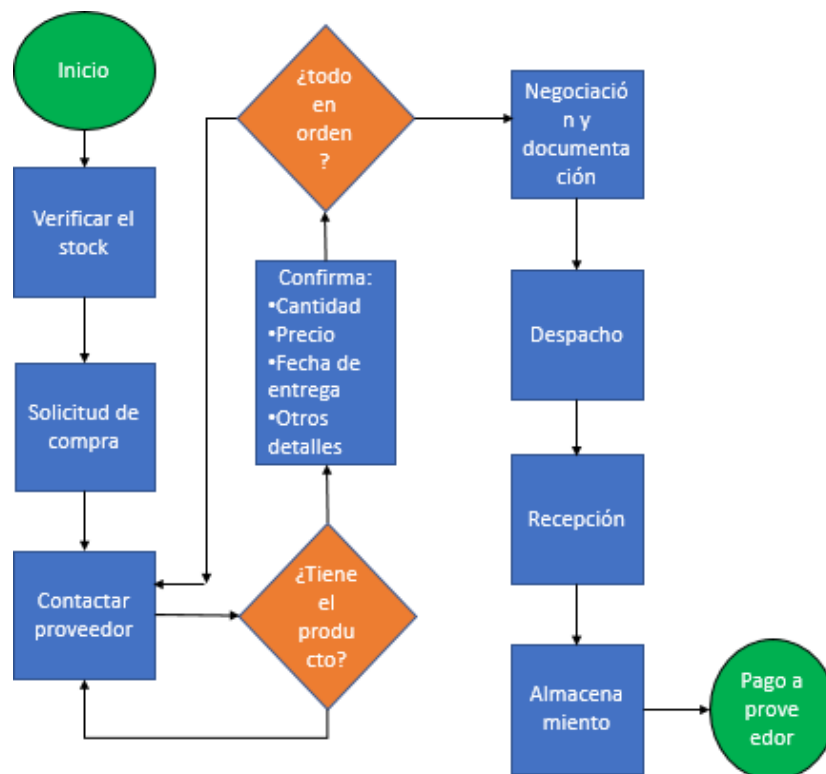
Fuente: Elaboración propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento de la empresa Café Sport Bar Barullo

El proceso de aprovisionamiento de la empresa comprende de la compra de los productos, licores, cervezas, gaseosas, snack, hasta el almacenamiento de la misma. Muchos de los cuales se realizan pedidos, para luego programar la recepción.

Figura 13. Proceso de aprovisionamiento de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019

