



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA DISCOTECA BASADA
EN SHOWS Y ESPECTÁCULOS INNOVADORES
EN LA CIUDAD DE TRUJILLO.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración.

Autor:

Br. Sheyla Mercedes Anticona Aguilar

Br. Shirley Elizabeth Anticona Aguilar

Asesor:

Econ. María Eugenia Alfaro Sánchez

Trujillo-Perú

2014

INDICE

Carátula	
Dedicatoria	
Agradecimientos	3
Presentación	4
Índice de Cuadro	11
Índice de Figuras	12
Índice de Gráficos	12
Resumen Ejecutivo	13
Abstract	14
1. Capítulo I: Generalidades	15
1.1. Nombre de la Empresa y Marca Distintiva	17
1.2. Concepto del Negocio	17
1.3. Sector – Industria	18
1.4. Justificación	18
1.5. Posibles Barreras de Entrada y Salida	19
1.6. Objetivos del Estudio	20
1.7. Horizonte de Evaluación	20
1.8. Cronología del Proyecto	20
1.9. Ejecutores	21
2. Capítulo II: Estudio de Mercado	22
2.1. Análisis del Entorno	23
2.1.1. Macro Entorno	23
2.1.1.1. Factores Legales	23
2.1.1.2. Factores Económicos	24
2.1.1.3. Factores Políticos	31
2.1.1.4. Factores Demográficos	33
2.1.1.5. Factores Climáticos	35
2.2. Investigación de Mercado	36
2.2.1. Metodología Utilizada	36
2.2.2. Fuentes de Información	42
2.2.3. Definición y Caracterización del Cliente y/o Consumidor	42
2.2.4. Segmentación	43
2.2.5. Análisis de la Demanda	50
2.2.5.1. Producto Básico, Real y Aumentado	50
2.2.5.2. Demanda Histórica y Actual	51
2.2.5.3. Variables que Afectan a la Demanda	51
2.2.5.4. Demanda Proyectada	52
2.2.6. Análisis de la Oferta	55
2.2.6.1. Identificación de la Competencia	55
2.2.6.2. Oferta Histórica y Presente	66
2.2.6.3. Variable que Afectan a la Oferta	66
2.2.6.4. Oferta Proyectada	67
2.2.7. Dedución del Mercado	67
2.2.7.1. Proyección del Mercado Potencial, Disponible y Efectivo	67
2.2.7.2. Mercado Objetivo Proyectado	69
2.3. Análisis de la Comercialización	70
2.3.1. Marketing Mix Usado por la Competencia	70
2.3.1.1. Cualidad Intrínseca	70
2.3.1.2. Costo para el Cliente	72
2.3.1.3. Conveniencia	74
2.3.1.4. Comunicación	76
2.3.2. Análisis del Mercado Proveedor	77

2.3.2.1.	Identificación y Caracterización	77
2.3.2.2.	Criterios de Selección	77
2.3.2.3.	Evaluación y Selección	77
2.3.3.	Canales y Medios	85
2.3.3.1.	Identificación	85
2.3.3.2.	Caracterización de Actores según Canal y Medio	85
2.3.3.3.	Criterios de Selección	86
2.3.3.4.	Evaluación y Selección	86
3.	Capítulo III: Estudio Técnico	87
3.1.	Especificaciones Técnicas del Producto	88
3.1.1.	Servicio de bar y servicio de restaurant	88
3.1.2.	Servicio de música	94
3.1.3.	Servicio de espectáculos	94
a)	Imitación de famosos.....	95
b)	Shows.....	102
3.1.4.	Servicio de sonido y ambientación	109
3.2.	Ingeniería Básica	111
3.2.1.	Descripción de Procesos	111
3.2.1.1.	Mapa de Interacción de Procesos.....	111
3.2.1.2.	Procesos Principales.....	112
3.2.2.	Producción y Capacidad.....	121
3.2.2.1.	Posibles Cuellos de Botella.....	121
3.2.2.2.	Capacidad Máxima y Normal	121
3.2.2.3.	Criterios y Porcentajes de Ocupabilidad	122
3.2.3.	Descripción de Tecnologías	122
3.2.3.1.	Maquinaria y Equipo	122
3.2.3.2.	Mobiliario y Herramientas	127
3.2.3.3.	Software y Similares	129
3.3.	Centro de Operaciones.....	130
3.3.1.	Macro y Micro-Localización	130
3.3.2.	Descripción de Terrenos, Inmuebles e Instalaciones Fijas	132
3.3.3.	Diseño de Edificaciones e Instalaciones	135
4.	Capítulo IV: Estudio Legal	145
4.1.	Constitución de la Sociedad	145
4.1.1.	Forma Societaria e Implicancias	145
4.1.2.	Costos de Constitución.....	146
4.2.	Tasas y Servicios Regulados	146
4.2.1.	Licencias y Permisos.....	146
4.2.2.	Anuncios Publicitarios	148
4.3.	Demás Aspectos Legales	148
4.3.1.	Aspectos Laborales	148
4.3.2.	Aspectos Tributarios.....	149
4.3.3.	Registro de Marca	151
4.3.4.	Regulación Sanitaria	152
5.	Capítulo V: Estudio Organizacional	153
5.1.	Planeamiento Estratégico	153
5.1.1.	Misión	153
5.1.2.	Visión	153
5.1.3.	Objetivos Estratégicos.....	153
5.1.3.1.	Perspectiva Financiera.....	153
5.1.3.2.	Perspectiva Cliente	154
5.1.3.3.	Perspectiva de Operaciones y Procesos	154
5.1.3.4.	Perspectiva de Organización y Aprendizaje	154
5.1.4.	Análisis FODA	155
5.1.5.	Matriz EFE y EFI	156
5.1.6.	Estrategias de Entrada y Crecimiento	159

