



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS EN LA CIUDAD DE PIURA – 2013

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

JEHIMMY FRANSHESKA POLO RODRÍGUEZ

ASESOR

DR. RICARDO BAYONA ESPINOZA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

PIURA – PERÚ

2013

JURADO CALIFICADOR

Dr. Espinoza Roa Miguel Gerardo
PRESIDENTE

Dr. Bayona Espinoza Ricardo
SECRETARIO

Mg. Rodríguez de Peña Nélica
VOCAL

DEDICATORIA

A mi madre Melva

Por su inmenso amor y sacrificio incondicional, sus sabios consejos, que hicieron de mí una persona de bien logrando cumplir su gran anhelo, mi carrera profesional culminada.

A mi hermano Jernnehy

quien llena mi vida de ternura y alegría con su inocencia.

A mi gran bendición Anghelo

quien ha sido un pilar fundamental en mi vida, brindándome siempre su amor y apoyo incondicional durante todos estos años.

AGRADECIMIENTO

Detrás de cada meta, resultado y logro se encuentran ocultas muchas personas quienes con su colaboración y dedicación constante hicieron posible la realización del presente estudio de investigación.

Dedico esta investigación al profesor metodológico Mg. Miguel Gerardo Espinoza Roa, por la guía y orientación ofrecida en cada uno de mis avances del trabajo, así como también al asesor especialista Dr. Ricardo Bayona Espinoza, que me brindó un pequeño espacio de su valioso tiempo y a mis compañeros de la Universidad César Vallejo – Piura que me acompañaron día a día.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Jehimmy Fransheska Polo Rodríguez, estudiante de la Escuela Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad César Vallejo - Piura, identificada con DNI 46661606, con la tesis titulada *Plan de negocio para la creación de un restaurante de comidas típicas en la ciudad de Piura – 2013*.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Piura, 16 de agosto de 2013.

Jehimmy Fransheska Polo Rodríguez.

DNI: 46661606.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado calificador

Dando cumplimiento con las normas vigentes del Reglamento de elaboración y sustentación de tesis de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad César Vallejo - Piura, para elaborar la tesis de licenciatura en administración, presento el trabajo de investigación denominado *Plan de negocio para la creación de un restaurante de comidas típicas en la ciudad de Piura – 2013*.

Con la convicción de que se le otorgará el valor justo y mostrando apertura a sus observaciones, agradezco por anticipado por las sugerencias y apreciaciones que se brinden a la investigación.

Espero, señores miembros del jurado, que esta investigación se ajuste a las exigencias establecidas por la universidad y merezca su aprobación.

La autora.

ÍNDICE

	Página
Página del jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaratoria de autenticidad	vi
Presentación	vii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO METODOLÓGICO	13
2.1. Variable	13
2.2. Operacionalización de la variable	13
2.2.1. Definición conceptual	13
2.2.2. Definición operacional	14
2.3. Metodología	16
2.4. Tipo de estudio	16
2.5. Diseño	17
2.6. Población, muestra y muestreo	17
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
2.8. Métodos de análisis de datos	19
III. RESULTADOS	20
3.1. Descripción de resultados	20
3.2. Contrastación de hipótesis	126
IV. DISCUSIÓN	130
4.1. Con respecto al objetivo general	130
4.2. Con respecto al objetivo específico 1	131
4.3. Con respecto al objetivo específico 2	132
4.4. Con respecto al objetivo específico 3	133

V. CONCLUSIONES	135
VI. RECOMENDACIONES	137
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	139

ANEXOS

Anexo I: Matriz de consistencia	145
Anexo II: Cuestionario sobre comportamiento y gustos de la población	147
Anexo III: Guía de entrevista en profundidad	149
Anexo IV: Guía de análisis documentario	150
Anexo V: Matriz técnica de instrumentos	151
Anexo VI: Región Piura: Población censada, por sexo, área urbana y rural, según distrito, 2007	152
Anexo VII: Formulario 2119	153
Anexo VIII: Formulario 2054	154
Anexo IX: Formulario 806	155
Anexo X: Formulario 816	156
Anexo XI: Licencia de funcionamiento	157
Anexo XII: Solicitud de licencia de funcionamiento	158
Anexo XIII: Declaración jurada	159
Anexo XIV: Vigencia de poder	160
Anexo XV: Inscripción de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	161
Anexo XVI: Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad	164
Anexo XVII: Solicitud de certificación de Defensa Civil	165
Anexo XVIII: Certificado de inspección técnica de seguridad en Defensa Civil	166
Anexo XIX: Formulario 402	167
Anexo XX: Formulario 1072	168
Anexo XXI: Formulario 1073	169
Anexo XXII: Conformidad sanitaria	170
Anexo XXIII: Constancia de validación del asesor metodológico	171
Anexo XXIV: Constancia de validación del asesor especialista	174
Anexo XXV: Constancia de validación del asesor estadístico	177
Anexo XXVI: Ficha técnica de la encuesta	180
Anexo XXVII: Informe de la aplicación de la muestra piloto	183

