



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTO PEÑA
ARTÍSTICA EN LA CIUDAD DE TALARA 2012 -2013**

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

AUTOR:

DUQUE VALVERDE, CARMEN TERESA

**ASESOR
MG. FLORES CÓRDOVA, VÍCTOR**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA**

**PIURA – PERÚ
2013**

PÁGINA DEL JURADO

Dr. Ricardo Bayona Espinoza
PRESIDENTE

Mg. Víctor Flores Córdova
SECRETARIO

Eco. Lidia Olaya Guerrero
VOCAL

DEDICATORIA

A mis padres.

Por darme la vida, quererme mucho, creer en mí, porque siempre me apoyaron, por sus consejos, valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

A Dios y a la Virgen de Guadalupe.

Por darme la oportunidad de vivir, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, además de su infinita bondad y amor.

AGRADECIMIENTO

Gracias a mis profesores, que con su experiencia me brindaron conocimientos para el desarrollo de la presente investigación la cual fue de mucha ayuda e importancia para la realización de la misma y a todas aquellas personas que colaboraron de una forma u otra con esta investigación y a ustedes por darnos su tiempo y leer este contenido.

Gracias...

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Carmen Teresa Duque Valverde, con DNI ° 46234466, A EFECTOS DE CUMPLIR con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, facultad de Ciencias Empresariales, escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veras y autentica.

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 Cesar Vallejo.

Piura, 13 de agosto del 2013.

Duque Valverde Carmen Teresa

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada ***“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA RESTO PEÑA ARTÍSTICA EN LA CIUDAD DE TALARA 2012 -2013”***, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Duque Valverde Carmen Teresa.

INDICE

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Introducción	1 - 10
------------------------	--------

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Variables	11
2.1.1 Definición conceptual	11
2.2 Operacionalización de variables	11
2.3 Metodología	12
2.4 Tipo de estudio	13
2.5 Diseño	13
2.6 Población, muestra y muestreo	13-14
2.6.1 Población	13
2.6.2 Muestra	14
2.6.3 Muestreo	14
2.7 Técnicas e instrumentos de selección de datos	14
2.8 Método de análisis de datos	14
2.9 Aspectos éticos	15-16

3 RESULTADOS

3.1 Descripción de resultados.....	17
3.1.2 Análisis de la oportunidad.....	17
3.1.3 Análisis del entorno.....	17
3.1.3.1 Marco legal.....	18 - 26
3.2 Análisis de la industria, mercado y estimación de la demanda.....	27
3.2.1 Análisis de la industria.....	27
3.2.2 Análisis del mercado.....	27 - 53
3.2.3 Estimación de la Demanda.....	53 - 55

3.3	Planeamiento Estratégico.....	55
3.3.1	Misión y Visión.....	55
3.3.2	FODA.....	56
3.3.3	Objetivos Estratégicos.....	57
3.3.4	Estrategias	57
3.3.5	Fuentes de Ventajas.....	57 - 58
3.4	Plan de Marketing.....	58
3.4.1	Objetivo General.....	58
3.4.2	Objetivo Específico.....	58
3.4.3	Estrategias mix.....	58 - 62
3.5	Plan de Operaciones.....	63
3.5.1	Objetivos de Operaciones.....	63
3.5.2	Actividades previas al inicio de la producción.....	63- 64
3.5.3	Descripción de los procesos logísticos.....	65 - 67
3.5.4	Distribución de las instalaciones.....	67 - 70
3.6	Estructura y Requerimiento del personal.....	71
3.6.1	Estructura.....	71
3.6.2	Estrategia de reclutamiento, selección y contratación de personal.....	72 - 75
III.	DISCUSIÓN.....	76
IV.	CONCLUSIONES.....	77
V.	RECOMENDACIONES.....	78
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	79 - 80

