



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

LAUREATE

INTERNATIONAL UNIVERSITIES

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

**FACULTAD DE ESTUDIOS DE LA EMPRESA
CARRERA DE ADMINISTRACION**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACION DE UN BAR
DISCOTECA PARA JOVENES Y ADULTOS DE LA CIUDAD DE
TRUJILLO**

AUTOR : Bach. ANTONIA ANDREA VERA LEON

ASESOR: JOSE MANUEL VITERI

**TRUJILLO – PERÚ
2008**

ÍNDICE

I RESUMEN EJECUTIVO	2
II GENERALIDADES	4
2.1 Idea de Negocio	4
2.2 Nombre de la Empresa	4
2.3 Ubicación	4
2.4 Horizonte de Evaluación	4
2.5 Ejecutor	4
III ANÁLISIS DE LA EMPRESA.....	6
3.2 Análisis FODA.....	6
3.3 Matriz FODA	8
<u>IV. ESTUDIO DE MERCADO Y ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA.....</u>	9
<u>4.1 ANÁLISIS ENTORNO.....</u>	<u>10</u>
<u>4.1.1 MACROENTORNO.....</u>	<u>10</u>
Factor Tributario.....	10
Factor Económico	12
Factor Político	13
Factor Demográficos.....	14
Factor Social	15
Factor tecnológico.....	16
<u>4.1.2 MICROENTORNO.....</u>	<u>16</u>
Cliente Potencial	16
Consumidores	16
Competencia.....	16
Proveedores.....	17

4.2 ANÁLISIS MERCADO	19
4.2.1 Segmentación	20
4.2.2 Fuente Información	20
4.2.3 Definición de Cliente	20
4.2.4 Estimación de la Demanda	20
4.2.5 Mercado Meta u Objetivo	21
<u>V. PLAN DE MARKETING</u>	24
5.1 Identificación del Publico Meta	24
5.2 Producto o Servicio	24
4.2 Precio	24
4.3 Plaza	24
4.4 Promoción	25
<u>VI. ESTUDIO LEGAL</u>	26
6.1. Forma Societaria	27
6.2. Legislación Laboral y Tributaria	28
<u>VII. PLAN DE OPERACIONES</u>	31
7.1 Diagrama Flujo de Actividades del Proceso	31
Procesos de Producción	31
Proceso DE Comercialización.....	35
Identificación Cuello de Botella	36
<u>VIII. ESTUDIO ORGANIZACIONAL</u>	37
8.1. PLAN ESTRATÉGICO	38
8.1.1. Misión	38
8.1.2. Visión	38
8.1.3. Estrategia.....	39

8.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL	40
8.2.1. Organigrama	40
8.2.2. Descripción Cargos y Perfiles	41
8.2.3. Tareas Funciones y Responsabilidades	41
<u>IX. RESPONSABILIDAD SOCIAL</u>	47
<u>X. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA</u>	48
10.1. Inversiones	49
10.2. Financiamiento.....	55
10.3. Ingresos Proyectados	56
10.4. Supuestos Generales	58
10.5. Balance General	60
10.6. Estado de Ganancia y Perdida	60
10.7. Flujos de Caja Proyectados	62
10.8. Tasa de Descuento	63
10.9. Rentabilidad	63
10.9.1. VAN	63
10.9.2. TIR.....	63
10.9.3 IR	63
10.9.4 COK	63
XI. CONCLUSIONES	66

ANEXO	67
Modelo de Encuesta	68
Resultados de Encuestas	69
Cuadro N° 1, 2 Cálculo de la capacidad máxima	73
Cuadro N° 3 Inversión depreciación y amortización de activos	74
Cuadro N° 4 valor residual	75
Cuadro N° 5 Tasas de depreciación	76
Cuadro N° 6 Flujo económico	76
Cuadro N° 7 Evaluación financiera	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Crecimiento del PBI	11
Tabla N° 2: Producto Nacional según Sectores	11
Tabla N° 3: PBI Percápita	12
Tabla N° 4: PBI Evolución por Departamentos.....	13
Tabla N° 5: Libertad Estructural por Sectores	13
Tabla N° 6: Tendencia Crecimiento Poblacional	14
Tabla N° 7: Población Cesada y Tasa de Crecimiento	15
Tabla N° 8: Número de Personal.....	41
Tabla N° 9: Valor de Ventas Promedio	57
Tabla N° 10: Supuestos Generales	59

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Segmentación	19
Cuadro N° 2: Dedución de Mercado Objetivo	21
Cuadro N° 5: Inversión Activos fijos	49
Cuadro N° 6: Resumen de Inversión	49
Cuadro N° 7: Costo medio de materiales directo según producto	50
Cuadro N° 8: Presupuesto de materiales directos	50
Cuadro N° 9: Presupuesto de Costos producción	51
Cuadro N° 10: Inversión y reinversión en capital de trabajo	51
Cuadro N° 11: Presupuesto de personal	51
Cuadro N° 12: Productos de limpieza	52
Cuadro N° 13: Presupuesto total de Materiales Indirectos	52
Cuadro N° 14: Presupuesto de Gastos Administrativos	53
Cuadro N° 15: Presupuesto de Merchandising	53
Cuadro N° 16: Presupuesto de Gasto de Ventas	53
Cuadro N° 17: Depreciación del Activo Fijo	54
Cuadro N° 18: Depreciación del Activo Fijo y Amortización del Intangible	55
Cuadro N° 19: Estructura de Capital	55
Cuadro N° 20: Plan Financiero	56
Cuadro N° 21: Pago de Devolución de Deuda	56
Cuadro N° 22: Presupuesto de Ingreso por Entradas	57
Cuadro N° 23: Presupuesto de Ingresos por Bebidas	58
Cuadro N° 24: Presupuestos de Ingresos por Acompañamiento	58
Cuadro N° 25: Resumen de Presupuesto de Ingresos	58
Cuadro N° 26: Recuperación del Capital	59
Cuadro N° 27: Balance Anual Proyectado.....	60
Cuadro N° 28: Estado de Pérdidas y Ganancias	61
Cuadro N° 29: Flujo de Caja Operativo	61
Cuadro N° 30: Flujo de Capital	62
Cuadro N° 31: Flujo de Capital Económico	62
Cuadro N° 32: Flujo de Caja Financiera Proyectado	63
Cuadro N° 33: Flujo Económico	64
Cuadro N° 34: Flujo Financiero	64



CAPÍTULO I

RESUMEN EJECUTIVO

Bar Discoteca nace como una alternativa de diversión nocturna en la ciudad de Trujillo, la idea consiste en diseñar un bar discoteca donde habrá presentaciones de grupo musicales de diferente genero, la decoración será ambientada a los géneros musicales, contando con efecto de luces en la pista de baile, muebles confortables y un discjockey residente. El mercado meta estará conformado por los Jóvenes, Adultos del segmento A - B de la ciudad de Trujillo quienes representaran un mercado disponible de 264,392 entradas lo que representa 1.057,567 bebidas y 79,318 acompañamiento.

El producto principal esta constituida por la experiencia creada en el Bar Discoteca y las bebidas tales como (Whisky, Cognac, Ron, Pousse Café, Vodka, Pisco, Gin, Cerveza)

La inversión inicial del proyecto será de S/588,514.38 nuevos soles, que será destinado a activos Fijos S/ 411.010,14), activos intangibles S/6.087.85 y capital de trabajo S/171.416.39). el 50% de la inversión será financiada por el BBVA y el saldo aporte por los socios.

La evaluación del proyecto, a un costo promedio ponderado de 23.32% dio como resultado los siguientes indicadores financieros:

VANE S/ 403.378,04, VANF S/408.208,71; TIRE 53.42%, TIRF 76,02%. Siendo el proyecto viable desde el punto de vista de mercado, tecnológico, legal, administrativo y económico.



CAPÍTULO II

GENERALIDADES

2.1 IDEA DE NEGOCIO:

Bar Discoteca que será punto de encuentro para jóvenes y adultos que les gusta escuchar y bailar música de diferentes tipo de género, acompañados de los mejores tragos y del mejor ambiente en la ciudad de Trujillo.

2.2 NOMBRE DE LA EMPRESA:



2.3 UBICACIÓN:

La empresa posee inmueble propio, el cual se encuentra ubicado en la de la Av Victor Larco N° 730 de la ciudad de Trujillo

2.4 HORIZONTE DE EVALUACION:

El proyecto tendrá un horizonte de evaluación de 5 años y su elaboración se realizara en 6 meses

2.5 OBJETIVOS DEL ESTUDIOS:

- Determinar el tamaño del mercado objetivo proyectado
- Determinar la viabilidad técnica del proyecto
- Determinar el monto requerida para el proyecto
- Determinar la viabilidad económica y financiera de proyecto.



CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LA EMPRESA

3.1 ANALISIS FODA.

FORTALEZAS

- Contar con Recursos Propios para la instalación del local.
- Marcar la Diferencia (diferenciación de géneros Musicales)
- Se trabajará con un personal calificado para una mejor estancia del cliente.
- Se construirá instalaciones, que sean las más compatibles con el tipo de servicio que se piensa ofrecer.
- Precios competitivos en función a la calidad del servicio y de la competencia.
- Capacitación y motivación al personal
- Control de inventario eficiente

OPORTUNIDADES

- Creciente tendencia por el consumo de Bar Discoteca, Esta tendencia viene registrándose en los últimos años, ya que este tipo de Bar no es común en la ciudad de Trujillo, ocupan cada vez más un espacio importante en las preferencias y gustos de la gente.
- Tendencia en los consumidores a buscar nuevas diversiones, actividades, lugares, etc. Es una tendencia que se viene registrando en los últimos años. El público busca, cada vez mas, espacios que sean únicos y que inyecte un nuevo estilo en la diversión
- Crecimiento del sector turismo receptivo
- La realización de eventos culturales en nuestra ciudad (marinera, corzo).

DEBILIDADES

- Incompetencia en el manejo de Bar Discoteca, como una mala negociación con nuestros proveedores y la falta de conocimiento del rubro.
- Falta de liquidez (capacidad de pago)
- Sobreendeudamiento (apalancamiento deficiente)
- Poca captación de público.



AMENAZAS

- Falta de seguridad por el alto índice delincriminal que presenta la ciudad
- Inestabilidad en la economía nacional En este caso la variable que, nosotros consideramos, puede afectarnos el aumento del dólar, ya que trabajamos con muchos productos importados, lo que incrementaría nuestros costos.
- Aumento de la presión tributaria
- Crecimiento de la competencia
- Consumidores poco fieles por la gran variedad de oferta del Bar Discoteca, sumada al gusto de los consumidores de probar cosas nuevas, hace más difícil mantener el Interés del público.



3.2 MATRIZ FODA

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p><i>FORTALEZAS:</i></p> <p>F₁ : Recursos propios F₂ : Diferenciación de genero musical F₃ : Personal Calificado F₄: Precios competitivos con función a la calidad de su servicio y de la competencia. F₅ : Control Inventario F₆: Capacitación y motivación al personal</p>	<p><i>DEBILIDADES:</i></p> <p>D₁: Incompetencia en el manejo de bar D₃: Falta de liquidez D₄ : Sobreendeudamiento D₅ : Poca captación de público</p>
<p><i>OPORTUNIDADES</i></p> <p>O₁:Creciente tendencia por el consumo de Bar O₂:Tendencias de los consumidores a buscar cosas nuevas O₃ : Crecimiento del sector turismo receptivo O₄: La realización de eventos culturales en nuestra ciudad (marinera, corzo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar público objetivo mayor publicidad en medios del sector A/B - Convenio con Empresas y participación en eventos sociales - Se debe generar expectativa de calidad para atraer la atención de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> - Otorgar productos y servicios que acorde con la Actualidad y necesidad del cliente - Lograr posicionar la marca en el mercado meta
<p><i>AMENAZAS</i></p> <p>A₁ : Inestabilidad Económica A₂ : Inseguridad ciudadana (crecimiento de la delincuencia) A₃: Crecimiento de la competencia otorgar productos y servicios que acorde con la actualidad y necesidad del cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar sistemas de seguridad para la empresa y clientes. - Desarrollar una campaña de publicidad que permita tener el interés necesario para los clientes y de esta manera se pueda alcanzar un crecimiento de las ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fidelizar público objetivo (cercanía e intimidad con el cliente) - Implementar un servicio de calidad en el cual se tenga una buena atención y además un ambiente agradable.



CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE MERCADO Y ESTIMACION DE LA DEMANDA

4.1 ANALISIS DEL ENTORNO

En la actualidad, el Perú se distingue del resto de países de América Latina por poseer un sólido crecimiento macroeconómico, una firme posición fiscal y el prospecto de un mayor desarrollo de su potencial económico, así como crecimiento de las inversiones. El reto para el Perú en el siglo XXI es asegurar que los que están en desventaja económica y social empiecen a ver mejoras tangibles en su calidad de vida.

Es necesario para tal fin que existan empresarios competitivos que marquen la diferencia, que generen empleo y contrarresten las alarmantes cifras del nivel de subempleo considerado dentro del sector terciario de la economía: así como también alimentos y bebidas en crecimiento permitirá también desarrollar nuestro proyecto.

4.1.1 MACROENTORNO

- ENTORNO TRIBUTARIO

La empresa a formarse esta sujeta a los siguientes impuestos: Impuesto a la renta, por las utilidades genera durante su actividad económica. Adicionalmente por el servicio que ofrece tiene que pagar el impuesto general a las ventas que es del 19% y que grava a toda transacción comercial sea de bienes o servicios, como es el caso del proyecto.

La empresa debe cumplir con el pago de tributos municipales para poder estar en funcionamiento de manera adecuada y que permitirá generar un desarrollo sin infringir las leyes y normas establecidas por la Municipalidad Provincial de Trujillo.

El entorno tributario se muestra favorable porque no existe elevada carga tributaria por la apertura y funcionamiento de una empresa.

- ECONOMICO

Los principales indicadores macroeconómicos muestran un comportamiento positivo, símbolo del crecimiento y la reactivación de la actividad productiva. Las proyecciones de crecimiento del Producto Bruto Interno en el Perú nos enfocan una realidad optimista para el año 2008 situación favorable que se proyecta en forma positiva para los siguientes años.

