



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIO DEL BAR TEMÁTICO MI PERÚ,
IQUITOS, 2019**

Autoras:

Gómez Yalta, Alison Julissa

Párraga Mozombite, Fátima Isabel

**Para optar el título profesional
de Contador Público**

**IQUITOS - PERÚ
2019**

DEDICATORIA

Dedico este plan de negocio primeramente a Dios por haberme dado salud, ser el manantial de vida y darme lo necesario para seguir adelante y lograr mis objetivos.

A mis padres que me dieron su apoyo en todo momento, motivándome a ser una persona de bien y a no rendirme cada batalla.

Fátima Párraga

Dedico este trabajo a Dios, mis padres, quienes han sido los pilares de mi vida, los que creyeron en mí en todo momento.

En especial a mi madre, que me enseñó que debo triunfar en una estructura dominada por el varón.

Dedicada a todas esas personas que me han apoyado con sus consejos y palabras de aliento para nunca rendirme.

Alison Gómez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme sabiduría y salud, permitiendo que llegue hasta este punto.

A mis padres y familiares que me brindaron su apoyo tanto moral y económicamente para culminar mi carrera y ser el orgullo para ellos.

Agradecer a la Universidad Científica del Perú por ser la institución en la que me formo profesionalmente.

Fátima Párraga

Agradezco en primer lugar a Dios, por darme vida, salud y sobre todo sabiduría para salir adelante y luchar por mis sueños y metas.

Agradezco a la Universidad Científica del Perú, por brindarme calidad de aprendizaje.

A mi familia, porque siempre me apoyaron para salir adelante, nunca rendirme y para ser mejor cada día.

Alison Gómez

**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:

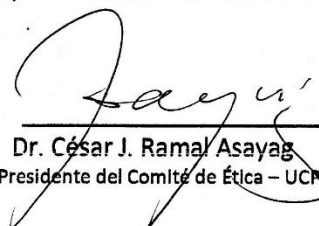
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

"PLAN DE NEGOCIO DEL BAR TEMATICO MI PERU, IQUITOS 2019".

De los alumnos: **GOMEZ YALTA ALISON JULISSA Y PARRAGA MOZOMBITE FATIMA ISABEL** pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **2% de similitud**.

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

San Juan, 21 de noviembre del 2019.



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

CJRA/lasda
042 -2019



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

FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 0477-2019-UCP-FAC- NEGOCIOS, del 27 de noviembre 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 DEL BAR TEMÁTICO MI PERÚ, IQUITOS, 2019**, a los Docentes:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, MBA

Presidente

CPCC Edwin Delgado Hildebrandt, Mgr

Miembro

Lic. Adm. Marco Antonio Reátegui Meza, Mgr.

Miembro

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las.....19.00.....horas del día.....30.....del mes de NOVIEMBRE.....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:

**PARRAGA MOZOMBITE FATIMA ISABEL
GOMEZ YALTA ALISON JULISSA**

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.

.....
Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, MBA
Presidente

.....
CPCC Edwin Delgado Hildebrandt, Mgr.
Miembro

.....
Lic. Adm. Marco Antonio Reátegui Meza, Mgr
Miembro

CALIFICACIÓN:

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

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
PLAN DE NEGOCIOS DEL BAR TEMÁTICO MI PERÚ, IQUITOS 2019	1
RESUMEN	1
SUMMARY	2
I. INFORMACIÓN GENERAL	3
1.1 Nombre del negocio	3
1.3 Idea del negocio	5
II. PLAN DE MARKETING	6
2.1 Necesidades de los clientes	6
2.2 Demanda actual y tendencias	8
2.3 Oferta actual y tendencias	10
2.4 Programa de Marketing	12
2.4.1 El producto	12
2.4.2 El precio	18
2.4.3 La promoción	18
2.4.4 La cadena de la distribución	21
III. PLAN DE OPERACIONES	22
3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento	22
3.2. Proceso de aprovisionamiento	22
3.3 Proceso de atención al cliente	24
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	27
4.1 La organización	27
4.2 Puestos y funciones	27
4.4 Régimen tributario	30
V. PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO	31
5.1 Estudio económico	31
5.2 Estudio financiero	38
CONCLUSIONES	41
BIBLIOGRAFÍA	43

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 01: Clasificación Industrial Internacional Uniforme -----	4
Cuadro 02: Clasificación Industrial Internacional Uniforme -----	4
Cuadro 03: Productos de la empresa -----	18

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 01: Ubicación de la empresa Bar Mi Perú -----	3
Figura 02: La pirámide de Abraham Maslow -----	7
Figura 03: Cerveza corona, budweiser y Heineken -----	14
Figura 04: Bebidas alcohólicas, whisky, tequila, ron -----	14
Figura 05: Chilcano de pisco -----	15
Figura 06: Coco loco -----	15
Figura 07: Machu picchu -----	15
Figura 08: Perú tropical -----	16
Figura 09: Piqueo mi Perú -----	16
Figura 10: Logo de la empresa Bar Mi Perú -----	17
Figura 11: Promoción 2x1 -----	19
Figura 12: Obsequio por el día del padre -----	20
Figura 13: Sorteo de vale para tragos y cocteles -----	20
Figura 14: Cadena de distribución -----	21
Figura 15: Proceso de aprovisionamiento -----	22
Figura 16: Proceso de atención al cliente -----	24
Figura17: Organigrama de la empresa -----	27

ÍNDICE DE TABLAS

Página

Tabla 01: Ventas estimadas mensual y anual -----	31
Tabla 02: Proyección de ventas anuales -----	32
Tabla 03: Determinación de costo de ventas -----	32
Tabla 04: Proyección de compras mensual y anual -----	33
Tabla 05: Inventario Final -----	34
Tabla 06: Gastos de personal -----	35
Tabla 07: Gastos pre operativos -----	36
Tabla 08: Gastos de publicidad -----	36
Tabla 09: Gastos de funcionamiento-----	36
Tabla 10: Gastos de servicios básicos -----	36
Tabla 11: Inversión en activos fijos -----	37
Tabla 12: Depreciación y amortización de activos fijos -----	37
Tabla 13: Capital de Trabajo -----	37
Tabla 14: Programa de endeudamiento-----	38
Tabla 15: Estado de resultados -----	39
Tabla 16: Flujo de caja -----	40
Tabla 17: VAN, TIR y B/C-----	40

PLAN DE NEGOCIOS DEL BAR TEMÁTICO MI PERÚ, IQUITOS 2019

Alison Julissa Gómez Yalta

Fátima Isabel Párraga Mozombite

RESUMEN

El presente trabajo de investigación de negocios estudia la factibilidad de constituir una empresa dedicada a la venta de bebidas nacionales e internacionales, con un agregado que se tiene para la venta un plato de piqueo denominado piqueo Mi Perú.

Los segmentos objetivos, son personas de sexo masculino y femenino que tienen entre los 18 a 55 años de edad, y tienen ingresos económicos provenientes de las actividades independientes o laboran en una empresa o institución estatal.

El estudio de mercado muestra una demanda importante para la compra de producto, con proveedores disponibles en la misma ciudad. En el aspecto organizacional la empresa tiene la forma de persona jurídica, SAC, y en el ámbito de la misma empresa.

En cuanto a los indicadores económicos y financieros que se aplicaron al presente proyecto, nos presentan un Valor Actual Neto (VAN) y una Tasa Interna de Retorno (TIR) alentadores, de igual manera la relación Beneficio Costo (B/C) presenta valores aceptables de beneficio de la inversión, y el flujo de caja muestra el nivel de capacidad de pago de las obligaciones en los tres años.

Palabras claves: Plan de negocios, bar temático, bebida bandera, piqueo.

BUSINESS PLAN BAR TEMATICO MI PERU, IQUITOS 2019

Alison Julissa Gómez Yalta

Fátima Isabel Párraga Mozombite

SUMMARY

This business research paper studies the feasibility of establishing a company dedicated to the sale of international and national drinks, with an aggregate that has a plate of snacks called Peru snacks.

The target segments are male and female persons who are between 18 and 55 years of age, who have economic income from independent activities or work in a state company or institution.