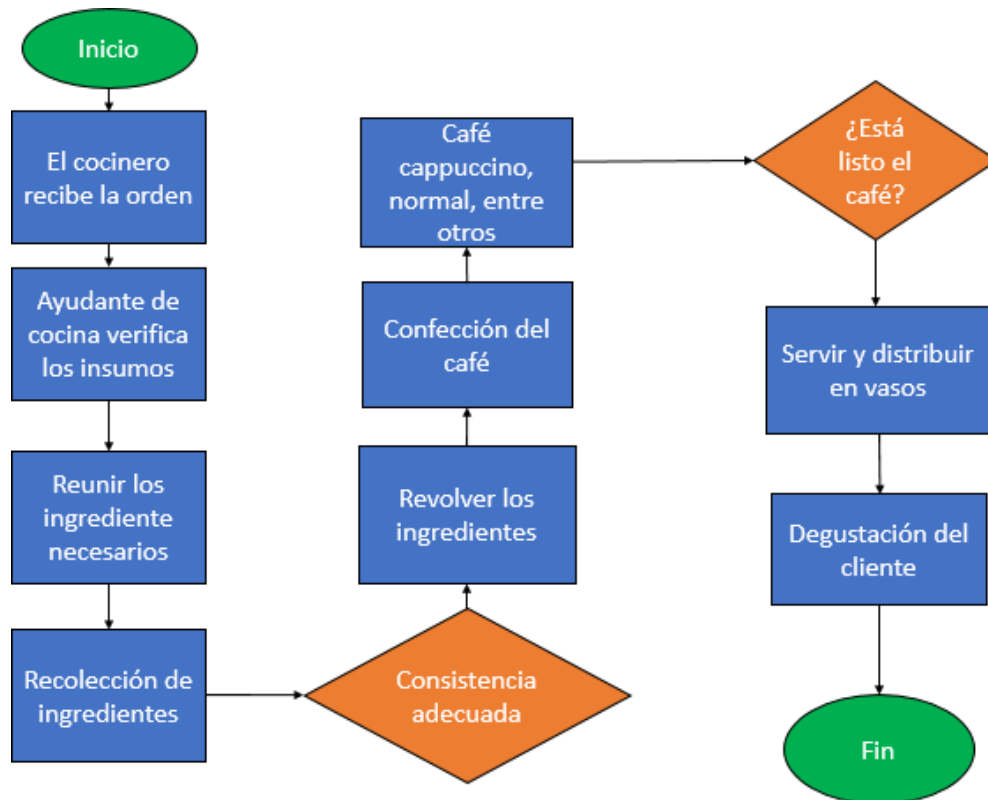


Fuente: elaboración propia

Al realizar la verificación de stock, se evalúa la cantidad que se debe solicitar, seguidamente se contacta con el proveedor, realiza la pregunta ¿todo en orden?, donde se confirma la cantidad, precio, fecha de entrega, entre otros. Para luego, negociar algunas condiciones de darse el caso, seguidamente viene el despacho, para luego recepciona y finalmente se ingresa al almacén.

3.2 El proceso de producción de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019

Figura 14. Proceso de producción de la empresa Café Sport Bar Barullo



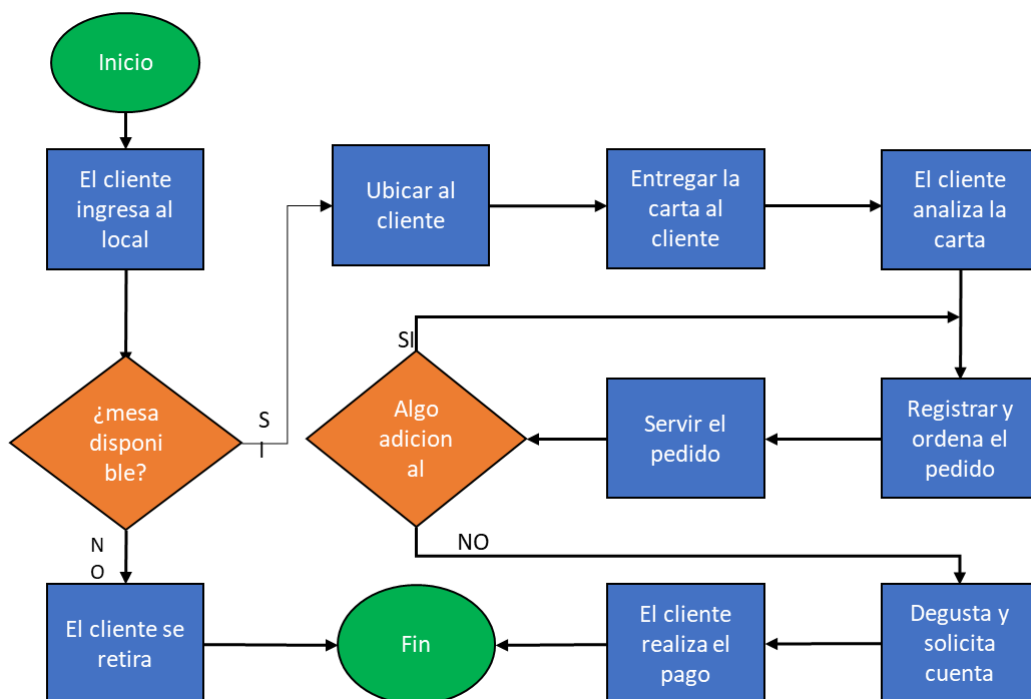
Fuente: elaboración propia

La producción para los casos de los productos elaboración en el mismo local comercial empieza con la orden entrega al cocinero, quien es apoyado por el ayudante, el que verifica los insumos. Luego se reúne los insumos necesarios para luego recolección de los ingredientes, paso seguido se realiza la pregunta,

¿presenta consistencia adecuada?, seguidamente se revuelve los ingredientes, para luego venir la confección del café, se termina el preparado y se hace la pregunta ¿está listo el café?, se sirve o presenta al cliente y seguidamente viene a la degustación del mismo.

