INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA EL BAR CON TEMÁTICA DEPORTIVA

MAURO ALONSO RODRIGUEZ RISI

(0009-0004-0241-1011)

YASMANY VELIZ SAAVEDRA

(0009-0008-5590-4038)

Lima – Perú

2025

Dedicamos este proyecto, con profundo agradecimiento y cariño, a nuestra familia, esposa e hijos, quienes han sido el pilar fundamental en cada fase de este trabajo. Gracias por su apoyo incondicional, por sus palabras de aliento en los momentos difíciles y por creer en nuestras ideas incluso cuando parecían imposibles, por ser las personas que nos han apoyado para ser personas profesionales y de éxito.

Índice general

RESUMEN EJECUTIVO.....**8**
Introducción.....**9**
1 CAPITULO I: Idea de negocio..... **10**
1.1 Idea de negocio..... 10
1.2 Diagnóstico de idea de negocio:..... 11
1.3 Justificación del plan de Negocios. 17
1.3.1 BAR TEMÁTICO DEPORTIVO.....17
1.3.2 BARBER STUDIO 18
1.3.3 ROPA DE BEBE.....19
1.3.4 TRANSPORTE DE ENCOMIENDAS 20
1.3.5 GALLETAS DE CHOCOLATE CON HIERRO.....21
2 CAPITULO II: Diagnostico del plan de negocio..... **27**
2.1. Análisis del microentorno..... 27
2.1.1 Poder de negociación de los clientes 27
2.1.2 La Rivalidad entre los competidores 28
2.1.3 Barreras de salida 29
2.1.4 Amenaza de nuevos entrantes 30
2.1.5 Poder de negociación de los proveedores.....31
2.1.6 Amenaza de ingreso de productos sustitutos.....34
2.2 Análisis del macroentorno..... 35
2.2.1 Factor Económico 35
2.2.2 Factor Político 37
2.2.3 Factor Demográfico.....37
2.2.4 Factor Tecnológico.....40
2.2.5 Factor Ecológico 42
2.2.6 Factor Legal 42
3 CAPITULO III: Planeamiento estratégico...... **42**
3.1 Misión. 42
3.2 Visión. 43
3.3 Valores. 43
3.4 Matriz FODA 45
3.5 Organigrama del bar temático “la banca” 48
3.5.1 Área 1: área logística.....48

3.5.2 Area 3 Área comercial y marketing:.....50
3.5.3 Área 4: Área de Tesorería.....51
3.6 3.6 Estrategia genérica de Porter:.....52
3.6.1 Liderazgo en costos:.....52
3.6.2 La diferenciación.....52
3.6.3 El Enfoque.....53
3.7 3.7 Cronograma de actividades (Diagrama de Gantt):.....56
3.7.1 Diagrama de Gantt.....57
4 CAPITULO IV: Estudio de mercado.....59
4.1 Oferta.....59
4.2 Demanda.....70
4.2.1 4.2.1. Resultados e interpretación.....80
4.2.2 4.2.2 Focus group.....99
4.2.3 4.2.3. Entrevista.....104
5 CAPITULO V: Plan de comercialización.....104
5.1 5.1.- Mercado (características, mercados (Excel) y segmentación).....105
5.1.1 Características del mercado objetivo.....105
5.1.2 Segmentación del mercado.....106
5.1.3 Tipos de Mercado.....108
5.1.4 Factores del entorno.....108
5.2 5.2.- Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción).....109
5.2.1 Producto.....109
5.2.2 Precio.....114
5.2.3 Plaza.....118
5.2.4 Promoción.....120
5.3 LOGOTIPO DE LA EMPRESA:.....124
5.4 Manual de Políticas para Proveedores.....128
5.5 1. Objetivo.....128
5.6 2. Políticas Generales.....128
5.6.1 Selección de Proveedores.....128
5.6.2 Contratación y Formalización.....128
5.6.3 Calidad e Higiene.....129
5.6.4 Prácticas Éticas y de Sostenibilidad.....129
5.6.5 Condiciones de Pago.....129

