

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



CREACIÓN DE UN CENTRO DE MULTISERVICIOS DE
ENTRETENIMIENTO EN LA PROVINCIA DE CHICLAYO

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR

RENELMO JAVIER CRUZ FLORES

Chiclayo, 25 de octubre de 2016

**CREACIÓN DE UN CENTRO DE MULTISERVICIOS DE
ENTRETENIMIENTO EN LA PROVINCIA DE CHICLAYO**

POR:

RENELMO JAVIER CRUZ FLORES

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad
Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

Mgtr. Marco Arbulú Ballesteros
Presidente de Jurado

Mgtr. Diógenes Jesús Díaz Ríos
Secretaria de Jurado

Mgtr. Rafael Martel Acosta
Vocal/Asesor de Jurado

Chiclayo, 2016

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme llegar a este momento en mi vida. Por esos triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorar la vida cada día más.

A mis padres y mis hermanos, por el apoyo absoluto en todo aspecto que me han permitido lograr cada una de mis metas para poder alcanzar mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

A mis padres y mis hermanos por el esfuerzo que significó para ellos el darme una formación de calidad que me permitió desarrollarme personalmente y profesionalmente.

A mi asesor por interpretar cada idea para poder implementarla en la presente investigación.

RESUMEN

En la presente tesis se realizó un estudio para determinar la viabilidad para la implementación de un Centro de Multiservicios de Entretenimiento, término que hace referencia a una empresa que ofrece distintos servicios del mismo rubro en un solo lugar, en este caso servicios de entretenimiento.

Para esta investigación se tuvo en cuenta a las personas cuyas edades oscilan entre 23 y 40 años que pertenecen al PEA (población económicamente activa) de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2015 de los segmentos A, B y C con estilos de vida sofisticados y modernos. Con el fin de determinar la disponibilidad y capacidad de pago de los mismos para asistir a Centros de Entretenimiento.

A lo largo del estudio, se pudo concluir que el 89% de la población no está a gusto con los Centros de Entretenimiento existentes en la actualidad y tienen expectativas de servicios recreativos integrados. También se pudo determinar que la implementación de este proyecto tendría aceptación entre la población.

En la viabilidad estratégica se obtuvo como resultado que esta idea de negocio es competitiva.

La viabilidad de mercado, en primer lugar permitió identificar el tamaño del público objetivo en base a los criterios ya mencionados, el cual estaba compuesto por 23477 personas. En segundo lugar, se determinó el aforo de cada servicio que se ofrecerá de acuerdo al porcentaje del mercado que se quiere abarcar con cada servicio, el cual es el 10% de cada servicio ofrecido. Los aforos para cada servicio son: Discoteca, 500 personas; Casino, 277 personas; Restaurante, 135 personas; Billar, 20 personas; Karaoke, 50 personas; Bar, 60 personas. Dando capacidad total de 1042 personas.

La viabilidad organizacional mostró una organización funcional; asimismo, se concluyó que la forma societaria sería Sociedad Anónima Cerrada, se contará con una Junta General de Accionistas, un Gerente General, un Contador externo y

Jefatura por cada servicio ofrecido. Se estimó que el tiempo promedio en formalizarse legalmente la empresa sería 51 días.

En cuanto a la viabilidad técnica operativa se determinó que la localización conveniente sería el distrito de Chiclayo en base al método de factores ponderados, los distritos considerados en dicha evaluación fueron Chiclayo, La Victoria y Pimentel. También se determinó los costos de inversión los cuales son: Mano de Obra, \$270, 760; Consumo de Energía, \$119, 826; Requerimiento de agua, \$10, 724. En la viabilidad Económico – Financiera, se identificó que la inversión total del proyecto sería \$929,616; la cual sería financiada por COFIDE, el monto máximo de financiamiento que ofrece COFIDE para este proyecto es de \$10 millones de dólares. También se determinó el Valor Actual Neto Económico (VANe), el cual es de \$17, 238, 947; Un TIRe equivalente a 56.9%; BCe, \$31. Desde una perspectiva Financiera se determinó que VANf \$17,535,308; TIRf fue 15.99% y el BCf, \$88. Con estos valores se pudo determinar que es viable la implementación del proyecto.

Palabras Clave: Multiservicios, Centro de Entretenimiento, Sofisticado

ABSTRACT

In this thesis a study was conducted to determine the feasibility of implementing a Multiservice Center Entertainment, a term that refers to a company that offers different services of the same category in one place, in this case entertainment services.

For this research took into account people aged between 23 and 40 who belong to the PEA (economically active population) of the city of Chiclayo in the period 2015 segments A, B and C with styles of sophisticated life and modern. In order to determine the availability and ability to pay them to attend entertainment centers. Throughout the study, it was concluded that 89% of the population is not comfortable with the existing entertainment centers today and have expectations of integrated recreational services. It could also be determined that the implementation of this project would have acceptance among the population.

In the strategic viability it was obtained as a result that this business idea is competitive.

Market viability, first identified target audience size based on the aforementioned criteria, which was composed of 23,477 people. Second, the capacity of each service to be offered according to the percentage of the market that wants to cover with each service, which is 10% of each service offered was determined. The tariffs for each service are: Discotheque, 500 people; Casino, 277 people; Restaurant, 135 people; Billiards, 20 people; Karaoke, 50 people; Bar, 60 people. Giving total capacity of 1042 people.

Organizational viability showed a functional organization concluded that the corporate form would be held corporation, there will be a General Meeting, a General Manager, Chief Accountant and an outside for each service offered. It was

estimated that the average time in the company would be legally formalized 51 days.

As for the operational technique viability was determined that the location would be convenient Chiclayo district based on the method of weighted factors, districts were considered in the assessment Chiclayo, La Victoria and Pimentel. Investment costs were also determined which are: Labor, \$ 270, 760; Energy consumption, \$ 119, 826; Water requirement, \$ 10, 724.

In the economic viability - Financial, it identified that the total project investment would be \$ 929.616; which would be financed by COFIDE, the maximum amount of funding that COFIDE offers for this project is \$ 10 million. Economic Net Present Value (VANE), which is \$ 17, 238, 947 was also determined; Equivalent to 56.9% pull; BCe, \$ 31. From a financial perspective it was determined that FNPV \$ 17, 535,308; TIRF was 15.99% and BCF, \$ 88. With these values could be determined that it is feasible project implementation.

Keywords : Multiservices , Entertainment Center , Sophisticated

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

<i>I. INTRODUCCIÓN.....</i>	<i>17</i>
<i>II. MARCO TEÓRICO.....</i>	<i>20</i>
2.1. Condiciones del entorno.....	20
2.1.1. Factor Social.....	20
2.1.2. Factor Económico.....	20
2.1.3. Factor Político – Legal.....	22
2.1.4. Factor Ambiental.....	22
<i>III. MATERIALES Y MÉTODOS.....</i>	<i>25</i>
3.1. Diseño de investigación.....	25
3.1.1. Tipo de investigación.....	25
3.1.2. Diseño de investigación.....	25
3.2. Área y línea de investigación.....	25
3.3. Población, muestra y muestreo.....	25
3.3.1. Muestra.....	25
3.4. Operacionalización de variables.....	26
3.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
3.5.1. Métodos.....	28
3.5.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
3.6. Técnicas de procesamiento de datos.....	28
<i>IV. RESULTADOS.....</i>	<i>29</i>