3.2. El proceso de atención al cliente de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019

Figura 15. Proceso de atención al cliente de la empresa Café Sport Bar Barullo



Fuente: Elaboración propia

Proceso de producción de la empresa

- Cliente ingresa
Cliente ingresa al local comercial
- ¿Hay
mesa
disponibl
e? No:
se
despide
al cliente

SI: se sigue con el proceso

- Se ubica al cliente
Se procese a ubicar al cliente cualquier sea el lugar que haya
elegido
- Cliente analiza la carta
Cliente elige lo que se servirá, según sus gustos y preferencias.
- Se sirve el pedido
Se procede a servir al cliente de acuerdo a lo solicitado
- ¿Algo adicional?
El cliente puede ampliar su pedido de acuerdo a sus gustos o
necesidades
- Cliente degusta
Cliente procede a degustar
- Cliente realiza el pago
Cliente procede a de gustar el pedido

Figura 16. Diseño de los interiores de la empresa Café Sport Bar Barullo



Fuente: Elaboración propia

Figura 17. Diseño de la ra de la empresa Café Sport Bar Barullo

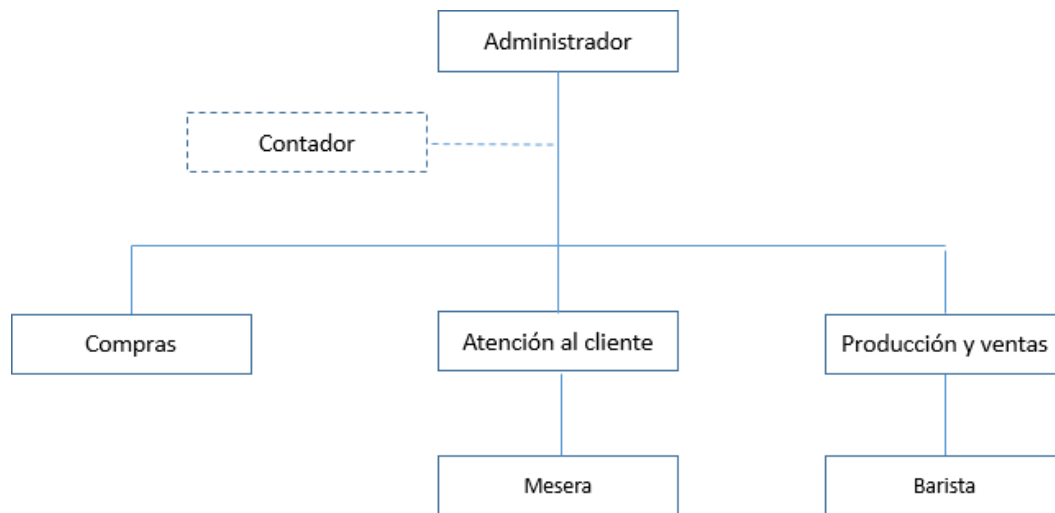


Fuente: Elaboración propia

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1 La organización de la empresa Café Sport Bar Barullo

Figura 18. Estructura orgánica de la empresa Café Sport Bar Barullo, 2019



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones de la empresa Inversiones Café Sport Bar Barullo

Puesto: Administrador Funciones:

- a. Planificar las ventas, costos y rentabilidad de la empresa.
- b. Elaborar los costos y egresos de la empresa.
- c. Pagar las remuneraciones de los trabajadores.
- d. Responsable de atender las quejas, reclamos y observaciones de los clientes.
- e. Elaborar el plan estratégico de la empresa para los 3 años siguientes.
- f. Elaborar el manual de organización y funciones de todas las áreas de la empresa.