ANEXOS

Anexo N° 1 Matriz de consistencia

Anexo N° 2 Encuesta

Anexo N° 3 Guía de entrevista

Anexo N° 4 Plan Financiero

LISTA DE TABLAS

Tabla N° 1	Operacionalización de la variable	12
Tabla N° 2	Población de la provincia de Talara	14
Tabla N° 3	Matriz PES	26
Tabla N° 4	Asistencia de los encuestados a un resto peña criollo artístico, en caso de aperturarse uno en Talara	28
Tabla N° 5	Razones por la que los encuestados asisten o no a los restaurantes-peña en Talara	29
Tabla N° 6	Características personales de los potenciales clientes que tienen intención de ir a un resto peña	30
Tabla N° 7	Tipos de comidas que a los encuestados les gustaría encontrar en el resto peña	31
Tabla N° 8	Frecuencia con que los encuestados asistirían al resto peña	32
Tabla N° 9	Lugares donde los encuestados prefieren consumir sus comidas	33
Tabla N° 10	Personas donde los encuestados prefieren consumir comida criolla	34
Tabla N° 11	Cantidad de personas que acompañan a los encuestados cuando consumen comida criolla	35
Tabla N° 12	Cantidad de platos que en promedio consumen los encuestados cuando consumen comida criolla	36
Tabla N° 13	Valor que los encuestados pagan por plato cuando consumen comida criolla	37
Tabla N° 14	Modalidad que los encuestados prefieren para pedir la variedad de su preferencia cuando consumen comida criolla	38
Tabla N° 15	Valoración que los encuestados hacen de la comida criolla	39
Tabla N° 16	Gusto por la existencia de un restaurante exclusivo de comida criolla	40
Tabla N° 17	Posibilidad de asistir los días de semana al establecimiento	41
Tabla N° 18	Frecuencia con quien asistirían los días de semana al establecimiento	42
Tabla N° 19	Días que a los encuestados les gustaría haya espectáculos en el establecimiento	43
Tabla N° 20	Momento del día que les gustaría sea el espectáculo en el establecimiento	44
Tabla N° 21	Pago que los encuestados estarían dispuestos a pagar por cover en el establecimiento	45
Tabla N° 22	Gusto por la existencia de un ambiente recreativo para niños en el establecimiento	46
Tabla N° 23	Pago que los encuestados estarían dispuestos a pagar por el servicio recreativo para niños	47
Tabla N° 24	Aspectos que los encuestados observan primero en un restaurante	48
Tabla N° 25	Formas que a los encuestados les gustaría pagar en el establecimiento	49
Tabla N° 26	Medios de comunicación que a los encuestados utilizan de manera más frecuente	50
Tabla N° 27	Matriz evaluación de microentorno	52
Tabla N° 28	Datos para la protección de la	53
Tabla N° 29	Proyección de la demanda	53
Tabla N° 30	Proyección de la oferta	55
Tabla N° 31	FODA	56

Tabla N° 32	Cuadro de Inversión	94
Tabla N° 33	Inversión a precios de mercado	94
Tabla N° 34	Financiamiento	95
Tabla N° 35	Cuadro de amortización	96
Tabla N° 36	Servicio de la deuda anual	97
Tabla N° 37	Servicios e ingresos	97
Tabla N° 38	Proyección de costos	98
Tabla N° 39	Flujo de caja	99
Tabla N° 40	Balance general proyectado	100
Tabla N° 41	Proyección de estados de ganancias y pérdidas proyectadas	101
Tabla N° 42	Análisis del punto de equilibrio	102
Tabla N° 43	Punto de equilibrio	102
Tabla N° 44	Indicadores	103
Tabla N° 45	VAN y TIR	103

