



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS - MBA**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR CAFÉ EN
LA CIUDAD DE BABAHOYO - ECUADOR EN EL AÑO 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

AUTOR:

RONALD ROBERTO ASTUDILLO MORÁN (ORCID: 0000-0002-5007-0563)

ASESOR:

DR: DAYRON LUGO DENIS (ORCID: 0000-0002-3183-5655)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

DESARROLLO SOSTENIBLE EMPRENDIMIENTO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Piura – Perú

2019

Dedicatoria

A mi familia: mi esposa Katherine, mis adorados hijos Martín y Danna, que son el motor y motivo de mi constante lucha por esta vida, así mismo a mis padres: Fito y Jennifer por el apoyo incondicional que me brindan día a día para lograr mis sueños y metas. A mis hermanos Wellington, Steeven y Josué por sus grandes consejos, A mi asesor que con su apoyo se pudo lograr y terminar este arduo trabajo.

Agradecimiento

A Dios por permitir el logro de esta meta, fortalecerme y guiar mi camino. A mi familia en pleno por estar conmigo incondicionalmente siempre y apoyarme en lo que necesite, en resumen, A todas las personas que de una u otra forma ayudaron para que este Proyecto, sueño, meta se llevara a cabo.

Índice

| | |
|---|-------------|
| Carátula..... | i |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento..... | iii |
| Página del Jurado | iv |
| Declaratoria de autenticidad | v |
| Índices de tablas..... | ix |
| Índices de figuras | xi |
| RESUMEN | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MÉTODO..... | 9 |
| 1.1. Tipo y diseño de investigación | 9 |
| 1.2. Identificación de variables y operacionalización | 10 |
| 1.2.1. Variable 1: Planeación del negocio | 10 |
| 1.2.2 Operacionalización de variables | 11 |
| 1.1. Población, muestra y muestreo..... | 12 |
| 1.1.1. Población | 12 |
| 1.2. Criterio de selección..... | 13 |
| 1.3. Técnica de recolección de datos | 13 |
| 1.3.1. Técnica..... | 13 |
| 1.3.2. Validación..... | 15 |
| 1.4. Métodos de análisis de datos | 16 |
| 1.5. Aspectos éticos..... | 16 |
| III. RESULTADOS | 17 |
| IV. DISCUSIÓN | 35 |
| 4.1 Propuesta..... | 39 |
| 4.1.1 Macro-Segmentación | 39 |
| 4.1.2 Microsegmentación | 40 |

| | | |
|---------|---|-----------|
| 4.2 | Marketing..... | 41 |
| 4.2.1 | Producto | 41 |
| 4.2.2 | Precio..... | 41 |
| 4.2.3 | Plaza | 42 |
| 4.2.4 | Promoción | 42 |
| 4.3 | Estudio Técnico | 42 |
| 4.3.1 | Tamaño del Bar-Café..... | 43 |
| 4.4 | Localización del Bar-Café | 43 |
| 4.4.1 | Macro Localización..... | 43 |
| 4.4.2 | Micro Localización | 43 |
| 4.5 | Decisiones de Localización..... | 43 |
| 4.6 | Métodos de Localización | 44 |
| 4.7 | Método Cualitativo por Puntos | 44 |
| 4.9 | Implementación..... | 45 |
| 4.9.1 | Utensilios de Cocina..... | 45 |
| 4.9.2 | Herramientas del Bar..... | 47 |
| 4.9.3 | Escenario | 47 |
| 4.9.4 | Oficina..... | 47 |
| | 4.9.5 Estructura Física del Bar-Café | 48 |
| 4.10 | Estudio Organizacional..... | 49 |
| 4.10.1 | Misión..... | 49 |
| | 4.10.2 Visión | 49 |
| 4.10.3 | Distribución del Bar-Café..... | 50 |
| 3.12.5. | Descripción de Funciones del Bar-Café | 50 |
| 4.11 | Análisis FODA..... | 54 |
| 4.11.1 | Fortalezas..... | 54 |
| 4.11.2 | Oportunidades..... | 54 |
| 4.11.3 | Debilidades | 54 |
| 4.11.4 | Amenazas..... | 55 |
| 4.12 | Financiamiento..... | 55 |
| 4.12.1 | Rentabilidad del Proyecto..... | 55 |
| 4.12.2 | Demanda..... | 56 |
| 4.12.3 | Precio | 57 |
| 4.12.4 | Costos | 58 |
| 4.12.5 | Costos Fijos | 58 |
| 4.12.6 | Costo Variable | 59 |
| 4.12.7 | Gastos Generales | 60 |
| 4.12.8 | Gastos Básicos..... | 60 |
| 4.12.9 | Gastos Generales | 61 |