5.6.6 Innovación y Alianzas 129
5.6.7 Evaluación del Desempeño 130
5.7 Vigencia y Actualización 130
5.8 Formulación estratégica 131
5.9 Proyección de ventas 133
6 CAPITULO VI: Plan técnico 134
6.1 Localización de la empresa (local físico, almacén, área administrativa…) 134
6.1.1 Macro localización 134
6.1.2 Micro localización 139
6.2 Tamaño del negocio (capacidad instalada). 141
6.2.1 Plano general del bar 142
6.3 Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima). 145
6.3.1 Cotizaciones – imágenes 145
6.3.2 maquinaria y equipos 148
6.3.3 muebles y enseres 149
6.3.4 mano de obra (costos mensuales) 149
6.3.5 Costos directos e indirectos 150
6.3.6 costos indirectos 151
6.4 Proceso de producción u operación (diagrama de flujo). 152
6.4.1 Proceso de producción de una bebida en el Bar deportivo “La Banca” 152
6.4.2 Proceso de ventas en el Bar deportivo “La Banca” 153
6.5 6.5.- Certificaciones necesarias 155
6.5.1 Licencias y Permisos Municipales 155
6.5.2 Certificados de Seguridad y Defensa Civil 156
6.5.3 Certificaciones Sanitarias y Manipulación de Alimentos 157
6.5.4 Autorización de Venta de Bebidas Alcohólicas 158
6.5.5 Registro y Autorización Musical (si se usa música o pantallas deportivas) 158
6.5.6 Registro y Formalización Tributaria 159
6.5.7 Otros Permisos Complementarios 159
6.6 Impacto en el medio ambiente 159
6.6.1 Plan de acción ambiental para “La banca” 160
6.6.2 Manejo de Residuos y Reciclaje 160
6.6.3 Eficiencia Energética. 161
6.6.4 Ahorro y control del uso de agua 162

6.6.5 Control de contaminación sonora. 163
7 CAPITULO VII: Plan organizacional, personal y legal 165
7.1 Plan organizacional, personal y legal 165
7.1.1 Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos). Constitución de la Empresa – Bar Temático Deportivo "La Banca" 165
7.1.2 Tipo de empresa a aplicar 165
7.1.3 Pasos para la constitución legal 166
7.1.4 Permisos y licencias para el funcionamiento del bar 167
7.1.5 Resumen de Costos para la constitución de "La Banca" 169
7.2 Obligaciones (tributarias y laborales) 169
7.2.1 Obligaciones tributarias 169
7.3 Obligaciones laborales 171
7.3.1 Registro en planilla electrónica (T-Registro y PLAME) 171
7.3.2 Aportes y beneficios laborales obligatorios 171
7.3.3 Jornada laboral y descanso 173
7.3.4 Contrato de trabajo 173
7.3.5 Obligaciones de seguridad laboral 174
7.3.6 Inspecciones y fiscalización 174
7.4 Estructura organizacional. 174
7.5 MOF – Manual de Organización y Funciones 175
7.5.1 GERENTE GENERAL 176
7.5.2 BARTENDER 177
7.5.3 CAJERO 178
7.5.4 ALMACENERO 178
7.5.5 MOZO 179
7.5.6 COCINERO 180
7.5.7 PERSONAL DE LIMPIEZA 180
7.5.8 PERSONAL DE SEGURIDAD 181
7.5.9 ÁREA DE LOGÍSTICA 182
7.5.10 ÁREA OPERATIVA 182
7.5.11 ÁREA COMERCIAL Y MARKETING 183
7.5.12 ÁREA DE TESORERÍA 184
8 CAPITULO VIII: Planificación financiera 185
8.1 Planificación financiera 185

8.1.1 Inversiones (estructura) 185
8.1.2 Ingresos y Egresos 188
8.1.3 Deuda (cuadro de amortización) 189
8.1.4 Flujo de caja (económico y financiero) 192
8.1.5 Evaluación económica y financiera (VAN, TIR, Punto de equilibrio) 193
8.1.6 Estados financieros proyectados (Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados) 194
9 Conclusiones y recomendaciones. 195
9.1 Idea de negoción 195
9.2 Diagnóstico del plan de negocio 195
9.3 Planeamiento estratégico 196
9.4 Estudio de mercado 196
9.5 Plan de comercialización 196
9.6 Plán técnico 197
9.7 Plan organizacional, personal y legal 197
9.8 Planificación financiera 198
10 RECOMENDACIONES 198
10.1 Idea de negocio 198
10.2 Diagnóstico del plan de negocio 199
10.3 Planeamiento estratégico 199
10.4 Estudio de mercado 199
10.5 Plan de comercialización 200
10.6 Plan técnico 200
10.7 Plan organizacional, personal y legal 200
10.8 Planificación financiera 201
11 Bibliografía 202

