



# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA IMPLEMENTAR UN MODELO DE  
CENTRO COMERCIAL MULTIPLE EN EL DISTRITO DE  
PARIÑAS TALARA PIURA, 2012**

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:**

**ESTEVES CASTILLO LESLIE IVONNE**

**ASESORES:**

**DR. RICARDO BAYONA ESPINOZA**

**MAG. NELIDA RODRIGUEZ DE PEÑA**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN: EMPRENDIMIENTO**

**PIURA – PERÚ**

**2012**



## **PRESENTACIÓN**

### **SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO**

De acuerdo con el CAPÍTULO II del artículo N° 15 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo- Piura y de la Escuela Académico Profesional de Administración, de optar el grado de Lic. En Administración:

Someto a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

#### **PLAN DE NEGOCIOS PARA IMPLEMENTAR UN MODELO DE CENTRO COMERCIAL MULTIPLE EN EL DISTRITO DE PARIÑAS TALARA PIURA 2012**

Con la convicción de que se otorgará el valor justo, agradezco anticipadamente las sugerencias y apreciaciones que brinden al presente trabajo de investigación.

-----  
SECRETARIO

DR. Miguel Saldarriaga Pacherre

-----  
VOCAL

Lic. Alfredo Seminario Venegas

-----  
PRESIDENTE

DR: Ricardo Bayona Espinoza



## **DEDICATORIA**

A Dios, nuestro hacedor, por guiarnos en el buen camino y haberme dado la bendición de hacer realidad este anhelo.

A mi hija y a mi madre por su apoyo incondicional, confianza y amor, por ayudarme a cumplir los objetivos y metas que tengo como persona y estudiante, por brindarme los recursos necesarios y estar siempre a mi lado, apoyándome y aconsejándome. A mi familia, por su aliento y apoyo permanente, el respeto, y gratitud por siempre a ellos, y a todas las personas que depositaron su confianza en mí.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento a la gente que me dio su apoyo y ayuda durante la elaboración de mi tesis en primer lugar al asesor Metodológico elDr. Ricardo Bayona Espinoza por su ayuda, no solo en el sentido académico, sino también humano y amigable, y a la asesora Especialista la Mg. Nélida Rodríguez de Peña por el asesoramiento de la presente tesis. De igual manera a los miembros del honorable jurado calificador por sus aportes oportunos que permiten mejorar la calidad del presente trabajo de investigación.

Finalmente damos gracias a los Docentes de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo y demás profesionales que, con sus conocimientos en el tema, nos ayudaron para ver concretados nuestros anhelos y metas profesionales.

Dedicatoriav

Agradecimientovi

Resumen xi

Abstract xii

Introducción xiii

## **CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

1.1. Planteamiento del problema 14

1.2. Formulación del problema14

1.2.1 Preguntas específicas14

1.3. Justificación 15

1.4. Objetivos15

1.4.1. General 16

1.4.2. Específicos 16

## **CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL**

2.1. Antecedentes18

2.2. Marco teórico18

2.3. Marco conceptual18

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

3.1. Hipótesis42

3.1.1 Hipótesis General42

3.1.2 Hipótesis Específicos42

3.2. Variables43

3.2.1. Definición conceptual43

- 3.2.2. Definición operacional43
- 3.3. Metodología47
  - 3.3.1. Tipo de estudio47
  - 3.3.2. Diseño47
- 3.4. Población, muestra y muestreo47
  - 3.4.1 Población47
  - 3.4.2 Muestra49
  - 3.4.3 Muestreo49
- 3.5. Método de investigación50
- 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos50
- 3.7. Métodos de análisis de datos50

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

### **4. PLAN DE NEGOCIO PARA LA INSTALACIÓN DEL MODELO DEL CENTRO COERCIAL MÚLTIPLE**

- 4.1 Resumen Ejecutivo52
- 4.2 Formulación del negocio52
- 4.3 Análisis de la oportunidad52
- 4.4 Presentación del Modelo52
- 4.5 Análisis del Entorno52
  - 4.5.1 Económico52
  - 4.5.2 Tecnológico54
  - 4.5.3 Político54
  - 4.5.4 Social55
  - 4.5.5 Cultural57
- 4.6 Análisis de la Industria, Mercado y estimación de la demanda59
  - 4.6.1 Análisis de la industria72
  - 4.6.2 Análisis del mercado72