4.1. Viabilidad Estratégica	29
4.1.1. Axiología de la empresa	29
4.1.2. Fuerzas de Porter.....	33
4.1.3. Análisis FODA	37
4.1.4. Cruce de factores análisis FODA.....	39
4.1.5. Interpretación de Resultados	40
4.2. Viabilidad de Mercado	46
4.2.1. Estrategia Comercial	47
4.2.2. Análisis de Demanda y Oferta.....	64
4.3. Viabilidad Organizacional y de personas	80
4.3.1. Constitución de la Empresa	80
4.3.2. Estructura Orgánica y Funcional.....	86
4.3.3. Establecimiento y Funcionamiento.....	92
4.3.4. Aspectos Legales.....	95
4.4. Viabilidad Técnica – operativa	97
4.4.1. Tamaño y localización.....	97
4.4.2. Diagrama de Flujo	128
4.4.3. Flujograma de Atención	128
4.4.4. Requerimientos de Mano de Obra	129
4.4.5. Distribución de Planta	131
4.4.6. Consumo de Energía.....	133
4.4.7. Requerimiento de Agua.....	134
4.4.8. Control de calidad.....	136
4.4.9. Cronograma de Actividades.....	137
4.5. Viabilidad Financiera	138
4.5.1. Inversión	138
4.5.2. Financiamiento	159
4.5.3. Presupuesto de Ingresos y Egresos	171
4.5.4. Estados Financieros	194
4.5.5. Flujo de Caja Proyectado	196
4.5.6. Evaluación Económica – Financiera.....	197
V. CONCLUSIONES.....	209

<i>VI. REFERENCIAS BIBLIORÁFICAS.....</i>	<i>210</i>
<i>VII. ANEXOS.....</i>	<i>211</i>

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Valor agregado bruto anual en Lambayeque (Estructura porcentual) ..	20
Tabla 2	Distribución porcentual de la población económicamente activa por grupos de edad - 2013.....	21
Tabla 3:	Operacionalización de Variable.....	26
Tabla 4	Modelo Canvas.....	32
Tabla 5	Matriz FODA cruzado	39
Tabla 6	Ingreso por servicio	48
Tabla 7	Carta de bebidas preparadas	49
Tabla 8	Carta de bebidas especiales	52
Tabla 9	Carta de alimentos - Piqueos.....	55
Tabla 10	Carta de alimentos.....	56
Tabla 11	Provincia / distrito por edad.....	66
Tabla 12	Resumen de las actividades para registro de empresa	95
Tabla 13	Residencia en distritos por edad	103
Tabla 14	Medio de transporte según origen	103
Tabla 15	Medio de transporte según costo a Chiclayo y Transbordo.....	104
Tabla 16	Ponderación según determinante	107
Tabla 17	Ubicación por método de factores ponderados.....	107
Tabla 18	Ubicación por método de factores ponderados.....	111
Tabla 19	Precios y brazaletes de acuerdo al servicio	116
Tabla 20	Requerimientos de personal.....	130
Tabla 21	Distribución por M ²	131
Tabla 22	Consumo de energía por aparato electrónico	133
Tabla 23	Consumo de agua.....	134
Tabla 24	Requerimiento de dotación de agua	135
Tabla 25	Obras civiles	142

Tabla 26	Maquinaria y equipos - Casino US\$	148
Tabla 27	Maquinaria y equipo - Billar US\$	149
Tabla 28	Maquinaria y equipo - Billar US\$	150
Tabla 29	Maquinaria y equipo - Karaoke US\$	151
Tabla 30	Maquinaria y Equipo - Restaurante US\$.....	151
Tabla 31	Maquinaria y equipo - Discoteca US\$.....	152
Tabla 32	Requerimientos en cristalería US\$.....	153
Tabla 33	Costo mobiliario de oficina US\$	155
Tabla 34	Inversión intangible.....	155
Tabla 35	Servicios.....	156
Tabla 36	Remuneraciones.....	157
Tabla 37	Inversión total	158
Tabla 38	Programa de créditos COFIDE	160
Tabla 39	Cronograma de pagos.....	168
Tabla 40	Cronograma de inversiones	170
Tabla 41	Insumos alimenticios.....	172
Tabla 42	Insumos Bebidas	174
Tabla 43	Mano de obra directa	178
Tabla 44	Mano de obra indirecta.....	179
Tabla 45	Costos de servicios.....	180
Tabla 46	Gastos de seguro	180
Tabla 47	Gastos de mantenimiento.....	181
Tabla 48	Activos.....	182
Tabla 49	Depreciación de activos fijos.....	182
Tabla 50	Gastos administrativos	184
Tabla 51	Intereses de gastos en ventas.....	185
Tabla 52	Costos totales.....	186
Tabla 53	Demanda anual por servicio	187

Tabla 54:	Ingreso anual por servicio	188
Tabla 55	Ingresos pronosticados por servicio	188
Tabla 56	Costos fijos y variables	190
Tabla 57	Ingresos y egresados por año	192
Tabla 58	Punto de equilibrio por servicio.....	193
Tabla 59	Estado de ganancias y pérdidas proyectado.....	195
Tabla 60	Flujo de caja proyectado	196
Tabla 61	Costo de capital promedio ponderado	197
Tabla 62	Flujo neto económico	199
Tabla 63	Periodo de recuperación de inversión	202
Tabla 64	Flujo neto financiero	203
Tabla 65	Periodo de recuperación de la inversión (Financiero).....	206
Tabla 66	Análisis de sensibilidad ingresos disminuidos en porcentajes	207
Tabla 67	Análisis de sensibilidad egresos aumentados en porcentajes	207

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Satisfacción con Centros de Entretenimiento	40
Figura 2. Atributo preferido en un Servicio	41
Figura 3. Frecuencia de Salida	42
Figura 4. Gasto por Salida	42
Figura 5. Disposición de tiempo en días laborables para salir	43
Figura 6. Compañía al salir a Centros de Entretenimiento.....	44
Figura 7. Monto máximo a pagar por acudir al Centro de Entretenimiento.....	45
Figura 8. Temática preferida para un Centro de Entretenimiento	45
Figura 9. Ubicación preferible del Centro de Multiservicios de Entretenimiento ...	46
Figura 10. Proceso General de Atención	58
Figura 11. Discoteca.....	59
Figura 12. Karaoke	59
Figura 13. Billar.....	60
Figura 14. Casino.....	60
Figura 15. Bar.....	61
Figura 16. Restaurante.....	61
Figura 17. Diagrama de Flujo de Atención	63
Figura 18. Mercado de Discotecas	69
Figura 19. Mercado de Casinos	70
Figura 20. Mercado de Restaurante	71
Figura 21. Mercado Billar	72
Figura 22. Mercado Karaoke	73
Figura 23. Mercado Bar.....	74
Figura 24. Mercado de Discotecas	75
Figura 25. Mercado de Casino	76
Figura 26. Mercado de Restaurante	77

Figura 27. Mercado de Billar	78
Figura 28. Mercador de Karaoke	79
Figura 29. Mercado Bar.....	80
Figura 30. Organigrama Estructural.....	87
Figura 31. Organigrama Funcional.....	87
Figura 32. Página Web Latin Center	91
Figura 33. Flujograma de Constitución de la Empresa	96
Figura 34. Ubicación de Chiclayo.....	101
Figura 35. Ubicación del Terreno	112
Figura 36. Ubicación Satelital	112
Figura 37. Proceso General de Atención	114
Figura 38. Proceso de Atención - Casino	118
Figura 39. Proceso de Atención – Karaoke.....	120
Figura 40. Proceso de Atención – Billar	123
Figura 41. Proceso de Atención – Bar	125
Figura 42. Proceso de Atención – Restaurante	126
Figura 43. Diagrama de Flujo de Atención	128
Figura 44. Flujograma de Atención	128
Figura 45. Distribución Primer Nivel.....	131
Figura 46. Distribución Segundo Nivel	132
Figura 47. Cronograma de Actividades.....	137

I. INTRODUCCIÓN

La globalización y la modernización en cuanto al desarrollo sociocultural han conllevado a que se originen nuevas tendencias para la satisfacción de la necesidad de recreación y para la realización de actividades durante el tiempo de ocio. Tal es así que las personas, hoy en día, buscan servicios integrados y actividades que les permitan relacionarse.

En primer lugar, resulta conveniente aclarar que un Centro de Entretenimiento son establecimientos que ofrecen al público en general (visitante y lugareño) sus servicios referentes al consumo de bebidas, música, baile, variedades especiales y propuestas singulares (Dirección regional de comercio exterior y turismo, 2009).