- g. Responsable de supervisar el trabajo del supervisor de compras y del supervisor de producción.
- h. Resuelve los conflictos que se originan dentro de la empresa y su relación con los clientes y proveedores.
- i. Responsable del control del personal de todas las áreas

Puesto: Supervisor de compras Funciones:

- a. Responsable del aprovisionamiento y control de los insumos, productos que necesite la empresa.
- b. Elaborar el cuadro comparativo de las cotizaciones.
- c. Coordinar y reportar todas las ocurrencias al administrador.
- d. Tener actualizado el registro de nuestros proveedores
- e. Responsable de llevar el control de los insumos
- f. Velar por los intereses de la empresa para con los proveedores

Puesto: Atención al cliente Funciones:

- a. Definir los objetivos de ventas
- b. Dirigir y supervisar a la azafata.
- c. Atender quejas y reclamos de los clientes
- d. Realizar el control de calidad de los productos
- e. Trabajar en coordinación con el área de producción

Puesto: Mesera Funciones:

- a. Dar la bienvenida al cliente
- b. Responsable de acompañar al cliente para su ubicación en una mesa
- c. Hacer llegar la carta al cliente
- d. Asesorar al cliente para elegir los productos a consumir
- e. Tomar nota del pedido o pedidos
- f. Emitir las comandas
- g. Servir el pedido del cliente
- h. Cobrar el dinero por el consumo y lo lleva a caja

- i. Retornar con el vuelto y con el comprobante por el consumo del cliente

Puesto: Supervisor de producción Funciones:

- f. Responsable de planear y organizar el área de producción para el cumplimiento de los objetivos.
- g. Dirigir y controlar al barista.
- h. Controlar y custodiar de los insumos e ingredientes.
- i. Reportar al administrador sobre la producción diaria
- j. Evaluar la preparación de nuevos tragos
- k. Responsable del cumplimiento de ventas
- l. Realizar las activaciones

Puesto: Barista Funciones:

- a. Elaborar los pedidos solicitados por los clientes.
- b. Planificar y proponer nuevos sabores
- c. Emitir la lista de insumos al área de compras.
- d. Capacitar al personal a su cargo
- e. Responsable de reportar al jefe de producción

4.3 Controla el tiempo de producción del barista Condiciones laborales de la empresa Café Sport Bar Barullo

La empresa se acogerá a la Ley 28015 Ley de promoción de la Micro y Pequeña empresa, previamente se registrará en el registro de la micro y pequeña empresa. (Remype). También, contará con contratos a tiempo completo con todo los colaborados y la jornada laboral será de ocho horas diarias. Para el caso del contador se contará con servicios por honorarios, La empresa se acogerá al régimen especial laboral

4.4 Régimen tributario de la empresa Inversiones Café Sport Bar Barullo

Para constituir una empresa y elegir el régimen tributario, tenemos lo siguiente:

- ✓ Nuevo régimen simplificado – NRUS.
- ✓ Régimen especial de renta –RER.
- ✓ Régimen general.
- ✓ Régimen de la amazonia.
- ✓ Régimen Mype tributario – RMT.

La empresa se acogerá al Régimen Mype Tributario (RMT), por lo beneficios que recibe en este régimen, los pagos serán del 1% al mes. Siempre y cuando no se supere las 300 UIT de ingresos al año.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico de la empresa Café Sport Bar Barullo

Cuadro 8. Comportamiento del mercado: tendencias y participación

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Demanda actual anual por jarras	30,611		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual por jarras	30,611	31,223	31,848
Participación de mercado	35.00%	40.00%	45.00%
Demanda del proyecto jarras	10,714	12,489	14,331

Fuente: elaboración propia

Cuadro 9. Ingresos por ventas de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ventas anuales	10,714	12,489	14,331
Precio mercado soles	15.00	15.00	15.30
Tendencia del precio	0%	2.0%	3.0%
Precio de venta efectiva jarras	S/.15.00	S/.15.30	S/.15.76
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.160,708	S/.191,086	S/.225,849

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10. Costo de ventas de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ventas	10,714	12,489	14,331
Costo compra	S/6.00	S/6.18	S/6.43
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/64,283	S/77,184	S/92,111