TABLA Nº 1: CRECIMIENTO DEL PBI

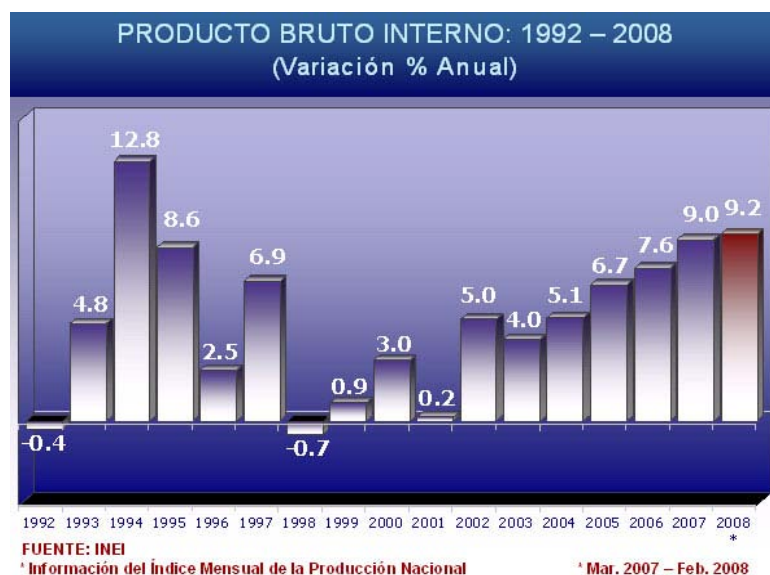


TABLA Nº 2: PRODUCCIÓN POR SECTORES

PRODUCCIÓN NACIONAL SEGÚN SECTORES: FEBRERO 2008
(Año Base 1994)

SECTORES ECONÓMICOS	Ponderación 1/	Variación % 2008/07		Var. %
		FEBRERO	ENE-FEB	Mar.07-Feb08/ Mar.06-Feb.07
PRODUCCIÓN NACIONAL	100,0	11,92	10,99	9,23
Agropecuario	7,60	2,73	3,29	2,31
Pesca	0,72	-2,03	-0,29	3,01
Minería e Hidrocarburos	4,67	14,65	8,53	4,07
Manufactura	15,98	13,41	11,64	10,88
Electricidad y Agua	1,90	12,95	10,24	8,77
Construcción	5,58	22,49	21,72	18,68
Comercio	14,57	11,95	12,42	10,18
Otros Servicios 2/	39,25	10,98	10,45	9,49
DI-Otros Imp. a los Prod.	9,74	13,80	12,16	8,73

1/ Corresponde a la estructura del PBI valorizado a precios básicos
 2/ Incluye Servicios Gubernamentales, Transportes y Comunicaciones y Otros Servicios
 FUENTE: IINEI, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Energía y Minas, Ministerio de la Producción y SUHAT

TABLA Nº 3: PBI PERCÁPITA



Como puede observarse el PBI per capita también está creciendo lo cual permite determinar que exista una mayor capacidad de consumo de la población y por ende un aumento del gasto en diferentes actividades entre las cuales están las de entretenimiento. Según la Cámara de Comercio, el crecimiento acumulado en el período 2004-2008 será de 41.7%, mientras que la inflación sería de 5.4%.

El Perú tendrá un crecimiento económico de 7.7%, lo cual es superior al 6.7% estimado en enero, según informó este domingo la Cámara de Comercio de Lima.

Esta cifra representa un crecimiento de 41.7% para el período 2004-2008, mientras que la inflación sería de 5.4%.

Según este organismo, las medidas aplicadas por el Banco Central de Reserva (BCR) sobre las tasas de interés así como la recesión en la economía estadounidense desacelerarán el fuerte incremento en la demanda interna de los últimos años.

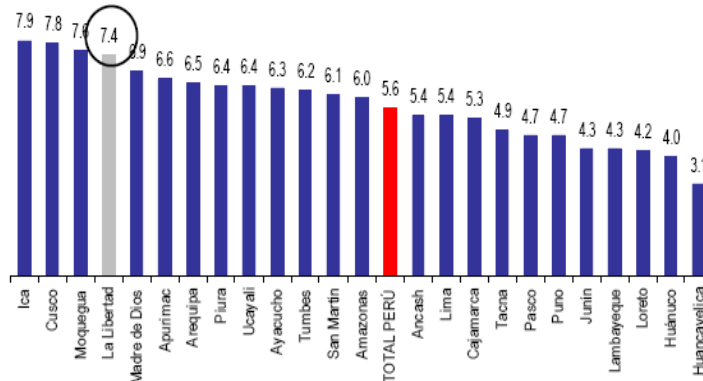
Ello pese a que según las estimaciones del BCR, el PBI creció 11.9 por ciento en febrero acumulando un crecimiento de 11.0 por ciento para los dos primeros meses del año.

El importante crecimiento económico se sustenta en la dinámica demanda interna, dentro de la cual cabe resaltar la inversión privada.

En la región de la Libertad se presenta un crecimiento de los niveles de la actividad económica, lo cual va a determinar la existencia de un mayor dinamismo de todos los sectores, generándose un entorno competitivo y favorable para el ingreso de nuevas empresas en todos los sectores de la actividad económica.

TABLA Nº 4: PBI EVOLUCION POR DEPARTAMENTOS

PBI: Evolución por Departamentos 2001 - 2006
(crecimiento promedio anual en porcentaje)

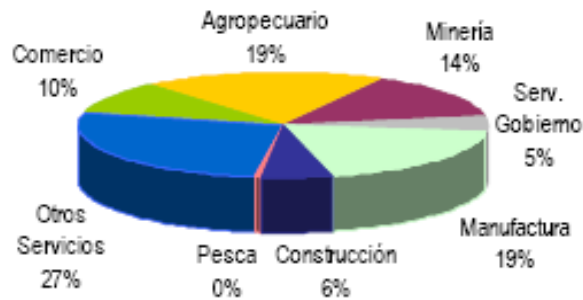


Fuente: INEI Elaboración: Estudios Económicos-Scotiabank

De la misma manera se presenta un crecimiento de la actividad económica por sectores según lo que se muestra en el gráfico siguiente:

TABLA Nº 5: PBI LA LIBERTAD % POR SECTORES

PBI La Libertad: Estructura por Sectores 2006
(valores a precios constantes)



Fuente: INEI Elaboración: Estudios Económicos-Scotiabank

- **POLÍTICO**

El Perú es un país en vías de desarrollo y parte importante de este es brindar todas las facilidades posibles para que los diferentes sectores vayan desarrollando, el marco político liderado por un gobierno democrático para los próximos cinco años nos da una tendencia estable.

El gobierno actualmente está realizando una serie de medidas económicas, en las cuales se pone más énfasis en la economía de mercado, por lo cual se tiene una estabilidad con crecimiento económico lo cual favorece la posibilidad de ingresar a nuevos mercados con la producción actual.

Uno de estos sectores que está creciendo es el servicio al que apunta este proyecto, el mismo que de lograr éxito en el país también podría direccionarse en su exportación.

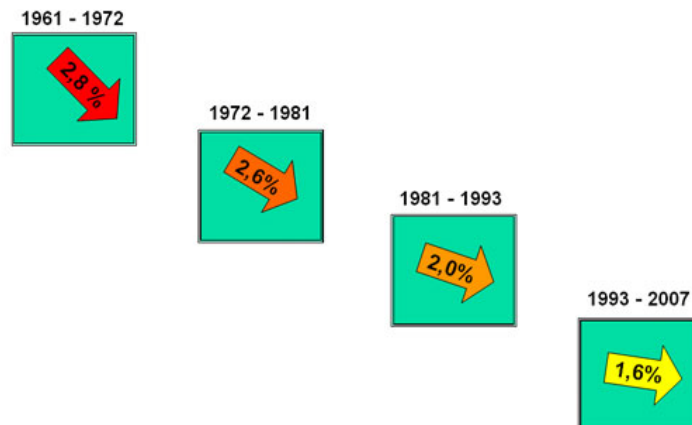
En este tema están involucrados varios ministerios a través de los cuales se desarrollarían acciones para lograr el éxito. El desarrollo significa que todo el país tiene que ponerse en movimiento y este proyecto sería un aporte importante.

- **DEMOGRÁFICOS**

La ciudad de Trujillo, capital del Departamento de la Libertad, es la tercera mayor población en el Perú.

Trujillo actualmente cuenta con una población de 811 979 habitantes, concentrando el mayor volumen poblacional del norte peruano con una tasa de crecimiento poblacional estimada del orden del 1.7% según datos del INEI. Es una ciudad dinámica, capaz de duplicar su población en 22 años, después de haber experimentado su fase de crecimiento explosivo entre 1961-72 (6.8%), esta pasando una fase de crecimiento más moderado (4.16%) entre 1972-81 y 3.21% entre 1981-93, a un ritmo que aun se mantiene vigoroso, muy por encima de otras ciudades y del promedio nacional.

TABLA Nº 6: PBI EVOLUCION POR DEPARTAMENTOS
PERÚ: TENDENCIA DEL CRECIMIENTO POBLACIONAL, 1961-2007
(Por cada 100 habitantes)



FUENTE: INEI – Censos Nacionales de Población y Vivienda, 1961, 1972, 1981, 1993 y 2007.



La población del público potencial al cual se dirige el proyecto está comprendida por las personas entre los rangos de edades [25-40] años, los cuales representan el 21.26% de la población total de la ciudad, de este porcentaje se extraerá el 12.8% que es la población comprendida en el NSE Alto/Medio.

TABLA N° 7: PBI EVOUCION POR DEPARTAMENTOS

PERÚ: POBLACIÓN CENSADA Y TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL,
DE LAS 20 PROVINCIAS MÁS POBLADAS, 1981, 1993 Y 2007

Provincia	Población			Tasa de crecimiento promedio anual	
	1981	1993	2007	1981-1993	1993-2007
Lima	4 164 597	5 706 127	7 605 742	2,7	2,0
Prov. Const. del Callao	443 413	639 729	876 877	3,1	2,2
Arequipa	498 210	676 790	864 250	2,6	1,7
Trujillo	431 844	631 989	811 979	3,2	1,8
Chiclayo	446 008	617 881	757 452	2,8	1,4
Piura	413 688	544 907	665 991	2,3	1,4
Maynas	260 331	393 496	492 992	3,5	1,6
Huancayo	321 549	437 391	466 346	2,6	0,4
Santa	275 600	338 951	396 434	1,7	1,1
Cusco	208 040	270 324	367 791	2,2	2,2
Coronel Portillo	138 541	248 449	333 890	5,0	2,1
Ica	177 897	244 741	321 332	2,7	1,9
Cajamarca	168 196	230 049	316 152	2,6	2,3
Sullana	194 549	234 562	287 680	1,6	1,4
Huánuco	137 859	223 339	270 233	4,1	1,3
Tacna	110 572	188 759	262 731	4,6	2,3
Lambayeque	158 089	210 537	259 274	2,4	1,5
San Román	102 988	168 534	240 776	4,2	2,5
Puno	177 358	201 205	229 236	1,1	0,9
Huamanga 1/	128 813	163 197	221 469	2,0	2,2

1/ No incluye la población del distrito de Carmen Alto.

Fuente: INEI - Censos Nacionales de Población y Vivienda, 1981, 1993 y 2007.

- **SOCIAL**

De acuerdo a estudios realizados se determina un crecimiento cada vez mayor de la capacidad de consumo de los residentes de la ciudad de Trujillo, tanto en el crecimiento poblacional como en el incremento de la capacidad de elección.

A la vez Trujillo es una ciudad en la cual existe una amplia clase media y media alta que necesita frecuentemente realizar diversas reparaciones en sus domicilios y que por lo tanto, necesitan de un servicio oportuno y de calidad. Esto es el factor principal por el cual las personas van a demandar el servicio. También podrá generar empleo a mano de obra que cuente con el conocimiento y especialización necesaria.



- **TECNOLOGICO**

El entorno actual ofrece mayores alternativas para adquirir herramientas de alta tecnología a menores costos. En este sentido, los avances de la tecnología de la información se convierten en una buena alternativa para mejorar o desarrollar negocios con un manejo más eficiente de la información lo cual permite un decremento de los costos operativos y la posibilidad de acceder a nuevos servicios.

4.1.2 MICROENTORNO

- **CLIENTE POTENCIAL:**

- ✚ Nuestros clientes potenciales son no consumidores del Servicio.
- ✚ Los Turistas que visitan la ciudad de Trujillo y desean realizar un turismo vivencial y cultural, recorriendo la vida nocturna de Trujillo.

- **CONSUMIDORES:**

- ✚ Son los cliente finales, tienen el poder de decidir a qué pub o bar concurrir.
- ✚ La oferta de bares actualmente es bastante competitiva y por ello se debe tener en cuenta innovar siempre para que la propuesta que realizamos no pase de moda o su ciclo de vida sea demasiado corto. El cliente buscará una diferenciación y un estilo que no se pueda reproducir en otro recinto similar.

- **COMPETENCIA:**

- ✚ La tendencia es innovar, ofrecer algo distinto y que no haya sido desarrollado antes, atendiendo a las necesidades de los posibles consumidores finales.
- ✚ Señalaremos a los que creemos que tienen más empuje y que representan de gran importancia a la hora de analizar a nuestros competidores.

- ✓ Mecano Bar: Ubicado en Jr. Gamarra 574; dirigido al segmento [18-25] años, cuenta con una pista de baile, un estrado para presentaciones en vivo, barra y zona VIP. atendiendo de miércoles a sábado

- ✓ Nuestro Bar : Ubicado en Jr. Bolognesi 502, dirigido al segmento por edad [18-40] años, es un bar en el cual se toca música en vivo. Cuenta con una barra, una pequeña zona para presentaciones en vivo, atendiendo de miércoles a sábado



- ✓ Tributo Bar: Ubicado en Esquina y Almagro; dirigido al segmento por edad [18–30]años es un bar en el cual se toca música en vivo, cuenta con una barra, una pequeña zona para presentaciones en vivo. Atiende los miércoles a sábado.

- ✓ La Barra Drine Inn; ubicado en Av. La Marina 470, dirigido al segmento por edad (18-30) años. Es una discoteca – Bar –Restaurant con Música en Vivo, contando con 3 ambientes:
 - Restaurante
 - Discoteca en el cual se presenta el DJ Julio
 - Un ambiente al aire libre donde se presenta la orquesta La Barra

- ✓ Bizarro, ubicado en la Av. Teodoro Valcárcel; dirigido al segmento por edad (18-40) años, es un lugar donde ofrecen, bebidas y comida para pasar un buen momento de conversación y además cuenta con una pista de baile y 2 barras. Atendiendo de Jueves a Sábado

- ✓ Chelsea Pub; ubicado en Jr. Estete 675, dirigido al segmento por edades (25-50) años, cuenta con una Barra, con una pista de baile; presentando música de Piano Bar y Orquesta Chelsea

- PROVEEDORES

Son aquellas organizaciones que nos proveen de los insumos necesarios para llevar adelante nuestro proyecto.

En este caso lo podemos representar en 5 grupos

- ✚ Proveedores de Eventos: El Discoteca además de contar con Dj (disc-jockey); se busca para ciertos eventos DJ's nacionales y/o extranjeros, tales como:
 - Rodrigo Lozano
 - Paul Sutcliffe
 - Manuel Salazar
 - Cesar Stolzambach



- Proveedores de Capital Humano: Se contactar con todos aquellos lugares que nos puedan brindar personal capaz de dar un buen servicio y seguridad a nuestros clientes.
 - El Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR). Organismo publico descentralizado del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), destinado a planificar y ejecutar en el país la política de formación, capacitación y perfeccionamiento del personal de los diferentes niveles ocupacionales de la actividad turística. Capacita al personal operativo y a quienes deseen insertarse en corto tiempo al mercado laboral turístico.
 - Seguridad 911; nos brindara personal de seguridad.

- Proveedor de Menaje y Artículos de limpieza
 - Distribuidora Peralta (nos proporcionara los artículos de limpieza)
 - Fabrica de menaje (nos proporcionaran menaje de buena calidad)

- Proveedores de Alimentos:
 - Hipermercado Tottus y Autoservicio Mi Mercado (Alimentos Precocidos e insumos para su preparación)

- Proveedores de Bebidas: se buscara locales que nos puedan surtir con las más selectas bebidas alcohólicas y no alcohólicas que el cliente desee. Se vera la posibilidad de entablar alianzas o convenios con los fabricantes y/o distribuidores de las bebidas
 - Dicernor SAC, ubicado en Av. Ejército 794. Distribuidor de cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A en Trujillo, distribuyendo las cervezas Pilsen Trujillo, Pilsen Callao, Cristal y Cuzqueña Cerveza
 - G.W Chiang & Cia. Tiene la distribución exclusiva en el Perú de las sgt marcas:
Chivas Regal
Something Special
Havana Club
Heineken – cerveza holandesa



- Distribuidora Payerst SRL, ubicada en Av. cesar Vallejo 138, cuenta con la distribuidora exclusiva se Santiago Queirolo en Trujillo. Con la distribución de los siguientes productos: Pisco (puro, acholado, mosto, macerados) y Vinos (semi secos, dulces, espumantes y sangrías)

4.2 ANALISIS MERCADO

4.2.1 SEGMENTACION

Criterio Demográfico:

El criterio de segmentación esta dirigido a las personas comprendidas entre los rangos de edades [25-40] años, de los niveles socioeconómicos A/B Y C en la ciudad de Trujillo que tiene una población total de 811,979 (FUENTE INEI) y que NSE A Y B representa 12.8% de la población por su capacidad económica.