There are favorable conditions to carry out this business idea with great success, taking into account that there are suppliers that will provide us with facilities for conducting the business. An organizational structure has also been determined with well-defined functions for each of the areas and positions in the business.

As for the economic and financial indicators that were applied to this project, they present us with a net Present Value (NPV) and an encouraging Internal Rate of Return (IRR), in the same way the relation Cost Benefit (B / C) presents acceptable values of profit of the investment, and the cash flow shows the level of capacity of payment of the obligations in the three years

Keywords: Business plan, theme bar, flag drink, snacks.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial : Bar Mi Perú.

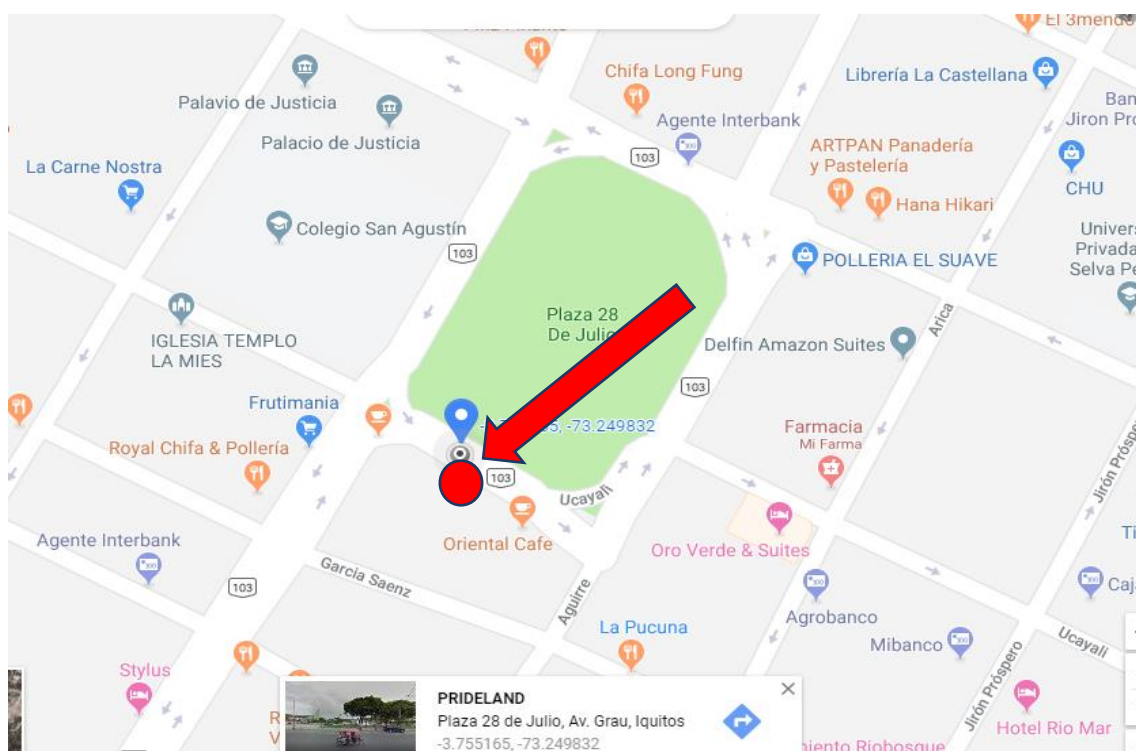
Razón social : Bar temático Mi Perú S.A.C.

Sector de la actividad : Servicio de entretenimiento, centro nocturno dirigido al público mayor de edad.

Localización : Calle Bermúdez 445, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad : Servicio.

Figura 01: Ubicación de la empresa Bar Mi Perú, 2019



Fuente: www.googlemaps.com

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2017

I	Actividades de alojamiento y de servicios de comidas			
	56	Actividades de servicio de comidas y bebidas		
		563	Actividades de servicio de bebidas	
			5630	Actividades de servicio de bebidas

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI

Cuadro 02. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2017

R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas			
	90	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento		
		900	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento	
			9000	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI

1.3 Idea del negocio

Se busca satisfacer la necesidad de diversión de las personas, quienes desean un ambiente propicio para la conversación entre amigos, el esparcimiento, por alguna ocasión importante en la vida de ellos, como un cumpleaños, momentos románticos, y/o entretenimiento, como ver un partido de fútbol. También se busca fomentar el arte y la cultura de las tres regiones de nuestro país.

Los segmentos a los cuales queremos llegar están dedicados a los jóvenes y adultos mayores de edad, ya sean nacionales o extranjeros, para dar a conocer lo maravilloso que es la cultura peruana.

Ofrecemos bebidas nacionales como internacionales, donde uno puede degustar una deliciosa cerveza, tragos nacionales, hasta tragos internacionales; acompañados de un exquisito piqueo de las tres regiones. Brindamos servicios de calidad, con seguridad y zona de estacionamiento, decorado con bellas imágenes relacionadas a las diversas culturas y también entretenimiento que consta de shows artísticos que cautivaran a los clientes y mostraran la belleza de la cultura peruana, temáticas de acuerdo a la ocasión (juego de fútbol importantes, fiestas nacionales y regionales, entre otros) para que se entretengan los clientes y se sientan cómodos.

II. PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

Como se detalló en el capítulo anterior, el objetivo de nuestro plan es satisfacer las necesidades de los clientes quienes buscan relajarse, divertirse o pasar un buen rato entre amigos, como reencuentro de promoción, compañeros de trabajo y/o fechas para algunas ocasiones importantes, ya que nuestros clientes desean cambiar de ambiente y que no estén vinculado a sus espacios habituales de todos los días, por eso se adecúa a un buen establecimiento para sentarse a conversar y degustar de tragos nacionales e internacionales acompañadas del piqueo de las tres regiones; porque siempre es bueno darse un espacio de relax y salir de casa después de un largo día agotador.

También pensando en lo que el cliente quiere, se encuentra la oferta de experiencias, porque ofrecemos algo que en casa no se encuentra, como por ejemplo la posibilidad de ver partidos de fútbol en fechas importantes, juegos diversos, además se brindará música y shows relacionados a las regiones del Perú para que el cliente la pase bien.

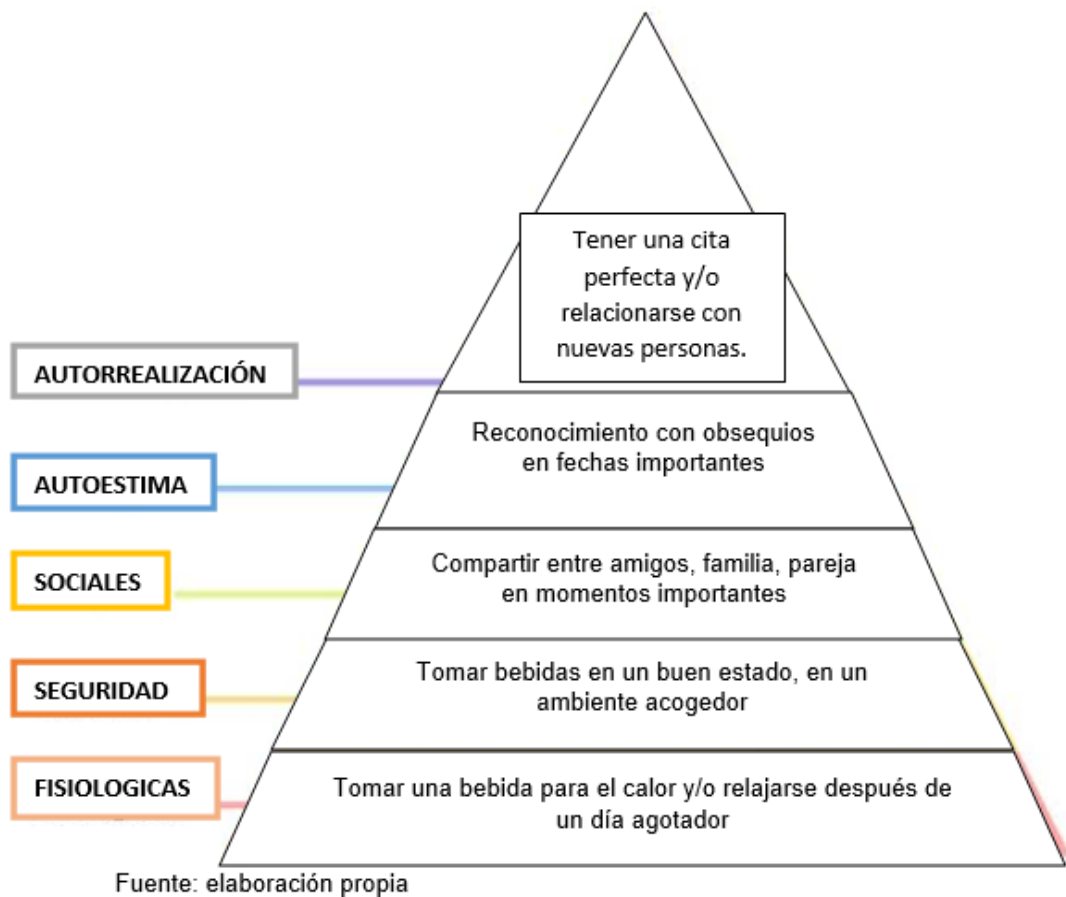
Se busca dar a conocer la cultura por regiones y que nuestros clientes gocen de un buen entretenimiento; y sepan un poco de nuestra raza peruana, ya que en nuestra ciudad de Iquitos son pocos los lugares que muestran la historia del país, es por eso que un bar decorado difundiendo la cultura de las tres regiones, es una manera indirecta de vender lo nuestro y que los clientes se sientan atraídos por el establecimiento y la historia que se mostrará dentro de ésta.