LISTA DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Operacionalización de la variable	15
Tabla 2. Matriz político, económico, social y tecnológico (PEST)	26
Tabla 3. Medidas estadísticas de la variable sexo	29
Tabla 4. Frecuencia de la variable edad	31
Tabla 5. Rango de ingreso promedio mensual	33
Tabla 6. Personas en promedio que suelen asistir a un restaurante	34
Tabla 7. Horario que suelen asistir con mayor frecuencia a un restaurante	35
Tabla 8. Tipo de restaurante más frecuentado	36
Tabla 9. Preferencias de la región costa	38
Tabla 10. Preferencias de la región sierra	39
Tabla 11. Preferencias de la región selva	40
Tabla 12. Frecuencia de visitas a un restaurante	44
Tabla 13. Matriz de evaluación del microentorno	51
Tabla 14. Datos para la proyección de la demanda	53
Tabla 15. Proyección de la población hasta el 2012	53
Tabla 16: Proyección de la demanda	54
Tabla 17. Proyección de la oferta	54
Tabla 18. Balance de la demanda y oferta	55
Tabla 19. Demanda según visitas a un restaurante	55
Tabla 20. Demanda a atender por año	56
Tabla 21. FODA de la empresa	57
Tabla 22. Productos a ofrecer	61
Tabla 23. Precio de los potajes de las tres regiones del Perú	62
Tabla 24. Ponderación de los factores de localización	68
Tabla 25. Calificación de los factores de localización	69
Tabla 26. Muebles y enseres	71
Tabla 27. Estructura de la inversión del proyecto a precios de mercado	92
Tabla 28. Muebles y enseres para la inversión	93
Tabla 29. Maquinaria y equipo	94
Tabla 30. Equipos complementarios	94
Tabla 31. Electrodomésticos	95
Tabla 32. Vajillas	95
Tabla 33. Utensilios	96
Tabla 34. Otros equipos	96

Tabla 35. Obras civiles	97
Tabla 36. Gastos de constitución de la empresa	97
Tabla 37. Servicios	98
Tabla 38. Caja y bancos	98
Tabla 39. Materiales directos por mes	98
Tabla 40. Planillas	99
Tabla 41. Beneficios sociales	99
Tabla 42. Materiales de limpieza	99
Tabla 43. Resumen de la inversión	101
Tabla 44. Estructura de financiamiento	101
Tabla 45. Fuentes financieras	102
Tabla 46. Servicio de deuda	104
Tabla 47. Preferencias por región	105
Tabla 48. Demanda de la región costa por potajes	106
Tabla 49. Precios de los potajes de la región costa	106
Tabla 51. Demanda de la región sierra por potajes	107
Tabla 52. Precios de los potajes de la región sierra	107
Tabla 53. Ingresos de la región sierra	107
Tabla 54. Demanda de la región selva por potajes	108
Tabla 55. Precios de los potajes de la región selva	108
Tabla 56. Ingresos de la región selva	108
Tabla 57. Total ingresos de las tres regiones del Perú	109
Tabla 58. Costos totales de producción	111
Tabla 59. Costos totales por mes	111
Tabla 60. Mano de obra directa	112
Tabla 61. Gastos administrativos	112
Tabla 62. Gastos de venta	113
Tabla 63. Depreciación de maquinaria y equipos	113
Tabla 64. Depreciación de muebles y enseres	113
Tabla 65. Depreciación de equipos complementarios	114
Tabla 66. Amortización	114
Tabla 67. Gastos generales	114
Tabla 68. Total depreciaciones	115
Tabla 69. Proyecciones de los ingresos de las tres regiones del Perú	115
Tabla 70. Proyecciones de los costos de fabricación	116
Tabla 71. Proyecciones de la mano de obra directa	116

