



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR IDAT  
PROGRAMAN DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CAFÉ/BAR A  
BASE DE INSUMOS PERUANOS Y CON TEMÁTICAS VARIADAS

Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de Administración de Empresas

YASHIRA TATIANA REYNA HUAMAN

(0009-0008-8640-7931)

JAIME ANGEL VILLAFANE ZULOAGA

(0009-0002-7489-5903)

Lima - Perú

(2024)

## INDICE GENERAL

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>10</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>12</b>
<b>1.1. Idea del negocio .....</b>	<b>12</b>
<b>1.2. Diagnóstico de la idea del negocio.....</b>	<b>13</b>
<b>1.3. Justificación del plan de negocio.....</b>	<b>14</b>
1.3.1. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO .....	17
1.3.2. INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD .....	17
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>18</b>
<b>DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO .....</b>	<b>18</b>
<b>1.1. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO.....</b>	<b>18</b>
1.1.1. CLIENTES .....	18
1.1.2. AMENAZA DE COMPETIDORES.....	19
1.1.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES .....	25
1.1.4. PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	1
1.1.5. NUEVOS ENTRANTES .....	2
<b>1.2. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO .....</b>	<b>9</b>
1.2.1. FACTOR ECONÓMICO .....	9
1.2.2. FACTOR CULTURAL Y SOCIAL .....	13
1.2.3. FACTOR AMBIENTAL.....	15
1.2.4. FACTOR POLÍTICO-LEGAL.....	17
1.2.5. FACTOR GEOGRÁFICO-DEMOGRÁFICO .....	18
1.2.6. FACTOR TECNOLÓGICO .....	20
<b>CAPITULO 3.....</b>	<b>22</b>
<b>PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>22</b>
<b>3.1. MISIÓN.....</b>	<b>22</b>
<b>3.2. VISIÓN.....</b>	<b>22</b>
<b>3.3. VALORES.....</b>	<b>22</b>
<b>3.4. MATRIZ FODA .....</b>	<b>23</b>
<b>3.5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GENERALES.....</b>	<b>28</b>
<b>3.6. ESTRATÉGIA GENÉRICA DE PORTER.....</b>	<b>29</b>
<b>3.7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (DIAGRAMA DE GANTT) .....</b>	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO 4.....</b>	<b>33</b>

<b>ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	33
<b>4.1 Oferta</b> .....	33
<b>4.2 DEMANDA</b> .....	57
4.1.1. OBJETIVO .....	62
4.1.2. METODOLOGÍA.....	65
4.1.3. TAMAÑO MUESTRAL .....	65
4.1.4. RESULTADOS E INTERPRETACIÓN: .....	67
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	85
<b>PLAN DE COMERCIALIZACIÓN</b> .....	85
<b>5.1. Mercado</b> .....	86
<b>5.2. Marketing Mix</b> .....	90
5.2.1. PRODUCTO.....	92
5.2.2. PRECIO .....	100
5.2.3. PLAZA.....	102
5.2.4. PROMOCIÓN .....	104
<b>5.3. Fórmula estratégica</b> .....	1
<b>5.4. Proyección de ventas</b> .....	2
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	2
<b>PLAN TÉCNICO</b> .....	2
<b>6.1. Localización de la empresa</b> .....	3
6.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN.....	3
6.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN .....	14
6.1.3. EVALUACIÓN DE LOS FACTORES .....	17
6.1.4. CONCLUSIÓN.....	17
<b>6.2. Tamaño del Negocio</b> .....	18
<b>6.3. Necesidades</b> .....	1
<b>6.4. Costos directos e indirectos</b> .....	5
<b>6.5. Proceso de producción u operación (diagrama de flujo)</b> .....	5
<b>6.6. Certificaciones necesarias</b> .....	1
<b>6.7. Impacto en el medio ambiente</b> .....	3
<b>CAPITULO 7</b> .....	5
<b>PLAN ORGANIZACIONAL, PERSONAL Y LEGAL</b> .....	5
<b>7.1. Constitución de la empresa</b> .....	5
<b>7.2. Obligaciones tributarias y laborales</b> .....	12
<b>7.3. Estructura organizacional</b> .....	15
<b>7.4. Descripción de funciones (MOF)</b> .....	15

<b>Capítulo 8</b> .....	24
<b>PLANIFICACIÓN FINANCIERA</b> .....	24
<b>8.1. Inversiones (estructura).</b> .....	24
<b>8.2. Ingresos y Egresos.</b> .....	1
<b>8.3. Deuda (cuadro de amortización).</b> .....	1
<b>8.4. Flujo de caja (económico y financiero).</b> .....	1
<b>8.5. Flujo de caja (económico y financiero).</b> .....	1
<b>8.6. Estados financieros proyectados (Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados</b> .....	2
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	1
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	8