Se brindará servicios de excelente calidad, con un buen ambiente acogedor y con aire acondicionado, con mesas, sillas, muebles adecuadas para que el cliente se mantenga cómodo, y sienta que está seguro dentro de nuestro establecimiento, también servicios higiénicos limpios y agradables, con privacidad para las damas y los caballeros, personal capacitado para una buena atención al cliente, oferta de

experiencias para el cliente, oferta en los productos, comodidades de pago ya sea en efectivo y/o tarjetas de débito y crédito.

Díaz. (2010) en su libro Relaciones Públicas y Marketing menciona que el rey Luis XIV, Delalande escribió las “sinfonías para las cenas del rey”. En nuestros días, hay músicos cuyos poderes y virtudes son múltiples, entre otros los de acompañar agradablemente una cena, agudizar el apetito, hacer beber, encubrir “el silencio de la soledad”.

Figura 02. Necesidades de los clientes en la pirámide de Abraham Maslow



Con el presente proyecto se pretende atender las necesidades sociales de las personas.

2.2 Demanda actual y tendencias

Existen en la actualidad diversos lugares de diversión donde las personas mayores acuden para pasar unos momentos especiales y de esparcimiento.

Las discotecas, karaokes, bares y lugares parecidos, se han convertido en una actividad muy rentable, que fueron evolucionando y fueron cambiando de acuerdo al avance de la tecnología. Es a partir de los beneficios económicos que brindan estos tipos de actividades, que se considera como una oportunidad de negocio y nace la idea de un bar temático, que, a diferencias de los lugares mencionados anteriormente, nos brindará además de las bebidas nacionales e importadas, un piqueo de las tres regiones del Perú.

Desde hace varios años en los diferentes departamentos del Perú, este tipo de actividades se vienen incrementando, ya que la asistencia de personas a estos centros de diversión es con más frecuencia, máxime si tenemos en cuenta, que estas actividades de venta de bebidas, se han fusionado con otros negocios como los karaokes, restaurantes, discotecas, entre otros.

En nuestro país, de acuerdo a la redacción del Diario Perú 21 actualizado al 13/08/2019 indica: **“Las exportaciones de pisco crecerían entre 2% y 3% al final de 2019, informó el Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la CCL.”**

Las exportaciones peruanas de pisco sumaron US\$ 4.3 millones en el primer semestre del 2019, cifra superior en 2.9% frente a los US\$ 4.2 millones del mismo periodo de 2018, informó la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Por su parte, los envíos de vino registraron un total acumulado de US\$ 115,860, monto mayor en 53.8% a los US\$ 75,321 registrados en la primera mitad del año pasado, añadió el Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la CCL.

De igual manera, los envíos al exterior de gin y ginebra tuvieron una variación positiva de 18.2% entre enero y junio de este año, en relación a lo exportado en similar periodo del 2018. Sin embargo, las exportaciones de ron y vodka sufrieron considerables caídas de 13.3% y 32.6%, respectivamente según las estadísticas de la Sunat.

Debido al comportamiento de los despachos de bebidas alcohólicas durante el primer semestre, el CCEX espera que estos se incrementen en aproximadamente 4% al final del año, en comparación a lo registrado en 2018. Asimismo, las exportaciones de pisco crecerían entre 2% y 3% este 2019

Por otro lado, con respecto al consumo interno, el Gremio de Importadores y Comerciantes de Vinos, Licores y otras Bebidas de la CCL indicó que entre las bebidas alcohólicas que más consumen los peruanos se encuentran la cerveza liderando la lista, le siguen el vino, ron, whisky, pisco y vodka.

A su vez, el consumo de bebidas alcohólicas per cápita en el Perú es de 79.4 litros año, correspondiendo a la cerveza 75.5 litros, al vino 2.3 litros y a los destilados 1.6 litros.

Según Fuente: INEI- Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares, se tiene que los hogares con mayor consumo per cápita de cerveza están la ciudad de Iquitos con 67 litros 600 mililitros al año. Nuevamente se destaca que los departamentos de la selva son los que han presentado un incremento. El año 2013 el 58% y el año 2014 el 60% de la población mencionan haber consumido alcohol.

La demanda proyectada al año 2017 en Iquitos es la siguiente:

Población de Iquitos	453 253 hbt
Población mayores de 18 – 55 años	237.384 hbt
NSE B-C	67.180 hbt
Consumo per cápita - Perú	8.5 lt
Demanda de bebidas alcohólicas – Litros / año	571.027 lt

Fuente: www.inei.gob.pe

2.3 Oferta actual y tendencias

Los bares temáticos son aquellos ambientados con una temática en concreto, como puede ser el deporte, el cine, la música, el mundo taurino, la gastronomía. La decoración y todo lo que rodea un bar temático hace referencia a los gustos, hobbies, juegos o modas, que transportan al cliente hacia un espacio diferente.

En la actualidad los bares comunes que expenden bebidas alcohólicas y no alcohólicas se han proliferado en todo el país y de igual forma a nivel regional y local. Existen variedades con diferentes particulares llámense bares, karaokes, pubs, discotecas.

Como una forma de tener otras alternativas de diversión para personas mayores, diferentes a los lugares mencionados en el párrafo anterior, se ha pensado en una idea de negocio referido a un bar temático.

Alrededor del mundo existen bares temáticos, con un concepto único, entre los cuales tenemos:

The Dark Side Bar, Manhattan: ofrece tragos especialmente diseñados para cumplir con la temática, este lugar mezcla el mundo de Star Wars con un bar, teniendo como resultado una experiencia única.

Unicorn Narwhal, Seattle: ésto no solo es un bar, también es un restaurante. Además de los unicornios, el tema abarca todo lo que los rodea (otros animales fantásticos, colores llamativos y más). Para entrar en ambiente tiene su bebida Pegasus Burguer.

Ice Bar, Estocolmo: muestra una temperatura interior constante de - 7°C, que está construido enteramente con hielo (vasos y platos incluidos), y su principal atractivo no son los tragos en sí, los menores de edad pueden entrar y pedir una bebida no alcohólica.

Cahoots, Londres: es ambientado como una estación de metro en la década de 1940, y está bajo tierra en el enigmático barrio Soho. Con

swing como música de fondo, es posible disfrutar de los tragos emblemáticos de los años posteriores a la primera Guerra Mundial.