Criterio Psicológico:

El proyecto se dirige a las personas que tienen una personalidad extrovertida y pertenecen a “ Los Afortunados, Sensoriales” los cuales son modernos en su consumo forma de pensar y muestran aceptación hacia los productos novedosos y su vida esta orientada hacia las relaciones sociales y gustan reunirse en sitios de moda. (FUENTE, LOS ESTILOS DE VIDA EN EL PERU DE ROLANDO ARELLANO)

CUADRO 01 SEGMENTACION

(En numero consumidores por año)

AÑO	Población Provincia de Trujillo	Rango Edades [25-40] años	NSE A/B	Resultado
2007	811,979	172.627	22.096	22.096
	100%	21.26%	12,80%	

Fuente: INEI – Estimación y Proyección de la Población y vivienda, 2007



4.2.1 DEFINICIÓN DE CLIENTE :

Residentes entre los Rangos de edad de [25-40] años de la Provincia de Trujillo de la NSE A y B que le gusten bailar disfrutando de buena música y buenos tragos. Generalmente son personas sociales, que gustan de reunirse en sitios de moda y ambiente agradable, donde se de un servicio y productos de alta calidad

4.2.2 FUENTE DE INFORMACIÓN:

Las fuentes de información fueron publicaciones de revistas y documentos INEI (Instituto Nacional de Estadística), CPI (Compañía Peruana de Investigación de Mercados), Pagina web de Rolando Arellano.

Esto se complementa con la aplicación de Encuesta.

4.2.4 ESTIMACION DE LA DEMANDA

Aplicación de encuesta: Utilizamos la fórmula para poblaciones infinitas.

$$n = \frac{z^2 (p * q)}{e^2}$$

Donde:

- n = Tamaño de muestra.
- z = Valor estadístico asociado a un nivel de confianza del 95% (1.96).
- p = acuden a centros de diversión. (0.7)
- q = no acuden a centros de diversión. (0.3)
- e = Margen de error. (0.05)

Tamaño de muestra:

$$\frac{(1.96)^2 * 0.7 * 0.3}{(0.05)^2} = 323$$

El tamaño de la muestra es de 323 personas de los rangos de edades [25-40] años, escogidos aleatoriamente e la ciudad de Trujillo. El objetivo de la encuesta es recopilar información para sustentar la viabilidad comercial de un Bar Discoteca en la ciudad de Trujillo.



4.2.2 MERCADO META U OBJETIVO

4.2.3.1 Mercado Proyectado (Potencial – Disponible – Efectivo)

El mercado potencial se obtiene al segmentar la población por edad rangos de edades [25-40] años y NSE (A Y B). Es decir existe un mercado potencial 22,096 personas (tal como muestra el cuadro nº1); Tomaremos la tasa de crecimiento poblacional del 1.7% para la proyección. La meta del proyecto es captar el 20% del mercado efectivo.

Tenemos el mercado objetivo proyectado para los próximos 5 años, tal como muestra el cuadro

CUADRO 02 DEDUCCION DE MERCADO OBJETIVO

EN PERSONAS POR AÑO						
ITEM	0	1	2	3	4	5
Mercado Potencial	574.080					
Tasa de Crecimiento 1,7%		583.839	593.765	603.859	614.124	624.564
Factor de Disponibilidad		45,29%	45,29%	45,29%	45,29%	45,29%
Mercado Disponible		264.392	268.886	273.457	278.106	282.834
Factor de Efectividad		39,52%	39,52%	39,52%	39,52%	39,53%
Mercado Efectivo		104.488	106.264	108.070	109.908	111.799
Participación de Mercado		20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%
Mercado Objetivo		20.898	21.253	21.614	21.982	22.360

Elaboracion : Autor

✓ MERCADO POTENCIAL :

El mercado potencial se obtiene al segmentar la población por edad [25-40] años y NSE A/B y C. es decir, es decir un mercado potencial de 574.080 personas (22.096 * nº de asistencia al año). Tal como muestra el cuadro Nº 02

✓ MERCADO DISPONIBLE:

El mercado disponible es el porcentaje que las personas que salen a divertirse con una frecuencia mensual de 1 a 2. Veces al mes (45.29% según encuesta)



✓ MERCADO EFECTIVO:

El mercado efectivo estará conformado por el 39,52% del mercado disponible, que representa a las personas que estarían dispuestas a pagar 20 a 30 nuevos soles por concepto de entrada.

EN BEBIDAS POR AÑO

ITEM	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Demanda Proyectada	2.296.320					
Tasa de Crecimiento 1,7%		2.335.357	2.375.059	2.415.435	2.456.497	2.498.257

Factor de Disponibilidad		45,29%	45,29%	45,29%	45,29%	45,29%
Mercado Disponible		1.057.567	1.075.545	1.093.830	1.112.425	1.131.336

Factor de Efectividad		39,52%	39,52%	39,52%	39,52%	39,52%
Mercado Efectivo		417.950	425.055	432.281	439.630	447.104

Participación de Mercado		20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%
Mercado Objetivo		83.590	85.011	86.456	87.926	89.421

Elaboración: Autor

EN ACOMPAÑAMIENTOS POR AÑO

ITEM	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Demanda Proyectada	172.224					
Tasa de Crecimiento 1,7%		175.152	178.129	181.158	184.237	187.369

Factor de Disponibilidad		45,29%	45,29%	45,29%	45,29%	45,29%
Mercado Disponible		79.317	80.666	82.037	83.432	84.850

Factor de Efectividad		39,52%	39,52%	39,52%	39,52%	39,52%
Mercado Efectivo		31.346	31.879	32.421	32.972	33.533

Participación de Mercado		20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%
Mercado Objetivo		6.269	6.376	6.484	6.594	6.707

Elaboración: Autor



CAPÍTULO V

PLAN DE MARKETING

5.1. IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO META

Es básicamente a consumidores de bares discoteca, es un público de mayores de [25 - 40] años de ambos sexos que buscan un ambiente de diversión y seguridad

5.2 PRODUCTO O SERVICIO:

Bar Discoteca, es un lugar donde se tocará música en vivo, donde el ambiente es agradable y propicio para la conversación, diversión para grupos de amigos; contará con una pista de baile, zona VIP y un Discjockey. En su carta ofrecerá una variedad de licores, tragos de la casa y piqueos.

5.3. PRECIO:

Para establecer el precio realizamos una investigación de los diferentes Bares de la Zona, la cual se decidió establecer como primera fase de lanzamiento, Precios promedio de la competencia.

5.4. PLAZA:

Canal es Directo



5.5. PROMOCION:

Las herramientas que se utilizarán para la promoción del bar discoteca serán:

- **Publicidad:**

Se han elegido los siguientes medios tomando en cuenta cobertura, credibilidad y prestigio, flexibilidad y costo. Además la selección de Estos son:



1. *Revista Fin de Semana:*

Posee un alcance más selectivo y definido, orientado principalmente al público consumidores

2. *Folletos:*

Destinados a los stands ubicados en los aeropuertos y agencias de viaje para captar a los turistas.

3 Internet:

En este medio utilizaremos publicidad creando una página de internet propia

- ***Promoción de ventas***

La utilización de la promoción es básicamente para estimular a los clientes a asistir al bar, estimular el consumo, crear preferencia a largo plazo de los clientes y atraer al público potencial.

1. Obsequios con el logo del bar discoteca y de marcas auspiciadoras como llaveros, vasos, polos.etc. los mismos se otorgan sobre la base del nivel de consumo de los clientes
2. Concursos sorteos y juegos: que se realizan en los eventos especiales destinados
3. Descuento de cerveza (en presentaciones personales) hasta determinada hora, descuento corporativo, bebida gratis por celebración cumpleaños.

- ***Relaciones públicas***

Realizándose en los eventos principalmente, para dar a conocer el bar, fidelidad a los consumidores y lograr que los clientes habituales se conviertan en promotores del bar.



CAPÍTULO VI

ESTUDIO LEGAL

6.1 FORMA SOCIETARIA

La forma societaria que adoptará el proyecto será la de Sociedad Comercial De Responsabilidad Limitada (S.R.L.), y el procedimiento para tener todo en regla consta de 8 pasos en las siguientes instituciones:

- **PRODAME:** Asesoría, elaboración de la minuta y firma del abogado gratuitos.
- **NOTARÍA:** Suscripción de la escritura pública de constitución
- **SUNARP:** Inscripción en el Registro Mercantil de La Libertad a través del notario
- **SUNAT:** Gestión del RUC, autorización para emitir comprobantes de pago e inscripción en ESSALUD.
- **MINISTERIO:** Obtener el registro del empleador.
- **MTPE:** Autorización de libro de planillas.
- **MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE VICTOR LARCO:** Obtener la licencia municipal de funcionamiento.
- **Notaría:** Legalización de libros: Inventario y Balance, Diario, Mayor, y Registro de Compras y Ventas

6.2 TASAS MUNICIPALES

6.2.1 LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Según lo establecido en la Municipalidad Provincial de Trujillo, los pasos a seguir son:

- Tramite de Solicitud
- Acondicionamiento del local
- Inspección Ocular
- Tramites de apertura del local

6.2.2 LICENCIA ESPECIAL PARA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Según lo establecido en la Municipalidad Provincial de Trujillo, los pasos a seguir son:

- Tramite de Solicitud
- Copia autorización municipal permanente
- Declaración jurada de compromiso de cumplimiento de las normas reglamentarias
- Recibo de pago por derecho de trámite.

6.2.3 ANUNCIOS PUBLICITARIOS

Considerando la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972, Art. 79 referido a la Organización del Espacio Físico y Uso del Suelo, es necesario solicitar autorización en la Municipalidad Provincial de Trujillo para la ubicación de anuncios y avisos publicitarios con la finalidad de informar a los clientes de los servicios que brindará el local.

6.3 LEGISLACIÓN LABORAL Y TRIBUTARIA

El proyecto tendrá en cuenta la legislación laboral vigente y adoptará la legislación relacionada con la modalidad de contratación a plazo determinado. Para ello dispondrá de manera inmediata la elaboración del reglamento interno de trabajo (regula las relaciones, deberes derechos tanto del empleador como del trabajador).

El sistema legal peruano en materia contractual se estructura sobre la base de dos principios fundamentales; en primer lugar, la libertad de contratar (Artículo 2, Inciso 14 de la constitución de 1993) así como en las normas que regulen los contratos en el código civil (Título 1. Sección Primera. Libro VII del Código Civil), que impide la existencia, de algún tipo de limitación o prohibición para que las personas naturales o jurídicas, puedan celebrar cualquier tipo de acuerdo de contenido primordial que los vincule recíprocamente; en segundo lugar, la libertad contractual (Artículo 1354 del Código Civil), principio que permite a las partes determinar el contenido de sus convenios según su propia conveniencia.

Las obligaciones correspondientes a este sector están directamente relacionadas al Ministerio de Trabajo siendo la primera oportunidad para originar la relación con dicho ministerio a través del registro de planilla de sueldos y/o salarios que se efectúa durante el trámite para obtener el Registro Unificado

Las Principales obligaciones de las empresas en relación a este sector son:

Libros laborales obligatorios:

- ✓ Libro planillas de sueldos y salarios
 - Carteles que deben exhibirse, Horario de trabajo
- ✓ Dispositivos que fijan sueldos y salarios
- ✓ Rol de vacaciones

Respecto a la Legislación Tributaria, las obligaciones tributarias serán las siguientes:

- El representante legal deberá inscribir la empresa en el RUC (Registro Único del Contribuyente) ante la SUNAT. Deberá exhibir los siguientes documentos:
 - ✓ Original y fotocopia de DNI del representante legal.
 - ✓ Carta poder legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT
 - ✓ Recibo de servicios del local donde se realizarán las actividades.
 - ✓ Llenar y firmar la Solicitud de Inscripción o Comunicación de Afectación de Tributos (Formulario 2119).
 - ✓ Llenar y firmar el Formulario 2054 para Representantes Legales, Socios de Sociedades y/o Integrantes de Asociaciones en Participación.

- Comunicar cualquier cambio en la información proporcionada ante SUNAT sobre el RUC.

- Solicitar autorización para imprimir comprobantes de pago (Formulario 806) y emitirlos, que en el caso del proyecto serán: Cintas de máquina registradora, Boletas y Facturas (en caso la cinta no funcione), liquidaciones de compra, guías de remisión, notas de crédito y notas de débito.

- Llevar contabilidad completa.

- Inscribir a los trabajadores en ESSALUD.

- Declarar y pagar las obligaciones tributarias, y efectuar las retenciones que señala la ley.



CAPÍTULO VII



PLAN DE OPERACIONES

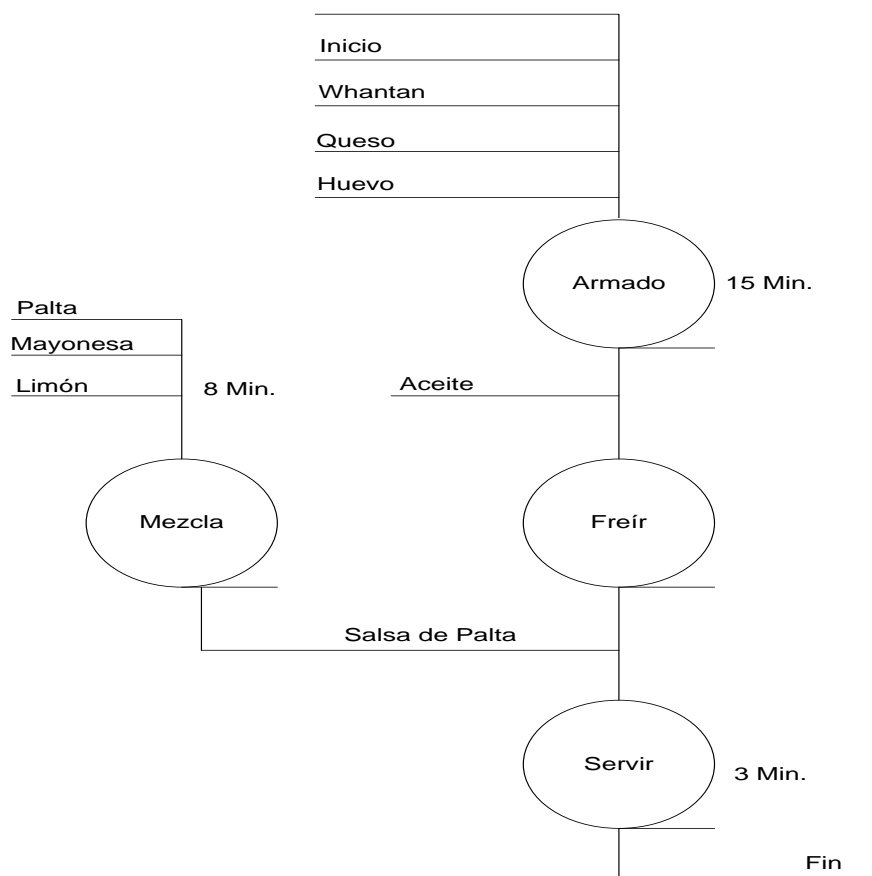
7.1 Descripción de Procesos

7.1.1 Proceso de Producción:

Se ha considerado mostrar como ejemplo los productos que se consideran que tendrían mayor rotación (según observación directa en locales del sector)