| | |
|--|-----------|
| 4.12.10 Gastos de Publicidad | 61 |
| 4.12.11 Salarios | 62 |
| 4.12.12 Punto de Equilibrio..... | 63 |
| 4.12.13 Capital de Trabajo..... | 64 |
| 4.12.14 Método de Déficit Acumulado Máximo..... | 64 |
| 4.12.15 Inversión | 65 |
| 4.12.16 Situación Inicial de la Empresa | 65 |
| 4.12.17 V.A.N..... | 66 |
| 4.12.18 T.I.R. | 67 |
| V. CONCLUSIONES..... | 69 |
| VI. RECOMENDACIONES | 70 |
| VII. REFERENCIAS..... | 71 |
| ANEXOS..... | 72 |

Índices de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Confiabilidad de Instrumento | 15 |
| Tabla 2. Existencia de un Bar-Café | 17 |
| Tabla 3. Implementación de un Bar-Café..... | 18 |
| Tabla 4. Asiste usted a un Bar-Café | 19 |
| Tabla 5. Atención bar. | 20 |
| Tabla 6. Qué tan constante bebe cócteles. | 21 |
| Tabla 7. Coctel favorito | 22 |
| Tabla 8. Valor de cocteles. | 23 |
| Tabla 9. Piqueos | 24 |
| Tabla 10. Piqueos_1 | 25 |
| Tabla 11. Tipos de Piqueos..... | 26 |
| Tabla 12. Bebidas Preferidas. | 27 |
| Tabla 13. Bebidas Calientes. | 28 |
| Tabla 14. Tipo de Música | 29 |
| Tabla 15. Horario..... | 30 |
| Tabla 16. Show en vivo | 31 |
| Tabla 17. Bday..... | 32 |
| Tabla 18. Medios de Comunicación. | 33 |
| Tabla 19. Valores..... | 34 |
| Tabla 20. Procedimiento cualitativo..... | 44 |
| Tabla 21. Electrodomésticos de Cocina. | 45 |
| Tabla 22.Enseres de Cocina..... | 46 |
| Tabla 23. Utensilios de Cocina..... | 46 |
| Tabla 24. Cristalería. | 47 |
| Tabla 25. Equipo d Audio..... | 47 |
| Tabla 26. Estante de oficina. | 47 |
| Tabla 27. Equipo de Oficina..... | 48 |
| Tabla 28. Muebles. | 48 |
| Tabla 29. Decoración..... | 49 |
| Tabla 30. Formula..... | 55 |
| Tabla 31.Ingresos de Operación. | 56 |
| Tabla 32. Proyección de Ingresos..... | 56 |

| | |
|---|----|
| Tabla 33. Estimación de La Demanda..... | 57 |
| Tabla 34. Demandas Anuales. | 57 |
| Tabla 35. Costo Fijo. | 58 |
| Tabla 36. Costo Variable. | 59 |
| Tabla 37. Coste Variable Anual. | 59 |
| Tabla 38. Gastos Básicos. | 60 |
| Tabla 39. Gasto General | 61 |
| Tabla 40. Publicidad. | 61 |
| Tabla 41. Pagos..... | 62 |
| Tabla 42. Punto de Equilibrio..... | 64 |
| Tabla 43. Inversión. | 65 |
| Tabla 44. Inicio de la Empresa. | 66 |
| Tabla 45. Caja Fija..... | 68 |

Índices de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. valore de formula | 12 |
| Figura 2.Existencia de un Bar-Café..... | 17 |
| Figura 3. implementación de un Bar-Café en la Ciudad | 18 |
| Figura 4.Asiste usted a un Bar-Café..... | 19 |
| Figura 5. Atención Bar | 20 |
| Figura 6. Consumo de Cocteles..... | 21 |
| Figura 7. Coctel Favorito..... | 22 |
| Figura 8. Valor de cocteles | 23 |
| Figura 9. Piqueos | 24 |
| Figura 10. Piqueos_1 | 25 |
| Figura 11. Tipos de Piqueos | 26 |
| Figura 12. Bebidas Calientes | 28 |
| Figura 13.Tipo de Música..... | 29 |
| Figura 14. Horario | 30 |
| Figura 15.Show en vivo..... | 31 |
| Figura 16. Bday | 32 |
| Figura 17. Medios de Comunicación..... | 33 |
| Figura 18. Valores. | 34 |
| Figura 19. Croquis del Bar-Café..... | 45 |
| Figura 20. Organigrama..... | 50 |
| Figura 21. Punto de Equilibrio. | 63 |
| Figura 22. Punto de Equilibrio Venta..... | 63 |