Dow Jones Bar, Barcelona: es un bar que remite a la imagen que todos tenemos de la bolsa de valores de Wall Street. Una excelente opción para los financieros que disfrutaban de los viajes.

En el Perú, existen varios tipos de negocios de bares temáticos, con diversos matices, entre los más frecuentados tenemos en la capital del país:

La Basílica: es un bar donde podrás conocer qué hay después de la muerte y en cada ambiente está muy bien decorado donde podrás disfrutar de los ambientes que escojas mientras disfrutas de la comida y de los tragos que podrás encontrar en su carta.

Expreso Oriente Restobar: este bar temático es único por su estilo y romanticismo ambientado como un famoso vagón de tren.

Estadio Fútbol Club: es un bar temático y turístico que se encuentra en el centro de Lima. Tiene un ambiente decorado totalmente futbolístico.

En la ciudad de Iquitos, tenemos varios lugares de diversión como bares, discotecas, pubs, en las cuales las personas mayores de edad pueden consumir bebidas alcohólicas y no alcohólicas y pasar momentos agradables con las amistades y familiares.

Entre los más conocidos en nuestra ciudad tenemos: Musmuki, Arandú Bar, Comarca, Pishcotas, etc.

Entre algunos precios de la competencia local tenemos:

	Mi Perú	Musmuki	Arandú Bar
Cerveza	S/ 10.00	S/ 12.00	S/ 12.00
Perú Tropical	S/ 20.00	S/ 25.00	S/ 20.00
Pisco sour	S/ 15.00	S/ 20.00	S/ 20.00

2.4 Programa de Marketing

2.4.1 El producto

a) Categoría de productos

La empresa Bar Mi Perú, tendrá dos tipos de productos:

1. Productos de fábrica

Los productos compraremos directamente a nuestros proveedores, que será para el consumo directo de los clientes, y a la vez para la preparación de los tragos.

Bebidas no alcohólicas:

- Gaseosas
- Refrescos
- Agua

Bebidas alcohólicas:

- Cerveza
- Whisky
- Pisco
- Vino
- Tequila
- Vodka
- Ron
- Cachaca

2. Productos elaborados en el bar

Tenemos a los tragos que serán preparados por el barman, y también tendremos un piqueo que será preparado por el cocinero, para que los clientes disfruten mientras consumen las bebidas en el bar.

Bebida Bandera:

- Perú Tropical

Nacionales:

- Chilcano
- Pisco Sour
- Machu Picchu
- Piña Colada
- Daiquiri
- Mojito
- Cuba libre

Internacionales:

- Margarita
- Piscina
- Cóctel de Copoazú
- Martini
- Caipirinha
- Coco loco

Piqueos:

- Piqueo Mi Perú: contiene las 3 regiones del Perú.

Costa : 2 mini causas acevichadas.

Sierra : papitas sancochadas picadas con queso serrano.

Selva : 2 mini juane, 2 mini tacacho con trozos de cecina y chorizo.

Lo que se busca es superar las expectativas del cliente, cubriendo con sus necesidades y se debe distinguir la oferta de la empresa.

b) Líneas del producto**1. Productos de fábrica**

Bebidas que serán servidas directamente de la botella a la copa o vaso con hielo, que se le entregará al cliente en su mesa.

Figura 03. Cervezas Corona, Budweiser y Heineken



Fuente: elaboración propia

Figura 04. Bebidas alcohólicas, whisky, tequila, ron y vodka



Fuente: elaboración propia

2. Productos elaborados en el bar

Bebidas que serán preparadas al instante por el barman ya sea directas o licuadas, y el piqueo será preparado por el cocinero.

La principal presentación de nuestros productos será en jarras, o en envases naturales como las cascara duras de las frutas por un tema de presentación de cada trago y por un tema de rentabilidad.

Figura 05. Chilcano de Pisco



Fuente: elaboración propia

Figura 06. Coco loco



Fuente: elaboración propia

Figura 07. Machu Picchu



Fuente: elaboración propia

Figura 08. Perú Tropical



Fuente: elaboración propia

Figura 09. Piqueo mi Perú



Fuente: elaboración propia

c) La marca

Aaker y Joachimsthaler (2006, Pg.33). Señalan el valor de la marca como símbolo que se incorpora al producto o servicio. Agregan que se pueden observar en cuatro dimensiones: Reconocimiento, calidad percibida, asociación de marca y finalidad de marca.

Figura 10. Logo de la empresa Bar Mi Perú, 2019



Fuente: elaboración propia

En el mercado local encontramos las siguientes marcas:

- ✓ La Comarca.
- ✓ El Musmuki.
- ✓ La Juerga.
- ✓ Arandú Bar.
- ✓ Pishcotas Bar.

2.4.2 El precio

a) Objetivos de precio

Se ha determinado los precios de la bebida bandera con mayor demanda según el estudio de mercado que nos permitió realizar una comparación con las principales empresas competidores de la zona.

Cuadro 03. Productos de la empresa Bar Mi Perú, 2019

Producto	Unidad de medida	Precio (soles)
Cerveza	Botella personal	S/.10.00
Perú Tropical	Envase de piña personal	S/.20.00

Fuente: elaboración propia

2.4.3 La promoción

a) Objetivos de la promoción

Richard L. Sandhusen (2012), señala que los objetivos deben ser formulados con claridad, medibles y adecuados para la etapa de desarrollo del mercado. Los objetivos de comercialización son:

- ✓ Reconocimiento
- ✓ Conocimiento
- ✓ Gusto
- ✓ Preferencias
- ✓ Convicción
- ✓ Compra

De todos ellos, se selecciona el objetivo de reconocimiento, porque queremos que la empresa consiga una buena imagen en la ciudad, ya que se tendrá una buena atención, además, que la marca del bar perdure en el mercado, y que los clientes visiten nuestro bar.

b) Acciones de la promoción

Las acciones a realizar son los siguientes:

- ✓ Sorteos en las redes sociales para ganar más seguidores; incentivando a las personas a participar, dando “me gusta” a la página, comentando la imagen publicada, etiquetando a sus amigos, y compartir las publicaciones en público. Y así puedan participar todas las personas.
- ✓ Ofertas y descuentos para cumpleaños y/o fechas festivas.
- ✓ Obsequios por fechas festivas.
- ✓ Promociones de 2x1 en cualquier día de la semana.

Figura 11. Promoción 2x1



Fuente: elaboración propia

Figura 12. Obsequio por el día del padre



Fuente: elaboración propia

Figura 13. Sorteo de vale para tragos y cocteles



Fuente: elaboración propia

c) Acciones de publicidad

Las formas de publicidad serán las siguientes:

- ✓ Un fanpage en Facebook e Instagram.
- ✓ Eventos en nuestras páginas, como los shows relacionados a las 3 regiones del Perú.
- ✓ Spot Televisivo en el programa más visto de la ciudad que es Amazonia Tv, y spot radial más escuchado en la ciudad que es Radio Loreto.

2.4.4 La cadena de la distribución

a) Objetivo de distribución

La empresa se ubicará en la Calle Bermúdez 445, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú. Para el presente proyecto la cadena de distribución será directa.

b) Funciones que debe cumplir el canal

Una de las funciones es presentar las bebidas con productos de calidad, a un buen costo y al tiempo oportuno para lograr una mayor acogida del cliente.