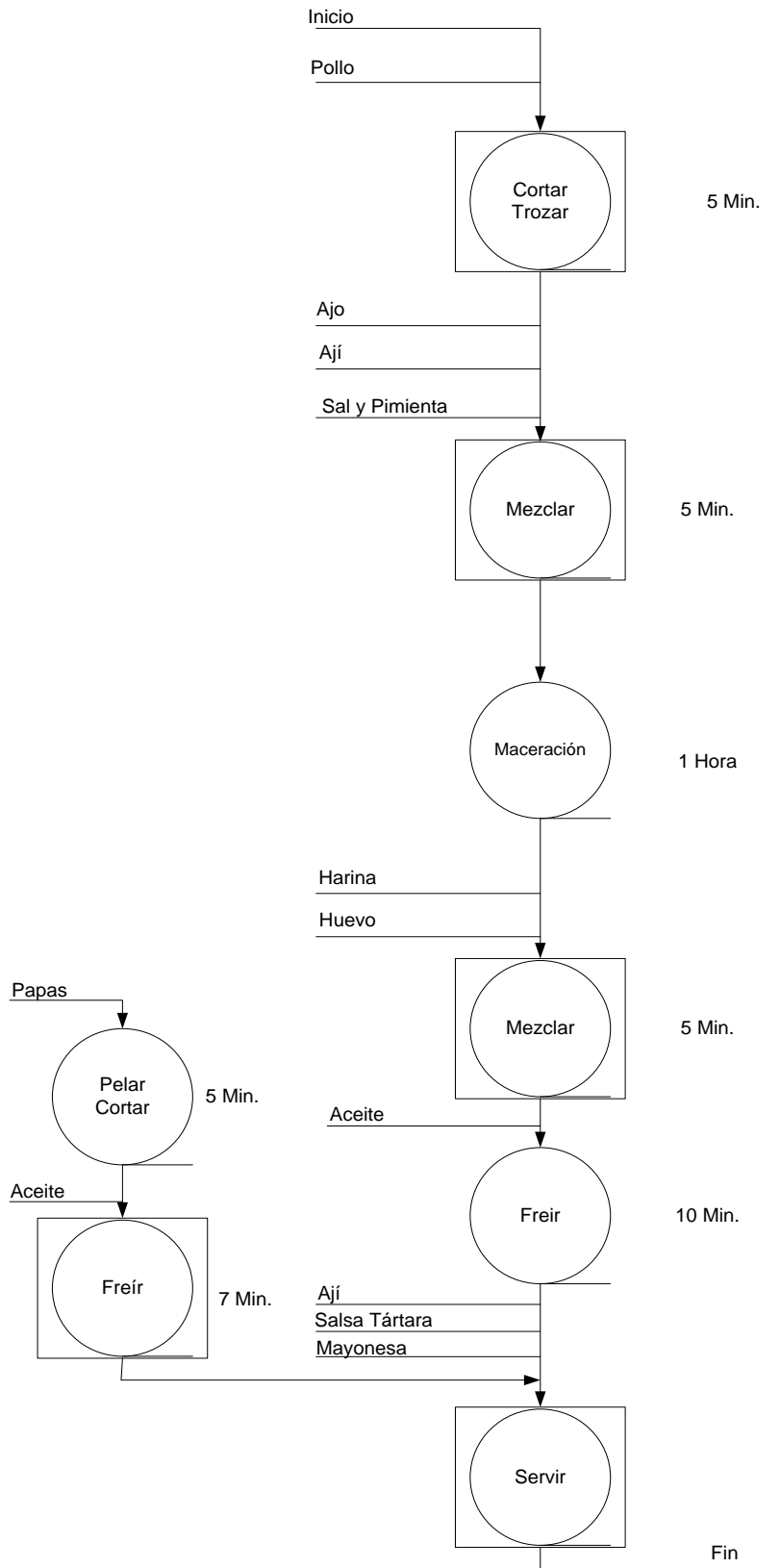
Piqueos:

Tequeños





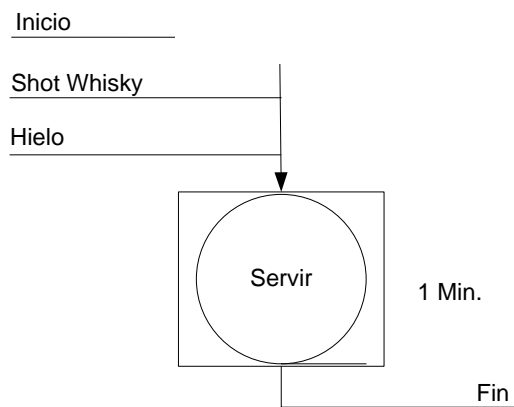
Chicharrón de pollo



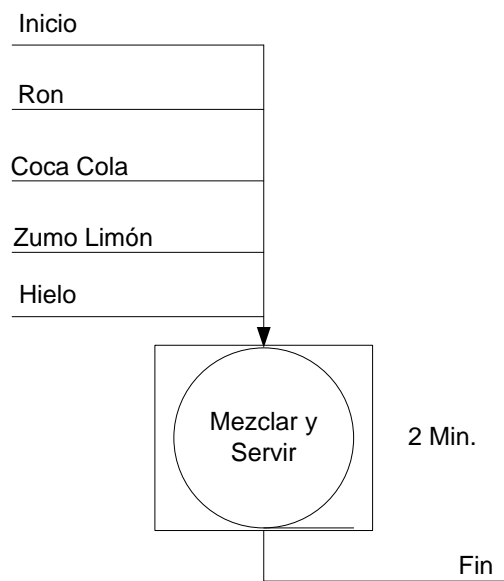


Trago corto :

Whisky

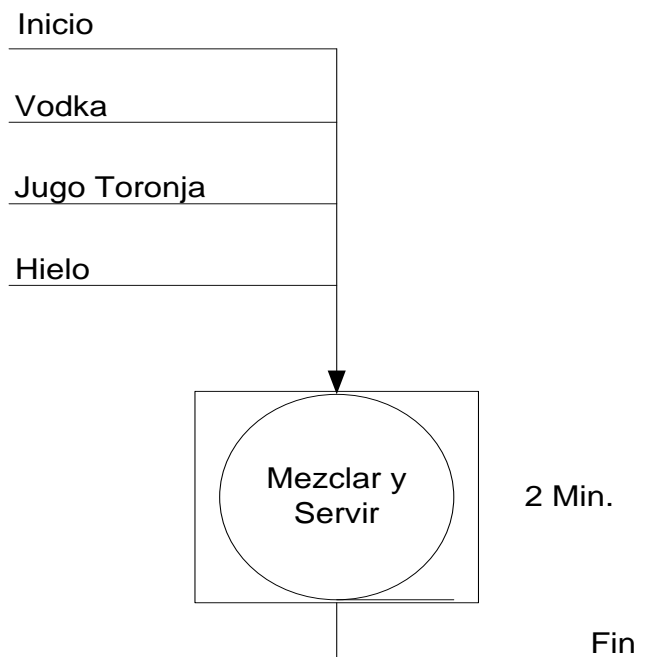


Ron

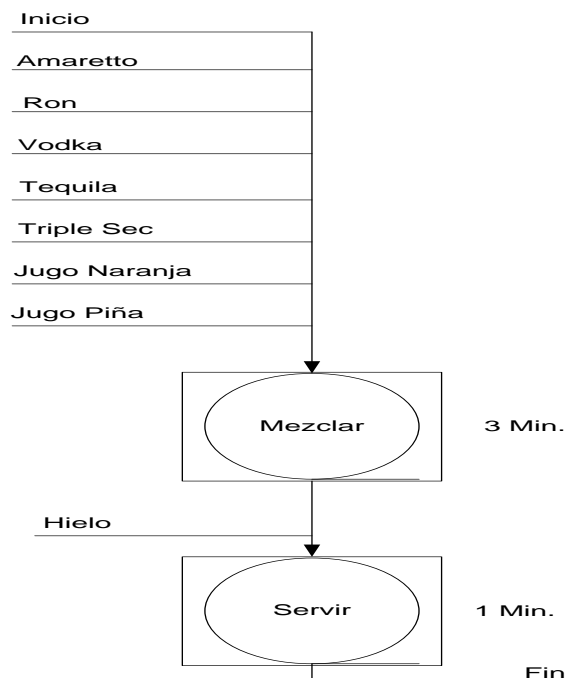




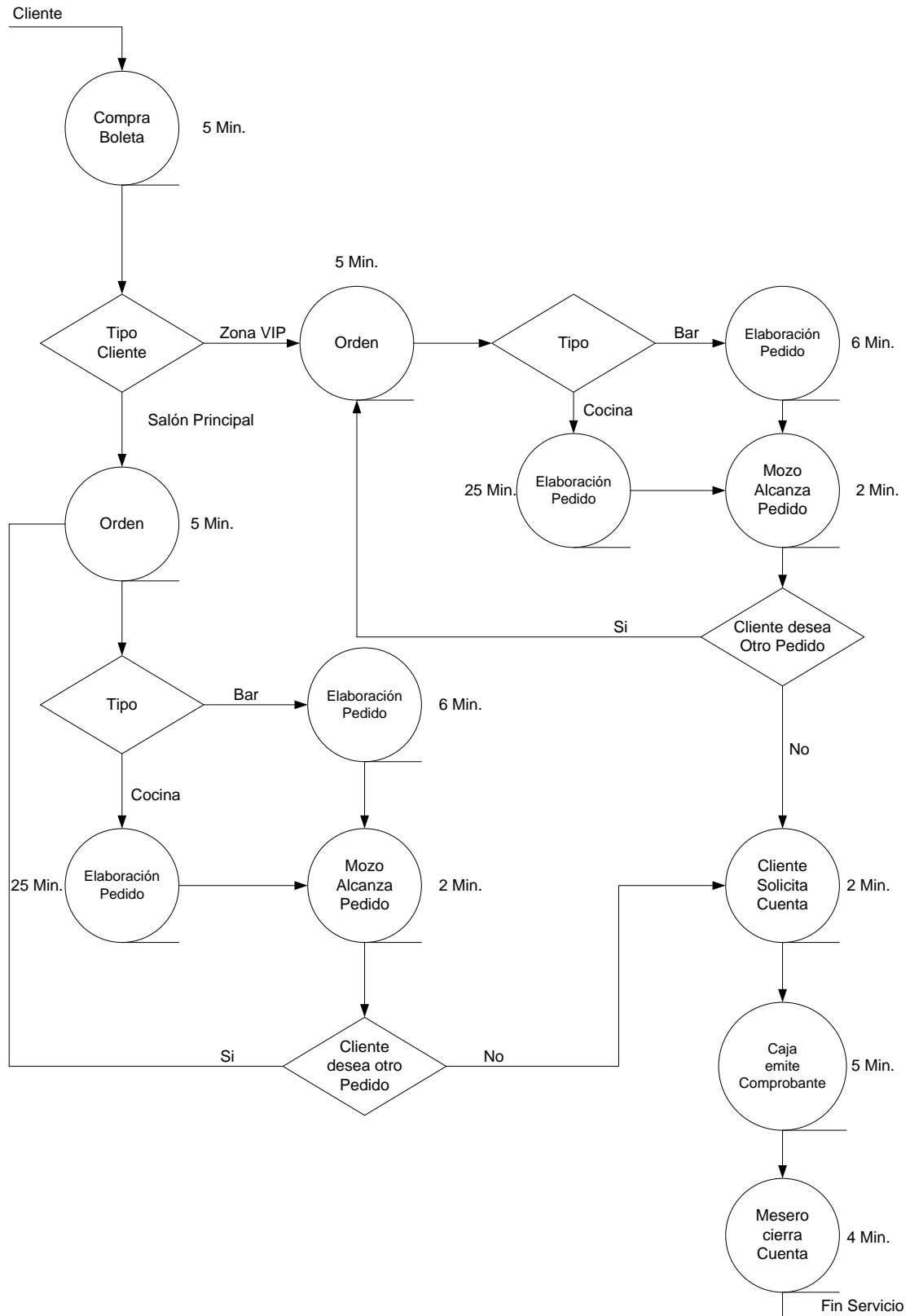
Vodka



Mile's Miles



7.2.2 Proceso de Comercialización:





7.2.3 Identificación de cuello de botella:

En el proceso de producción el cuello de botella se puede apreciar en la Cocina, ya que la preparación de algunos piqueos pueden tomar en promedio hasta 25 minutos, por otro lado en el proceso de producción en el bar los tiempos promedios por estación son menores.

En el proceso de comercialización se puede apreciar que el cuello de botella se encuentra en la estación de elaboración de pedidos.



CAPÍTULO VIII

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

8.1 PLAN ESTRATÉGICO

8.1.1 MISIÓN:

Nuestro Bar Discoteca, brindara entretenimiento a jóvenes y adultos de manera única, Ofreciendo espectáculos en directo, atención personalizada, comida y bebida de primera calidad. Generando un ámbito singular para sus empleados y mantener la reputación de calidad y responsabilidad con toda la sociedad.

8.1.2 VISIÓN:

Llegar a consolidarse en el mercado en los primeros 3 años, como generadora de innovación en lo que respecta a un centro de diversión, presentando espectáculo en vivo de diferentes géneros musicales.

8.1.3 OBJETIVOS:

INSTITUCIONALES

- Lograr un posicionamiento del bar discoteca en la mente de los consumidores como Diversión + Algo distinto
- Crear conciencia de la marca en el mercado objetivo
- Generar puesto de trabajo.
- Generar una alta rentabilidad para los accionistas

DE MARKETING


- Brindar un servicio personalizado y de calidad al Cliente; de tal forma que se logre una fidelidad de parte del cliente.
- Identificar estrategias de marketing para el lanzamiento y posicionamiento de la Discoteca.
- Proyectar y ofrecer un servicio de excelencia
- Aprovechar las deficiencias y debilidades de la competencia y convertirlas en nuestras fortalezas.



OPERACIONAL

- Disponer de una infraestructura y equipamiento adecuado
- Proporcionar información de eventos y promociones en tiempo real por medio de la pagina web del Bar Discoteca
- Mantener buenas relaciones con los proveedores elegidos para no afectar las actividades de la empresa.