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo Formular un plan de negocios para la implementación de un bar café en la ciudad de Babahoyo en el año 2018. El tipo de estudio de la investigación según la finalidad fue propositivo; según el nivel o alcance fue una investigación descriptiva y según la temporalidad fue transversal; mediante un diseño no experimental, ya que no existió manipulación deliberada de las variables. Las técnicas de recolección de datos fueron las encuestas para los ciudadanos de la ciudad de Babahoyo. Se empleó el muestreo probabilístico aleatorio simple con una muestra de 384 encuestados, de una población infinita. Se concluyó que es viable la creación de un negocio para la implementación de un bar café en la ciudad de Babahoyo en el año 2018 con una aceptación del 100% de los encuestados, mostrando así una necesidad de las personas de la existencia de un Bar – café, así mismo se hizo una propuesta mediante un análisis del mercado, análisis técnico/ operativo, análisis administrativo, y análisis financiero. Dentro del marco del diseño de investigación se determinaron los gustos, preferencias, precios, platos publicidad, todo lo correspondiente con el marketing mix del estudio de mercado, análisis externo e interno del mercado, así mismo se realizó el MOF, organigrama, proceso de atención, proceso de producción, consecuentemente se realizó un balance básico de los ingresos, egresos y rentabilidad de la empresa, con su respectiva proyección de crecimiento , por último y menos importante se realizó dentro del análisis financiero, la V.A.N. (Valor Actual Neto) económica y una T.I.R. (Tasa Interna de Retorno), dándonos en resumen que la inversión del negocio se recuperaría en dos años aproximadamente.

Palabras claves: plan de negocios, estudio de mercado, marketing mix, bar- café

ABSTRACT


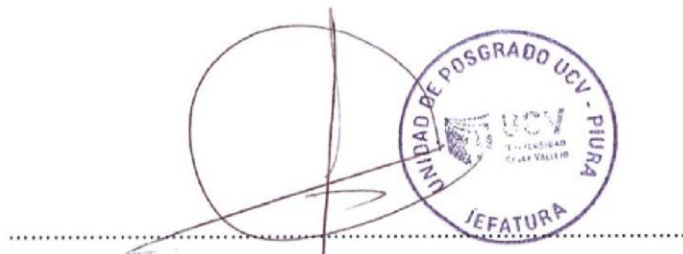
The objective of this research work was to formulate a business plan for the implementation of a coffee bar in the city of Babahoyo in 2018. The type of study of the research according to the purpose was proactive; according to the level or scope it was a descriptive investigation and according to temporality it was transversal; by a non-experimental design, since there was no deliberate manipulation of the variables. The data collection techniques were surveys for the citizens of the city of Babahoyo. Simple random probabilistic sampling was used with a sample of 384 respondents, from an infinite population. It was concluded that the creation of a business for the implementation of a coffee bar in the city of Babahoyo in 2018 was viable with 100% acceptance of the respondents, thus showing a need of people for the existence of a Bar - coffee, a proposal was made through market analysis, technical / operational analysis, administrative analysis, and financial analysis. Within the framework of the research design, tastes, preferences, prices, advertising dishes were determined, everything corresponding to the marketing mix of the market study, external and internal analysis of the market, as well as the MOF, organizational chart, attention process , production process, consequently a basic balance was made of the income, expenses and profitability of the company, with its respective projection of growth, last and least important was made within the financial analysis, the NPV Economic (Net Present Value) and a T.I.R. (Internal Rate of Return), giving us in summary that the investment of the business would recover in two years approximately.

Keywords: business plan, market research, marketing mix, bar-café

Yo, Yván Alexander Mendívez Espinoza, DTC de la Unidad de Posgrado de la Universidad César Vallejo filial Piura, revisor de la tesis titulada “PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN BAR CAFÉ EN LA CIUDAD DE BABAHOYO - ECUADOR EN EL AÑO 2018” del estudiante RONALD ROBERTO ASTUDILLO MORÁN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **19%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 10 de marzo de 2020



DR. YVÁN MENDÍVEZ ESPINOZA

DNI: 19188655

| | | | | | |
|---------|----------------------------|--------|---------------------|--------|---------------------------------|
| Elaboró | Dirección de Investigación | Revisó | Responsable del SGC | Aprobó | Vicerrectorado de Investigación |
|---------|----------------------------|--------|---------------------|--------|---------------------------------|