Figura 14. Cadena de distribución



Fuente: elaboración propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento

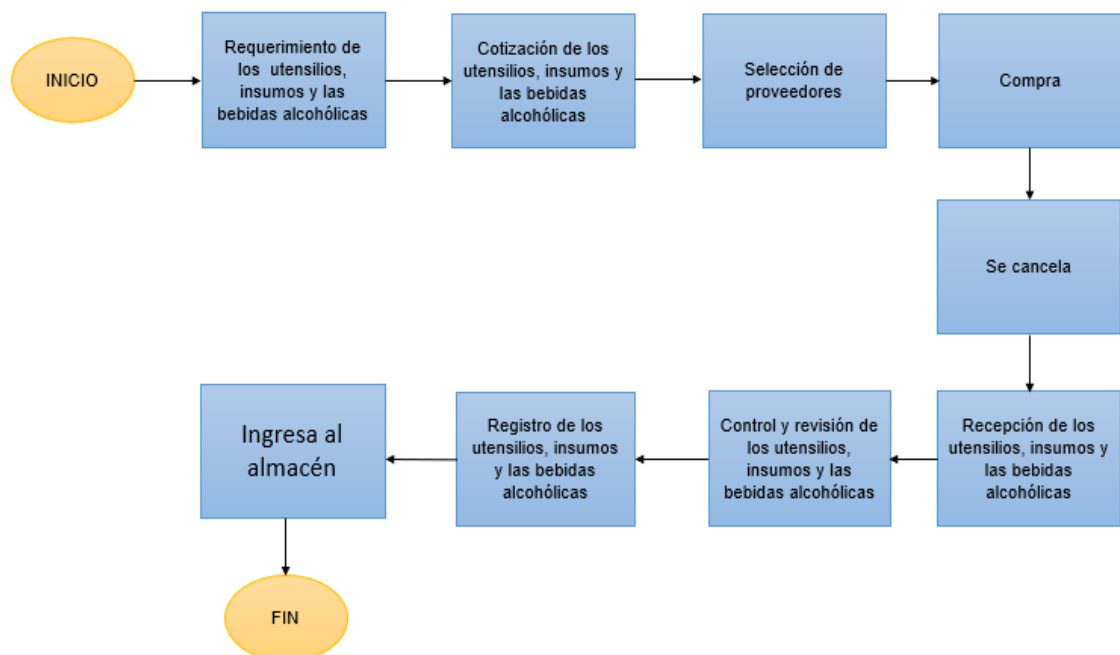
El proceso de aprovisionamiento de nuestro bar es adquirir ciertos utensilios, insumos y bebidas alcohólicas. Para ello cada área detectará las necesidades, y así el área de logística pueda realizar su plan de gastos. La compra se hará a las empresas distribuidoras y mayoristas.

Para el presente proyecto seleccionamos a los principales proveedores:

- ✓ Backus SAA.
- ✓ Distribuidor Selva Oriente SAC.
- ✓ Productos Alimentos Golosinas SAC. – Pragsa
- ✓ Sra. Charito Fumachi Núñez.
- ✓ Ahumados Morocha.

3.2. Proceso de aprovisionamiento

Figura 15 . Proceso de aprovisionamiento del Bar Mi Perú, 2019



Fuente: elaboración propia

El proceso de aprovisionamiento:

a) Requerimiento de los utensilios, insumos y las bebidas alcohólicas

Se inicia con la solicitud del requerimiento de los utensilios, insumos y las bebidas alcohólicas que se necesitan en cada área del bar, para luego informar al área de logística.

b) Cotización de los utensilios, insumos y las bebidas alcohólicas

El área de logística se encargará de cotizar los utensilios, insumos y las bebidas alcohólicas, para saber que proveedor nos ofrece mejores beneficios, tales como; formas de pago accesibles, calidad del producto, precios, entre otros.

c) Selección de proveedores

Seleccionamos al proveedor que cumpla con nuestras expectativas, y nos brinde buen servicio de acuerdo a nuestros requerimientos.

d) Compra

Una vez decidida todos los utensilios, insumos y las bebidas alcohólicas que se desean comprar, se emite una orden de compra hacia el proveedor.

e) Se cancela

Se procede hacer el pago emitiendo una factura sobre los utensilios, insumos y las bebidas alcohólicas recibidos.

f) Recepción de los utensilios, insumos y las bebidas alcohólicas

Se recepciona los utensilios, insumos y las bebidas alcohólicas comprados.

g) Control y revisión de los utensilios, insumos y las bebidas alcohólicas

Se realiza un control y a la vez se revisa todo lo recepcionado, para saber que haya llegado en buen estado, y si no lo están, se procede a reclamar para un cambio.

h) Registro de los utensilios, insumos y las bebidas alcohólicas

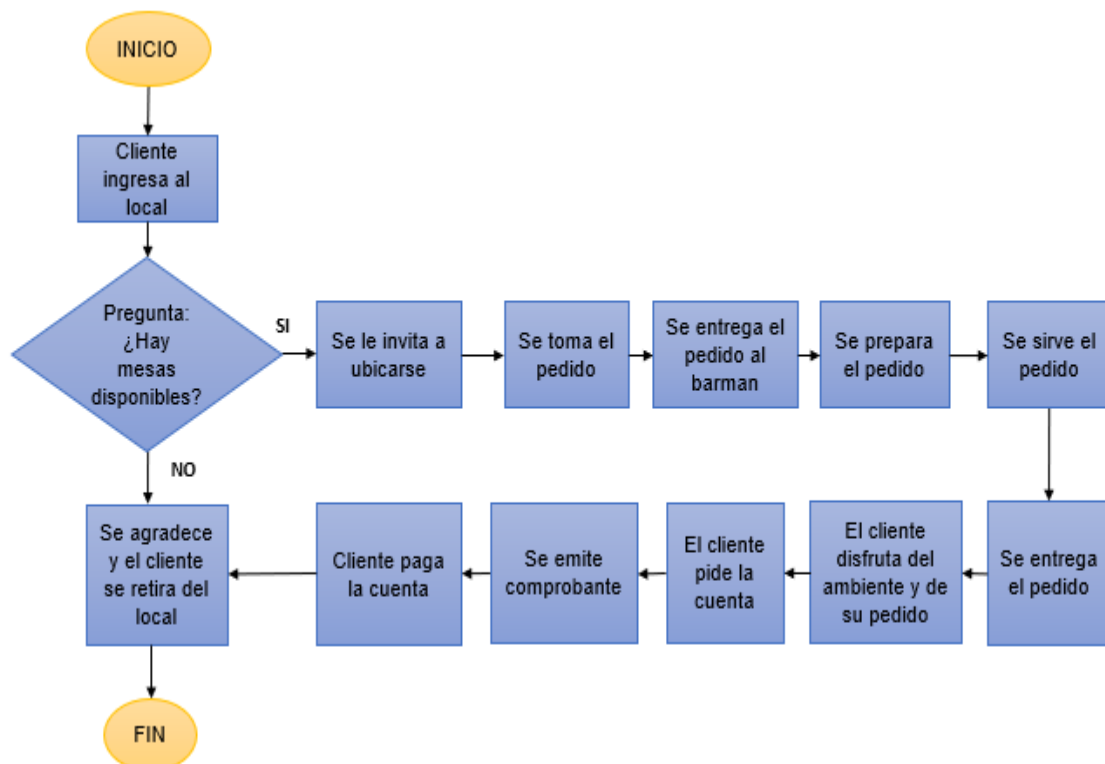
Se registra en el kardex y en el sistema de la empresa para tener un mayor orden.

i) Ingresar al almacén

Finalmente ingresa al almacén todo lo comprado y se entregará al área que requiere para ser utilizados en el momento que el cliente efectúa un consumo en el local.

3.3 Proceso de atención al cliente

Figura 16: Proceso de atención al cliente del Bar Mi Perú, 2019.



Fuente: elaboración propia

El proceso de atención al cliente:

a. Cliente ingresa al local

Cliente ingresa al Bar Mi Perú sólo o acompañado de un grupo de personas

b. ¿Hay mesas disponibles?

No; se le agradece y el cliente se retira del local.

Si; se procede a elegir su lugar de preferencia.

c. Se le invita a ubicarse

Cliente decide donde sentarse para que se esté cómodo.

d. Se toma el pedido

El mozo se acerca a la mesa del cliente, le saluda cordialmente, le muestra la carta y espera que éste le dé su pedido.

e. Se entrega el pedido al barman

El mozo va donde el barman y entrega el pedido del cliente.

f. Se prepara el pedido

El barman comienza con la preparación del pedido.

g. Se sirve el pedido

Se procede a servir el pedido de acuerdo a su presentación y se vea agradable y bonito visualmente.

h. Se entrega el pedido

El mozo se acerca al barman a recoger el pedido y va a la mesa del cliente a entregarle su pedido.

i. El cliente disfruta del ambiente y de su pedido

El cliente empezará a disfrutar de la comodidad, shows artísticos y degustar de su pedido.

j. El cliente pide la cuenta

Una vez de haber disfrutado de su pedido y el ambiente; el cliente llama al mozo para pedir la cuenta

k. Se emite comprobante

El mozo se acerca a caja para que emitan un comprobante de acuerdo a sus necesidades del cliente, ya sea boleta o factura si paga en efectivo. Y si el cliente paga con tarjeta, el mozo se acerca a caja para traer la maquina POS.

l. Cliente paga la cuenta

El cliente paga su cuenta según su monto lo que consumió en el bar, ya sea en efectivo o con tarjeta de débito o crédito.