El concepto tradicional que se tenía del servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente la amabilidad y atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y la cual es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores. Razones por la cual se impone esta nueva visión, es que hay un fácil acceso a una cantidad de datos, exigen mayor valor agregado, quieren que los proveedores los conozcan en detalles, tiene una gran variedad de opciones, colocan un enorme valor en la facilidad, rapidez y conveniencia con que puedan adquirir bienes y servicios. Pero, el énfasis recae en establecer una relación a largo plazo y de servicio integral, en satisfacer la totalidad de las necesidades de servicios al cliente y en disminuir la necesidad o el deseo del cliente de fragmentar sus asuntos entre varias instituciones.

Toda esta nueva situación se da porque el cliente en este entorno tiene y valora nuevos elementos del servicio tales como el tiempo, oportunidad, soluciones, individualización y amabilidad (Gómez, 2011).

En estudios realizados en Ecuador, relacionados con Centros de Multiservicios de Entretenimiento, se concluyó que resulta factible la creación de Centros de Servicios de Entretenimiento Integrados debido a la aceptación que poseen en el sentido de que las personas buscan asistir a lugares donde puedan encontrar de todo sin la necesidad de buscar en otros lugares de la ciudad (Bazurto, Rivera, & Validiviezo, 2010).

La población Chiclayana, según los datos obtenidos a lo largo de la realización de la investigación, no es ajena a estas necesidades, ya que buscan realizar actividades de ocio de forma más sofisticada y relacionándose con gran diversidad de personas en un mismo lugar sin recurrir a la necesidad de buscar otros locales u otros servicios en distintas partes de la ciudad para lograrlo

Es por ello que se ha creído conveniente evaluar la factibilidad y viabilidad técnica, económica, financiera y ambiental del establecimiento de un Centro de Multiservicios en la ciudad de Chiclayo.

En el departamento de Lambayeque no existe un Centro de Multiservicios de Entretenimiento, como es el caso de Arequipa con Casona Forum, el cual ofrece distintos servicios como restaurante, discoteca, karaoke y billas.

Aproximadamente llegan 270 mil turistas al año en la ciudad de Arequipa en búsqueda de Entretenimiento y cerca de 150 mil en la ciudad de Chiclayo (Instituto nacional de estadística e informática, 2014). Es por esto que resulta conveniente,

también, el establecimiento de un Centro de Multiservicios de Entretenimiento en la Ciudad de Chiclayo con el fin de enfocarse no solamente en la demanda interna que se establece más adelante sino en la demanda establecida por el turismo entrante a la ciudad.

El presente proyecto se propuso con el fin de que los pobladores de la provincia de Chiclayo puedan asistir a un lugar que ofrezca una variedad de servicios y que a la vez cuente con la infraestructura necesaria.

El centro Multiservicios busca satisfacer la necesidad de entretenimiento, que hoy en día es prioritaria debido al ritmo de vida acelerado, agitado y estresante en el que se vive. Para lograr este objetivo, el Centro de Multiservicios contará con una diversa gama de servicios que responden a las expectativas de los clientes, entre dichos servicios se encuentra el casino, billas – billar, bar, discoteca, karaoke y restaurante.

El objetivo general es: demostrar la viabilidad de la creación de un centro de Multiservicios de entretenimiento en la provincia de Chiclayo.

Los objetivos específicos fueron: Determinar la viabilidad estratégica, de mercado, operativa, de organización y por último la viabilidad económica y financiera.

Esta investigación se basó en que la actualidad la sociedad tiene siempre nuevas necesidades dentro de las cuales incluyen la diversión y las actividades en tiempo de ocio, a los que por lo general no pueden acceder en un horario diurno debido a sus actividades cotidianas y responsabilidades diarias. Es por ello que tomando en cuenta la situación se propone un proyecto para evaluar la viabilidad

Manufactura	12.1	12.2	11.6	11.9	11.8	11.4	11.1	10.4	9.6
Electricidad, Gas y Agua	1.2	1.1	1.1	1.1	1.1	1.0	1.1	1.0	1.1
Construcción	6.1	6.2	7.4	7.7	8.2	9.2	9.1	8.8	8.7
Comercio	18.6	19.2	18.3	19.1	19.1	19.4	19.8	19.9	19.9
Transporte, Almacén., Correo y Mensajería	7.9	7.8	7.1	7.6	8.0	7.8	8.0	7.9	7.7
Alojamiento y Restaurantes	2.6	2.6	2.5	2.5	2.6	2.6	2.6	2.7	2.6
Telecom. y otros Servicios. de Información	3.5	4.0	4.1	4.1	4.5	4.7	5.0	5.2	5.5
Administración Pública y Defensa	5.8	5.6	6.6	6.5	6.5	6.5	6.6	6.8	6.8
Otros servicios	30.5	28.9	29.1	28.1	28.1	27.3	27.8	28.9	29.0
Valor Agregado Bruto	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
			0		0			0	0

Fuente: INEI

Se observa, en cuanto al Valor Agregado Bruto en el departamento de Lambayeque, que el sector comercio abarca aproximadamente el 20% del total; por lo que se puede interpretar que el sector comercio se está desarrollando positivamente.

Tabla 2

Distribución porcentual de la población económicamente activa por grupos de edad - 2013

Grupos de Edades	Población Económicamente Activa
14 a 24 años	21.20%
25 a 59 años	69.20%
60 a 64 años	4.40%
65 a más años	5.20%

Fuente: INEI – Encuesta Hogares

2.1.3. Factor Político – Legal

- Fondo Nacional del Ambiente (FONAM)

El FONAM es la autoridad ambiental del Perú. Tiene por finalidad planificar, promover, coordinar, controlar y velar por el ambiente y el patrimonio natural de la Nación. Tiene como objetivo promover la conservación del ambiente a fin de coadyuvar al desarrollo integral de la persona humana sobre la base de garantizar una adecuada calidad de vida, propiciando el equilibrio entre el desarrollo socioeconómico, el uso sostenible de los recursos naturales y la conservación del ambiente. Constituye un organismo público descentralizado adscrito al ámbito de la Presidencia del Consejo de Ministros (Congreso de la República, 1997).

La reglamentación que rigen la creación del Centro de Multiservicios de Entretenimiento son:

- Constitución Política del Perú (inciso 22, artículo 2°).
- Ley General del Ambiente (28611).
- Ley Marco para el Crecimiento de la Inversión Privada (D.L. N° 757).
- Ley del Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental.
- Ley General de los Residuos Sólidos (Ley N° 27314).
- Ley General de Salud (Ley N° 26842).
- Ley Marco del Sistema de Gestión Ambiental (Ley N° 28245).
- Ley Orgánica de Municipalidades (Ley 27972).

2.1.4. Factor Ambiental

En el caso de los espacios de recreación se tiene que analizar ciertos aspectos muy puntuales para determinar la magnitud del impacto medioambiental que está teniendo el proyecto y de esta forma tratar de hallar la manera para reducirlos de forma que esté dentro de los parámetros necesarios o permitidos por los estándares de calidad ambiental además de cumplir con las normas del estado peruano.

Para este caso se planteó realizar proyectos arborización en Chiclayo y el apoyo constante al proyecto conocido como Chiclayo Limpio. Comenzando desde la educación desde los más pequeños para que estos sean capaces de expandir la conciencia sobre el cuidado del medio ambiente.