5.1.7. Estructura Organizacional	160
5.2. Plan de Mercadotecnia	161
5.2.1. Plan de Crecimiento Comercial	161
5.2.2. Mercado Meta	161
5.2.3. Calidad Intrínseca	161
5.2.4. Costo para el Cliente	165
5.2.5. Conveniencia	165
5.2.6. Comunicación	165
5.2.7. Posicionamiento	167
5.3. Equipo de Trabajo.....	167
5.3.1. Descripción de Posiciones	167
5.3.2. Manual de Organización y Funciones	171
5.3.3. Proceso de Reclutamiento y Selección	178
5.3.4. Plan de Desarrollo del Personal y Monitoreo	179
5.3.5. Política y Fijación de Remuneraciones	180
6. Capítulo VI: Estudio de Costos	182
6.1. Inversiones.....	182
6.1.1. Inversiones en Activo Fijo	182
6.1.2. Inversiones en Activo Intangible.....	184
6.1.3. Inversión en Capital de Trabajo	184
6.2. Costos y Gastos Proyectados	186
6.2.1. Materia Prima Directa	186
6.2.2. Mano de Obra Directa	187
6.2.3. Costos y Gastos Indirectos de Fabricación.....	187
6.2.4. Gastos de Administración.....	188
6.2.5. Gastos de Ventas	189
6.2.6. Otros Gastos: Pre Operativos	189
6.2.7. Depreciación del Activo Fijo y amortización de intangibles	190
6.3. Financiamiento.....	191
6.3.1. Estructura de Capital	191
6.3.2. Alternativas de Financiamiento Externo.....	191
6.3.3. Criterios de selección de Fuentes de Financiamiento	192
6.3.4. Evaluación y selección de Fuentes de Financiamiento	192
6.3.5. Amortización de Deuda	192
6.4. Ingresos Proyectados	193
6.4.1. Ingresos por Ventas	193
6.4.2. Recuperación del Capital de Trabajo	195
6.4.3. Valor de Desecho Neto	195
7. Capítulo VII: Evaluación Económica	196
7.1. Supuestos Generales	196
7.2. Flujo de Caja Proyectado	197
7.2.1. Flujo de Caja Operativo.....	197
7.2.2. Flujo de Capital.....	198
7.2.3. Flujo de Caja Económico.....	198
7.2.4. Flujo de Deuda	199
7.2.5. Flujo de Caja Financiero.....	199
7.3. Determinación de la Tasa de Descuento.....	200
7.3.1. Costo de Oportunidad de Capital	200
7.3.2. Costo Promedio Ponderado de Capital.....	200
7.4. Estados Proyectados	201
7.4.1. Balance general.....	201
7.4.2. Estado de Ganancias y Pérdidas	202
7.5. Rentabilidad	202
7.5.1. Indicadores de Rentabilidad	202
7.5.2. Punto de Equilibrio para el Horizonte del Proyecto.....	203
7.5.3. Periodo de Recuperación de Capital.....	204