LISTA DE FIGURAS

Figura N° 01: Población censada, según provincia, 1981 – 2007.....	29
Figura N° 02 Producto Bruto Interno Nacional.....	41
Figura N°3. Asistencia de los encuestados a un resto peña criollo artístico, en caso de aperturarse uno en Talara.....	45
Figura N° 4. Preferencias de comidas.....	48
Figura N° 5 Frecuencia con la que consume la variedad de comida.....	49
Figura N° 6. Lugares de preferencias para consumir	50
Figura N° 7. Con quien se acompaña para consumir comida criolla.....	51
Figura N° 8. Número de integrantes que lo acompañan.....	52
Figura N° 9. Platos promedio que consume cada uno	53
Figura N° 10. Valor que se paga por palto en su variedad.	54
Figura N° 11. Modalidad que prefiere para pedir la variedad de su preferencia.....	55
Figura N° 12. Preferencia de comida criolla.....	56
Figura N° 13. Gusto por la existencia de un restaurant exclusivo de comida criolla.....	57
Figura N° 14. Días de semana para concurrir al establecimiento.....	58
Figura N° 15. Frecuencias con la que asistirían los días de semana.....	59
Figura N° 16. Días de espectáculo.....	60
Figura N° 17. Momento del día para el espectáculo.	61
Figura N° 18. Pago por cover.	62
Figura N° 19. ¿Le gustaría que exista un ambiente recreativo para niños?.....	63
Figura N° 20 Pago por el servicio recreativo.....	64
Figura N° 21 Lo primero que observa al ingresar a un restaurante.....	65
Figura N° 22. Formas de pago.....	66
Figura N° 23 Medios de comunicación más utilizados.....	67
Figura N° 24. Flujo del servicio.	81
Figura N° 25 Plano, Resto peña el “señor del cajón”	85
Figura N° 26. Macrolocalizacion – Área de Talara.	86
Figura N° 27. Provincia de Talara, sector James Storm – carretera Negritos.....	87
Figura N° 28. Organigrama de la organización.....	88

RESUMEN

Hoy en día, vivimos en un mundo altamente competitivo, en donde debemos caracterizarnos por algo que no tenga nuestra competencia y así estar a la vanguardia de los demás. Es por esto, que uno debe estar muy atento a las oportunidades que se presentan para poder aprovecharlas. Teniendo en cuenta la realidad que presenta el mercado, se realizará una investigación que proporcione la información básica y necesaria para elaborar el plan de negocio y tiene como objetivo ver las condiciones de viabilidad, factibilidad y rentabilidad la cual se pueda obtener frente a la población Talareña. Para establecer la factibilidad del proyecto se realizará un estudio de mercado para identificar y cuantificar al consumidor objetivo; Mediante un análisis interno y externo se determinarán los factores que tienen incidencia en la factibilidad del negocio. Para poder llegar al consumidor objetivo se elabora un plan de marketing para el restaurante y para determinar la rentabilidad del proyecto se realiza un estudio económico financiero evaluado mediante el VAN y el TIR. El Resto peña Artístico constituye un concepto nuevo dentro de la ciudad de Talara siendo la estrategia de marketing básica para la introducción del producto, buscando posicionarse en el mercado y fidelizar los clientes. Finalmente, luego de realizar la evaluación económica y financiera del proyecto. Se obtiene un VAN de S/ 14 778 243,84 y un TIR de 353.55 % haciendo el proyecto altamente rentable.

Palabras claves: viabilidad, factibilidad, rentabilidad, Resto peña.

ABSTRACT

Today, we live in a highly competitive world, where we need to characterize ourselves for something that is not our competition and therefore we can be at the forefront. For this reason, we must be very attentive to the opportunities and take advantage of them. Given the reality of the target market, we are going to do an investigation that you provide basic and necessary information to produce the business plan. With this business plan we can demonstrate the feasibility and profitability conditions we can get off the population of Talara .For determine the feasibility of the Project, we need to do a market research for identify and quantify the target consumer. With an internal and external analysis we determine the factors that impact the feasibility of the business. Then To reach the target consumer we créate a marketing plan for the restaurant and to determine the profitability of the project will make a financial economic study evaluated by the VAN and TIR. The Resto Peña is a new concept in the city of Talara , the innovation is our principal marketing strategy for introducing the product , achieve to position the brand in the market and achieve customer loyalty .Finally, after making the economic and financial evaluation of the Project. Obtain a VAN of S / 14 778 243,84 and A TIR 353.55 % , showing that the project is highly profitable

Keywords: feasibility, profitability, Resto Peña.