El objetivo de la empresa en relación a la protección del entorno ambiental será “Identificar, anticipar y analizar los posibles impactos ambientales que se darán a lo largo del proyecto durante sus distintas etapas antes, durante y después de haberse realizado el proyecto “Centro Multiservicios de Entretenimiento -Latin Center”; el principal propósito de realizar este estudio es conocer los problemas ambientales ocasionados por el proyecto e implementar las medidas necesarias para reducirlos al mínimo nivel posible si es que son negativos, pero en el caso de ser positivos seguir adelante con estas acciones y buscar una forma para potenciar sus beneficios”

- Actividades Consideradas en el Proyecto

- Actividades durante la etapa de pre operación: Preparación del suelo, movilización de la maquinaria pesada, construcción de la infraestructura del ambiente del proyecto, instalación de servicios básicos (agua, luz y saneamiento), llegada y recepción de los artefactos tecnológicos necesarios para la operación de los diversos servicios, llegada y recepción de insumos usados

para algunos servicios en específicos, creación de áreas verdes, sembríos de árboles y acabados internos y externos del proyecto.

- Actividades durante la etapa de Operación: Recepción de los clientes, ofrecimiento de los servicios, cobro por entradas o por consumo, pago a los clientes por sus ganancias en el casino, limpieza, seguridad, actividades administrativas, servicios higiénicos y mantenimiento.

- Plan de Gestión Ambiental

- Etapa de Pre operación: A causa del incremento de polvo ocasionado por las maquinarias, el principal objetivo será minimizar las partículas contaminantes buscando contar con la maquinaria más novedosa y actualizada reduciendo las partículas contaminantes que se puedan emitir.

Además, a causa de la generación de residuos sólidos, se utilizarán fundas especiales para que los desechos no tengan contacto con el medio ambiente.

- Etapa de Operación: A causa del humo expulsado por los cigarrillos, se instalarán sistemas de ventilación adecuados para evitar que el humo se esparza hacia los demás usuarios.

Además, debido al ruido de las áreas de música, se instalarán paredes acústicas para evitar que el ruido se disipe y cause molestias a la comunidad.

En cuanto a la afectación del ambiente por residuos generados por botellas, vidrios, plásticos entre otros; se señalarán basureros especiales para cada desperdicio.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

De acuerdo al enfoque dado al estudio, la investigación fue de tipo cuantitativa – descriptiva, dado que se emplearon instrumentos estadísticos para la recolección y análisis de la información, y a partir de ella se describió la viabilidad de la creación de un centro de Multiservicios de entretenimiento.

3.1.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación, fue no experimental transversal, pues el recojo de datos de cada una de las unidades de análisis se dio solo en una ocasión.

3.2. Área y línea de investigación

Economía y Negocios – Dirección, emprendimiento e innovación empresarial

3.3. Población, muestra y muestreo

Personas entre los 23 y 40 años, que pertenezcan a los niveles socioeconómicos A y B y que residan en las zonas urbanas de la provincia de Chiclayo.

3.3.1. Muestra

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$n=376$$

- n= Muestra
- N= Tamaño Población
- Z= Nivel de Confianza
- P= Probabilidad de éxito.
- Q= Probabilidad de fracaso.
- D= Precisión

3.4. Operacionalización de variables

Tabla 3
Operacionalización de Variable

VARIABLE	DIMENSIONES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSION	DEFINICIÓN OPERATIVA
PLAN DE NEGOCIOS	Viabilidad Estratégica	Analizar el mercado interno y externo para identificar estrategias a seguir	Entorno Empresarial	Diamante de Porter, Cadena de Valor, Matriz EFI, Análisis de Macro entorno, Matriz SEPTE, Matriz EFE, FODA
	Viabilidad de Mercado	Es el estudio que analiza el éxito o fracaso del proyecto	Mercado Objetivo Investigación del Mercado	Análisis de la Demanda y Oferta y Marketing Mix. De los servicios
	Viabilidad Técnica - Operativa	En la parte técnica provee información sobre las diversas formas de materializar el proyecto o los diferentes procesos, apoyándose en la tecnología	Tamaño	Tamaño del proyecto
Localización			Macro localización micro localización	

VARIABLE	DIMENSIONES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSION	DEFINICIÓN OPERATIVA
		En el desarrollo operacional son fuentes de datos y diseño de la investigación a través de procedimientos de la recolección de datos, diseño de muestras, recopilación para después ser analizados	Producto	Insumos críticos, impacto tecnológico ambiental
			Operaciones	Programa de procesos y requerimientos técnicos
			Tecnología	Innovación en Tecnología Digital
	Viabilidad Organizacional	Es la Organización interna de la empresa para conocer su funcionamiento, de acuerdo a las exigencias del mercado	Gestión del Talento Humano	Estructura Organizacional
	Viabilidad Económica - Financiera	Estudia la rentabilidad por el valor entregado por la empresa	Estructura de la inversión de GG.PP	Financiamiento, costos de producción, gastos administrativos e ingresos.
			Flujo de Caja	Evaluación Económica Financiera
			Análisis de sensibilidad	Análisis de riesgos

3.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1. Métodos

El método que se usó fue probabilístico aleatorio, ya que todos los elementos del universo tuvieron las mismas posibilidades de ser seleccionados para el presente estudio.

3.5.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La información necesaria para llevar a cabo la presente investigación se obtuvo a partir de dos fuentes, las cuales se mencionan a continuación:

- Fuente primaria: los datos se obtuvieron de forma directa de las personas encuestadas.
- Fuente secundaria: para la elaboración del marco teórico se empleó información obtenida de libros, revistas científicas, tesis de grado, entre otros.

3.6. Técnicas de procesamiento de datos

Una vez que se contó con la información necesaria obtenida por parte de los usuarios, se procedió a procesarla mediante el uso de herramientas estadísticas haciendo uso del programa Microsoft Excel 2010.

El análisis de la información obtenida, se hizo mediante la evaluación de los datos en el procesamiento de la información, habiendo teniendo en cuenta aspectos como: tendencias o modas, dispersión de datos, entre otros.

IV. RESULTADOS

4.1. Viabilidad Estratégica

4.1.1. Axiología de la empresa

- Misión

Somos una empresa dedicada a proporcionar a nuestros clientes una experiencia diferenciada en cuanto a centros de entretenimiento como servicios, utilizando lo último en tendencias de tecnológicas. Para cumplir con la satisfacción de la necesidad de los clientes, ofrecemos una variedad de servicios dentro de un mismo punto de adquisición del servicio.

- Visión

Ser el Centro de Entretenimiento de Multiservicios más representativa en el Perú, además de ser reconocida como la mejor empresa en cuanto a servicios de entretenimiento, además de brindar un servicio de última generación, integrando tecnologías en desarrollo para ofrecer un servicio de calidad, cómodo y original.

- Objetivos Institucionales

Para el éxito de la empresa es de vital importancia establecer objetivos de acuerdo a sus stakeholders, pues esto le ayudará a cumplir con las expectativas que cada uno de ellos tiene de la empresa u organización:

– Accionistas:

- Generar las suficientes utilidades para hacer rentable su inversión.
- Tener adecuadas políticas de costos para aumentar los ingresos y las ganancias.

– Colaboradores:

- Lograr la satisfacción del personal.
- Contar con un personal altamente capacitado tanto laboral como personalmente.

– Clientes:

- Lograr la completa fidelización de los clientes.
- Brindar el mejor servicio a los clientes teniendo en cuenta sus necesidades y preferencias.

– Sociedad:

- Contribuir con el desarrollo social y cultural.

- Estrategias Institucionales

Para poder alcanzar los objetivos es necesario elaborar planes de acción que faciliten la consecución de las metas.

– Accionistas:

- Contar con un mayor número de servicios, que permitan tener mayor participación en el mercado.
- Usar de manera eficiente los recursos monetarios, evitando gastos innecesarios.

– Colaboradores:

- Remunerar adecuada y puntualmente a los colaboradores.
- Brindarles beneficios sociales correspondientes.
- Brindarles capacitación constante a cada uno de los colaboradores, además de talleres de desarrollo personal.

– Clientes:

- Brindar un servicio de completa calidad, además de atención personalizada para que se sientan a gusto.
- Realizar encuestas de satisfacción a los clientes sobre el servicio brindado y los diversos servicios que se les ofrece.

