



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

**“ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE LICORES
EN LA CIUDAD DE SULLANA - AÑO 2015”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

BACA PALOMINO CLARK ANDERSON

ASESOR

Dr. CASTILLO PALACIOS FREDDY WILLIAM

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PLANIFICACIÓN

PIURA – PERÚ

2016



Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias Empresariales
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 7:00 pm del día JUEVES 21 de JULIO del 2016.

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

“ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE LICORES EN LA CIUDAD DE SULLANA - AÑO 2015”

Sustentada por:

BACA PALOMINO CLARK ANDERSON

(Apellidos)

(Nombres)

Bachiller en:

Administración.

ACUERDAN:

Aprobar la tesis

RECOMIENDAN

Levantar las observaciones

TRUJILLO, 21 de Julio de 2016

Presidente(a) del Jurado :

Dr. Freddy Castillo Palacios
Nombres y Apellidos

Firma

Miembro del Jurado

Dr. Víctor Ramírez Ordinola
Nombres y Apellidos

Firma

Miembro del Jurado

Eco. Milena Noblecilla Saavedra
Nombres y Apellidos

Firma

CAMPUS PIURA:
Av. Prolongación Chulucanas s/n.
Tel.: (073) 285 900 Anx.: 5501.

fb/ucv.peru
@ucv_peru
#saliradelante
ucv.edu.pe

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a Dios todo poderoso y a la Santísima Virgen María que sin la bendición de ellos no hubiera sido posible llegar hasta la culminación de mi carrera profesional, intercediendo por mí en este momento de maravillosa y emocionante alegría, estoy presentando la Tesis que cumpliré con una de las metas más importantes de mi vida.

Agradecimiento

A Dios Todopoderoso, por darme la sabiduría y fortaleza justa para avanzar en cada segundo de mi vida.

Un especial agradecimiento a mis padres: Sonia Palomino Pauca y Víctor Baca Moran, por su incondicional apoyo; a mis hermanos: Víctor Hugo y Liz, por su constante aliento. A mis queridos amigos que de una u otra forma me apoyaron en la realización de este proyecto.

Un afectuoso reconocimiento también a mis profesionales maestros: Freddy, Milena, por su orientación para que esta tesis se desarrolle de la mejor manera y a las personas que colaboraron en todos los procesos de su ejecución. ¡Muchas gracias!

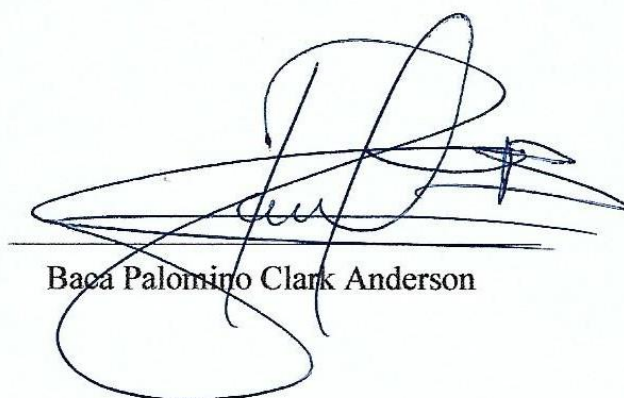
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Clark Anderson Baca Palomino con DNI N° 46780162, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional De Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 16 de julio del 2015



Baca Palomino Clark Anderson

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Estudio de Viabilidad para la Creación de una Empresa dedicada a la Comercialización de Licores en la ciudad de Sullana – Año 2015”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Grado de Bachiller en Administración.

Baca Palomino Clark Anderson

ÍNDICE

	Pág.
Página del Jurado Calificador.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaración de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	xi
Adstract.....	xii
<i>I. INTRODUCCIÓN:</i>	<i>1</i>
1.1. formulación del problema.....	18
1.1.1. Problema General.....	18
1.1.2. Problemas Específicos.....	18
1.2. Hipótesis.....	19
1.2.1. Hipótesis general.....	19
1.2.2. Hipótesis específicas.....	19
1.3. Objetivos.....	19
1.3.1. Objetivo general.....	19
1.3.2. Objetivos específicos.....	19
<i>II. MARCO METODOLÓGICO:</i>	<i>21</i>
2.1. Variables.....	21
2.2. Operacionalización de Variables.....	21
2.3. Metodología.....	22
2.4. Tipos de Estudio.....	22
2.5. Diseño de Investigación.....	22
2.6. Población, Muestra y Muestreo.....	22
2.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	24
2.8. Métodos de Análisis de Datos.....	25
2.9. Aspectos Éticos.....	25
III. ANÁLISIS DE RESULTADOS:	26
IV. DISCUSIÓN:	55
V. CONCLUSIONES:	62
VI. RECOMENDACIONES:	63
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	64
ANEXOS	67