<b>Tabla 1</b>	Cuadro se va a poder visualizar las ideas que tengan más Sí .....	16
<b>Tabla 2</b>	Cuadro con la idea de mayor puntaje .....	16
<b>Tabla 3</b>	Cuadro de proveedores .....	1
<b>Tabla 4</b>	FODA CRUZADO .....	24
<b>Tabla 5</b>	Cronograman de actividades por semana .....	30
<b>Tabla 6</b>	Cronograma por Dias.....	32
<b>Tabla 7</b>	Edad.....	67
<b>Tabla 8</b>	SEXO .....	68
<b>Tabla 9</b>	Distrito en el que vive.....	69
<b>Tabla 10</b>	Distrito donde trabajan/estudian .....	69
<b>Tabla 11</b>	Ocupación .....	70
<b>Tabla 12</b>	Consume café y/o licor .....	71
<b>Tabla 13</b>	Consumió café con licor .....	72
<b>Tabla 14</b>	Interés en consumir café con licor .....	73
<b>Tabla 15</b>	Importancia del ambiente en un café/bar.....	73
<b>Tabla 16</b>	Temáticas variadas .....	74
<b>Tabla 17</b>	Opciones de Temáticas.....	75
<b>Tabla 18</b>	Ofrecer entretenimiento en el café/bar .....	75
<b>Tabla 19</b>	Opciones de entretenimiento.....	76
<b>Tabla 20</b>	Producto más comprado .....	77
<b>Tabla 21</b>	Promedio de precio a pagar por una taza de café .....	78
<b>Tabla 22</b>	Promedio de precio a pagar por un cocktail.....	79
<b>Tabla 23</b>	Rango de precio a pagar por una taza de café con licor.....	80
<b>Tabla 24</b>	Factores importantes para un café/bar.....	80
<b>Tabla 25</b>	Cuántas veces visitaría el cafe/bar en un mes .....	81
<b>Tabla 26</b>	Gasto aproximado en una visita al café/bar .....	82
<b>Tabla 27</b>	Promociones u ofertas para la apertura del café/bar .....	83
<b>Tabla 28</b>	Recibir novedades sobre la apertura de nuestro café/bar .....	84
<b>Tabla 29</b>	Resumen de la segmentación .....	89
<b>Tabla 30</b>	Evaluación de los factores de la alternativa A, B y C.....	17
<b>Tabla 31</b>	Cuadro Comparativo .....	1
<b>Tabla 32</b>	Distribución de las instalaciones m2 .....	1

<b>Figura 1</b>	Causas de la depresión laboral .....	13
<b>Figura 2</b>	Gráfico de la población por edades 2010-2021 .....	19
<b>Figura 3</b>	Variedad de licores .....	20
<b>Figura 4</b>	.....	21
<b>Figura 5</b>	Logo de la Terraza .....	22
<b>Figura 6</b>	Pancho Fierro: El café del centro histórico .....	23
<b>Figura 7</b>	Publicidad de Intro Cafe Bar .....	23
<b>Figura 8</b>	Logo de la Exportadora Romex SAC .....	25
<b>Figura 9</b>	Logo de la Empresa Vega .....	26
<b>Figura 10</b>	Licorería Sumon .....	27
<b>Figura 11</b>	Logo de Comercio Amazonía .....	28
<b>Figura 12</b>	Logo de Makro .....	29
<b>Figura 13</b>	Logo de Nuevo Mundo .....	30
<b>Figura 14</b>	Logo del bar "Estación" .....	2
<b>Figura 15</b>	Mural Pizarra .....	2
<b>Figura 16</b>	Decoración del ambiente .....	3
<b>Figura 17</b>	Ambiente .....	3
<b>Figura 18</b>	La Carta .....	4
<b>Figura 19</b>	Letrero principal .....	5
<b>Figura 20</b>	Barra principal .....	6
<b>Figura 21</b>	.....	7
<b>Figura 22</b>	PBI por Sectores Económicos .....	9
<b>Figura 23</b>	La expectativa de inflación a 12 meses de los analistas económicos .....	10
<b>Figura 24</b>	Conferencia .....	10
<b>Figura 25</b>	Producción del subsector restaurantes: 2023-2024 .....	12
<b>Figura 26</b>	EncuestaLCV2023 .....	14
<b>Figura 27</b>	Porcentajes de la población del distrito de Pueblo Libre .....	18
<b>Figura 28</b>	Distribución Poblacional .....	19
<b>Figura 29</b>	Organigrama proyectado .....	27
<b>Figura 30</b>	Administrador de profesión y cervecero .....	34
<b>Figura 31</b>	Cerveza Suyay .....	36
<b>Figura 32</b>	Cerveza Pilsen .....	37