7.6. Análisis Sensibilidad	204
7.6.1. Variables de Entrada	204
7.6.2. Análisis Unidimensional.....	205
7.6.3. Análisis Multidimensional	205
8. Capítulo VIII: Conclusiones	207
9. Capítulo IX: Recomendaciones.....	208
10. Capítulo X: Bibliografía	209
Anexos	210

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Nº 01: Cronología del proyecto.....	21
Cuadro Nº 02: Población por distritos	38
Cuadro Nº 03: Población de distritos por edades	38
Cuadro Nº 04: Población distritos estratificados	39
Cuadro Nº 05: Segmentación base	40
Cuadro Nº 06: Población de mercado nacional y de mercado extranjero	41
Cuadro Nº 07: Población histórica de Trujillo, Huanchaco y Víctor Larco	43
Cuadro Nº 08: Registro de alojamiento de extranjeros	44
Cuadro Nº 09: Distribución de personas urbanas por niveles.....	47
Cuadro Nº 10: Llegada de visitantes al complejo arqueológico Huaca del Sol y la Luna.....	49
Cuadro Nº 11: Composición de la demanda de Trujillo, Huanchaco y Víctor Larco.....	52
Cuadro Nº 12: Composición de la demanda de turistas nacionales y extranjeros	53
Cuadro Nº 13: Demanda presente	53
Cuadro Nº 14: Demanda Proyectada a 5 años	54
Cuadro Nº 15: Descripción de la Competencia AMA	55
Cuadro Nº 16: Descripción de la Competencia BIZZ BAR.....	57
Cuadro Nº 17: Descripción de la Competencia TRIBUTO	58
Cuadro Nº 18: Descripción de la Competencia CANANA.....	59
Cuadro Nº 19: Descripción de la Competencia EL ESTRIBO	60
Cuadro Nº 20: Descripción de la Competencia RÚSTICA.....	62
Cuadro Nº 21: Descripción de la Competencia LA BARRA.....	63
Cuadro Nº 22: Descripción de la Competencia EVARISTO.....	64
Cuadro Nº 23: Mercado potencial	67
Cuadro Nº 24: Mercado disponible.....	68
Cuadro Nº 25: Mercado efectivo	68
Cuadro Nº 26: Mercado Objetivo.....	69
Cuadro Nº 27: Capacidad máxima anual	70
Cuadro Nº 28: Costo de entradas por local de la competencia	73
Cuadro Nº 29: Costo de entradas PARADISE SHOW	74
Cuadro Nº 30: Resumen de Evaluación a Proveedores	78
Cuadro Nº 31: Programación de eventos mensual	108
Cuadro Nº 32: Ocupabilidad.....	121
Cuadro Nº 33: Maquinaria y equipo en nuevos soles	122
Cuadro Nº 34: Utensilios	126
Cuadro Nº 35: Mobiliario y herramientas.....	127
Cuadro Nº 36: Muebles y enseres.....	128