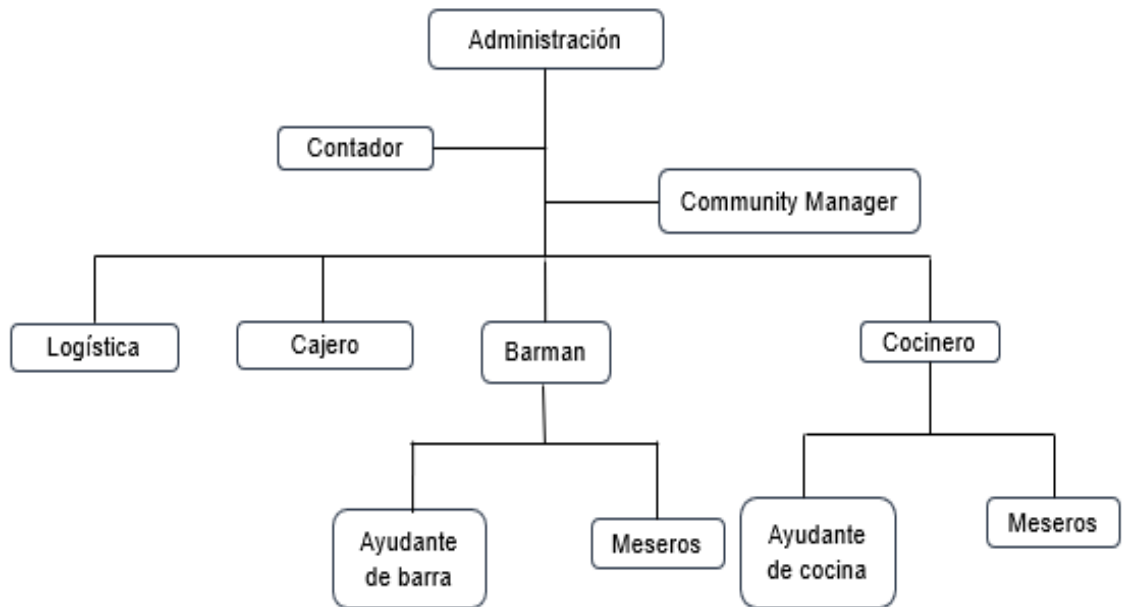
m. Se agradece y el cliente se retira del local

Se le agradece la visita y le invitamos a volver, el cliente procede a retirarse del local.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 La organización

Figura 17. Organigrama de la empresa Bar Mi Perú, 2019



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

Puesto: Administración

Función:

- Se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se desarrollan en la empresa.
- Controla la asistencia y permanencia del personal.
- Responsable de pagar las remuneraciones.
- Responsable de pagar los tributos.
- Realiza capacitaciones para el personal.
- Atiende los reclamos u observaciones que realizan los clientes
- Presenta información financiera y económico mensual, anual para el propietario.

Puesto: Contador**Función:**

- a. Aplica, maneja e interpreta la contabilidad de la empresa, con la finalidad de producir informes para la gerencia, que sirvan para la toma de decisiones.
- b. Asegura y verifica la correcta aplicación de las normas contables y tributarias vigentes en el registro de las transacciones es contables diarias.
- c. Elabora informes financieros y tributarios, analizando los anteriores, a los fines de comprobar que se esté velando por el cumplimiento de los estándares y la legislación.
- d. Garantiza que tanto los ingresos como los egresos de dinero hayan sido debidamente registrados
- e. Elabora declaraciones mensuales y anuales.
- f. Maneja los registros, sistemas, presupuestos financieros y económicos.

Puesto: Community manager**Función:**

- a. Se encarga de producir eventos para cada tipo de ocasión, y esté correctamente organizado.
- b. Manejará las páginas de internet que tenga la empresa para llegar a nuevos clientes.

Puesto: Logística**Función**

- a. Gestiona y planifica las actividades de compras y almacenaje.
- b. Tendrá la responsabilidad de la satisfacción de la demanda en las mejores condiciones de servicio, coste y calidad.
- c. Encargado de cumplir con los requerimientos que realizan cada área.

Puesto: Cajero

Función:

- a. Recepción del dinero en efectivo y tarjetas de débito y crédito a fin de lograr la recaudación de las ventas y pagos que correspondan a través de caja.

Puesto: Barman

Función:

- a. Controla su stock de productos.
- b. Controla sus utensilios a que no le falte.
- c. Prepara los tragos en la barra lo que el cliente pide.

Puesto: Ayudante de barra

Función:

- a. Ayuda al barman a que no le falten los insumos durante el proceso de preparación de tragos.
- b. Mantiene el orden y la limpieza de los insumos de la barra.

Puesto: Cocinero

Función:

- a. Prepara el piqueo regional y comprueba la calidad de ésta.
- b. Se encarga de verificar sus insumos a que no le falte en la cocina.

Puesto: Ayudante de cocina

Función:

- a. Se encarga de mantener el orden y la limpieza dentro de la cocina donde se preparan el piqueo regional.

Puesto: meseros

Función:

- a. Encargados de dar la bienvenida cortésmente a los clientes.
- b. Toman la orden de los pedidos que pidan los clientes.

- c. Llevan los pedidos a las mesas de cada cliente.
- d. Estar pendiente de los clientes a que no le falte nada, y se sientan cómodos.

4.3 Condiciones laborales

La empresa Bar Mi Perú se acogerá a la Ley N° 28015 “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, por todos los beneficios que brinda. Posteriormente se evaluará su paso al régimen general laboral; es decir, se pagará todos sus beneficios sociales normados en la ley.

La jornada laboral será de martes a domingo desde las 08:00 p.m. hasta las 04:00 a.m. aproximadamente.

En el caso del contador y el community manager será por servicio profesional.

4.4 Régimen tributario

El negocio va estar ubicado en el Régimen Mype Tributario, el cual comprende a las personas naturales y jurídicas que obtengan rentas de tercera categoría, domiciliadas en el país, cuyos ingresos netos no superen las 1,700 UIT en el ejercicio gravable. Asimismo, se debe presentar la Declaración Jurada Anual para determinar el Impuesto a la Renta, de acuerdo con las tasas progresivas y acumulativas que se aplican a la renta neta hasta 15 UIT el 10 %, escala en la que se encuentra el negocio.

V. PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico

Ingresos por ventas:

La proyección de ventas se estimada de la siguiente manera:

Tabla 1. Ventas estimadas mensual y anual.