INDICE DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	21
TABLA 2: Características de la demanda de licores en la ciudad de Sullana año 2015.	26
TABLA 3: Calificación acerca del servicio de los establecimientos en los cuales los encuestados compran los licores en la ciudad de Sullana año 2015	27
TABLA 4: Posibilidad de comprar licores en un nuevo servicio por abrirse en la ciudad de Sullana año 2015	28
TABLA 5: Proyección de la población hasta el 2021	28
TABLA 6: Proyección de la Demanda	29
TABLA 7: Proyección de la Oferta	29
TABLA 8: Balance de Demanda y Oferta	30
TABLA 9: Demanda a Atender	30
TABLA 10: Características personales de los consumidores de licores de la ciudad de Sullana año 2015	31
TABLA 11: Características socioeconómicas de los consumidores de licores de la ciudad de Sullana año 2015	32
TABLA 12: Características asociadas a los licores (producto) según la opinión de los encuestados de la ciudad de Sullana año 2015	33
TABLA 13: Características asociadas a la promoción de licores (producto) en la ciudad de Sullana año 2015	34
TABLA 14: Monto que los encuestados están dispuestos a pagar por el servicio de Delivery en la ciudad de Sullana año 2015	34
TABLA 15: Lugar donde le gustaría esté ubicada la nueva licorería en la ciudad de Sullana año 2015	35
TABLA 16: Selección de Localización por el Método de Puntaje Ponderado	36
TABLA 17: Inversión Global	37
TABLA 18: Estructura de Financiamiento	37
TABLA 19: Muebles y Enseres	38

TABLA 20: Maquinaria y Equipo	38
TABLA 21: Edificaciones	39
TABLA 22: Instalación de SS.HH.	39
TABLA 23: Gastos de Constitución	40
TABLA 24: Servicios	40
TABLA 25: Caja y Bancos	40
TABLA 26: Compra de Mercaderías	41
TABLA 27: Planilla Mensual	41
TABLA 28: Amortización de Crédito	42
TABLA 29: Demanda Final	43
TABLA 30: Preferencia y Precios de los Productos y del Servicio de Delivery	43
TABLA 31: Proyección de la Producción en Base a la Compra de Mercaderías	44
TABLA 32: Total de Ingresos	44
TABLA 33: Total Costos de Producción	45
TABLA 34: Proyección de MDO Directa	45
TABLA 35: Proyección de Gastos Administrativos	45
TABLA 36: Proyección de Gastos de Ventas	46
TABLA 37: Proyección de Gastos Generales	46
TABLA 38: Cuadro de Depreciaciones	46
TABLA 39: Proyección total de Egresos	47
TABLA 40: Estado de Ganancias y Pérdidas	48
TABLA 41: Flujo de Caja Económico y Financiero	48

TABLA 42: Sullana: Población Proyectada por Centro Poblado 2008 – 2014	72
TABLA 43: Distrito de Sullana: Distribución Porcentual de Población según Grupos Quinquenales	72
TABLA 44: Estratificación Socio Económica de Hogares de la Ciudad de Sullana	72

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo general Determinar la viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de licores en la ciudad de Sullana - Año 2015, es una investigación de enfoque descriptivo, de tipo observacional, de diseño no experimental, aplicativo y transversal,. La población de estudio fueron las personas consumidoras de licores con mayoría de edad de la ciudad de Sullana. La variable independiente de estudio es la viabilidad para la creación de una empresa, los datos del estudio se recolectaron mediante la técnica encuesta y se empleó como instrumento el cuestionario de preguntas, además se aplicó una segunda técnica, la cual fue la observación y se empleó como instrumento la guía de observación para la competencia; asimismo el procesamiento de datos se llevó a cabo mediante el paquete estadístico SPSS versión 19 y el programa Excel para Windows.

Para determinar la viabilidad para la creación de la empresa comercializadora de licores se determinaron las condiciones de mercado, se identificó el perfil del potencial consumidor, se propusieron estrategias óptimas de marketing y se calcularon los indicadores económicos - financieros que muestren la viabilidad y rentabilidad de la empresa. Los resultados obtenidos reflejaron la viabilidad del negocio ya que al realizar la evaluación económica y financiera del negocio, se obtuvieron indicadores favorables.

Palabras clave: Viabilidad, Demanda, Oferta, Evaluación Económica y Financiera, Estrategias de Marketing, Rentabilidad.

ABSTRACT

In this thesis research observational, non-experimental design was made application - descriptive and transverse general objective determine the feasibility of creating a company dedicated to the sale of liquor in the city of Sullana - Year 2015 . the research people consuming liquor was made with majority of the city of Sullana. The independent variable is the feasibility study for the creation of a company, the study data were collected through the survey technique and used as the instrument of questions, is a second technique was applied, which was the observation and used as an instrument for the observation guide competition; further data processing was performed using SPSS version 19 and Excel for Windows.

To determine the feasibility of creating the marketing company liquor market conditions were determined, the consumer profile potential was identified optimal marketing strategies were proposed and calculated economic indicators - showing financial viability and profitability company. The results obtained showed the viability of the business and that to achieve economic and financial evaluation of business, favorable indicators were obtained.

Keywords: Feasibility, Demand, Supply, Economic Evaluation and Finance, Marketing Strategies, Performance.