<b>Figura 33</b>	Sangre del Libertador .....	37
<b>Figura 34</b>	Pale Ale .....	38
<b>Figura 35</b>	Chicharrón de Pollo .....	38
<b>Figura 36</b>	Tequeños HOPS.....	39
<b>Figura 37</b>	Alitas HOPS .....	39
<b>Figura 38</b>	¡Happy Hour! .....	40
<b>Figura 39</b>	¡Ponte en Modo Hops! .....	40
<b>Figura 40</b>	El restaurante por dentro .....	41
<b>Figura 41</b>	La Carta Virtual.....	45
<b>Figura 42</b>	.....	46
<b>Figura 43</b>	Los nuevos cócteles.....	47
<b>Figura 44</b>	La Vieja Magdalena .....	47
<b>Figura 45</b>	Ají de Gallina .....	48
<b>Figura 46</b>	Un vale de S/150 para consumo en el local o delivery.....	48
<b>Figura 47</b>	Un desayuno para dos.....	49
<b>Figura 48</b>	El interior del restaurante.....	50
<b>Figura 49</b>	Sección de Licores .....	50
<b>Figura 50</b>	Carta Virtual de "Terraza".....	52
<b>Figura 51</b>	.....	52
<b>Figura 52</b>	.....	53
<b>Figura 53</b>	.....	53
<b>Figura 54</b>	.....	54
<b>Figura 55</b>	Promo lunes.....	55
<b>Figura 56</b>	Demanda Proyectada .....	57
<b>Figura 57</b>	Café latte .....	60
<b>Figura 58</b>	Mojito de Frutos rojos.....	60
<b>Figura 59</b>	Cafe Espresso Martini.....	61
<b>Figura 60</b>	Gráfico por rango edad.....	67
<b>Figura 61</b>	Gráfico del tipo de sexo.....	68
<b>Figura 62</b>	Gráfico del distro donde vive los encuestados .....	69
<b>Figura 63</b>	Gráfico de distrito en el que trabaja/estudia .....	70
<b>Figura 64</b>	Gráfico de las ocupaciones .....	71
<b>Figura 65</b>	Gráfico de quien consume café y/o licor.....	72
<b>Figura 66</b>	Gráfico, consumió café con licor.....	72
<b>Figura 67</b>	Gráfico del interés por consumir café con licor.....	73
<b>Figura 68</b>	Gráfico de la importancia del ambiente en un café/bar .....	73
<b>Figura 69</b>	Gráfico de sí o no disfrutan de temáticas variadas .....	74
<b>Figura 70</b>	Gráfico de las opciones de temáticas.....	75
<b>Figura 71</b>	Gráfico de si quieren ver entretenimiento en el café/bar.....	76
<b>Figura 72</b>	Gráfico de opciones de entretenimiento .....	77
<b>Figura 73</b>	Gráfico de que producto se compraría más .....	78
<b>Figura 74</b>	Gráfico del rango de precio de una taza de café/bar.....	78
<b>Figura 75</b>	Gráfico del rango de precio a pagar por un cocktail .....	79
<b>Figura 76</b>	Gráfico de un rango de precio a pagar por una taza de cafe con licor.....	80
<b>Figura 77</b>	Gráfico de los factores importantes.....	81
<b>Figura 78</b>	Grafico de la frecuencia de visitas al cafe/bar en un mes .....	82
<b>Figura 79</b>	Grafico del rango de precio a gastar en una visita.....	82
<b>Figura 80</b>	Opciones de promociones u ofertas .....	83