– Sociedad:

- Brindando apoyo a organizaciones que se dediquen a dar ayuda en las zonas más pobres de la región.

- Modelo Canvas

Tabla 4
Modelo Canvas

Modelo Canvas				
Asociaciones Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relaciones con los clientes	Segmentos de clientes
Electronorte y Epsel; Interbank y COFIDE; Abaco. etc.	Prestación de servicio al cliente en sus servicios ya mencionados; Venta de alimentos o Snacks	Diversidad de servicios en un solo local, además de que los alimentos y	Cercana y de retroalimentación. Se ofrece servicio Post Venta, buscando hacerles sentir parte de la empresa	Jóvenes y Adultos cuyas edades oscilen entre 23 y 40 años de edad,
	Recursos Clave	bebidas pueden ser	Canales de Distribución	residen en la Ciudad de Chiclayo
	Capital humano, Infraestructura, Tecnología.	trasladados por los mozos hacia cualquier ambiente.	Se dará el servicio en el local empresarial, sedara a conocer en revistas especializadas, diarios tv, etc.	y pertenezcan al NSE A, B y C

Estructura de Costos	Flujo de Ingresos
Infraestructura, tecnología, los inmuebles, insumos para la elaboración de bebidas y aperitivos, etc.	Representado por la venta de Bebidas y Snacks dentro del Centro de Multiservicios de Entretenimiento; pago por adquisición del servicio y de entrar al local general

4.1.2. Fuerzas de Porter

- Poder de negociación de los Proveedores
 - Proveedores de Alimentos: Estos proveerán de insumos básicos como harina, dulces, insumos para repostería y también algunos productos alimenticios para la preparación de los diversos platos que se ofrecerán.

Los proveedores de alimentos utilizados en los platos que se ofrecerán en el restaurante y en los diversos servicios, tienen un poder de negociación bajo; debido a que se puede tener una cartera de proveedores muy amplia. Esto otorga la capacidad de imponer precios y condiciones de venta a todo aquel que oferte este tipo de servicios.

- Proveedores de Bebidas: En cuanto a los proveedores de bebidas, se encuentran empresas como Backus, una empresa cervecera con gran aceptación y participación en el mercado cervecero peruano. Backus se dedica a la venta de cerveza negra y tradicional, y busca el desarrollo de pubs tradicionales nacionales para posicionar su marca. Se tienen en cuenta las posibles promociones y descuentos que ofrece esta compañía con sus productos de reconocimiento internacional. Pero no solo esta empresa oferta este tipo de productos, pero a pesar de existir gran cantidad de empresas que se pueden

convertir en los proveedores de este tipo de productos o insumos, el poder de negociación es medio, ya que existen variedad de empresas que ofrecen servicios similares a los del Centro de Multiservicios en cuanto a tragos exóticos y tradicionales.

Es importante tener en cuenta que en empresas, dedicadas a los rubros o giros similares a los que ofrecerán los servicios, aproximadamente el 70% de la facturación total proviene de las bebidas, mientras que solo el 30% restante lo hace la comida de restaurantes, snacks, etc.

- Proveedores Mobiliarios: Respectos a los proveedores de mobiliarios, estos abastecerán de herramientas básicas para el funcionamiento de cada servicio que ofrecerá el Centro de Multiservicios, como sillas, mesas, estantes, etc.

El poder de negociación que tienes estos proveedores es limitado, debido a que este tipo de comercio es muy amplio y lleno de competidores, por lo que se podrá realizar una cotización de precios para productos mobiliarios. Además, se puede aprovechar las promociones y descuentos de compra al por mayor.

- Proveedores de Tecnología: En cuanto a los proveedores de tecnología, empresas como Obscura Digital, ofrecen innovación en mesas de billar utilizando tecnología digital. Estas mesas de billar tienen la capacidad de brindar diferentes tipos de efectos visuales desde efectos de fuego, agua hasta puzzles de mujeres u hombres.

Esta empresa oferta sus productos a grandes casinos y centros de recreación por lo que su poder de negociación es mayor teniendo mayor ventaja en cuanto a decisiones y precios.

- Poder de Negociación de los Clientes

Los clientes son obviamente, los consumidores finales, los cuales pueden ser divididos en dos grupos. Uno de los grupos está representado por los clientes nacionales y el otro por los turistas.

En ambos casos los clientes tienen el poder tanto y en cuanto deciden a que Centro de Entretenimiento, como bar o discoteca, concurrirán. La oferta de bares temáticos en el país no es muy amplia, pero es importante tener en cuenta innovar siempre para que la propuesta que se realice en cualquier tipo de medio no pase de moda o su ciclo de vida no sea demasiado corto.

En relación al cliente turista, en países extranjeros hay diversidad de centros de entretenimiento que poseen características similares e incluso que ofrecen servicios similares al del Centro de Multiservicios. Por lo que se debe superar dichas experiencias y hacer sentir al cliente muy especial.

Se debe tener en cuenta que se competirá con cada Centro Entretenimiento del país residente de cada turista, es por ello que se enfocará en una estrategia de investigación y diferenciación, ya que el cliente busca sentir que el servicio que éste recibe es diferenciado y con un estilo que no se puede reproducir en ningún otro lugar o recinto similar, desde esa perspectiva este aspecto juega un papel muy importante.

- Amenaza de Competidores Internos

Esta empresa se dedicará a ofrecer diversos servicios, los cuales se encuentran con frecuencia en el mercado peruano, pero el rubro o giro como Centro de

Multiservicios no es perceptible en esta ciudad. Es importante resaltar que a pesar de no encontrarse con el mismo giro en esta ciudad, se debe tomar en cuenta en el siguiente aspecto:

- La tendencia a innovar, la cual es ofrecer algo siempre distinto y que no haya sido desarrollado anteriormente, atendiendo a lo que se perciben son las necesidades de los consumidores finales.

Los competidores ofrecen los servicios por separado, es decir no hay empresa que ofrezca toda la gama de servicios que en esta empresa se ofrecerán en un solo lugar.

- Amenaza de Competidores Sustitutos

Esta fuerza está compuesta por aquellos comercios que pueden llegar a desempeñar, en mayor o menor medida, funciones similares a las que se pretende llevar adelante con el proyecto. Tienden a satisfacer la misma necesidad que se intentan complacer con el Centro de Multiservicios. En este caso no se encontraron propuestas que sustituyan totalmente el servicio que se brinda, pero si existen aquellos que se apoderan de una parte de la masa que conforman los consumidores.

- Amenaza de Competidores Potenciales

Es importante prever como ingresará el competidor al mercado, con qué estrategia, cuándo, con qué precios, con qué tipo de publicidad, con qué servicio o servicios, etc. Para ello se debe proyectar, tener la capacidad de anticiparse a ellos y no reaccionar al momento en que lo hagan. Es decir, se debe llevar siempre una

actitud proactiva antes que reactiva y así imaginar distintos escenarios que puedan presentarse.

En el tipo de mercado que se va a incurrir es importante anticiparse a todo tipo de cambio, puesto que por hechos observados a lo largo del desarrollo del mercado nacional, el ritmo con el que acceden competidores al tipo de mercado es acelerado; sin embargo no todas sobreviven.

4.1.3. Análisis FODA

- Fortalezas
 - Variedad de servicios.
 - Infraestructura adecuada y segura.
 - Calidad e innovación en el servicio ofrecido.
 - Diferenciación.
 - Decoración estilizada.

- Oportunidades
 - Demanda insatisfecha.
 - Competencia escasa.
 - Gran población y desarrollo urbano.
 - Arribos turísticos en aumento.

- Debilidades

- Falta de algunos productos.
- Tiempo empleado para capacitar personal.
- Poco personal calificado.
- Poco conocimiento casi escaso del local.

- Amenazas

- Rápida reacción de competencia.
- Barreras legales.
- Subida de precio de productos.
- Inseguridad ciudadana.
- Poca fidelidad de los clientes.

