



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO  
“ZEGEL IPAE”  
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS**

**PLAN DE NEGOCIO DE UN BAR TEMÁTICO DE LAS DIVERSAS  
CULTURAS PERUANAS**

**Plan de negocio para obtener el título profesional en Administración de Negocios**

**SASHA ANGUIE GARCIA LAZARO  
(0000-0002-8023-1567)**

**VIVIANA CRISTY TIBURCIO PULIDO  
(0000-0003-2235-9252)**

**Lima-Perú  
2023**

*A mis padres y a mi hermano Andrés, que me acompañaron durante este proceso, de dedicación y esfuerzo, y como dejar de lado a mi pequeño perruno Puchi, que fue parte de todas mis recaídas y amanecidas.*  
**García Lazaro, Sasha Anguie**

*A mi madre y mi hijo, por todo su amor incondicional.*

**Tiburcio Pulido, Viviana Cristy**

## Índice General

### Tabla de contenido

Resumen Ejecutivo .....	10
Introducción .....	11
Capítulo I. Plan estratégico y plan organizacional.....	9
<i>Formulación de la idea de negocio</i> .....	9
<i>Datos de la empresa</i> .....	12
<i>Direccionamiento estratégico</i> .....	14
<i>Visión de la empresa</i> .....	14
<i>Misión de la empresa</i> .....	14
<i>Valores de la empresa</i> .....	14
<i>Objetivos de la empresa</i> .....	15
Capítulo II. Análisis del entorno.....	18
<i>Análisis del macroentorno</i> .....	18
<i>Factores económicos</i> .....	18
<i>Factores socioeconómicos</i> .....	21
<i>Factores políticos y legales</i> .....	23
<i>Factores tecnológicos</i> .....	24
<i>Factores ambientales</i> .....	24
<i>Análisis del microentorno</i> .....	25
<i>Perfil de los clientes</i> .....	25
<i>Perfil de los competidores</i> .....	25
<i>Perfil de los proveedores</i> .....	26
<i>Matriz de Porter</i> .....	27
Capítulo III. Estudio de mercado.....	30
<i>Estudio de mercado</i> .....	30
<i>Perfil del cliente objetivo</i> .....	30
Segmentación de Mercado .....	30
Estimación de la demanda.....	37
Capítulo IV. Plan de Marketing.....	49
<i>Producto y/o servicio</i> .....	49
<i>Precio</i> .....	57
<i>Plaza</i> .....	59
<i>Promoción</i> .....	60
<i>Persona</i> .....	66
<i>Procesos</i> .....	66
<i>Prueba física</i> .....	67

	4
<i>Marketing Mix</i> .....	68
Programa de acciones tácticas .....	68
Programa y pronóstico de ventas.....	70
Capítulo V. Plan de Operaciones.....	74
<i>Objetivos operacionales</i> .....	74
<i>Descripción del proceso operacional</i> .....	74
<i>Diagrama de flujo</i> .....	74
<i>Especificaciones y requerimientos</i> .....	76
<i>Plan de calidad</i> .....	80
<i>Plan de seguridad</i> .....	81
Capítulo VI. Organización de la empresa.....	86
<i>Estructura de la organización</i> .....	86
<i>Plan de Gestión del Talento</i> .....	87
<i>Principales funciones que se requieren en el negocio</i> .....	87
<i>Políticas y estrategias para la administración del talento</i> .....	89
<i>La planilla de la empresa o presupuesto de las remuneraciones</i> .....	91
<i>Aspectos legales, tributarios y societarios</i> .....	92
Capítulo VII. Plan de Inversiones.....	93
<i>Plan de Inversiones</i> .....	93
<i>Inversión fija Tangible</i> .....	93
<i>Inversión fija intangible</i> .....	94
<i>Capital de trabajo</i> .....	95
<i>Análisis de costos</i> .....	96
<i>Determinar los costos del producto y/o servicio</i> .....	96
<i>Análisis financiero</i> .....	99
<i>Estado de situación financiera de apertura</i> .....	99
<i>Estado de resultados</i> .....	100
<i>Punto de equilibrio</i> .....	100
<i>Indicadores financieros</i> .....	101
<i>Plan financiero</i> .....	101
<i>Presupuesto operativo</i> .....	101
<i>Evaluación financiera</i> .....	102
Flujo de caja proyectado.....	102
<i>Análisis de sensibilidad</i> .....	103
CONCLUSIONES .....	104
RECOMENDACIONES .....	105
ANEXOS .....	109