BEBIDAS	VENTAS AL MES			VENTAS AL AÑO		
	Unidades	Precio promedio	Total	Unidades	Precio promedio	Total
Bebidas alcohólicas						
Cerveza (30 cajas)	720	10.00	7200.00	8640	10.00	86400.00
Wiski (1 caja)	12	200.00	2400.00	144	200.00	28800.00
Pisco sour (4 cajas)	48	100.00	4800.00	576	100.00	57600.00
Vino (2 cajas)	24	70.00	1680.00	288	70.00	20160.00
Tequila (1 caja)	12	150.00	1800.00	144	150.00	21600.00
Vodka (4 cajas)	48	100.00	4800.00	576	100.00	57600.00
Ron (4 cajas)	48	80.00	3840.00	576	80.00	46080.00
Bebidas elaboradas en el bar						
Coctel Bandera						
Perú Tropical	100	20.00	2000.00	1200	20.00	24000.00
Nacionales						
Chilcano	20	15.00	300.00	240	15.00	3600.00
Pisco sour	60	15.00	900.00	720	15.00	10800.00
Machu Picchu	20	20.00	400.00	240	20.00	4800.00
Piña colada	60	20.00	1200.00	720	20.00	14400.00
Daiquiri	30	15.00	450.00	360	15.00	5400.00
Mojito	20	15.00	300.00	240	15.00	3600.00
Cuba Libre	30	15.00	450.00	360	15.00	5400.00
Internacionales						
Margarita	10	20.00	200.00	120	20.00	2400.00
Piscina	10	20.00	200.00	120	20.00	2400.00
Coctel de copoazú	10	25.00	250.00	120	25.00	3000.00
Martini	10	25.00	250.00	120	25.00	3000.00
Caipirinha	10	20.00	200.00	120	20.00	2400.00
Coco loco	20	20.00	400.00	240	20.00	4800.00
Bebidas no alcohólicas						
Gaseosa	60	5.00	300.00	720	5.00	3600.00
Refresco	90	5.00	450.00	1080	5.00	5400.00
Agua botella	120	5.00	600.00	1440	5.00	7200.00
Piqueo						
Piqueos mi Perú	20	28.00	560.00	240	28.00	6720.00
TOTAL S/.						431160.00

Fuente: elaboración propia

Asimismo, para los años 2 y 3 se establece como metas aumentar las ventas en un 4% con relación a las ventas del año anterior, según el siguiente detalle:

Tabla 2: Proyección de ventas anual

Ventas Anuales	Tendencia 4%	Año 1	Año 2	Año 3
		S/.431,160.00	S/.448,406.00	S/.466,342.00

Fuente: elaboración propia

Costo de Ventas:

Se estima que las necesidades anuales de mercaderías se incrementen en un 4% con respecto al año anterior.

Tabla 3. Determinación del Costo de ventas

DETERMINACION DEL COSTO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Inventario inicial	0.00	7902.00	8218.00
Más: Compras de mercaderías	187902.00	195418.00	203235.00
Menos: Inventario final de mercaderías	-7902.00	-8218.00	-8547.00
Más: Compra de suministros	7500.00	8500.00	10000.00
Menos: Inventario final de suministros	-7500.00	-8500.00	-10000.00
COSTO DE VENTAS	180000.00	195102.00	202906.00

Fuente: elaboración propia

Compras:

La proyección de las compras se estima de la siguiente forma:

Tabla 4. Proyección de compras mensual y anual

Mercaderías	Inventario Inicial	Compras (Unidades)	Precio promedio	TOTAL
Bebidas alcohólicas				
Cerveza	0	8760	4.00	35040.00
Whisky	0	156	140.00	21840.00
Pisco sour	0	600	70.00	42000.00
Vino	0	300	40.00	12000.00
Tequila	0	156	90.00	14040.00
Vodka	0	600	60.00	36000.00
Ron	0	600	40.00	24000.00
Bebidas no alcohólicas				
Gaseosa	0	750	1.00	750.00
Agua botella	0	1488	1.50	2232.00
Sub Total S/.				187902.00
Suministros para:	Inventario inicial	Compras (Soles)	Precio promedio	TOTAL
Refrescos, tragos, cocteles y piqueos	0	7,500.00	0.00	7,500.00
Sub Total S/.				7,500.00
TOTAL S/.				192,558.00

Fuente: elaboración propia

Inventario Final:

Tabla 5. Inventario Final

Mercadería/Bebidas	Unidades	Precio promedio	TOTAL
Bebidas alcohólicas			
Cerveza	120	4.00	480.00
Wiski	12	140.00	1680.00
Pisco sour	24	70.00	1680.00
Vino	12	40.00	480.00
Tequila	12	90.00	1080.00
Vodka	24	60.00	1440.00
Ron	24	40.00	960.00
Bebidas no alcohólicas			
Gaseosa	30	1.00	30.00
Agua botella	48	1.50	72.00
			7902.00

Fuente: elaboración propia

Gastos administrativos/gastos de personal:

En la siguiente tabla se detalla los gastos en personal y leyes sociales que se incurrirán en el negocio en marcha, para el normal desarrollo y sus actividades:

Tabla 6. Gastos de personal

Personal en Planilla	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Barman	1	1	1
Sueldo mensual	1400.00	1400.00	1400.00
Cajero	1	1	1
Sueldo mensual	1000.00	1000.00	1000.00
Logística	1	1	1
Sueldo mensual	980.00	980.00	980.00
Ayudante de barra	1	1	1
Sueldo mensual	930.00	930.00	930.00
Meseros	3	3	3
Sueldo mensual	930.00	930.00	930.00
Sueldos mensuales	2790.00	2790.00	2790.00
Cocinero	1	1	1
Sueldo mensual	930.00	930.00	930.00
Total Remuneración S/.	10,030.00	10,030.00	10,030.00
Beneficios Laborales/leyes sociales			
Vacaciones (mensual)	418.00	418.00	418.00
Essalud (mensual)	903.00	903.00	903.00
CTS (mensual)	418.00	418.00	418.00
Total Beneficios Laborales S/.	1739.00	1739.00	1739.00
Personal recibos honorarios			
Contador	1	1	1
Mensual	300.00	350.00	400.00
Community	1	1	1
Mensual	250.00	300.00	350.00
Total Recibos Honorarios S/.	550.00	650.00	750.00
Total Mensual S/.	12,319.00	12,419.00	12,519.00
TOTAL ANUAL S/.	147828.00	149028.00	150228.00

Fuente: elaboración propia

Gastos de venta/gastos comerciales:

En la siguiente tabla se presentan los gastos comerciales que se incurrirán en el negocio en marcha.

Tabla 7. Gastos pre operativos

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	2000.00	0.00	0.00	0.00
Tramites diversos	1500.00	0.00	0.00	0.00
Otros	500.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL S/	4000.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 8. Gastos de publicidad.

Descripción	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Marketing	100.00	1200.00	1200.00	1200.00
Publicidad tv y radio	800.00	9600.00	9600.00	9600.00
Promociones y obsequios	400.00	4800.00	4800.00	4800.00
Otros	200.00	2400.00	2400.00	2400.00
TOTAL S/	1500.00	18000.00	18000.00	18000.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 9. Gastos de funcionamiento

Descripción	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Alquiler de local	750.00	9000.00	9000.00	9000.00
Materiales y útiles de oficina	200.00	2400.00	2400.00	2400.00
Materiales de limpieza y aseo	160.00	1920.00	1920.00	1920.00
Mantenimiento y reparación	120.00	1440.00	1440.00	1440.00
Gas	100.00	1200.00	1200.00	1200.00
Otros	220.00	2640.00	2640.00	2640.00
TOTAL S/	1550.00	18600.00	18600.00	18600.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 10. Gastos de servicios básicos

Descripción	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Luz	220.00	2640.00	2640.00	2640.00
Agua	120.00	1440.00	1440.00	1440.00
Teléfono	150.00	1800.00	1800.00	1800.00
Internet	100.00	1200.00	1200.00	1200.00
Otros	100.00	1200.00	1200.00	1200.00
TOTAL S/	690.00	8280.00	8280.00	8280.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 11. Inversión en activos fijos

Descripción	Unidad	Precio	TOTAL	Depreciación anual %	Depreciación anual S/
<u>Equipos</u>					
Laptop	1	1500	1,500.00	20%	300.00
Impresora	1	500	500.00	20%	100.00
Equipo sonido	1	700	700.00	20%	140.00
Computadora cajero	1	800	800.00	20%	160.00
Ticketera	1	300	300.00	20%	60.00
Aislante acústica	1	3000	3,000.00	20%	600.00
Televisor	2	1100	<u>2,200.00</u>	20%	440.00
Sub Total			<u>9,000.00</u>		1,800.00
<u>Muebles y enseres</u>					
Sillas	40	20	800.00	10%	80.00
Mesas	12	40	480.00	10%	48.00
Barras	1	2700	2,700.00	10%	270.00
Estante de madera	4	400	1,600.00	10%	160.00
Sofás	2	210	<u>420.00</u>	10%	42.00
Sub Total			<u>6,000.00</u>	10%	600.00
TOTAL S/			15,000.00		2400.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 12. Depreciación y amortización de activos fijos