4.1.4. Cruce de factores análisis FODA

Tabla 5
 Matriz FODA cruzado

Matriz FODA cruzado		Fuerzas externas	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		O1 Demanda insatisfecha.	A1 Rápida reacción de competencia.
		O2 Competencia escasa.	A2 Barreras legales.
		O3 Gran población.	A3 Subida de precio de productos.
		O4 Arribos turísticos en aumento	A4 Inseguridad ciudadana.
		O5 Tecnología y sistemas de información	A5 Poca fidelidad de los clientes.
Fuerzas Internas	FORTALEZAS	ESTRATEGIAS: MAXIMAX	ESTRATEGIAS: MANIMAX
	F1 Variedad de servicios.	F1, O1: Aprovechar la variedad de servicios para captar al segmento de mercado insatisfecho.	F3, A1: Potenciar la calidad como factor competitivo ante nuevos competidores.
	F2 Infraestructura adecuada y segura.		
	F3 Calidad e innovación en el servicio ofrecido.	F5, O4: Los estilos y la decoración permitirá atraer a público local y extranjero, generando así ampliar el mercado	F4, A5: Diferenciar el servicio e innovarlo para mantener la fidelidad de los clientes.
	F4 Diferenciación		
	F5 Decoración estilizada.		
	DEBILIDADES	ESTRATEGIAS: MINIMAX	ESTRATEGIAS: MINIMIN
	D1 Tiempo empleado para capacitar personal	O3, D2: Existe poco personal capacitado, pero existe gran disponibilidad de fuerza de trabajo esperando ser capacitada.	A6, D3: El poco conocimiento del local y la poca fidelidad del cliente, pueden enfrentarse haciendo correcto uso publicidad y dando atención innovadora y de calidad para lograr su fidelidad y recomienden el local
	D2 Poco personal calificado		
	D3 Poco conocimiento del local.	O2, D3: Cuando el local abra no será muy conocido pero gracias a la tecnología y los sistemas de información se podrá hacer conocido rápidamente.	

4.1.5. Interpretación de Resultados

- Edad

En cuanto a la edad, como ya se ha mencionado, el criterio principal indica que las edades deben oscilar entre 23 y 40 años de edad, por lo que se controló la realización de la encuesta con el objetivo de que sea realizada por personas cuyas edades estén dentro de los límites elegidos como segmento de la investigación.

- ¿Se encuentra Satisfecho con los Centros de Entretenimiento?

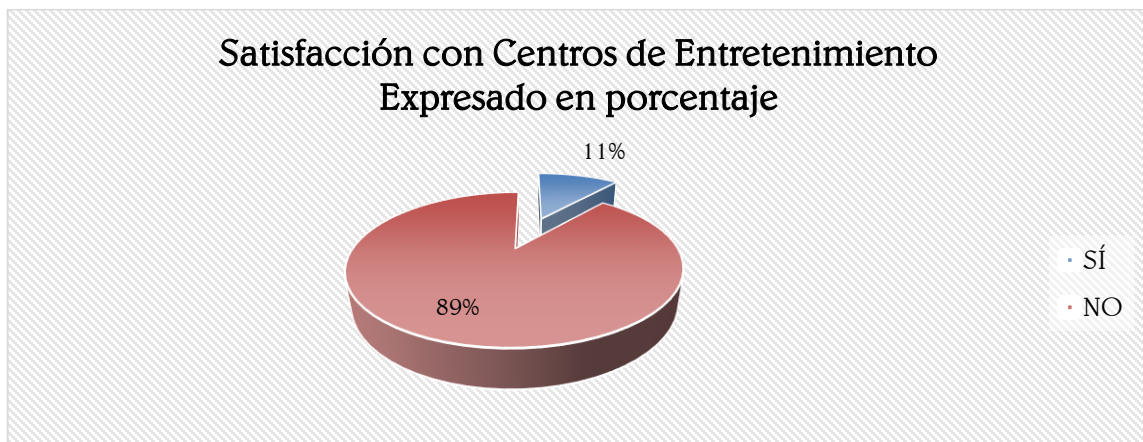


Figura 1. Satisfacción con Centros de Entretenimiento

Fuente: Encuesta

Como se puede observar, en la figura 1, el 89% de la población indicó que no se encuentran satisfecho con los Centros de Entretenimientos existentes en la actualidad en la ciudad de Chiclayo. Lo cual significa que hay una apertura en la demanda para nuevos proyectos en servicios de Entretenimiento.

- ¿Qué busca en un servicio?

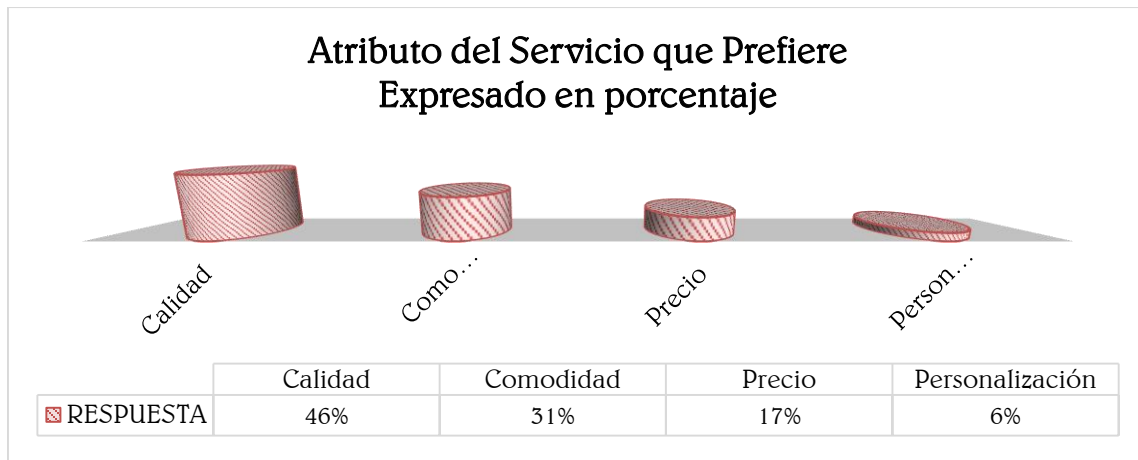


Figura 2. Atributo preferido en un Servicio

En la figura 2, se puede observar que el 77% de la población afirmó que busca un servicio de calidad y les ofrezca comodidad. Aun así se debe tener en cuenta el precio y la personalización del servicio.

- ¿Con qué frecuencia sale a divertirse?

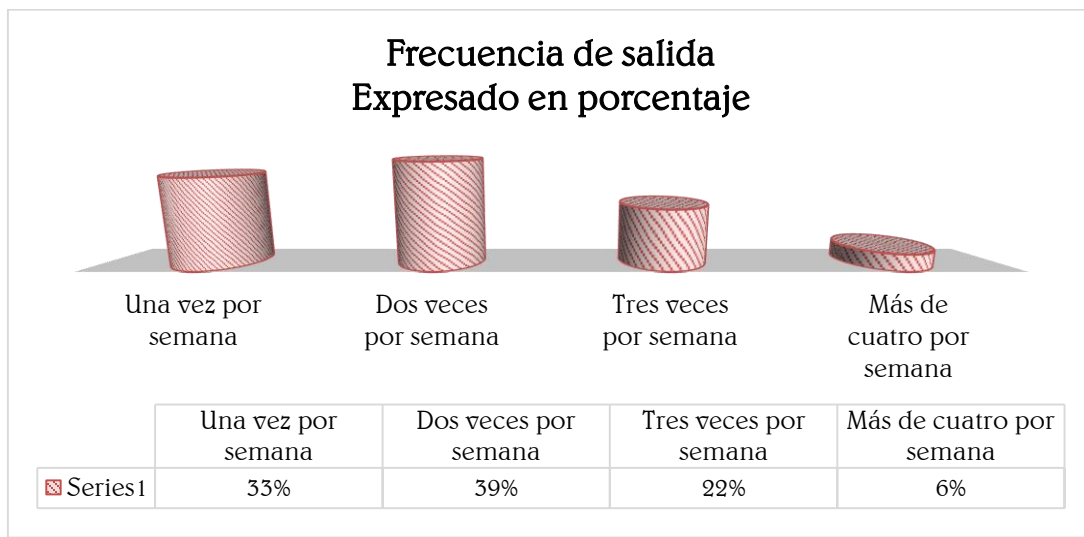


Figura 3. Frecuencia de Salida

Como se puede observar en la figura 3, la frecuencia de salida de personas en la semana es variada, pero todos estos resultados son favorables y brindan una gran oportunidad para el desarrollo del negocio.