- 4.6.3 Estimación de la demanda72
  - 4.6.3.1 Universo- Población72
  - 4.6.3.2 Tamaño de la Muestra72
  - 4.6.3.3 Proyección de la Demanda72
- 4.6.4 Análisis de la Oferta74
- 4.6.5 Balance Demanda-Oferta74
- 4.7 Plan Estratégico75
  - 4.7.1 El FODA75
  - 4.7.2 Visión76
  - 4.7.3 Misión76
  - 4.7.4 Objetivos Estratégicos76
  - 4.7.5 Estrategias Genéricas76
  - 4.7.6 Fuentes competitivas77
- 4.8 Plan de Marketing77
  - 4.8.1 Descripción del producto o servicio77
  - 4.8.2 Estrategia de precio77
  - 4.8.3 Estrategia de canales de distribución79
  - 4.8.4 Estrategia de promoción79
  - 4.8.5 Estrategia de publicidad79
- 4.9 Plan de Operaciones80
  - 4.9.1 Tecnología80
  - 4.9.2 Capacidad de Inversión80
  - 4.9.3 Selección del Tamaño80
  - 4.9.4 Localización81
  - 4.9.5 Proceso81
  - 4.9.6 Requerimiento81

- 4.10 Estructura y requerimiento de personal84
  - 4.10.1 Estructura84
  - 4.10.2 Funciones84
  - 4.10.3 Aspectos legales88
- 4.11 Proyección de estados Financieros91
  - 4.11.1 Inversión96
  - 4.11.2 Inversión Fija98
  - 4.11.3 Capital de Trabajo106
  - 4.11.4 Financiamiento107
  - 4.11.5 Presupuesto de ingresos y egresos108
  - 4.11.6 Depreciación108
  - 4.11.7 Punto de equilibrio108
  - 4.11.8 Estados financieros proyectados108
- 4.12 Evaluación Financiera110
  - 4.12.1 Evaluación económica110
  - 4.12.2 Evaluación Financiera111
  - 4.12.3 Contrastación de la hipótesis112

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- 5.1. Conclusiones119
- 5.2. Recomendaciones121

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## **ANEXOS124**

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo Determinar las condiciones de viabilidad y rentabilidad para la instalación de un modelo de centro comercial múltiple en el distrito de Pariñas, Talara, Piura 2012. El proyecto tuvo dos unidades de análisis la primera la constituyó la población del distrito de Pariñas y la segunda los negocios existentes de la zona que son los demandantes del proyecto, tomando como muestra a 297 pobladores y 73 empresarios Esta investigación se encuentra enmarcada dentro de la modalidad de proyecto factible, apoyado en un diseño de campo de tipo descriptivo, No experimental de corte transversal. Los resultados de los estudios de mercado, técnico, económico y la evaluación financiera, permitieron evidenciar que el proyecto de instalar el Centro Comercial es viable y merece ser puesto en marcha ya que existe una amplia demanda potencial y una excelente oportunidad para incursionar en el mercado. Además, se constató que las utilidades y los flujos de efectivo son autosuficientes y están en capacidad de cumplir con los compromisos financieros y demás costos que se generen con la operatividad del alquiler de los locales. De igual manera, la evaluación económica revelo la alta rentabilidad del proyecto, razón por la cual se recomendó su instalación en una primera fase con 50 establecimientos y luego seguir con el segundo nivel

**Palabras Claves:** Centro Comercial, viabilidad, rentabilidad.

## **ABSTRACT**

The present research aimed to determine the feasibility and profitability for the installation of a model of multiple shopping district in Pariñas Talara Piura 2012. The project

had two drives: the first analysis was the population of the district and the second the existing businesses in the area are the claimants of the project, on the sample of 297 residents and 73 businesses. This research is framed within the modality of a feasible project, supported by a field design descriptive, not experimental cross-section. The results of market research, technical, economic and financial evaluation, allowed to evidence that the project to install the Mall is viable and deserves to be put in place as there is a large potential demand and an excellent opportunity to enter the market. Furthermore, it was found that profits and cash flows are sufficient and are able to meet the financial commitments and other costs generated by the operation of the rental premises. Similarly, the economic evaluation revealed the high profitability of the project, which is why it was recommended to install in the first phase with 50 stores and then go to the second level.

Keywords: Mall, viability, profitability