Tabla 72. Proyecciones de gastos administrativos	117
Tabla 73. Proyección de gastos de venta	117
Tabla 74. Proyección de gastos generales	117
Tabla 75. Proyección total	118
Tabla 76. Costos fijos y variables	119
Tabla 77. Punto de equilibrio	119
Tabla 78. Balance inicial	120
Tabla 79. Estado de resultados	121
Tabla 80. Flujo de caja económico y financiero proyectado	122
Tabla 81. Tasas de descuento	123
Tabla 82. Indicadores de rentabilidad económica	123
Tabla 83. Indicadores de rentabilidad financiera	124
Tabla 84. Prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov	126
Tabla 85. Prueba ANOVA de un factor	127

LISTA DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Producto Bruto Interno: 2004 – 2013. (Variación porcentual real)	23
Figura 2. América Latina: Proyecciones de crecimiento del PBI	24
Figura 3. Histograma de la variable sexo	30
Figura 4. Sexo de la población encuestada	30
Figura 5. Rango de edad	31
Figura 6. Personas que dependen del encuestado	32
Figura 7. Rango de ingreso promedio mensual	33
Figura 8. Personas en promedio con que suele asistir a un restaurante	34
Figura 9. Horario en que suele asistir con mayor frecuencia a un restaurante	35
Figura 10. Necesidad que satisfacen en el horario que frecuenta un restaurante	36
Figura 11. Tipo de restaurante que frecuenta más	37
Figura 12. Preferencia de la comida de la región costa	38
Figura 13. Preferencia de la comida de la región sierra	39
Figura 14. Preferencia de la comida de la región selva	40
Figura 15. Potajes clasificados por región, de preferencia para su consumo	41
Figura 16. Alternativas que suele adoptar cuando requiere de los servicios de un restaurante	41
Figura 17. Preferencias de platos típicos por región	42
Figura 18. Expectativas espera en cuanto al servicio que un restaurante le ofrezca	42
Figura 19. Medios publicitarios	43
Figura 20. Restaurante que frecuentemente asiste	44
Figura 21. Frecuencia de visitas a restaurantes	45
Figura 22. Opinión del servicio de otros restaurantes	45
Figura 23. Precio de los platos típicos dispuestos a pagar	46
Figura 24. Modalidad de pago	47
Figura 25. Servicio delivery	47
Figura 26. Preferencia de ubicación del nuevo restaurante	48
Figura 27. Canal de distribución del restaurante	62
Figura 28. Localización de la empresa	67
Figura 29. Flujo del proceso de visita al restaurante	70
Figura 30. Organigrama de la empresa	74

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar las condiciones de viabilidad y rentabilidad para la creación de un restaurante de comidas típicas en la ciudad de Piura–2013, teniendo como unidad de análisis la población del distrito de Piura y Castilla y una muestra a 400 personas. Esta investigación se encuentra enmarcada dentro de la modalidad de planes de negocios factibles, apoyado en un estudio de campo de tipo descriptivo, aplicativo y prospectivo y un diseño no experimental de corte transversal. Los resultados de los estudios de mercado, técnico, económico y la evaluación financiera, permitieron evidenciar que la instalación del restaurante de comida típica es viable y merece ser puesto en marcha ya que existe una amplia demanda potencial y una gran oportunidad para incursionar en este mercado en crecimiento. 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 de la preparación de las comidas. De igual manera, la evaluación económica reveló la alta rentabilidad del proyecto, razón por la cual se recomendó su instalación.

Palabras clave: Restaurante, viabilidad, rentabilidad.

ABSTRACT

The present investigation work had a general goal to determinate the conditions of viability and profitable for the creation of restaurant in Piura city-2013. Taking a unit analysis the population of Piura's district and Castilla and a samples of 400 people. This investigation is framed inside the business modality feasible plans, supported on a field study descriptive, applicative, market type and a not experimental design of transverse court. The results of the market technical researches, economic and the financial evaluation, they allowed to demonstrate that the installation of the restaurant of typical food is viable and deserves to be to started, since there exists a wide potential demand and great opportunity to incursion in this market into growth. In addition, there was stated that the usefulness and the flows of cash are auto coefficients and are in aptitude to expire with the financial commitments and other costs of the meals. In the same way, the economic evaluation revealed the high profitability of the project, reason by which its installation was recommended.

Key words: Restaurant, viability, profitability.