- ¿Qué cantidad gasta cuando sale a divertirse?

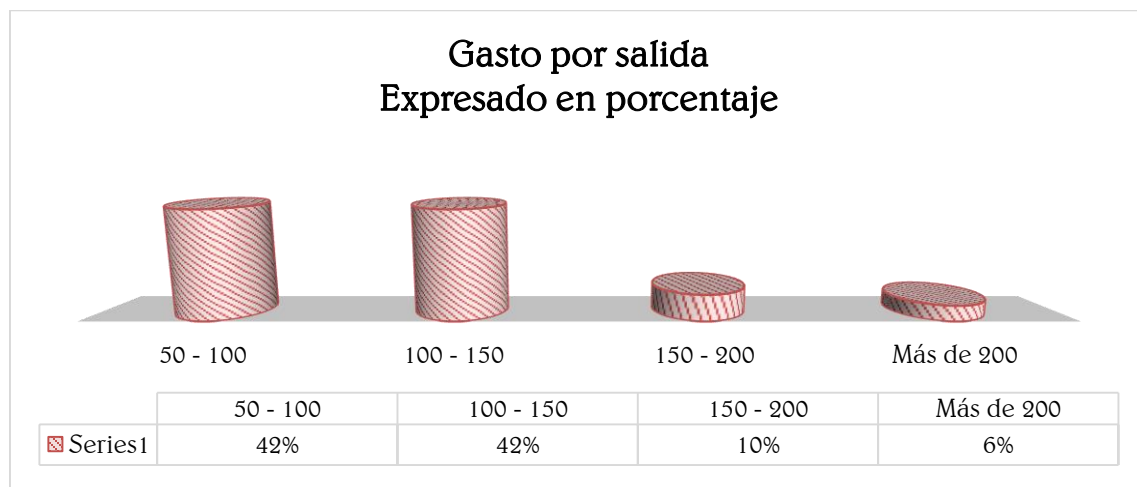


Figura 4. Gasto por Salida

Como se puede observar en la figura 4, el 42% de las personas afirma que gastan entre 50 y 150 soles. Lo cual genera una oportunidad de proyección de

ingresos en el mercado en el que se está incurriendo, pues se sabe cuánto sería el ingreso estimado por persona que entra en el centro de Multiservicios.

También se puede mencionar que la discriminación de precios, tendría un origen basado en los gustos y preferencias del consumidor, estando relacionado este aspecto con el concepto del valor y la disposición a pagar. Es decir, el valor que cada cliente atribuye a un mismo producto varía, lo cual impacta cuánto está dispuesto a pagar. En lenguaje económico, algunos clientes son de “alta elasticidad” mientras que otros son de “baja elasticidad”. Los primeros son aquellos cuya respuesta al cambio del precio de un producto será significativa, mientras que los segundos serán clientes cuya demanda por un producto sufrirá poco o ningún cambio por la variación del precio. (Cosio, 2012)

- ¿Dispone de días a la semana para salir a divertirse?

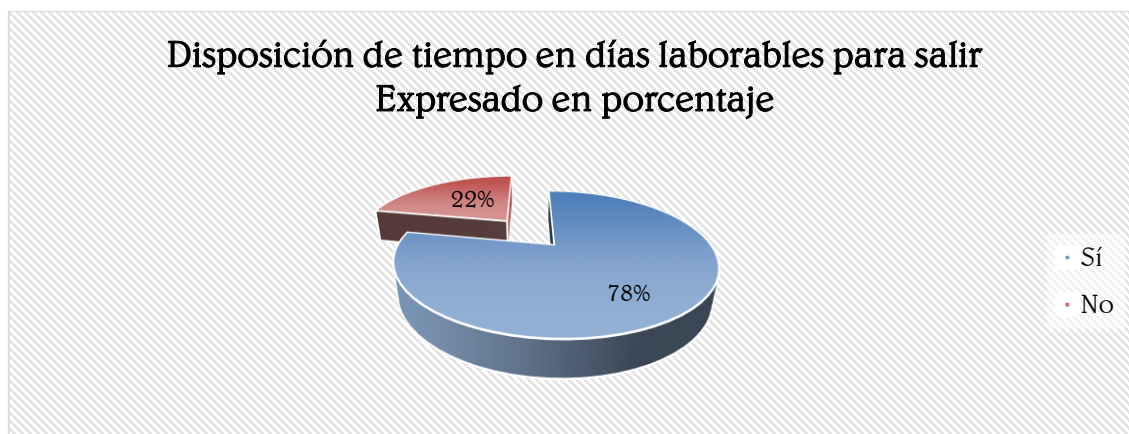


Figura 5. Disposición de tiempo en días laborables para salir

Como se puede observar en la figura 5, el 78% de las personas afirmó de disponer de días a la semana para asistir a un Centro de Entretenimiento. En la pregunta anexada a ésta, para conocer cuáles serían los días disponibles, las personas afirmaron que son: lunes, martes, jueves, viernes y sábado. Para esto se

tomó en cuenta el día sábado como día laborable, obteniéndose de esta manera un resultado favorable para el desarrollo del negocio, pues se estima que existiría demanda en días laborables.

- ¿Con quienes, normalmente, sale a divertirse?

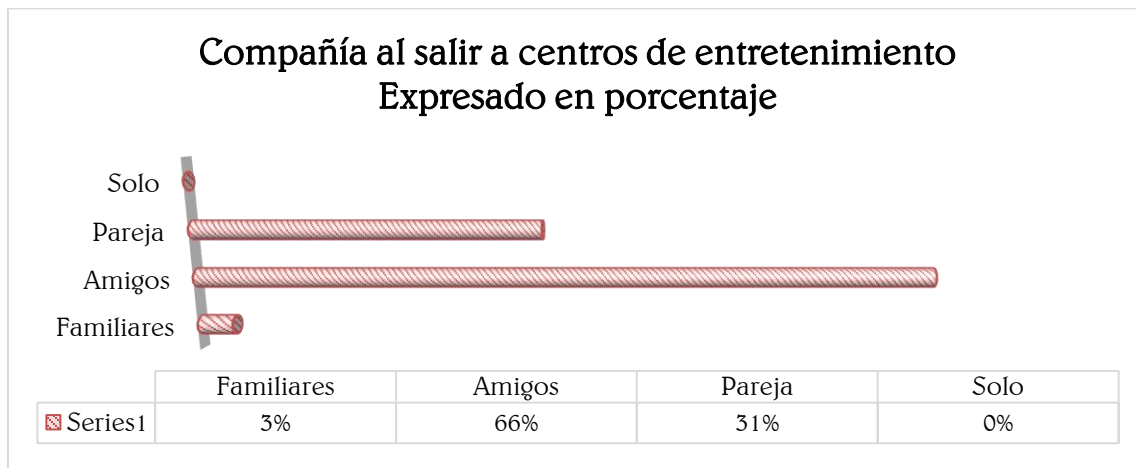


Figura 6. Compañía al salir a Centros de Entretenimiento

Como se puede observar en figura 6, el 66% de las personas suele salir con un grupo de amigos y un significativo 31% prefiere salir con su pareja, por lo que el consumo que se realice no será un consumo unitario, sino más bien mínimo un grupo de dos personas, representando un mayor porcentaje de ingresos.