## Índice de Tablas

Tabla N° 1. Canvas Vanguard Bar.....	13
Tabla N° 2 Foda cruzado.....	17
Tabla N° 3 Competidores Directos.....	26
Tabla N° 4 Perfil proveedores .....	27
Tabla N° 5 Segmentación de mercado .....	30
Tabla N° 6 Estimación de la demanda.....	32
Tabla N° 7 Personas que estarían dispuestos a consumir nuestras bebidas.....	33
Tabla N° 8 Mercado Disponible.....	34
Tabla N° 9 Precio por el cual está dispuesto a pagar por un producto el consumidor .....	34
Tabla N° 10 Mercado Efectivo.....	34
Tabla N° 11 Mercado Objetivo .....	34
Tabla N° 12 Promedio ponderado de la frecuencia de asistencia.....	35
Tabla N° 13 Frecuencia de asistencia.....	35
Tabla N° 14 Promedio ponderado del número de tragos por visita .....	35
Tabla N° 15 Número de tragos consumidos por visita .....	35
Tabla N° 16 Intención de asistencia a Vanguard Bar .....	38
Tabla N° 17 Edad.....	39
Tabla N° 18 Frecuencia de asistencia.....	40
Tabla N° 19 Frecuencia de asistencia por mes .....	40
Tabla N° 20 Día con mayor frecuencia de asistencia.....	41
Tabla N° 21: # Tragos consumidos por visita.....	42
Tabla N° 22: Mayor consumo de bebida .....	43
Tabla N° 23 Servicio de mayor importancia.....	43
Tabla N° 24 Intención de compra.....	44
Tabla N° 25 Nivel de gastos.....	45
Tabla N° 26 Ubicación estratégica .....	46
Tabla N° 27 Servicio adicional.....	47
Tabla N° 28 Recomendaciones.....	48
Tabla N° 29 Lista de precios “Bull Bar” .....	58
Tabla N° 30 Lista de precios “Club 27 Restobar” .....	58
Tabla N° 31 Publicidad Offline .....	65
Tabla N° 32 Programa de acciones tácticas II .....	69
Tabla N° 33 Gantt .....	70
Tabla N° 34 Pronóstico de ventas – Pisco Sour de Frutas .....	71
Tabla N° 35 Pronóstico de ventas – Pillco Mozo .....	71