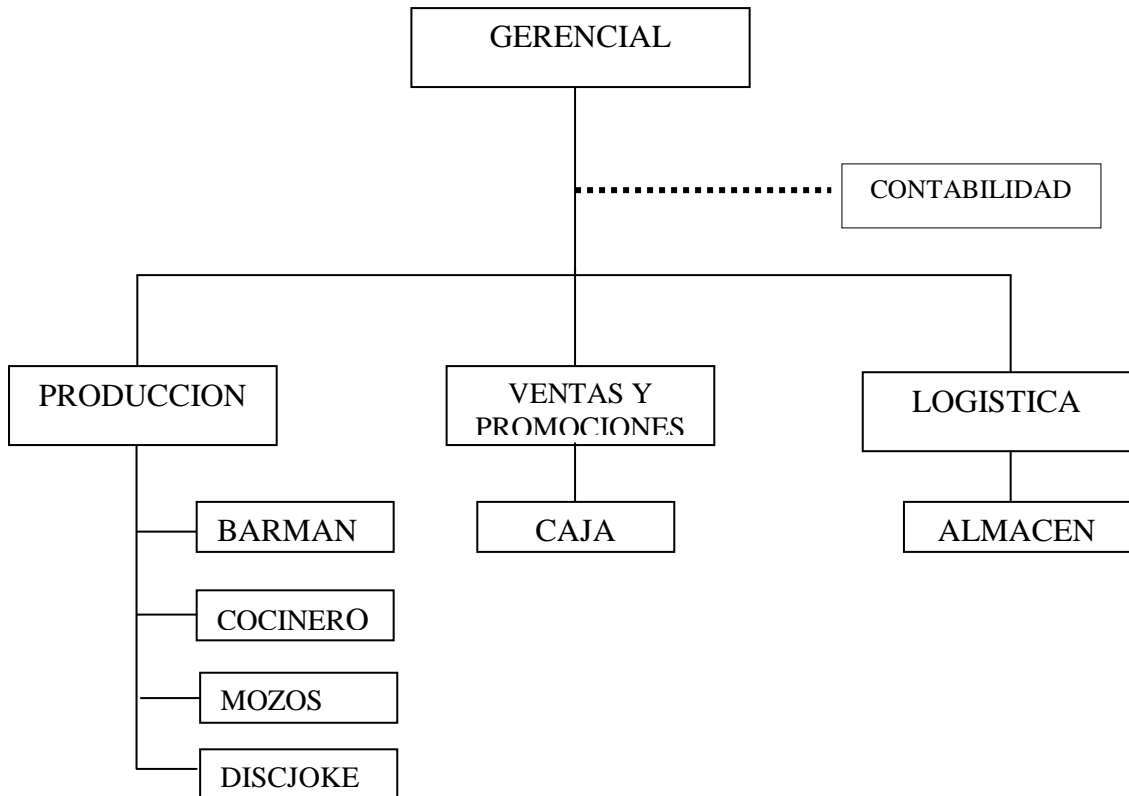
8.1.4 ESTRATEGIAS:

- Nivel de Precios(entradas, bebidas, piqueos) por encima de la competencia.
- Establecimiento de membrecía para clientes asiduos al Bar Discoteca; otorgándoles el acceso a eventos VIP.
- Campaña publicitaria intensa para informar a los consumidores potenciales los atributos de 
- Generar un servicio de valor agregado para fidelidad a los clientes
- Benchmarking (Servicio, Producto) de las principales dicotecas de la capital, tales como (Aura, Mamabatata, Gotica, Noctambul, Boss)
- Promociones para incitar a los consumidores potenciales a concurrir a dicho lugar



8.2 DISEÑO ORGANIZACIONAL

8.2.2 ORGANIGRAMA





8.2.3 DESCRIPCIÓN CARGOS

Equipo de Trabajo: El equipo de trabajo esta formado por 30 integrantes, los puestos han sido considerados por observación directa y a la capacidad instalada. Estos son:

TABLA Nº 08 PERSONAL

PUESTO	CANTIDAD
GERENTE (Administrador)	1
JEFE DE LOGISTICA	1
DISCJOCKEY	1
BARMAN	2
CHEF	1
ASISTENTE DE COCINA	1
MOZO	5
CAJERA	2

Elaboración: Autor

PERSONAL EXTERNO:

- 2 SOLICONES (PERSONAL DE LIMPIEZA)
- 6 PERSONAL DE SEGURIDAD

8.2.4 Tareas Funciones y Responsabilidades

A continuación se presenta un análisis de los puestos, detallados:

- Denominación del puesto
- Objetivo del puesto
- Función del puesto
- Responsabilidad del puesto



GERENTE GENERAL

- Denominación del puesto: Gerente General

- Objetivos del puesto de trabajo.-
La Gerencia General es el órgano máximo de jerarquía dentro de la empresa. Es el responsable de la toma de decisión y de la gestión empresarial, además de evaluar y dirigir al personal para el logro de los objetivos de la empresa.

- Funciones del puesto.-
 - ✓ Planeamiento y Control.- al ser el órgano máximo, el gerente es el responsable de la planeación y control de la misma.
Fijar prioridades establecer objetivos y metas, calcular el tiempo y programar las actividades, identificar y asignar los recursos y usar herramientas
 - ✓ Marketing .- La Gerencia tiene como función estudiar y comprender a los clientes acerca de sus necesidades, gustos o preferencia con la finalidad de ofrecerles un gran servicio; crear estrategias publicitarias agresivas y hacer un estudio de gusto y preferencia de los clientes.
 - ✓ Análisis de los EEFF
 - ✓ Aplicar técnicas de motivación a los Empleados
 - ✓ Toma de decisiones / Solución de problemas

- Responsabilidad del puesto.-
supervisión de terceros (evaluar al personal operativo)
Dinero, Títulos y documentos, visar las ordenes de compra y pago
Organizacionales, diseñar estrategias organizacionales y la imagen de la empresa ante terceros

JEFATURA DE LOGISTICA

- Denominación del puesto.- Jefe de logística

- Objetivo del puesto .-
 - ✓ Abastecimiento.- se encargara de contactarse con los proveedores para poder
abastecer los requerimientos de insumos del resto de departamentos



- ✓ Inspección de Inmuebles Maquinarias y Equipos.- se encargara de ver que los inmuebles , maquinaria y equipos se encuentre en buen estado
- ✓ Apoyo a la Gerencia General .- se encargara del apoyo en el contacto de los músicos y discjockey que presentaran sus conciertos en vivos.
- Responsabilidad del puesto .-
 - ✓ Material y equipos: el ocupante del cargo es responsable de todo el mobiliario y equipos del local de acuerdo al inventario de la gerencia.
 - ✓ Mantener el abastecimiento de las áreas de Barman y Cocina.

CAJA

- Denominación del puesto.- Cajeras
- Objetivo del puesto de trabajo.-
Llevar el control de caja, encargada de cobrar la entrada, como el pedido solicitado.
- Responsabilidad del puesto.
 - ✓ Mantener responsabilidad, honestidad con el manejo de dinero
 - ✓ Entregar comprobante de pago al momento
 - ✓ Llevar control de caja
- Funciones de puesto

DISCJOCKEY

- Denominación del puesto .- Discjockey
- Objetivo del puesto de trabajo.
Colocar la música y alizar mezclas necesarias para tener a los clientes satisfechos.
- Responsabilidad del puesto.
 - ✓ Material y equipos, responsable por el cuidado y la conservación de toda la tecnología que utiliza
 - ✓ Calidad y novedad en la mezcla



- Funciones del puesto-
 - ✓ Música, se encargara de los mixes y re-mixes
 - ✓ Cuidado de la maquinaria mezcladora y discos, al cuidado de los equipos así como la limpieza y cuidado de su cabina.

BARMAN

- Denominación de puesto.- Barman
- Objetivos del puesto de trabajo.-
Preparación de tragos y creación de nuevos
- Funciones de puesto.-
 - ✓ Preparación de los tragos.- se encargara de la preparación y de servir los tragos y/o otras bebidas, asi mismo, empleara su creatividad para crear nuevos tragos.
 - ✓ Cuidado de la barra.-
Se encargara de cuidar la barra y de mantener ordenada; asi como limpieza y cuidado de la misma.
- Responsabilidad del puesto.-
 - ✓ Material y equipos de la barra: responsable por el cuidado y la conservación de todos los utensilios que utiliza.
 - ✓ Calidad de las bebidas: responsable por cualquier problema que pueda existir

JEFATURA DE COCINA

- Denominación del puesto.- Chef
- Objetivos del puesto de trabajo:
Preparación de los platos y la creación de nuevos.
- Funciones del puesto:
 - ✓ Control.- se encargara de controlar y dirigir a los asistentes de cocina y a los mozos
 - ✓ Cocina.- se encargara a la preparación de platos, piqueos y/u otros alimentos.
 - ✓ Cuidado de la cocina y equipos de cocina.- se encargara de cuidar los equipos de cocina y mantenerlos ordenados así como de la limpieza y cuidado de la misma



- Responsabilidades del puesto:
 - ✓ Material y equipos de cocina .- responsable por el cuidado y la conservación de todos los utensilios de cocina.

AYUDANTE DE COCINA

- Denominación del puesto.- Ayudante de cocina
- Objetivos del puesto de trabajo.
Prestar ayuda al Chef dentro de la cocina
- Función del puesto.- Asistente del Chef
- Responsabilidades del puesto.
 - ✓ Mantener la cocina en las mejores condiciones higiénicas y orden con la finalidad de que el Chef tenga todo lo necesario para buen desempeño.
 - ✓ Realizar las mezclas respectivas de los ingredientes para que se puedan elaborar los piqueos y otros.

MOZOS

- Denominación del puesto.- Mozo
- Objetivos del puesto de trabajo.- Atención al publica
- Funciones del puesto.
 - ✓ Atención, se encargara de atender al publico, tomando sus pedidos y haciéndoles llegar los mismos con eficiencia y cordialidad.
 - ✓ Limpieza del local. Se encargar de limpieza y manutención del local.



CAPÍTULO IX



RESPONSABILIDAD SOCIAL

Asumimos la responsabilidad de manejarnos de manera ética a toda la sociedad. La ética y la integridad, son valores que orientan todas las acciones y actividades desarrolladas por nosotros, lo cual se ve reflejado en nuestra relación con los empleados, con los clientes, con los proveedores, con el gobierno y con toda la sociedad. Nuestros empleados serán capacitados para el desarrollar su puesto con éxito tanto en la parte practica como en cuestiones de desempeño ético.

Cuando seleccionemos la personal que trabajara con nosotros, en tareas de cocina, limpieza, vigilancia, atención al cliente, etc. Se considerará sus conocimientos técnicos y específicos, su experiencia en el puesto y se pondrá gran atención en algunas cuestiones que hacen a su condición humana: humor, trato con las personas, dialogo, comunicación, actitud positiva, motivación, cortesía, amabilidad, simpatía, carisma, etc.

Dividiremos los residuos en bolsas separadas: lo orgánico por un lado lo inorgánico (papeles, cartones, plásticos) por otro. Los residuos inorgánicos serán entregados a cartoneros y personas que se ganan la vida con ello. La entrega será de forma personal, para evitar que estas personas se junten en la puerta del BAR DISCOTECA para investigar lo que contienen.



CAPÍTULO X

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

8.1 INVERSION

8.1.1 INVERSION ACTIVOS FIJOS

El monto total necesario en activos fijos es de 884.854,32 nuevos soles. El detalle de la Inversión en Construcción se encuentra en el anexo

CUADRO Nº 05 : INVERSIONES ACTIVO FIJO

(En nuevos soles)

Descripción	Monto S/.
Terreno (400m2)	156.000,00
Construcciones	170.155,82
Maquinaria y equipos	55382,52
Utensilios	5818,70
Mobiliario	23537,50
Herramientas de limpieza y mantenimiento	115,60
Total	411,010.14

Elaboración: Autor

CUADRO Nº 06: RESUMEN INVERSIONES

(En nuevos soles)

Descripción	Monto S/.
Activo Fijo	411,010.14
Activo Intangible	6,107.85
Capital de Trabajo	171,416.39
Total	588,514.38

Referencia: Cuadro 5, 10, 12

Elaboración: Autor

8.1.2 INVERSION E ACTIVO INTANGIBLE

La inversión en activos Intangibles esta referida a los estudios estudios previos al proyecto así como a los gastos de organización, licencia de funcionamiento y demás rubros necesarios que ascienden a un monto total de 411,009.32 nuevos soles

8.1.3 INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO

Para el año cero como no se genera ingreso se necesita 171,416.39 nuevos soles de capital de trabajo que representa cubrir dos meses de operación (ver cuadro12)



a partir del año uno hasta el año cuatro se va a necesitar capital de trabajo, pero los montos son menores al año cero.

CUADRO Nº 07: COSTO MEDIO DE MATERIALES DIRECTOS SEGÚN PRODUCTO

(En nuevos soles)

PRODUCTO		1	2	3	4	5
A: Cerveza	26,08%	2,68	2,68	2,68	2,68	2,68
B: Ron	17,69%	3,15	3,15	3,15	3,15	3,15
C: Preparados	16,71%	7,93	7,93	7,93	7,93	7,93
D: Whisky	12,47%	7,36	7,36	7,36	7,36	7,36
E: Pousse Café	10,08%	4,88	4,88	4,88	4,88	4,88
F: Vodka	4,51%	4,85	4,85	4,85	4,85	4,85
G: Cognac	4,51%	19,17	19,17	19,17	19,17	19,17
H: Tequila	3,18%	4,71	4,71	4,71	4,71	4,71
I: Gin	2,65%	6,24	6,24	6,24	6,24	6,24
J: Vino	2,12%	7,47	7,47	7,47	7,47	7,47
K: Piqueos	83,39%	13,16	13,16	13,16	13,16	13,16
L: Sandwiches	16,61%	13,53	13,53	13,53	13,53	13,53

Referencia: Encuesta – Elaboración: Autor

CUADRO Nº 08 : PRESUPUESTO TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS

(En nuevos soles)

EN BEBIDAS POR AÑO						
Producto		Tamaño Normal				
		1	2	3	4	5
		78.157	80.837	83.608	86.475	89.440
A: Cerveza	26,08%	54.627,37	56.500,54	58.437,31	60.441,18	62.513,55
B: Ron	17,69%	43.551,82	45.045,21	46.589,30	48.186,90	49.839,10
C: Preparados	16,71%	103.566,08	107.117,35	110.789,21	114.588,28	118.517,21
D: Whisky	12,47%	71.731,87	74.191,55	76.734,75	79.366,06	82.087,32
E: Pousse Café	10,08%	38.445,74	39.764,04	41.127,11	42.537,40	43.995,89
F: Vodka	4,51%	17.095,67	17.681,88	18.288,00	18.915,11	19.563,66
G: Cognac	4,51%	67.571,96	69.889,00	72.284,72	74.763,43	77.326,87
H: Tequila	3,18%	11.706,20	12.107,60	12.522,64	12.952,05	13.396,14
I: Gin	2,65%	12.924,04	13.367,21	13.825,42	14.299,51	14.789,80
J: Vino	2,12%	12.377,26	12.801,67	13.240,50	13.694,53	14.164,08
Total	100,00%	971.201,88	1.004.503,43	1.038.946,84	1.074.571,29	1.111.417,27
EN ACOMPAÑAMIENTOS POR AÑO						
Producto		Tamaño Normal				
		1	2	3	4	5
		5.862	6.063	6.271	6.486	6.708
A: Piqueos	83,39%	64.330,18	66.508,07	68.788,57	71.147,26	73.586,83
B: Sandwiches	16,61%	13.173,31	13.625,01	14.092,20	14.575,41	15.075,19
Total	100,00%	70.360,98	72.773,59	75.268,92	77.849,82	80.519,21
TOTAL MATERIALES DIRECTOS		510.977,97	528.627,75	546.620,59	565.363,66	584.749,42

Referencia: Cuadro Nº 7 – Elaboración Autor



CUADRO N° 09 : PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION

(En nuevos soles)

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
Costos Directos	793,449.94	810,970.87	837,566.72	856,309.80	884,423.94
Materiales Directos	510,977.97	528.498,89	546,620.59	565,363.66	584,749.42
Mano de Obra Directa	282,471.98	282.471,98	290,946.13	290,946.13	299,674.52
Costos Indirectos	11,728.00	12,130.15	12,546.10	12,976.30	13,421.26
Materiales Indirectos	11,728.00	12,130.15	12.546,10	12,976.30	13,421.26
Total Costo de Producción	805,177.94	823,101.02	850,112.82	869,386.10	897,845.20