Cuadro Nº 38: Superficie útil del proyecto.....	133
Cuadro Nº 39: Cronograma de shows.....	144
Cuadro Nº 40: Costos constitución de empresas.....	146
Cuadro Nº 41: Licencias y permisos	147
Cuadro Nº 42: Libros de contabilidad.....	150
Cuadro Nº 43: Libros de planilla.....	151
Cuadro Nº 44: Tasa administrativas registro de marca.....	151
Cuadro Nº 45: Costo de registro de marcas	152
Cuadro Nº 46: Matriz de evaluación de factores internos.....	157
Cuadro Nº 47: Matriz de evaluación de factores externos.....	158
Cuadro Nº 48: Remuneraciones de Personal	181
Cuadro Nº 49: Inversiones	182
Cuadro Nº 50: Activo Fijo	183
Cuadro Nº 51: Intangibles	184
Cuadro Nº 52: Inversión de capital de Trabajo	185
Cuadro Nº 53: Costo Unitario por tipo de servicio.....	186
Cuadro Nº 54: Presupuesto total de materiales directos según servicio	187
Cuadro Nº 55: Costos y Gastos indirectos de fabricación	188
Cuadro Nº 56: Gastos de Administración.....	188
Cuadro Nº 57: Presupuesto de Gasto de Ventas.....	189
Cuadro Nº 58: Depreciación de Activo Fijo y Amortización de Intangibles.....	190
Cuadro Nº 59: Estructura de capital	191
Cuadro Nº 60: Alternativas de Financiamiento Externo	192
Cuadro Nº 61: Amortización de la deuda	192
Cuadro Nº 62: Plan Financiero.....	193
Cuadro Nº 63: Estructura de Precios	194
Cuadro Nº 64: Presupuesto de Ingresos.....	194
Cuadro Nº 65: Recuperación de capital de trabajo	195
Cuadro Nº 66: Valor de desecho.....	195
Cuadro Nº 67: Supuestos.....	196
Cuadro Nº 68: Flujo de capital operativo.....	197
Cuadro Nº 69: Flujo de capital.....	198
Cuadro Nº 70: Flujo de capital económico	198
Cuadro Nº 71: Evaluación Financiera	199
Cuadro Nº 72: Flujo de caja financiera.....	199
Cuadro Nº 73: Datos COK.....	200
Cuadro Nº 74: Costo Promedio de capital.....	200
Cuadro Nº 75: Balance General Proyectado.....	201

Cuadro Nº 76: Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado	202
Cuadro Nº 77: VAN y TIR (Indicadores de Rentabilidad).....	202
Cuadro Nº 78: Punto de Equilibrio a lo largo de la evaluación	203
Cuadro Nº 79: Periodo de Recuperación de capital.....	204
Cuadro Nº 80: Variables para sensibilidad.....	204
Cuadro Nº 81: Análisis Unidimensional.....	205
Cuadro Nº 82: Análisis Multidimensional.....	205

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nº 01: Marca Distintiva	17
Gráfico Nº 02: Producto Bruto Interno.....	25
Gráfico Nº 03: Demanda Interna 2005-2014.....	26
Gráfico Nº 04: Tasa de Interés de referencia del banco central	27
Gráfico Nº 05: Tipo de Cambio e intervención del BCRP	28
Gráfico Nº 06: Cuenta corriente de la balanza de pagos 2005-2014	29
Gráfico Nº 07: Registro de alojamiento de extranjeros	29
Gráfico Nº 08: Inflación.....	31
Gráfico Nº 09: Tasa de Crecimiento Proyectado de La Libertad	48
Gráfico Nº 10: Tragos especiales de PARADISE DISCO	88
Gráfico Nº 11: Piqueos y Platillos Paradise	90
Gráfico Nº 12: Mapa de interacción de procesos.....	111
Gráfico Nº 13: Flujograma de atención al cliente en Paradise	113
Gráfico Nº 14: Proceso de Comercialización	114
Gráfico Nº 15: Proceso de Atención de bebidas que no necesitan preparación	115
Gráfico Nº 16: Descripción del proceso de entrega de bebidas y platillos que necesitan preparación	117
Gráfico Nº 17: Descripción del proceso de cancelación a pedido	118
Gráfico Nº 18: Diagrama de Flujo de actividades del proceso de compras con los proveedores	120
Gráfico Nº 19: Micro localización	130
Gráfico Nº 20: Micro localización Paradise	131
Gráfico Nº 21: Parte Frontal de Discoteca Paradise A	135
Gráfico Nº 22: Parte Frontal de Discoteca Paradise B	135
Gráfico Nº 23: Parte Frontal de Discoteca Paradise 3D	136
Gráfico Nº 24: Fachada de la Discoteca Paradise	137
Gráfico Nº 25: Diseño de salida de la Discoteca Paradise	139
Gráfico Nº 26: Diseño del interior de la Discoteca Paradise	141