Tabla N° 36 Pronóstico de ventas – Machacados Exóticos .....	72
Tabla N° 37 Pronóstico de ventas – Cocotachi.....	73
Tabla N° 38 Pronóstico de ventas – Flor Sagrada de los Incas.....	73
Tabla N° 39 Herramientas de coctelería y cristalería.....	76
Tabla N° 40 Equipos y maquinarias .....	78
Tabla N° 41 Equipos de presentación musical .....	78
Tabla N° 42 Computadoras e Impresoras .....	78
Tabla N°43 Decoración e Implementación de la Infraestructura .....	79
Tabla N°44 Implementos de calidad y seguridad .....	79
Tabla N° 45 Implementos de limpieza y escritorio.....	80
Tabla N° 46 Horario de atención.....	84
Tabla N° 47 Aportes de la junta de accionistas .....	87
Tabla N° 48 Administrador .....	87
Tabla N° 49 Barman .....	88
Tabla N° 50 Cajera- recepcionista.....	88
Tabla N° 51 Mozo.....	89
Tabla N° 52 Asistente logístico.....	89
Tabla N° 53 Plantilla presupuesta de las remuneraciones.....	91
Tabla N° 54 Plan de Inversiones .....	93
Tabla N° 55 Inversión Fija Tangible .....	93
Tabla N° 56 Cálculo de la Depreciación Tangible .....	94
Tabla N° 57 Depreciación Anual Tangible.....	94
Tabla N° 58 Inversión Fija Intangible .....	94
Tabla N° 59 Calculo de la amortización en Activos Fijos Intangibles.....	95
Tabla N° 60 Amortización Anual de Intangibles.....	95
Tabla N° 61 Capital de Trabajo.....	95
Tabla N° 62 Costo unitario Machacados Exóticos .....	96
Tabla N° 63 Costo Unitario Pisco Sour de Frutas .....	97
Tabla N° 64 Costo unitario Cocotachi.....	97
Tabla N° 65 Costo unitario Pillco Mozo.....	98
Tabla N° 66 Costo unitario Flor Sagrada de los Incas .....	99
Tabla N° 67 Estado de Situación Financiera .....	99
Tabla N° 68 Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado .....	100
Tabla N° 69 Punto de Equilibrio – Unidades .....	100
Tabla N° 70 Punto de Equilibrio – Soles.....	100
Tabla N° 71 Indicadores financieros .....	101
Tabla N° 72 Cuadro de Costos y Gastos por los 5 años.....	101

Tabla N° 73 Flujo de caja proyectado .....	102
Tabla N° 74 Cálculo de la tasa de descuento o WAAC .....	103
Tabla N° 75 Determinación del COK.....	103
Tabla N° 76 VAN y TIR Económico .....	103
Tabla N° 77 Beneficio/Costo.....	103

## Índice de Figura

Figura N° 1 PBII 2020 – Proyección PBI 2021 .....	18
Figura N° 2 PBI 2021.....	19
Figura N° 3 ISC -2022 .....	21
Figura N° 4 Población 2022 .....	22
Figura N° 5 Ingreso y gasto promedio mensual.....	22
Figura N° 6 Ingresos y Gastos según NSE 2021 .....	23
Figura N° 7 Distribución de zonas por NSE 2021 .....	31
Figura N° 8 Segmento de edad.....	32
Figura N° 9 Mercado Potencial – Facebook.....	33
Figura N° 10 Análisis de la oferta .....	36
Figura N° 11 Hatun .....	36
Figura N° 12 Intención de asistencia a Vanguard Bar .....	38
Figura N° 13 Edad.....	39
Figura N° 14 Frecuencia de asistencia.....	40
Figura N° 15 Día con mayor frecuencia de asistencia .....	41
Figura N° 16 Nivel de gastos .....	42
Figura N° 17 Mayor consumo de bebida.....	43
Figura N° 18 Servicio de mayor importancia .....	44
Figura N° 19 Intención de compra .....	44
Figura N° 20 Nivel de gastos .....	46
Figura N° 21 Ubicación estratégica.....	47
Figura N° 22 Coctelería Tiki Mug I.....	49
Figura N° 23 Coctelería Tiki Mug II.....	49
Figura N° 24 Tiki Amazónico tropical .....	49
Figura N° 25 Tiki Cabeza Clava .....	50
Figura N° 26 Tiki Cerámica - Keros Tiahuanaco .....	50
Figura N° 27 Tiki Nazca .....	50
Figura N° 28 Tiki Mochica .....	51
Figura N° 29 Coctelería al estilo Garnish.....	51
Figura N° 30 Coctelería en hielo seco .....	51
Figura N° 31 Pisco quebranta.....	52
Figura N° 32 Fruta exótica – Aguaymanto.....	52
Figura N° 33 Fruta exótica – Pitahaya.....	52
Figura N° 34 Fruta exótica – Toronja.....	52
Figura N° 35 Fruta exótica – Maracuya .....	53
Figura N° 36 Servicio – Estilo Vintage, Grunge y Moderno I.....	54