Referencia Cuadro N° 8, 11,13

CUADRO N° 10: INVERSIÓN Y REINVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

(En nuevos soles)

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Costos de Producción	0,00	805.177,94	823.101,02	850.112,82	869.286,10	897.845,20
Gastos Administrativos	0,00	215.337,49	216.064,06	222.353,83	223.117,18	229.611,01
Gastos de Ventas	0,00	5.930,00	6.078,25	6.230,21,	6.385,96	6.545,61
Capital de Trabajo	0,00	1.026.445,43	1.045.243,33	1.078.696,86	1.098.789,24	1.134.001,82
Variaciones del CT	1.026.445,43	18.797,89	33.453,53	20.092,38	35.212,57	
FACTOR DE DESFASE	0,167	0,167	0,167	0,167	0,167	
TOTAL	171.416,39	3.139,25	5.586,74	3.355,43	5.880,50	0,00

Referencia: 9,14, 16

8.2 COSTOS Y GASTOS PROYECTADO

8.2.1 MANO DE OBRA DIRECTA

Se considera en el costo de mano de obra la remuneración mas beneficios del empleador por cada uno de los trabajadores que se tiene

CUADRO N° 11: PRESUPUESTO PERSONAL

(En nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
MANO DE OBRA DIRECTA	282.471,98	282.471,98	290.946,13	290.946,13	299.674,52
ADMINISTRACION	184.834,80	184.834,80	190.379,84	190.379,84	196.091,24
TOTAL	467.306,78	467.306,78	481.325,98	481.325,98	495.765,76

Referencia: Anexo Cuadro



8.2.2 GASTOS INDIRECTO DE FABRICACION

Los costos indirectos de fabricación generados por la actividad del negocio, sin los cuales no se podría elaborar las bebidas, los acompañamientos y el servicio que se brinda

CUADRO N° 12 PRODUCTOS DE LIMPIEZA

HERRAMIENTAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Desinfectante servicios higienicos	2	25	45
Pino			
Franelas	5	3	15
Ambientador (fragancia liquido)	2	5	10
Escobas, recogedor	2	20	40
Jabon liquido	1	15	15
Cera de pasta Emperatriz	1	11.5	11.5
Papel higienico- paquete x 20 unid	2	10	20
			156.5

Elaboración: Autor

CUADRO N° 13 : PRESUPUESTO TOTAL DE MATERIALES INDIRECTOS

(En nuevos soles)

ITEM	1	2	3	4	5
Electricidad	5520,00	5709,28	5905,05	6107,54	6316,96
Productos de Limpieza	1878,00	1942,40	2009,00	2077,89	2149,14
Agua Potable	3360,00	3475,21	3594,38	3717,63	3845,11
Gas Licuado Petróleo	720,00	744,69	770,22	796,64	823,95
Otros materiales indirectos	250,00	258,57	267,44	276,61	286,09
Total	11728,00	12130,15	12546,09	12976,31	13421,25

Referencia : Cuadro 12

8.2.3 GASTOS DE ADMINISTRACION

Los gastos de administración se relacionan con los pagos que debe realizar la empresa a sus empleados, así como los gastos de oficina y de otras índoles necesarias para que pueda funcionar el proyecto



CUADRO N° 14: PRESUPUESTO GASTOS ADMINISTRATIVOS

(En nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
UTILES					
ESCRITORIO	310,80	318,57	326,53	334,70	343,07
SERVICIOS PUBLICO	960,00	984,00	1.008,60	1.033,82	1.059,66
SUELDOS	184.834,80	184.834,80	190.379,84	190.379,84	196.091,24
UNIFORMES	1.440,00	1.476,00	1.512,90	1.550,72	1.589,49
TELEFONO	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
MANTENIMIENTO Y REPAR. DEL LOCAL	960,00	984,00	1.008,60	1.033,82	1.059,66
APDAYC	24.883,20	25.505,28	26.142,91	26.796,48	27.466,40
IMPREVISTOS 1%	508,69	521,41	534,44	547,80	561,50
TOTAL	215,337.49	216,064.06	222,353.83	223,117.18	229,611.01

Elaboración Autor

8.2.4 GASTOS DE VENTAS

En este rubro se toma encuentra el pago de la publicidad por diversos medios que debe realizar la empresa para que el proyecto logre posicionarse en el mercado

CUADRO N° 15: PRESUPUESTO DE MERCHANDISING

(En nuevos soles)

Concepto	Cantidad	Precio	Total
Polo	80	14,00	1.120,00
Llavero	120	4,00	480,00
Encendedor	120	5,00	600,00
Posavasos	120	4,00	480,00
Total			2.680,00

Elaboración: Autor

CUADRO N° 16: PRESUPUESTO GASTOS DE VENTAS

(En nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
PUBLICIDAD Y MARKETING	5.930,00	6.078,25	6.230,21	6.385,96	6.545,61
<i>PUBLICIDAD</i>	3.250,00	3.331,25	3.414,53	3.499,89	3.587,39
<i>MERCHANDISING</i>	2.680,00	2.747,00	2.815,68	2.886,07	2.958,22
TOTAL	5.930,00	6.078,25	6.230,21	6.385,96	6.545,61

Referencia Cuadro N° 15 / Elaboración Autor



8.2.5 DEPRECIACION DEL ACTIVO FIJO

La Depreciación del activo fijo para cada uno de los años proyectados es de 19,341.37nuevos soles que esta en relación con la vida útil de los activos

CUADRO N° 17: CUADRO DEPRECIACION

CONCEPTO	INVERSION	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION LINEAL
INTANGIBLE	6,087.85	0,00		1217.57
Estudios definitivos	2.500,00	0	5	500
Constitucion y organización de la empresa	1.267,00	0	5	253,4
Lanzamiento	1.300,00	0	5	260
selección de personal	400,00	0	5	80
Software	350,00	0	5	70
imprevistos 5%	270,85	0	5	54.17
TANGIBLE	255,010.14	19139,92		18123,80
Edificaciones	170.155,82	5104,67	25	6.602.05
Maquinarias	4.643,00	928.60	5	742.88
Equipo	50.739,52	10147,90	5	8.118,32
Utensilios	5.818,70	581.87	10	523.68
Mobiliario	23.537,50	2353.75	10	2.118,38
Herramientas de Limpieza y Mantenimiento	115,60	23.12	5	18.50
TOTAL	261.097,99	19.139,92		19.341,37

Elaboración: Autor

CUADRO N° 18: DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO Y AMORTIZACIÓN DEL INTANGIBLE

(En nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	01	02	03	04	05	VALOR SALVAMENTO
INTANGIBLES	6.087,85	1.217,57	1.217,57	1.217,57	1.217,57	1.217,57	0,00
ESTUDIOS DEFINITIVOS	2.500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	0,00
CONSTITUCION Y ORGANIZACION DE EMPRESAS	1.267,00	253,40	253,40	253,40	253,40	253,40	0,00
LANZAMIENTO SOFTWARE Y PÁGINA WEB	1.300,00	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00	0,00
SELECCIÓN DE PERSONAL	350,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	0,00
IMPREVISTOS 5%	400,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	0,00
	270,85	54,17	54,17	54,17	54,17	54,17	0,00
TANGIBLES	411.010,14	18.123,80	18.123,80	18.123,80	18.123,80	18.123,80	320.391,12
TERRENOS	156.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	156.000,00
EDIFICACIONES	170.155,82	6.602,05	6.602,05	6.602,05	6.602,05	6.602,05	137.145,59
MAQUINARIA	4.643,00	742,88	742,88	742,88	742,88	742,88	928,60
EQUIPO	50.739,52	8.118,32	8.118,32	8.118,32	8.118,32	8.118,32	10.147,90
UTENSILIOS	5.818,70	523,68	523,68	523,68	523,68	523,68	3.200,63
MOBILIARIO	23.537,50	2.118,38	2.118,38	2.118,38	2.118,38	2.118,38	12.945,63
HERRAMIENTAS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	115,60	18,50	18,50	18,50	18,50	18,50	23,12
TOTAL	417.097,99	19.341,37	19.341,37	19.341,37	19.341,37	19.341,37	320.391,12

Referencia Cuadro N° 16 / Elaboración: Autor

8.3 FINANCIAMIENTO

8.3.1 ESTRUCTURA DE CAPITAL

La estructura de capital del proyecto es la siguiente:

CUADRO N° 19 : ESTRUCTURA DE CAPITAL

(En nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	MONTO DE CAPITAL	%
	S/.	
APORTE PROPIO	294.257,19	50%
PRESTAMO	294.257,19	50%
INVERSIÓN TOTAL	588.514,38	100%

Elaboración: Autor



8.3.2 ALTERNATIVA FINANCIAMIENTO EXTERNO

Se ha considerado como alternativa de financiamiento el BBVA Banco Continental

Información de Base	
Prestamo US\$:	294.257,19
Periodos (años):	5
TEM:	2,08%
TEA:	28,00%

CUADRO N° 20: PLAN FINANCIERO

(En nuevos soles)

PERIODO	INTERESES	AMORTIZACION	CUOTA	SALDO
00				294.257,19
01	69.698,32	33.823,03	103.521,19	260.434,16
02	60.227,87	43.293,48	103.521,19	217.140,68
03	48.105,69	55.415,65	103.521,19	161.725,03
04	32.589,31	70.932,03	103.521,19	90.793,00
05	12.728,34	90.793,00	103.521,19	0,00

Fuente: BBVA

CUADRO N° 21: PAGO DE DEVOLUCION DE DEUDA

(En nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
Intereses	69.698,32	60.227,87	48.105,69	32.589,31	12.728,34
Amortización	33.823,03	43.293,48	55.415,65	70.932,03	90.793,00
Cuota	103.521,35	103.521,35	103.521,35	103.521,35	103.521,35

Elaboración: Autor



8.4 INGRESOS PROYECTADOS

8.4.1 INGRESOS POR VENTA

Los ingresos por ventas totales se muestran a continuación:

TABLA N° 09 Valor de Venta Medio

(EN SOLES)

Producto	Valor Venta
Piqueos	13,00
Sandwiches	7,00
Vino	13,50
Cervezas	5,33
Ron	13,57
Whisky	16,89
Vodka	14,00
Gin	14,50
Cognac	25,00
Pousse Café	13,55
Tequila	12,00
Preparados	14,08

Estimaciones Propias / El autor

CUADRO N° 22 : PRESUPUESTO DE INGRESOS POR ENTRADAS

(En Nuevos Soles)

ENTRADAS	1	2	3	4	5
Capacidad	19539	20209	20902	21619	22360
Precio Entrada	20	20	20	20	20
Total	390780	404180	418040	432380	447200

Elaboración : Autor



CUADRO N° 23 : PRESUPUESTO DE INGRESOS POR BEBIDAS

(En Nuevos)

Bebidas		01	02	03	04	05
Descripción						
Producción		78.157	80.837	83.608	86.475	89.440
A: Cerveza	26,08%	108.642,86	112.368,10	116.221,09	120.206,20	124.327,95
B: Ron	17,69%	187.617,80	194.051,02	200.703,84	207.586,81	214.704,75
C: Preparados	16,71%	183.884,64	190.189,86	196.711,28	203.456,32	210.431,63
D: Whisky	12,47%	164.612,37	170.256,76	176.093,69	182.132,80	188.377,96
E: ☐puse Café	10,08%	106.749,58	110.409,92	114.195,76	118.111,42	122.160,34
F: Vodka	4,51%	49.348,16	51.040,26	52.790,37	54.600,50	56.472,70
G: Cognac	4,51%	88.121,71	91.143,31	94.268,53	97.500,90	100.843,11
H: Tequila	3,18%	29.824,61	30.847,26	31.904,98	32.998,97	34.130,48
I: Gin	2,65%	30.031,72	31.061,48	32.126,55	33.228,13	34.367,49
J: Vino	2,12%	22.368,45	23.135,45	23.928,74	24.749,23	25.597,86
100,00%						
Total		971.201,88	1.004.503,43	1.038.946,84	1.074.571,29	1.111.417,27

Elaboración: Autor

CUADRO N° 24 : PRESUPUESTO DE INGRESOS POR ACOMPAÑAMIENTO

(En Nuevos Soles)

Acompañamientos		01	02	03	04	05
Descripción						
Producción		5.862	6.063	6.271	6.486	6.708
A: Piqueos	83,39%	63.545,52	65.724,43	67.978,06	70.308,96	72.719,78
B: Sandwiches	16,61%	6.815,46	7.049,16	7.290,87	7.540,86	7.799,43
100,00%						
Total		70.360,98	72.773,59	75.268,92	77.849,82	80.519,21

Elaboración: Autor

CUADRO N° 25 : RESUMEN DE PRESUPUESTO DE INGRESOS

(En Nuevos Soles)

Descripción	01	02	03	04	05
A: Entradas	390780	404180	418040	432380	447200
B: Bebidas	971.201,88	1.004.503,43	1.038.946,84	1.074.571,29	1.111.417,27
C: Acompañamientos	70.360,98	72.773,59	75.268,92	77.849,82	80.519,21
Total	1.432.349,23	1.481.464,50	1.532.254,59	1.584.801,63	1.639.130,48

Referencia Cuadros N° 21, 22, 23



8.4.2 RECUPERACION DEL CAPITAL DE TRABAJO

Para el año 0, como no se genera ingreso, se necesita 171,416.39 nuevos soles de capital de trabajo.