Descripción	Valor Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Valor Neto
Equipos	9000.00	1800.00	1800.00	1800.00	3600.00
Muebles y enseres	6000.00	600.00	600.00	600.00	4200.00
TOTAL S/	15000.00	2400.00	2400.00	2400.00	7800.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 13. Capital de trabajo

CALCULO CAPITAL DE TRABAJO	Anual	Mensual	Meses	TOTAL
Gastos administrativos	147828.00	12319.00	2	24638.00
Gastos de venta	48880.00	4073.33	2	8146.67
TOTAL S/				32784.67

Inversiones	15000.00	
Capital de trabajo	32785.00	47785.00

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio financiero

Tabla 14. Programa de endeudamiento

Préstamo a tomar S/ 30,000.00

28.46% Anual	2.37%
	36 meses

N°	CAPITAL	INTERESES	AMORTIZACION	CUOTA MENSUAL
1	30000.00	711.00	833.33	1544.33
2	29166.67	691.25	833.33	1524.58
3	28333.34	671.50	833.33	1504.83
4	27500.01	651.75	833.33	1485.08
5	26666.68	632.00	833.33	1465.33
6	25833.35	612.25	833.33	1445.58
7	25000.02	592.50	833.33	1425.83
8	24166.69	572.75	833.33	1406.08
9	23333.36	553.00	833.33	1386.33
10	22500.03	533.25	833.33	1366.58
11	21666.70	513.50	833.33	1346.83
12	20833.37	493.75	833.33	1327.08
		7228.51	10000.00	17228.47

N°	CAPITAL	INTERESES	AMORTIZACION	CUOTA MENSUAL
13	20000.04	474.00	833.33	1307.33
14	19166.71	454.25	833.33	1287.58
15	18333.38	434.50	833.33	1267.83
16	17500.05	414.75	833.33	1248.08
17	16666.72	395.00	833.33	1228.33
18	15833.39	375.25	833.33	1208.58
19	15006.06	355.64	833.33	1188.97
20	14166.73	335.75	833.33	1169.08
21	13333.40	316.00	833.33	1149.33
22	12500.07	296.25	833.33	1129.58
23	11666.74	276.50	833.33	1109.83
24	10833.33	256.75	833.33	1090.08
		4384.66	10000.00	14384.62

N°	CAPITAL	INTERESES	AMORTIZACION	CUOTA MENSUAL
25	10000.08	237.00	833.33	1070.33
26	9166.75	217.25	833.33	1050.58
27	8333.42	197.50	833.33	1030.83
28	7500.09	177.75	833.33	1011.08
29	6666.76	158.00	833.33	991.33
30	5833.43	138.25	833.33	971.58
31	5000.01	118.50	833.33	951.83
32	4166.77	98.75	833.33	932.08
33	3333.44	79.00	833.33	912.33
34	2500.11	59.25	833.33	892.58
35	1666.78	39.50	833.33	872.83
36	833.33	19.75	833.33	853.08
		1540.52	10000.00	11540.48
		13153.69	30000.00	43153.57

Fuente: elaboración propia

Tabla 15. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	431160	448406	466342
(-) Costo de ventas	180000	192144	199829
Margen Bruto	251160	253304	263436
(-) Gastos de personal	147828	149028	150228
(-) Gastos comerciales	48880	44880	44880
(-) Depreciación y amortización	2400	2400	2400
Margen operativo	52052	56996	65928
(-) Gastos financieros	7229	4385	1541
Margen antes de tributos	44823	52611	64387
(-) Impuesto a la renta	4482	5261	6439
Margen Neto	40341	47350	57949

Fuente: elaboración propia

Tabla 16. Flujo de caja

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		431160	448406	466342	
Inversión inicial					
Activo fijo	-15000				7800
Capital de trabajo	-31520				31520
Compras		187902	195418	203235	
Gastos administrativos		147828	149028	150228	
Gastos comerciales		48880	44880	44880	
Pago de impuestos		4482	5261	6439	
Flujo de Caja Económico (FCE)	-46520	42068	53819	61560	39320
Préstamo recibido	30000				
Amortización		-10000	-10000	-10000	
Gastos financieros		-7229	-4385	-1541	
Flujo de Caja Financiero (FCF)	-16520	24839	39434	50019	39320

FCE	-46520	42068	53819	61560
FCF	-16520	24839	39434	50019

Fuente: elaboración propia

Tabla 17. VAN, TIR y B/C

VAN Económico	S/ 43,766
Tasa de Descuento (CAPM)	25.06%
TIR Económica	66.57%
Indice B/C	1.71

Fuente: elaboración propia

VAN Financiero	S/ 4,967
Tasa de Descuento (WACC)	33.90%
TIR Financiero	39.20%
Indice B/C	1.08

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

- a. La finalidad del presente plan de negocios es la emprender una empresa denominada Bar Temático Mi Perú, que de acuerdo a la investigación realizada se observa las personas mayores buscan satisfacer la necesidad de diversión, en un ambiente propicio para la conversación entre amigos, el esparcimiento, cumpleaños, momentos románticos, y/o entretenimiento, como ver un partido de futbol, con un servicio diferenciado con temáticas de acuerdo a la ocasión.
- b. En lo referente al plan de marketing se ha considerado trabajar principalmente con el fan page elaborado por el negocio, ya que actualmente es el medio más efectivo de publicidad y a un menor costo, mediante las cuales se realizarán las promociones y ofertas para nuestros clientes. También se considera la publicidad en medios radiales y televisivos.
- c. En el plan de operaciones se ha considerado procesos cortos, simples y sencillos, los cuales permiten esquematizar y ordenar la apertura del negocio. El aprovisionamiento se efectuará con proveedores de la localidad y la atención a los clientes es satisfacer sus necesidades de esparcimiento con temáticas relacionadas con el acontecimiento.
- d. En cuanto al plan de recursos humanos, la estructura orgánica responde a las necesidades del negocio, teniendo en cuenta que se trata de una pequeña empresa. Se han considerado las funciones para cada puesto. En el negocio se respetará la jornada laboral diaria y los trabajadores gozarán de los beneficios laborales de acuerdo al régimen especial laboral que se acogerá el negocio.
- e. El plan económico y financiero del presente proyecto muestra indicadores favorables a lo largo de los tres periodos de proyección. El flujo de caja determina la capacidad de pago de las obligaciones en los años establecidos. El análisis muestra un Valor

Actual Neto (VAN) positivo de S/ 43,766.00, con una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 66.57% y la relación Beneficio/Costo (B/C) que es igual a 1.71, que indica que por cada sol invertido se recuperara la inversión más uno con 71/100 soles de utilidad, demostrando estos indicadores que el plan de negocios es viable.

BIBLIOGRAFÍA

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIU, disponible en: <https://www.inei.gob.pe/>

Diaz (2010) Relaciones Publicas y Marketing, disponible en: <http://relacionespublicasempresariales.blogspot.pe/2010/05/necesidades-yexpectativas-de-os.html>.19 de octubre del 2017

Centro de comercio exterior (CCEX), Las exportaciones de pisco crecerían entre 2% y 3% al final de 2019, disponible en: Diario Perú (2019)

Fundamentos de Marketing 8va. Edición, Kotler & Armstrong.person Educacion.2008, pag6

Samanamud Flores, David Steve/ Núñez Pérez, Fernando Martin, Plan de negocio Open Bar – Damar Express, año 2017 disponible en: <http://repositorio.ucp.edu.pe/>

<https://bamburoot.wordpress.com/2015/07/10/maslow-y-las-necesidades-empresariales/>

<https://economipedia.com/definiciones/piramide-de-maslow.html>

<https://iquitostravelguide.com/los-mejores-bares-en-iquitos/>

<https://mammatomato.com.pe/blog/los-10-cocteles-mas-populares-peru/>

<https://elcomercio.pe-vamos-consejosdeviajes-bares-tematicos>

www.googlemaps.com

www.marketingintensivo.com

www.sunat.gob.pe

www.elcomercio.pe

www.larepublica.pe