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11. Gastos administrativos de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Administrador/compras	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,200	S/. 1,200
Atencion al cliente/produccion	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 950	S/. 1,100	S/. 1,200
Mesera/Barista	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,000	S/. 1,100
Remuneraciones del personal	S/. 3,810	S/. 4,300	S/. 4,600
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 4,140	S/. 4,673	S/. 4,999
Contador	S/. 250	S/. 280	S/. 310
Servicios públicos	S/. 255	S/. 284	S/. 321
Útiles oficina	S/. 125	S/. 186	S/. 211
Otros	S/. 201	S/. 220	S/. 254
Total mensual	S/. 4,971	S/. 5,643	S/. 6,095
TOTAL ANUAL	S/.59,654	S/.67,712	S/.73,136

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12. Gastos comerciales de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Publicidad	S/. 345.00	S/. 355.00	S/. 388.00
Alquiler local	S/. 400.00	S/. 450.00	S/. 500.00
Promociones	S/. 220.00	S/. 278.00	S/. 289.00
Otros	S/. 242.00	S/. 267.00	S/. 294.00
Total mensual	S/. 1,207.00	S/. 1,350.00	S/. 1,471.00
TOTAL ANUAL	S/.14,484.00	S/.16,200.00	S/.17,652.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 13. Gastos pre operativos de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2022
Estudio de mercado	S/. 1,211.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Trámites diversos	S/. 758.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,969.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. Inversión en activos de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles)

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local/implementación	S/. 10,000	1	S/. 10,000	20	S/. 500
Equipos	S/. 4,000	1	S/. 4,000	5	S/. 800
Vehículos	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Muebles	S/. 10,000	1	S/. 10,000	5	S/. 2,000
Total			S/. 30,000		S/. 4,500

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Depreciación de los activos de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Residual
Depreciación activo fijo	S/.30,000.00	-S/.4,500.00	-S/.4,500.00	-S/.4,500.00	S/.16,500.00
Amortización activo intangible	S/.1,969.00	-S/.393.80	-S/.393.80	-S/.393.80	S/.787.60
TOTAL	S/.31,969.00	-S/.4,893.80	-S/.4,893.80	-S/.4,893.80	S/.17,287.60

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio financiero.

Cuadro 16. Programa de endeudamiento de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles)

Deuda a tomar	S/. 35,000			
35.00% Anual		2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	35,000	700	972	1,672
2	34,028	681	972	1,653
3	33,056	661	972	1,633
4	32,083	642	972	1,614
5	31,111	622	972	1,594
6	30,139	603	972	1,575
7	29,167	583	972	1,556
8	28,194	564	972	1,536
9	27,222	544	972	1,517
10	26,250	525	972	1,497
11	25,278	506	972	1,478
12	24,306	486	972	1,458
		7,117	11,667	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	23,333	467	972	1,439
14	22,361	447	972	1,419
15	21,389	428	972	1,400
16	20,417	408	972	1,381
17	19,444	389	972	1,361
18	18,472	369	972	1,342
19	17,500	350	972	1,322
20	16,528	331	972	1,303
21	15,556	311	972	1,283
22	14,583	292	972	1,264
23	13,611	272	972	1,244
24	12,639	253	972	1,225
		4,317	11,667	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	11,667	233	972	1,206
26	10,694	214	972	1,186
27	9,722	194	972	1,167
28	8,750	175	972	1,147
29	7,778	156	972	1,128
30	6,806	136	972	1,108
31	5,833	117	972	1,089
32	4,861	97	972	1,069
33	3,889	78	972	1,050
34	2,917	58	972	1,031
35	1,944	39	972	1,011
36	972	19	972	992
		1,517	11,667	
		12,950	35,000	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17. Estado de resultados integrales de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles)

	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Ingresos por ventas	S/.160,708	S/.191,086	S/.225,849
Costo ventas	-S/.64,283	-S/.77,184	-S/.92,111
Margen Bruto	S/.96,425	S/.113,902	S/.133,738
Gastos administrativos	-S/.59,654	-S/.67,712	-S/.73,136
Depreciación y amortización	-S/.4,894	-S/.4,894	-S/.4,894
Gastos comerciales	-S/.14,484	-S/.16,200	-S/.17,652
Margen operativo	S/.17,392	S/.25,096	S/.38,056
Gastos financieros	-S/.7,117	-S/.4,317	-S/.1,517
Margen antes de tributos	S/.10,276	S/.20,780	S/.36,540
Tributos hasta 15 UIT 10%	-S/.1,028	-S/.6,450	-S/.6,525
Margen neto	S/.9,248	S/.14,330	S/.30,015