CUADRO Nº 26: RECUPERACION DEL CAPITAL

DESCRIPCIÓN	00	01	02	03	04	05
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	- 171.416,39					
CAPITAL DE TRABAJO INCREMENTAL		- 3.139,25	- 5.586,74	- 3.355,43	- 5.880,50	
RECUPERACIÓN DEL CT						189.378,31

Referencia Cuadro 10

9.1 SUPUESTOS GENERALES

TABLA Nº 10 SUPUESTOS GENERALES

ITEM	VALOR
Inflación Anual***	2.50%
rg Poblacional	1.70%
Impuesto a la Renta	30,00%
IGV	19,00%
Beneficios Sociales	9.00%
CTS	8.33%
Tipo de Cambio	3.00
COK	14,00%
TEM Préstamo	28,00%
Incremento de Sueldos *	3,00%
Número de Sueldos Año	14
Participación inicial (bebida)	93,50%
rg Participación mercado	1.63%

Elaboración: Autor



9.2 ESTADOS PROYECTADOS

9.2.1 BALANCE GENERAL

CUADRO N° 27: BALANCE ANUAL PROYECTADO

(En NuevoSoles)

	00	01	02	03	04	05
ACTIVO	588.514,38	719.050,58	927.660,62	1.145.695,89	1.373.514,98	2.116.050,56
Caja y Bancos	171.416,39	218.818,70	451.581,07	692.533,42	945.760,39	1.717.898,18
Clientes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Productos en Proceso		102.475,26	97.664,31	94.088,60	88.022,10	77.761,26
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	0,00					
Activo Fijo	411.010,14	411.010,14	411.010,14	411.010,14	411.010,14	411.010,14
Intangibles	6.107,85	6.107,85	6.107,85	6.107,85	6.107,85	6.107,85
Dep. y Amort. Acumulada	0,00	-19.341,37	-38.682,75	-58.024,12	-77.365,49	-96.706,87
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE						

PASIVO Y PATRIMONIO	588.514,38	719.050,58	927.660,62	1.145.695,89	1.373.514,98	2.116.050,56
PASIVO						
Crédito por Tributos		-136.876,20	-143.129,82	-144.696,44	-149.775,69	-149.555,96
TOTAL PASIVO CORRIENTE						
Deuda a Largo Plazo	294.257,19	260.434,16	217.140,68	161.725,02	90.792,98	0,00
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE						
PATRIMONIO						
Capital Social	294.257,19	294.257,19	294.257,19	294.257,19	294.257,19	294.257,19
Utilidades Acumuladas		265.690,50	528.677,56	809.877,40	1.121.621,13	1.455.089,65
Recuperación CT- Valor Residual						
Total Patrimonio						509.769,43

Elaboración: Autor



9.2.2 Estado de Ganancia y Pérdida

CUADRO N° 28 ESTADO PERDIDAS Y GANANCIAS

ITEM	01	02	03	04	05
VENTAS NETAS	1.432.346,49	1.481.460,22	1.532.258,01	1.584.797,61	1.639.138,73
COSTO DE VENTAS	-805.177,94	-823.101,02	-850.112,81	-869.286,11	-897.845,19
UTILIDAD BRUTA	627.168,55	658.359,20	682.145,20	715.511,50	741.293,54
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-215.337,49	-216.064,06	-222.353,83	-223.117,18	-229.611,01
GASTOS DE VENTAS	-5.930,00	-6.078,25	-6.230,21	-6.385,96	-6.545,61
UTILIDAD OPERATIVA	405.901,06	436.216,89	453.561,15	484.008,36	505.136,91
DEPRECIACION AF	-18.123,80	18.123,80	18.123,80	18.123,80	18.123,80
AMORTIZACIÓN INTANGIBLES	-1.217,57	-1.217,57	-1.217,57	-1.217,57	-1.217,57
UAII	386.559,69	416.875,52	434.219,78	466.666,99	485.795,54
GASTOS FINANCIEROS NETOS	-69.698,32	-60.227,87	-48.105,69	-32.589,31	-12.728,34
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	337.770,87	374.716,01	400.545,79	443.854,47	476.885,70
IMPUESTO A LA RENTA	-101.331,26	-112.414,32	-120.163,92	-133.156,34	-143.065,71
UTILIDAD NETA	236.439,61	262.301,21	280.382,05	310.698,13	333.819,99

Elaboración : Autor

9.3 FLUJO DE CAJA PROYECTADA

9.2.1 FLUJO DE CAJA OPERATIVA

CUADRO N° 29: FLUJO DE CAJA OPERATIVO

(En nuevos soles)

	0	1	2	3	4	5
Total Ingresos		1.432.346,49	1.481.460,22	1.532.258,01	1.584.797,61	1.639.138,73
Costos Directos		-793.449,94	-810.970,87	-837.566,72	-856.309,80	-884.423,94
Costos Indirectos		-11.728,00	-12.130,15	-12.546,10	-12.976,30	-13.421,26
Gastos						
Administrativos		-215.337,49	-216.064,06	-222.353,83	-223.117,18	-229.611,01
Gastos de Ventas		-5.930,00	-6.078,25	-6.230,21	-6.385,96	-6.545,61
Depreciación		-18.123,80	-18.123,80	-18.123,80	-18.123,80	-18.123,80
Amortización						
Intangibles		-1.217,57	-1.217,57	-1.217,57	-1.217,57	-1.217,57
Total Egresos		1.045.786,80	1.064.584,70	1.098.038,23	1.118.130,61	1.153.343,19
Impuesto a la Renta						
30%		101.331,60	112.414,80	-120.163,74	-133.156,34	-143.065,71
Depreciación		18.123,80	18.123,80	18.123,80	18.123,80	18.123,80
Amortización						
Intangibles		1.221,57	1.221,57	1.221,57	1.221,57	1.221,57
Flujo Operativo		304.569,80	323.802,09	333.397,41	352.852,02	362.071,20

Elaboración : Autor



9.2.2 FLUJO DE CAPITAL

El proyecto de caja de capital considera las inversiones totales que se realizan antes de que el proyecto empiece a funcionar y están comprendidas por activos fijos tangibles, intangibles y capital de trabajo. Ascende a un monto total de 588,514.38

CUADRO N°30: FLUJO DE CAPITAL
(en soles)

	00	01	02	03	04	05
Inversión en Activo Fijo	-411.010,14					
Inversión en Intangibles	-6.087,85					
CT Inicial	-171.416,39					
CT Incremental		-3.139,25	-5.586,74	-3.355,43	-5.880,50	0,00
Recuperación del CT						189.378,31
Valor Residual						320.391,12
FLUJO DE CAPITAL	-588.514,38	-3.139,25	-5.586,74	-3.355,43	-5.880,50	509.769,43

CT / Elaboración Autor

9.2.3 FLUJO DE CAJA ECONOMICA:

El flujo de caja económica se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 31: FLUJO DE CAJA ECONOMICA
(En soles)

	FLUJO ECONÓMICO					
	00	01	02	03	04	05
Flujo de Capital	-588.514,38	-3.139,25	-5.586,74	-3.355,43	-5.880,50	509.769,43
Flujo Operativo	0,00	304.569,46	323.802,09	333.397,41	352.852,02	362.686,82
FCE	-588.514,38	301.430,55	318.215,35	330.041,9	346.971,52	871.8406,25

Elaboración: Autor



Elaboración: Autor

CUADRO N° 32: FLUJO DE CAJA FINANCIADO PROYECTADO

(En soles)

	00	01	02	03	04	05
INGRESOS	0,00	1.432.346,49	1.481.460,22	1.532.258,01	1.584.797,61	1.959.529,86
Ventas		1.432.346,49	1.481.460,22	1.532.258,01	1.584.797,61	1639.138,73
Valor Residual						320.391,12
EGRESOS	-588.534,38	-1150.257,31	-1182.586,34	-1221.557,40	-1257.167,46	1296.408,90
Costo de inversion						
<i>Capital de trabajo</i>	-171.416,39					
<i>capital de trabajo incrementado</i>		-3.139,25	-5.586,74	-3.355,43	-5.880,50	
Activo fijo	-411.010,14					
Activo intangible	-6.107,85					
COSTOS DE PRODUCCION						
COSTOS DIRECTOS		-793.449,94	-810.970,87	-837.566,72	-856.309,80	-884.423,94
COSTOS INDIRECTOS		-11.728,00	-12.130,15	-12.546,09	-12.976,31	-13.421,25
COSTOS DE OPERACIÓN						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		215.337,49	216.064,06	222.353,83	223.117,18	229.611,01
GASTOS DE VENTAS		-5.930,00	-6.078,25	-6.230,21	-6.385,96	-654.561,00
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN		-19.341,37	-19.341,37	-19.341,37	-19.341,37	-19.341,37
IMPUESTO A LA RENTA		-101.331,26	-112.414,80	-120.163,74	-133.156,34	-143.065,71
FINANCIAMIENTO						
PRÉSTAMO RECIBIDO	294.257,19					
AMORTIZACIÓN		-33.823,03	-43.293,48	-55.415,65	-70.932,03	-90.793,00
INTERESES		-69.698,32	-60.227,87	-48.105,69	-32.589,31	-12.728,34
ESCUDO FISCAL		20.909,50	18.068,36	14.431,71	9.776,79	3.818,50
Recuperacion Capital						189.378,31
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN		19.341,37	19.341,37	19.341,37	19.341,37	19.341,37
FLUJO DE CAJA FINANCIADO	-294.257,19	218.818,70	232.762,37	240.952,35	253.226,97	772.137,79
SALDO INICIAL	294.257,19					
SALDO ACUMULADO	0,00	218.818,70	451.581,07	692.533,42	945.760,39	1.717.898,18

9.3 TASA DE DESCUENTO

9.3.1 COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL (COK)

El costo Oportunidad del Proyecto es de 28%

9.2.1 COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (CPPC)

El costo Promedio Ponderado de capital del Proyecto es de 21%

APORTE PROPIO 50%	14,00%	50%	7,00%
PRESTAMO 50%	28,00%	50%	14,00%
		100%	21,00% CKPP



9.4 RENTABILIDAD

9.4.1 VAN

El proyecto genera rentabilidad puesto que tanto el VAN Económico como Financiero son positivos lo cual implica una ganancia para el inversionista. Además la tasa de retorno son mayores que los costos de capital; lo que implica que el proyecto les genera valor a los inversionistas.

CUADRO 33: FLUJO ECONÓMICO

	00	01	02	03	04	05
Flujo de Capital	-588.514,38	-3.139,25	-5.586,74	-3.355,43	-5.880,50	509.769,43
Flujo Operativo	0,00	304.569,46	323.950,34	333.697,63	353.307,98	362.071,20
FCE	-588.514,38	301.430,21	318.363,60	330.342,20	347.427,48	871.840,63

Elaboración : Autor

VANE =	S/.403.378,04
TIRE =	53,42%

CUADRO 34 FLUJO FINANCIERO

FLUJO FINANCIERO	00	01	02	03	04	05
FCE	-588.514,38	301.430,21	318.363,60	330.342,20	347.427,48	871.840,63
Desembolso de (a)	294.257,19	103.521,35	103.521,35	103.521,34	103.521,34	103.521,34
FLUJO FINANCIERO	294.257,19	197.908,86	214.842,25	226.820,86	243.906,14	768.319,29

Elaboración: Autor

VANF =	S/.408.208,71
TIRF =	76,02%



CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES

- 9.1.-** El mercado disponible actual es de 264,392 personas, 1.057,567 bebidas y 79,318 acompañamientos anuales. De allí nuestro mercado objetivo es captar el 20% (20,898 personas), 83,590 bebidas y 6,269 acompañamientos en el año 1)
- 9.2.-** La capacidad máxima del proyecto es de 22,360 personas, tomando el 1er año como el 87% de su ocupabilidad.
- las bebidas y acompañamiento serán de mayor calidad que los ofertados en el mercado por ser preparados por un barman y chef altamente especializados
 - El proyecto es viable comercialmente y se basa en el diseño del local, la calidad de los productos ofrecidos y su ubicación, contando con una aérea de 400 m²
- 9.3.-** El monto total de la inversión es de 588,514.38 nuevos soles , el 50% será financiado con una tasa efectiva anual de 28%
- 9.4.-** el proyecto es viable económicamente y financiera, con un VAN Económico de 403.378,04 soles y un VAN Financiero de 544.514,38 nuevos soles
- 9.5.-** La TIRE asciende a 53,42% lo que genera rentabilidad debido a que es mayor que el costo de oportunidad que es de 28%. A nivel financiero la TIRF es de 76,02% que es mayor que el costo Promedio Ponderado de capital que es de 23.32 (referencia anexo, lo que confirma la rentabilidad que genera el proyecto



ANEXOS



Modelo de Encuesta

ENCUESTAS SOBRE LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE DIVERSIÓN N° _____

Buenos días, tardes, mi nombre es Y estamos realizando una encuesta cuyo objetivo es recopilar información necesaria para sustentar la viabilidad de la creación de un centro de diversiones. Me gustaría hacerle unas preguntas sobre el tema toda a su vez que consideramos de suma importancia sus opiniones. Demás estar decirle que las respuestas serán consideradas solo con fines estadísticos manteniendo el nivel de confiabilidad del mismo. Gracias

Datos:

Sexo M () F ()

Edad.....

Ocupación.....

Estado civil.....

1. ¿Acude Usted a algún centro de diversión nocturno?

SI () NO ()

¿Usted iría a este Bar Discoteca?

SI () NO ()

2. ¿Con que frecuencia suele acudir al centro de diversión?

1 a 2 veces al mes () 3 a 4 veces al mes ()

5 a mas veces al mes ()

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por derecho de entrada?

10 () 15 () 20 () 30 () 40 ()

3. De las siguientes alternativas, mencione

usted el de su preferencia.

Mecano Bar () Nuestro Bar () Tributo Bar ()

Bizarro () Estribo () Otro()

8. ¿Qué esperaría usted de este negocio?

4. ¿Por qué prefieres ese lugar?

Buena música () Por la gente que asiste ()

Servicio () Precio () Otros.....

9. ¿A través de que medio le gustaría recibir información

Sobre este tipo de negocio (eventos, fotos, etc.?)

Vía mail ()

Revista Local ()

Pagina Web ()

Otros

5. ¿Con que tipo de música prefieres divertirse?

Salsa/Cumbia () Trance () Rock de los 80 ()

Música Criolla () Otros.....

10. ¿Qué tipo de bebida es de su preferencia?

Ron () Gin () Whisky () Vodka ()

Tequila () Cognac () Pouss café ()

Sangria () Cerveza () Preparado ()

6. ¿Qué le parece la sgt Idea? Un Bar Discoteca que brinda

con el servicio de diversión a través de presentaciones

musicales de todo genero que además contara con servicio

de estacionamiento ; contando con personal calificado

capaz de orientar y asesorar en el consumo de alguna

Bebida.

¿Acompaña las bebidas con algún tipo de Piqueo?

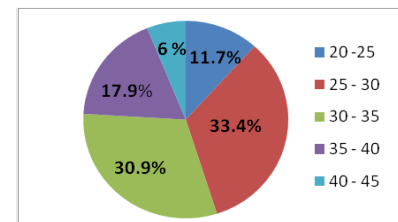
SI () NO ()

Menciónelo



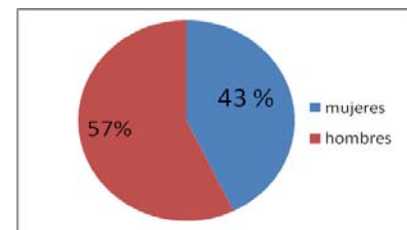
RESPUESTA N° 1

EDAD		
20 - 25	38	11.70%
25 - 30	108	33.40 %
30 - 35	100	30.96 %
35 - 40	58	17.94 %
40 - 45	20	6.00 %
	323	100%



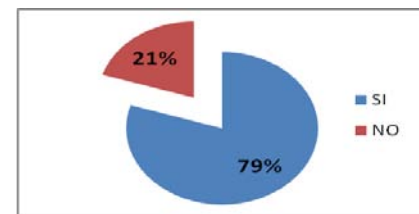
RESPUESTA N° 2

SEXO		
FEMENINO	137	43%
MASCULINO	183	57%
	323	100%



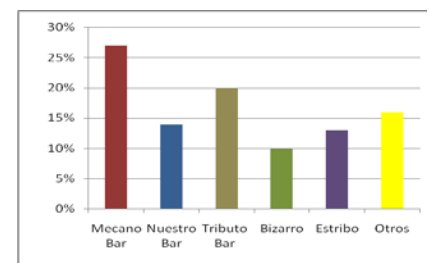
RESPUESTA N° 3

¿Acude Usted a algún centro de diversión nocturno?		
SI	258	79%
NO	65	21%
	323	100%



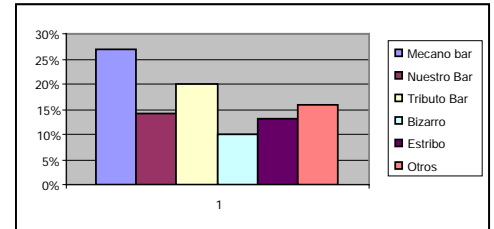
RESPUESTA N° 4

¿Con que frecuencia suele acudir al centro de Diversión?		
1 a 2 veces al mes	146	45.29 %
3 a 4 veces al mes	100	30.91 %
5 a mas veces al mes	77	23.80 %
	323	100%



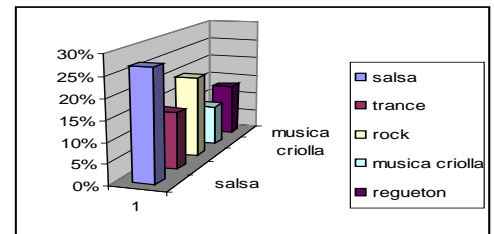
RESPUESTA Nº 5

De las siguientes alternativas mencione usted el de su Preferencia		
Mecano Bar	88	27%
Nuestro Bar	47	14%
Tributo Bar	66	20%
Bizarro	32	10%
Estribo	40	13%
Otros (Chelsea)	50	16%
	323	100%



RESPUESTA Nº 6

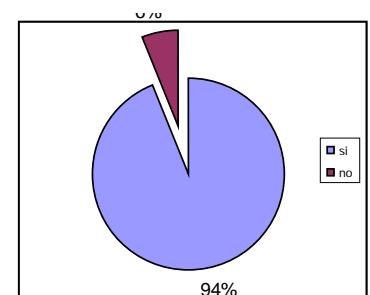
¿Con qué tipo de música Prefieres Divertirte?		
Salsa/Cumbia	153	47%
Trance	10	3%
Rock de los 80` s	62	20%
Música criolla	5	2%
Regueton	93	28%
	323	100%



RESPUESTA Nº 7

¿Qué le parece la siguiente idea? Un bar discoteca que brinda el servicio de Diversión a través de grupos musicales en vivo, con un discjockey residente y con personal calificado capaz de orientar y asesorar en el consumo de alguna bebida?