Índice de figuras

Figura 1.1 logo del estadio FC....16
Figura 1.2 Fútbol y sabor....17
Figura 1.3 Mala muerte....17
Figura 1.4 Horror bar....18
Figura 1.5 Raja tabla....18
Figura 1.6 Carta la banca....22
Figura 2.1 El rincón cervecero....33
Figura 2.3 PBI....41
Figura 3.1 Organigrama....53
Figura 3.2 Diagrama de GANTT....62
Figura 4.1 EL ESTADIO FC 2....65
Figura 4.2 Carta de El Estadio FC....67
Figura 4.3 Carta de El Estadio FC....68
Figura 4.4 Carta de El Estadio....69
Figura 4.5 El Estadio FC....70
Figura 4.6 El Estadio FC....70
Figura 4.7 El Estadio FC....71
Figura 4.8 El Estadio FC....72
Figura 4.9 El Estadio FC....73
Figura 4.10 El Estadio FC....75
Figura 4.11 Fórmula de tamaño muestral....80
Figura 4.12 Fórmula de tamaño muestral....81
Figura 4.13 Resultados de encuesta....85
Figura 4.14 Edades....86
Figura 4.15 Género....87
Figura 4.16 Ocupación....88
Figura 4.17 Encuestaa distritos....91
Figura 4.18 Con qué frecuencia sueles ir a bares o lugares públicos....93
Figura 4.19 ¿Qué te atrae más de un bar deportivo?....94
Figura 4.20 ¿Qué deportes o ligas te gustaría ver?....95
Figura 4.21 ¿Qué menú te gustaría encontrar?....96
Figura 4.22 ¿Cuánto estarías dispuesto a gastar por un trago?....97
Figura 4.23 ¿Qué tipo de promociones te parecen más atractivas?....98

Figura 4.24 ¿Qué tan importante es para ti, que el bar esté ubicado en el centro de Lima? 99
Figura 4.25 100
Figura 4.26 ¿ Dónde sueles entetarte de aperturas y bares? 101
Figura 4.27 ¿Te apuntarías a un grupo de WhatsApp para recibir ofertas exclusivas? 102
Figura 4.28 ¿Qué te gustaría que La Banca ofreciera que aún no encuentras en ningún bar deportivo? 103
Figura 4.29 Alguna sugerencia o recomendación 105
Figura 4.30 Focus group 108
Figura 4.31 Focus group 109
Figura 4.32 Focus group 110
Figura 4.33 Focus group 111
Figura 5.1 114
Figura 5.2 Producto 118
Figura 5.3 Producto 119
Figura 5.4 Producto 120
Figura 5.5 Pantalla grande 121
Figura 5.6 Al rojo vivo 122
Figura 5.7 La Banca Bar 124
Figura 5.8 La carta Bar 125
Figura 5.9 La carta bar 125
Figura 5.10 La carta bar 126
Figura 5.11 La banca Bar 128
Figura 5.12 Pantallas 129
Figura 5.13 La banca Tik Tok 130
Figura 5.14 La banca WhatsApp Business 131
Figura 5.15 La Banca Facebook 131
Figura 5.16 La Banca LOGOTIPO 133
Figura 6.1 Locales encontrados 146
Figura 6.2 147
Figura 6.3 Locales encontrados 147
Figura 6.4 Locales encontrados 148
Figura 6.5 Cotización de remodelado 150
Figura 6.6 Plano general del bar 151
Figura 6.7Plano general de lbar 152
Figura 6.8 Plano general de lbar 152

Figura 6.9 Plano general del bar 153
Figura 6.10 158
Figura 6.11 Mozo 161
Figura 6.12 Flujograma 162
Figura 6.13 Mozo 163
Figura 6.14 163
Figura 6.15 163
Figura 6.16 164
Figura 6.17 Flujograma de ventas 165
Figura 6.18 Municipalidad de Lima 166
Figura 6.19 Licencia de funcionamiento indeterminada 166
Figura 6.20 Sensor de movimiento 172
Figura 6.21 Campaña "Cierra el grifo" 173
Figura 6.22 Control de contaminación sonora 173
Figura 6.23 La Banca Decoración 174
Figura 7.1 Constitución de la empresa 175
Figura 7.2 Tasa de inflación 183
Figura 7.3 184
Figura 7.4 Organigrama 186
Figura 7.5 MOF 187
Figura 8.3 200
Figura 8.9 203
Figura 8.10 203