Fuente: elaboración propia

Cuadro 18. Flujo de caja de la empresa Café Sport Bar Barullo (soles)

	Año 0	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.160,708	S/.191,086	S/.225,849	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.31,969				S/.17,288
Capital de trabajo	-S/.24,106	-S/.11,253	-S/.6,480	-S/.1,448	S/.43,288
Compras		-S/.64,283	-S/.77,184	-S/.92,111	
Gastos administrativos		-S/.59,654	-S/.67,712	-S/.73,136	
Gastos comerciales		-S/.14,484	-S/.16,200	-S/.17,652	
Pago impuestos		-S/.1,739	-S/.2,510	-S/.3,806	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.56,075	S/.9,294	S/.21,000	S/.37,696	S/.60,575
Préstamo recibido	S/.35,000				S/.0
Amortización		-S/.11,667	-S/.11,667	-S/.11,667	
Gastos financieros		-S/.7,117	-S/.4,317	-S/.1,517	
Escudo fiscal		S/.712	S/.432	S/.152	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.21,075	-S/.8,778	S/.5,449	S/.24,664	S/.60,575
Aporte de los socios	S/.21,075				
Financiamiento	S/.35,000				
Total Inversión	S/.56,075				

Fuente: elaboración propia

Cuadro 19. VAN, TIR y B/C de la empresa Café Sport Bar Barullo

VAN económico	S/.31,390
Tasa de descuento (CAPM)	15.55%
TIR Económica	37%
Indice B/C	1.56
VAN Financiero	S/.16,334
Tasa de descuento (WACC)	27.69%
TIR Financiero	52%
Indice B/C	1.78

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES:

- a) El plan de negocios propuesto en la presente investigación, se realizó con la finalidad de constituir la empresa Café Sport Bar Barullo SRL, dedicada a venta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas; como a la venta de snack. Negocio desarrollado en un local que lleva temática deportiva en su totalidad, acogerá a los distintos deportes, de los distintos clubes deportivos del Perú y del mundo.
- b) EL objetivo del plan de negocios es la satisfacer las necesidades de los clientes, la principal herramienta de promoción serán las redes sociales, dentro de ellas el fan page. Por medio de esta herramienta se realizará los sorteos de los merchandising.
- c) En cuanto al plan de operaciones, considerado uno de las partes más importante de la empresa, han sido elaborado de manera simple, los procesos son cortos. Se busca con estos procesos brindar un servicio de calidad que supere las expectativas de los clientes.
- d) El plan de recurso humano, establece las funciones de forma clara, se respetará los beneficios laborales para los trabajadores de una micro empresa.
- e) Se ha considerado financiamiento se da por tres años, el flujo de caja arroja capacidad de pago para cumplir con el préstamo, el proyecto muestra viabilidad. En cuanto a las ratios económicas, el valor actual neto (VAN) es de **treinta y un mil trescientos noventa y 00/100 soles (S/.31,390.00)**, con una tasa interna de retorno (TIR) de **37%**, y la relación Beneficio Costo (B/C) igual a **1.56**, que indica que por cada sol invertido se recuperara la inversión más **dos con 56/100 soles de utilidad**.

BIBLIOGRAFÍA:

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *Censos Nacionales 2015: XII de Población y VI de Vivienda. Lima, Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2015 IV Censo Nacional Económico por departamento.* Lima, Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en:
www.inei.gob.pe

Interés para la industria. Publicaciones misceláneas N° 602. ISSN-0534 - 5391. Lima. Perú. 25 p. Conexión esam.com. 22 de setiembre del 2016.

Rojas, Milton (2017). Especialista de El Centro de Información y Educación para la Prevención del Abuso de Drogas - CEDRO.

Organización Mundial de la Salud- OMS (2018)