<b>Figura 81</b>	Gráfico de sí desean recibir notificaciones sobre la apertura .....	85
<b>Figura 82</b>	Proyección de la Demanda 2025-2029.....	85
<b>Figura 83</b>	Población 2024.....	86
<b>Figura 84</b>	Nivel socioeconómico en Pueblo Libre.....	87
<b>Figura 85</b>	Rango de edades entre 18 a 60 años .....	87
<b>Figura 86</b>	Estilo de Vida .....	87
<b>Figura 87</b>	Logo de la marca "ALQUIMIA" .....	90
<b>Figura 88</b>	Taza de café .....	93
<b>Figura 89</b>	Baileys Latte.....	95
<b>Figura 90</b>	Sara Kinaku .....	96
<b>Figura 91</b>	Cócteles Peruanos de Fruta .....	96
<b>Figura 92</b>	Brownie de Chocolate con Baileys .....	98
<b>Figura 93</b>	Tiramisú con Amaretto.....	99
<b>Figura 94</b>	Referencia al frente del local .....	103
<b>Figura 95</b>	Ubicación del local .....	104
<b>Figura 96</b>	Promoción por el Día del Café .....	106
<b>Figura 97</b>	Promoción de tu artista favorito.....	107
<b>Figura 98</b>	Promoción de Licores .....	108
<b>Figura 99</b>	Brochure "ALQUIMIA" coffee/bar.....	1
<b>Figura 100</b>	Brochure "ALQUIMIA" coffee/bar.....	2
<b>Figura 101</b>	Proyección de vente en 5 años .....	2
<b>Figura 102</b>	Alternativa "A" .....	3
<b>Figura 103</b>	Ubicación del local de la Alternativa A.....	5
<b>Figura 104</b>	Establecimiento con área de 101 a 500m2 para la Alternativa A .....	6
<b>Figura 105</b>	Alternativa "B" .....	7
<b>Figura 106</b>	Ubicación del local de la alternativa B.....	8
<b>Figura 107</b>	Alternativa "C" .....	10
<b>Figura 108</b>	Ubicación del local de la alternativa C.....	12
<b>Figura 109</b>	Establecimiento con área de 101 a 500m2 para la Alternativa C .....	13
<b>Figura 110</b>	Flujograma de proceso de producción de cafe espresso .....	1
<b>Figura 111</b>	Flujograma del proceso de producción de Irish coffee .....	1
<b>Figura 112</b>	Flujograma proceso de producción de Pisco Sour .....	1
<b>Figura 113</b>	Flujograma proceso de atención al cliente:.....	1
<b>Figura 114</b>	Búsqueda de personas jurídicas inscritas .....	6
<b>Figura 115</b>	.....	6
<b>Figura 116</b>	Reserva de Preferencia Registral .....	7
<b>Figura 117</b>	Datos de los integrantes de la Persona jurídica.....	7
<b>Figura 118</b>	Formulario .....	8
<b>Figura 119</b>	Ficha de solicitud de constitución de empresas .....	9
<b>Figura 120</b>	Información de los socios de la empresa en formación .....	10
<b>Figura 121</b>	Proceso para sacar el RUC .....	11
<b>Figura 122</b>	Mano de Obra Directa (MOD).....	14
<b>Figura 123</b>	Sueldos del área Administrativo .....	14
<b>Figura 124</b>	Estructura organizacional de "Alquimia" .....	15

## **Dedicatoria**

*El presente trabajo va dirigido con gratitud, primeramente, a Dios, seguidamente, a nuestras familias, por su constante apoyo y comprensión durante este arduo proceso, además, a nuestros profesores y mentores por su guía y enseñanzas valiosas que nos han permitido alcanzar este logro. También este proyecto va a todos aquellos que nos brindaron su colaboración y contribuyeron de alguna manera a su realización ¡Gracias!*

## RESUMEN EJECUTIVO

Este plan de negocio para la implementación de un café/bar con temáticas variadas demuestra la viabilidad y rentabilidad del proyecto, destacando su propuesta única de ofrecer una experiencia gastronómica y de entretenimiento diversa. La estructura organizacional, el equipo capacitado y el cumplimiento normativo son pilares fundamentales para el éxito del establecimiento. Un exhaustivo estudio de mercado revela una alta demanda para este tipo de negocio, lo cual es respaldado por un detallado plan de marketing diseñado para posicionar el café/bar como un destino atractivo y diferenciado. En términos operativos, se han definido logísticas claras, proveedores confiables y procesos diarios que aseguran la calidad del servicio. El análisis financiero es particularmente prometedor, con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 79.28%, un Beneficio/Costo (B/C) de 1.01 y un Costo de Oportunidad del Capital (COK) de -7.22%, lo que indica una alta rentabilidad y viabilidad del proyecto. Se concluye que, con una adecuada estructura organizacional y el cumplimiento de todas las normativas legales, el café/bar tiene una base sólida para el éxito. Se recomienda mantener actualizados los manuales operativos y contar con asesoría legal y contable para garantizar el cumplimiento continuo y la optimización de recursos. En resumen, este plan de negocio demuestra que el café/bar está bien posicionado para atraer y satisfacer a una amplia variedad de clientes, asegurando su rentabilidad y sostenibilidad en el mercado.