Índice de tablas

Tabla 1 Cuadro de precios de los proveedores 37
Tabla 2 Cuadro de precios de los proveedores 39
Tabla 3 Cuadro de precios de los proveedores 39
Tabla 4 Línea de tiempo del factor tecnológico en Perú y el Mundo 45
Tabla 5 FODA / DAFO 52
Tabla 6 Frecuencia 1 85
Tabla 7 Frecuencia 2 86
Tabla 8 Frecuencia 3 87
Tabla 9 Frecuencia 4 89
Tabla 10 Frecuencia 5 91
Tabla 11 Asistes frecuentemente a bares 91
Tabla 12 Frecuencia 6 92
Tabla 13 Frecuencia 7 94
Tabla 14 Frecuencia 8 95
Tabla 15 Frecuencia 9 96
Tabla 16 Frecuencia 10 97
Tabla 17 Frecuencia 11 98
Tabla 18 Frecuencia 12 99
Tabla 19 Frecuencia 13 100
Tabla 20 ¿Cómo llegas principalmente? 100
Tabla 21 Frecuencia 14 101
Tabla 22 Frecuencia 15 102
Tabla 23 Frecuencia 16 104
Tabla 24 Frecuencia 17 104
Tabla 25 Cracterística / Descripción 112
Tabla 26 Segmentacion 114
Tabla 27 Segmentación 116
Tabla 28 DAFO 140
Tabla 29 Cantidad / Precio 142
Tabla 30 Proyección de ventas 143
Tabla 31 Costos y evaluación 149
Tabla 32 Cotización Licorerías 154
Tabla 33 Cotización Sumon licores 154
Tabla 34 Cotización Backus 155
Tabla 35 Cotización Braedt 156
Tabla 36 Cotización Otto Kunz 156
Tabla 37 Cotización Maquinaria y equipos 158
Tabla 38 Sueldos de personal 159
Tabla 39 Resumen general de costos 159

Tabla 40 Costos directos 159
Tabla 41 Costos directos 160
Tabla 42 Proyección anual 160
Tabla 43 Impactos que generan en el medio ambiente 170
Tabla 44 Acción, detalle, responsable y frecuencia 171
Tabla 45 Impacto en el medio ambiente 171
Tabla 46 Impacto en el medio ambiente 171
Tabla 47 Ahorro y control de uso del agua 172
Tabla 48 Conciencia con el medio ambiente 174
Tabla 49 Costos para la constitución de La Banca 179
Tabla 50 Mano de obra directa 182
Tabla 51 Gastos administrativos 197
Tabla 52 Activos fijos y tangibles 198
Tabla 53 Inversión Total 199
Tabla 54 Ingresos y egresos 199
Tabla 55 Costos mensuales a plena capacidad 200
Tabla 56 Presupuesto de Egresos - Costos 200
Tabla 57 Deuda 200
Tabla 58 Financiamiento del proyecto 201
Tabla 59 Método frances 201
Tabla 60 Cuadro de amortización e intereses 202
Tabla 61 Cuadro de resumen semestral 203
Tabla 62 Costo y rendimiento de productos financieros 203
Tabla 63 Flujo de caja financiero 204
Tabla 64 Flujo de caja económico 204
Tabla 65 Base de datos 205
Tabla 66 VAN Y TIRF 205
Tabla 67 Estado de situación financiera proyectada 206
Tabla 68 Estado de Resultados 206

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio propone la creación de “La Banca”, un bar con temática deportiva ubicado en el Cercado de Lima, cuyo objetivo es brindar una experiencia emocional que fomente un sentimiento de pertenencia entre los consumidores. Está dirigido a las personas entre 18 y 65 años de niveles socioeconómicos B y C; el bar se inspira en la pasión por el deporte y ofrece un ambiente temático, carta innovadora y transmisiones deportivas en vivo. El análisis del entorno refleja una demanda activa y competidores como Estadio F.C., pero también revela oportunidades para diferenciarse mediante fidelización, comunidad y propuesta temática. Se plantea una estrategia comercial basada en marketing digital, eventos deportivos y promociones. El bar operará bajo el régimen MYPE como SRL, con procesos eficientes y personal debidamente capacitado. La planificación financiera incluye ingresos proyectados teniendo en cuenta la inflación, estrategias para aumentar ticket promedio y visitas, e inversión total de S/ 194,343.97, la cual será financiada en un 25% con un préstamo de la CMAC Cusco, a una TCEA de 41.74% y amortización en 36 meses. El análisis financiero muestra un VAN de S/ 544,554.00, una TIR del 47.52% y una tasa de descuento del 4.21%, lo cual significa que el proyecto tiene una alta rentabilidad y es viable.

Palabras clave:

Bar temático; experiencia deportiva; plan de negocio; rentabilidad financiera; fidelización del cliente; Cercado de Lima.