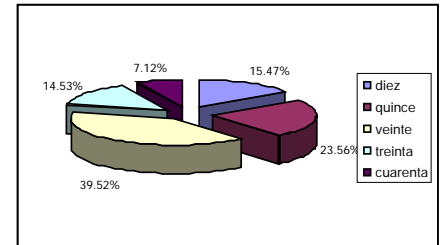
¿Usted iría a este Bar discoteca?		
Si	304	94%
No	19	6%
	323	100%





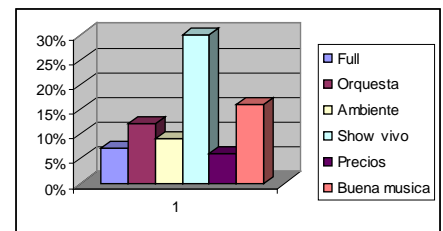
RESPUESTA Nº 8

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por derecho de entrada?		
10	50	15,47%
15	76	23,56%
20	127	39,52%
30	47	14,53%
40	23	7,12%
	323	100%



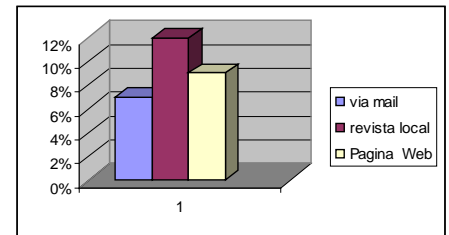
RESPUESTA Nº 9

¿Qué esperaría usted de este negocio?		
Full Diversión	25	7%
Orquesta Nacionales e Internacionales	38	12%
Ambiente Agradable	29	9%
Buen servicio	97	30%
Show en Vivo	65	20%
Precios	15	6%
Buena Música (Siguiendo a la Tendencia)	54	16%
	323	100%



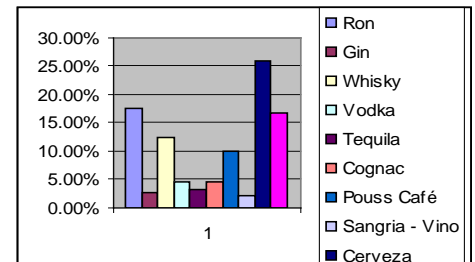
RESPUESTA Nº 10

¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre este tipo de negocio(eventos, fotos, etc.)?		
Vía mail	22	7%
Revista Local	84	26%
Pagina Web – Bar Discoteca	185	57%
Otros(períodico)	32	10%
	323	100%



RESPUESTA Nº 11

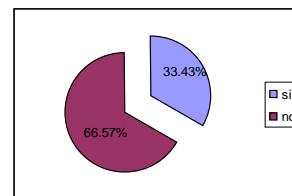
¿Qué tipo de bebidas es de su preferencia?		
Ron	57	17,69%
Gin	8	2,65%
Whisky	40	12,47%
Vodka	15	4,51%
Tequila	10	3,18%
Cognac	15	4,51 %
Pouss Café	32	10,08%
Sangria - Vino	7	2,12%
Cerveza	85	26,08%
Preparado	54	16,71%
	323	100%



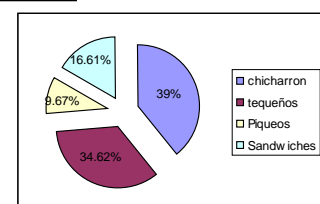
bloody mary, martini, daiquiri,orgasmo

RESPUESTA Nº 12

¿Acompañas las bebidas con algún tipo de Piqueo?		
Si	108	33.43
No	215	66.57



PIQUEOS		
Chicharrón	61	39%
Tequeños	54	34,62%
Piqueos variados	15	9,67%
Sandwiches	26	16,61%
	156	100%





CÁLCULO DE LA CAPACIDAD MÁXIMA

CAPACIDAD MÁXIMA ANUAL	
Nº personas atendidas	22360
TOTAL	22360

CUADRO N°1: CAPACIDAD OPERATIVA NORMAL

(En Nº personas atendidas)

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
MERCADO OBJETIVO	20.898	21.253	21.614	21.982	22.360
FACTOR	93%	95%	97%	98%	100%
CAPACIDAD NORMAL	19.539	20.209	20.902	21.619	22.360

CUADRO N° 02: OCUPABILIDAD

(En Nº persona atendidas)

DESCRIPCIÓN	01	02	03	04	05
CAPACIDAD NORMAL	19.539	20.209	20.902	21.619	22.360
CAPACIDAD MÁXIMA	22.360	22.360	22.360	22.360	22.360
% DE OCUPABILIDAD	87%	90%	93%	97%	100%



CUADRO N°3 : INVERSIÓN, DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS

Horizonte de
Planeamiento

5

(En nuevos soles)

CONCEPTO	INVERSIÓN			DEPRECIACION / AMORTIZACIÓN			VALOR RESIDUAL
	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	VIDA UTIL	TASA	VALOR	
INMUEBLES			326.155,00			5.671,83	297.795,83
+ Terreno	1	156.000,00	156.000,00			0,00	
+ Construcciones	1	170.155,00	170.155,00	30	3%	5.671,83	
MAQUINARIA Y EQUIPO			55.382,52			7.892,00	15.922,51
Congeladora	1	1.569,00	1.569,00	10	10%	156,90	
Refrigeradora	1	1.299,00	1.299,00	10	10%	129,90	
Licuadora	2	129,00	258,00	10	10%	25,80	
Cocina	1	550,00	550,00	10	10%	55,00	
Campana Extractora	1	539,00	539,00	10	10%	53,90	
Horno Microondas	1	349,00	349,00	10	10%	34,90	
Tostadora	1	79,00	79,00	10	10%	7,90	
Equipo Audio	1	25.798,06	25.798,06	10	10%	2.579,81	
Equipo de Iluminación	1	24.941,46	24.941,46	10	10%	2.494,15	
MOBILIARIO	1	23.537,50	23.537,50	10	10%	2.353,75	11.768,75
HERRAMIENTAS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO			115,60			23,12	0,00
Juego de Herramientas	1	50,00	50,00	5	20%	10,00	
Escoba	3	6,30	18,90	5	20%	3,78	
Trapeador	2	17,50	35,00	5	20%	7,00	
Recogedor	3	3,90	11,70	5	20%	2,34	
UTENSILIOS			55.382,52			581,87	52.473,17
Vaso Cocktall	8	21,90	175,20	10	10%	17,52	
Vaso Whisky	10	17,00	170,00	10	10%	17,00	
Vaso Gaseosa	15	15,70	235,50	10	10%	23,55	
Vaso (5-8 onzas)	8	17,00	136,00	10	10%	13,60	
Vaso flauta (6 onzas)	8	37,70	301,60	10	10%	30,16	
Vaso (4 onzas)	8	12,00	96,00	10	10%	9,60	
Vaso (6 onzas)	8	15,90	127,20	10	10%	12,72	
Vaso (1-2 onzas)	8	12,70	101,60	10	10%	10,16	
Vaso (4-6 onzas)	6	17,50	105,00	10	10%	10,50	
Copa Martini (4-6 onzas)	7	49,70	347,90	10	10%	34,79	
Copa Margarita (4-6 onzas)	7	47,80	334,60	10	10%	33,46	
Copa Cocktail (4-6 onzas)	7	47,80	334,60	10	10%	33,46	
Copa Vino (6-8 onzas)	8	28,60	228,80	10	10%	22,88	
Coctelera	4	15,00	60,00	10	10%	6,00	
Onzera	4	6,00	24,00	10	10%	2,40	
Pinzas	20	1,50	30,00	10	10%	3,00	
Vaso Mezclador	4	5,00	20,00	10	10%	2,00	
Cuchara Mezcladora	4	1,95	7,80	10	10%	0,78	
Colador Cóctel	4	13,50	54,00	10	10%	5,40	
Rallador	2	6,00	12,00	10	10%	1,20	
Sacacorchos / Destapador	4	11,20	44,80	10	10%	4,48	
Exprimidor de Limón	2	3,40	6,80	10	10%	0,68	
Embudo	2	5,20	10,40	10	10%	1,04	
Exprimidor de Jugo	2	1,00	2,00	10	10%	0,20	



Tabla Acrílica	2	12,50	25,00	10	10%	2,50		
Cuchillo Pequeño	2	2,40	4,80	10	10%	0,48		
Cenicero	10	17,90	179,00	10	10%	17,90		
Servilletero	10	42,00	420,00	10	10%	42,00		
Azafates redondos	15	15,00	225,00	10	10%	22,50		
Plato piqueo	10	81,90	819,00	10	10%	81,90		
Plato personal	10	56,00	560,00	10	10%	56,00		
Tenedores	10	8,60	86,00	10	10%	8,60		
Cuchillos	10	19,80	198,00	10	10%	19,80		
Cucharas	10	8,60	86,00	10	10%	8,60		
Sartén	2	25,60	51,20	10	10%	5,12		
Olla pequeña	2	31,20	62,40	10	10%	6,24		
Cuchillo de Cocina	3	10,50	31,50	10	10%	3,15		
Cucharón de Cocina	2	11,20	22,40	10	10%	2,24		
Espátula	2	9,30	18,60	10	10%	1,86		
Mortero	1	14,00	14,00	10	10%	1,40		
Juego de sazonador	1	22,00	22,00	10	10%	2,20		
Colador	2	14,00	28,00	10	10%	2,80		
INTANGIBLES							6.107,85	1.221,57
ESTUDIOS DEFINITIVOS	1	2.500,00	2.500,00	5	20%	500,00		
CONSTITUCION Y ORGANIZACION DE EMPRESAS	1	1.267,00	1.267,00	5	20%	253,40		
LANZAMIENTO	1	1.300,00	1.300,00	5	20%	260,00		
SOFTWARE Y PÁGINA WEB	1	350,00	350,00	5	20%	70,00		
SELECCIÓN DE PERSONAL	1	400,00	400,00	5	20%	80,00		
IMPREVISTOS 5%	5%	290,85	290,85	5	20%	58,17		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	Inversión	460.573,14	Depreciación 15.390,40	0,00	Valor Residual	320.391,12		
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES	Inversión	6.107,85	Amortización 1.221,57	-	Valor Residual	0,00		

Referencia Tablas de Activos Fijos e Intangibles, Investigación Primaria

CUADRO N°4 VALOR RESIDUAL (en nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	00	01	02	03	04	05
VALOR RESIDUAL	0	0	0	0	0	320.391,12

Referencia Cuadro 03



CUADRO 05: TASAS DE DEPRECIACION

NORMATIVIDAD - DEPRECIACIÓN		
ITEMS	TASAS	AÑOS
GANADO Y REDES	25%	4,00
VEHICULOS Y HORNOS	20%	5,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	10%	10,00
EQUIPO	10%	10,00
PROC. DE DATOS	25%	4,00
OTROS BIENES	10%	10,00
MENAJE	10%	10,00
MUEBLES Y ENSERES	10%	10,00
HERRAMIENTAS	10%	10,00
INMUEBLES	3%	30,00

PRECIO PROMEDIO DEL MERCADO

Valor de Venta Medio

(En Nuevos Soles)

Producto	Valor Venta
Piqueos	13,00
Sandwiches	7,00
Vino	13,50
Cervezas	5,33
Ron	13,57
Whisky	16,89
Vodka	14,00
Gin	14,50
Cognac	25,00
Pousse Café	13,55
Tequila	12,00
Preparados	14,08

CUADRO N° 06 FLUJO ECONÓMICO

	00	01	02	03	04	05
Flujo de Capital	-588.514,38	-3.139,25	-5.586,74	-3.355,43	-5.880,50	509.769,43
Flujo Operativo	0,00	304.569,46	323.950,34	333.697,63	353.307,98	362.071,20
FCE	-588.514,38	301.430,21	318.363,60	330.342,20	347.427,48	871.840,63

VANE =	S/. 403.378,04
TIRE =	53,42%



CUADRO N° 07: EVALUACIÓN FINANCIERA

AMORTIZACIÓN DE DEUDA	00	01	02	03	04	05
Saldo Inicial	294.257,19	294.257,19	260.434,16	217.140,68	161.725,02	90.792,98
Interés		69.698,32	60.227,87	48.105,69	32.589,31	12.728,34
Amortización	0,00	33.823,03	43.293,48	55.415,65	70.932,03	90.793,00
Saldo Final	294.257,19	260.434,16	217.140,68	161.725,03	90.792,99	
(a) PRINCIPAL + INTERESES *	0,00	103.521,35	103.521,35	103.521,34	103.521,34	103.521,34

CUADRO N° 08: CPPC

CALCULO DEL CPPC	00	01	02	03	04	05
Deuda	294.257,19	260.434,16	217.140,68	161.725,03	90.792,99	0,00
Capital	294.257,19	294.257,19	294.257,19	294.257,19	294.257,19	294.257,19
CPPC	24,50%	24,29%	23,97%	23,48%	22,65%	21,00%
CPPC Promedio	23,32%					

CUADRO N° 09: REQUERIMIENTO - PRESUPUESTO PERSONAL Y SERVICIOS DE TERCEROS

CONCEPTO	N° DE TRABAJADORES	SUELDO MENSUAL	BENEFICIOS SOCIALES	SUELDO INCL BENEF	SUELDO ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA					
CHEF	1	500,00	86,65	586,65	8.213,10
BARMAN	2	1.200,00	207,96	1.407,96	19.711,44
ASISTENTE COCINA	1	550,00	95,32	645,32	9.034,41
DISCJOCKEY	1	1.500,00	259,95	1.759,95	24.639,30
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				4.399,88	61.598,25
MANO DE OBRA INDIRECTA					
GERENTE GENERAL	1	2.500,00	433,25	2.933,25	41.065,50
TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA				2.933,25	41.065,50
SOLICIONES	2	1.000,00	173,30	1.173,30	16.426,20
SEGURIDAD	6	1.800,00	311,94	2.111,94	29.567,16
TOTAL SUELDO ADMINISTRATIVOS				2.111,94	29.567,16
VENTAS					
CAJERAS	2	1.200,00	207,96	1.407,96	19.711,44
MOZOS	5	2.500,00	433,25	2.933,25	41.065,50
ALMACENERO	1	500,00	86,65	586,65	8.213,10
TOTAL SUELDO VENTAS				4.341,21	60.776,94
Referencia Organigrama Funcional, Estimaciones Propias				184.834,80	