Figura N° 37 Servicio – Estilo Vintage, Grunge y Moderno II .....	54
Figura N° 38 Decoración del local .....	55
Figura N° 39 Espacios para socializar o realizar juegos de mesa u otras dinámicas.....	55
Figura N° 40 Música en vivo .....	55
Figura N° 41 Primer logo .....	56
Figura N° 42 Segundo prototipo de logo.....	56
Figura N° 43 Nuestro logo .....	57
Figura N° 44 Precios Vanguard Bar.....	59
Figura N° 45 Ubicación del establecimiento .....	60
Figura N° 46 Página Web Vanguard bar .....	60
Figura N° 47 Página en Facebook Vanguard bar.....	62
Figura N° 48 Página en Instagram Vanguard bar .....	63
Figura N° 49 Pagina en Tik Tok Vanguard Bar .....	63
Figura N° 50 Servicio de Community Manager .....	64
Figura N° 51 Post Publicitario.....	65
Figura N° 52 Layout.....	68
Figura N° 53 Cadena de Valor - Porter .....	74
Figura N° 54 Flujograma de ventas.....	74
Figura N° 55 Flujograma de producción .....	75
Figura N° 56 Flujograma de atención.....	76
Figura N° 57 Señalizaciones de emergencia.....	81
Figura N° 58 Luces de emergencia.....	82
Figura N° 59 Detector de humo.....	82
Figura N° 60 Ruta de evacuación .....	82
Figura N° 61 Pozo a tierra.....	82
Figura N° 62 Limpieza.....	84
Figura N° 63 Uniformes.....	84
Figura N° 64 Protocolo de Bioseguridad .....	85
Figura N° 65 Estructura de la organización .....	86

## Resumen Ejecutivo

Vanguar Bar, un Bar Temático de las diversas culturas peruanas, busca probar su viabilidad y factibilidad en el mercado de Puente Piedra, cuya propuesta se centra en la cultura peruana, presentándose desde su ambientación hasta el servicio y producto, dónde su infraestructura es moderna e innovadora, además, los productos que ofrecen, se sirven en tikis mugs atractivos, que representa a nuestras culturas preincaicas, no obstante el contenido está elaborado a base de frutos exóticos, que de cierta manera en estos últimos años, la tendencia por estos productos está en constante crecimiento, por ello el usuario está dispuesto a consumir y vivir esta nueva experiencia, no obstante, se caracterizan por ser hombres y mujeres entre 25 a 55 años, amantes de nuestra cultura peruana y de nivel socioeconómico C+ y C-, de la Zona 1. Por otro lado, el servicio que se brinda es acogedor, pero sobre prevalecer la seguridad, que se puede expresar de dos maneras, sea en el ámbito de salud, donde se respetará y preservarán los protocolos de la COVID 19, por el contrario, la inseguridad ciudadana, que en el día a día estamos expuestos, por lo que se contará con un personal especializado. Finalmente en este presente proyecto se presentarán 7 capítulos: en el primer capítulo, se desarrolló el porqué de la propuesta de negocio, así mismo se determinaron datos descriptivos de la empresa, como también sus objetivos, mientras que en el segundo capítulo, se presentaron los factores internos y externos que pueden incurrir en la operatividad y funcionamiento de Vanguar Bar, como consiguiente, el tercer capítulo, dónde se determinó y estimó la demanda, mediante fuentes primarias y secundarias, es decir, gracias al desarrollo de una investigación exploratoria. No obstante, en el cuarto capítulo, se estableció el plan de marketing, determinando aspectos y cualidades del producto, como también creando estrategias de atracción y captación, mientras que, en el quinto capítulo, plan de operaciones, se detalló los requerimientos, procesos y actividades de la empresa. Por otro lado, el sexto capítulo, podemos observar el desarrollo de la organización, estableciéndose actividades acordes a sus funciones, aunque, en el séptimo capítulo, encontramos el plan financiero, que determinó su viabilidad, cuyo VAN económico es de S/114,134.92 y el TIR de 87%. Finalmente podemos decir que el plan de negocio es viable, factible y rentable, ofreciendo un servicio y producto de calidad, muy aparte de ser único para la diversión de los usuarios.