Gráfico N° 27: Organigrama..... 160

ÍNDICE DE ANÉXOS

Anexo N° 01:	Descripción de Precio de Compra y Venta de Bebidas.....	202
Anexo N° 02:	El formato de encuesta, justificación de las preguntas de encuesta, tabulación de las encuestas y resultados e interpretación de las encuestas.....	215
Anexo N° 03:	Resultado de encuestas a turistas nacionales	219
Anexo N°04:	Resultados de encuestas a turistas extranjeros	223
Anexo N°05:	Frecuencia de visitas	226
Anexo N°06:	Relación de Carta de Productos.....	227
Anexo N° 07:	Guía de Pautas: FOCUS GROUP CON EGRESADOS DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN UPN 2013-0.....	230
Anexo N°08:	Cronograma de shows de la discoteca Paradise Show&Disco en un año	232
Anexo: N°09:	Perfil del Vacacionista Nacional 2010	235
Anexo N°10:	Perú: Llegada de turistas internacionales, según país de residencia permanente 2009-2012	241
Anexo N°11:	Segmentación por Distritos y por grupos de edades	243
Anexo N°12:	Cronograma de Shows en la Discoteca Show&Disco Paradise de todo el año .	244
Anexo N°13:	Resumen de Shows de la Discoteca Show&Disco Paradise	247

Resumen Ejecutivo

El presente estudio se realizó con el objetivo de crear e implementar una Discoteca Restaurant Paradise Show&Disco en la ciudad de Trujillo; el nombre de la empresa será ANTICONAAGUILAR SAC. El estudio buscará determinar la viabilidad económica y financiera del negocio.

La idea nace porque no existe una discoteca con el tipo de servicio que se pretende ofrecer, como el de eventos variados y espectáculos internacionales, brindando un servicio de entretenimiento nocturno con diversión al máximo y seguridad en todo aspecto; llegando a ser una empresa líder en este rubro.

El mercado al cual se dirigirá serán personas de 20 a 40 años de los distritos de Trujillo, Víctor Larco Herrera y Huanchaco; con un nivel socio económico del sector A, B y C, así como también los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad de Trujillo.

La empresa tendrá una capacidad máxima de 138,240 visitas al año, con una participación del 80% en el primer año y con un aumento anual del 3%, terminando al quinto año con el 92% de participación del proyecto sobre el mercado objetivo

La inversión del proyecto será de S/. 1'184,799.00 y se recuperará al primer año y cuarto mes de operaciones. El 70% de la inversión se financiará a través del SCOTIABANK y BCP, el 30% corresponderá a aporte propio.

El presente proyecto es viable desde el punto de vista de mercado, tecnológico, legal, administrativo y económico; evaluado mediante un Costo de Oportunidad de Capital del 8.66%. Obviamente esta proyección se enmarca de acuerdo al análisis contable de nuestro VAN proyectado que es de S/. 1'656,006 y ajustado al TIR de 62.64% como se precisa en nuestro plan contable.

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of creating and implementing a nightclub Restaurant Paradise Show&Disco in the city of Trujillo, the name's company will be AnticonaAguilar SAC. The study will seek to determine the economic and financial viability of the business.

The idea came about because there is a club with the type of service to be offered, to offer a variety of events and international shows, offering a service of evening entertainment with fun as possible, which not only provide fun but safety in every aspect; becoming a leader in this field.

The market which will lead districts of Trujillo, Huanchaco and Victor Larco Herrera, between the ages of 20 to 40 years, with a socio economic sector A , B and C, as well as foreign tourists coming to the city of Trujillo.

The company will have a capacity of 138,240 visitors a year, with a 80% in the first year and an annual increase of 3%, ending the fifth year with 92% share of the project on the target market

The project investment will be S /. 1`184,799.00 and recover the first year and fourth month of operations. 70% of the investment is financed through Scotiabank and BCP corresponds to 30% local contribution.

This project is feasible from the standpoint of market, technological, legal, administrative and economic, assessed by Opportunity Cost of Capital of 8.66%

Obviously this projection is framed according to our analysis is projected VAN S /. 1`656,006 and adjusted TIR of 62.64% as stated in our accounting.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

Capítulo 10: Bibliografía

- Hinojosa Jorge Arturo, Afararo Héctor (2000); Evaluación económica financiera de proyectos de inversión. p. 549-553.
- Joaquín de la Torre, Zamaron Berenice, Naucalpan de Juárez (2003); Evaluación de proyectos de inversión.
- Kafka, Folke (2004); Evaluación estratégica de proyectos de inversión.
- Abraham Hernández (2005); Formulación y evaluación de Proyectos de Inversión.
- Ocampo Sámano, José Eliseo (2009); Costos y evaluación de Proyectos.
- Canada Sullivan White (1997); Análisis de la inversión de capital para ingeniería y administración.
- Ross Westerfield Jaffe; Finanzas corporativas.