- ¿Cuánto pagaría máximo por acudir a un Centro de Multiservicios de Entretenimiento?

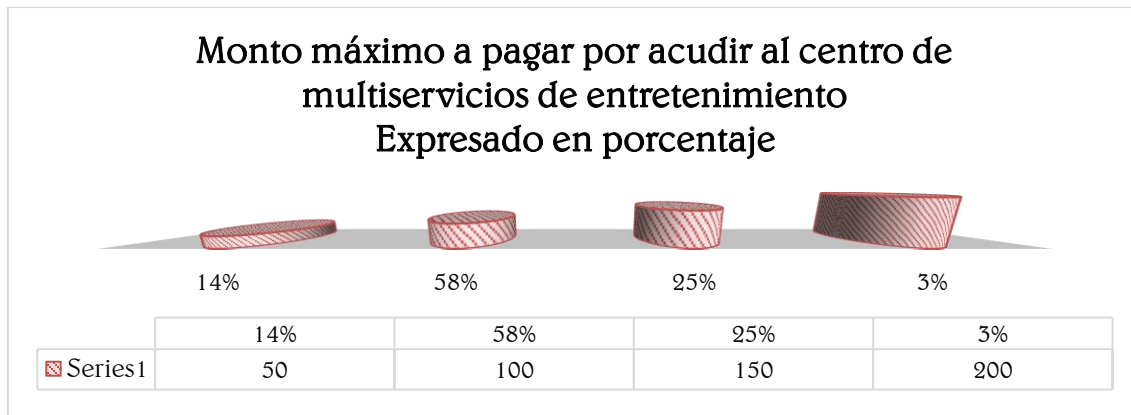


Figura 7. Monto máximo a pagar por acudir al Centro de Entretenimiento

Como se puede observar en la figura 7, el 58% de las personas afirmaron que pagarían un máximo de hasta 100 soles por acudir a un Centro Multiservicios de Entretenimiento, lo que se muestra como una ventaja u oportunidad debido a que es una cantidad generosa para el negocio y que las personas tienen disposición a pagar para acudir al mismo.

- ¿Qué temática preferirías que posea un Centro de Entretenimiento?

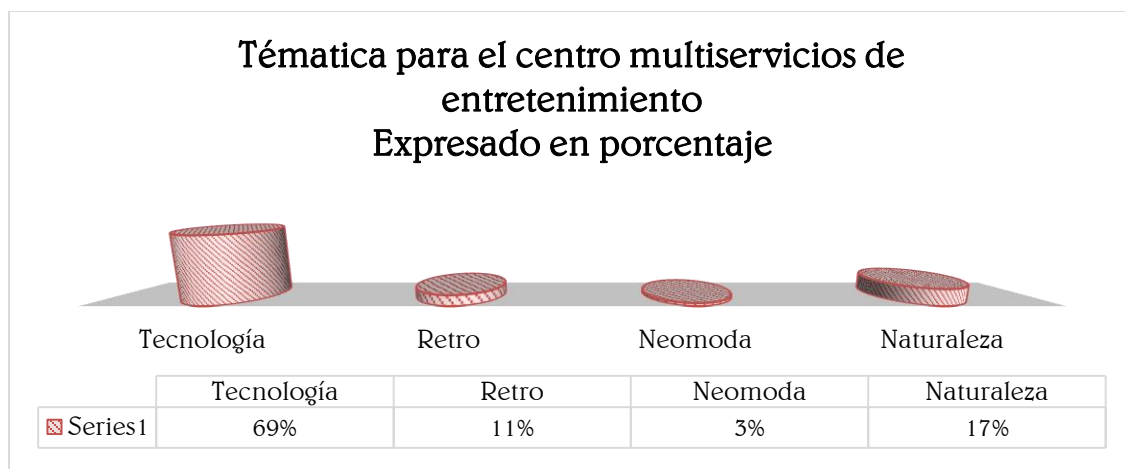


Figura 8. Temática preferida para un Centro de Entretenimiento

Como se puede observar en la figura 8, el 69% de las personas prefieren que posea una temática tecnológica, dicha temática es la más aceptada entre las otras propuestas para algunos ambientes del Centro de Multiservicios de Entretenimiento. Con la temática se espera atraer la atención de los clientes, siendo una publicidad dentro del negocio.

- ¿Cuál sería la perfecta ubicación para el Centro Multiservicios de Entretenimiento?

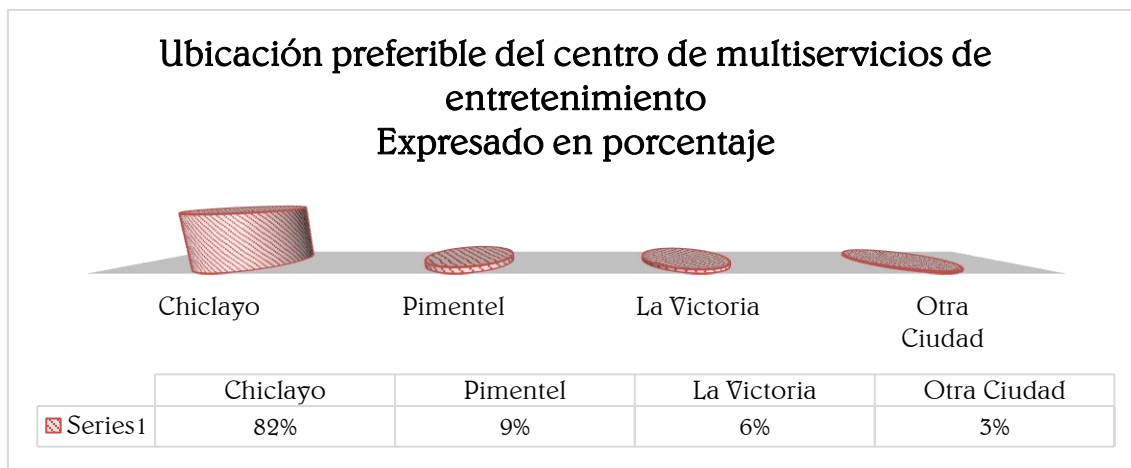


Figura 9. Ubicación preferible del Centro de Multiservicios de Entretenimiento

Como se puede observar en la figura 9, la ubicación preferible según las personas es Chiclayo con un 82%. Debido a que, de esta manera, tendría una ubicación céntrica a la que la mayoría de los ciudadanos podría acudir, dando el beneficio de obtener una mayor cantidad de posibles clientes en la zona.

4.2. Viabilidad de Mercado

4.2.1. Estrategia Comercial

4.2.1.1. Servicio

- **Discoteca:** En la discoteca se podrá disfrutar de un espectáculo totalmente novedoso, garantizando así una experiencia inolvidable en cada una de sus visitas. Entre las características que diferencia a este servicio se tiene: ofrecimiento de bebidas nacionales e importadas, además de piqueos y snacks preparados en el momento y con insumos de la mejor calidad, además cada noche se ofrecerá un espectáculo totalmente novedoso en los que se apreciarán gogos como la mujer de plata, sancos, malabaristas, hombres robot; también habrán conciertos en vivo y concursos.
- **Karaoke:** En el karaoke la diferenciación será que cada mesa deberá interpretar al menos una canción, ya que se empleará el método de encendido y apagado aleatorio de cada foto sobre las mesas y en la que se detenga deberá cantar, además se premiarán las mejores interpretaciones con bebidas y piqueos gratis.
- **Billar:** El público podrá disfrutar de la mejor experiencia jugando.
- **Casino:** En el casino el público podrá disfrutar de una mayor variedad de juegos, debido a que se ofrecen distintas modalidades.
- **Bar:** La principal característica diferencial en el bar es que se contará con sofás en lugar de los típicos bancos y sillas, es decir será un sofá bar.
- **Restaurante:** Platos a la carta o menú.

4.2.1.2. Plaza

Todos los servicios serán prestados de manera presencial, pero para mayor comodidad y rapidez se ofrecerán reservas virtuales y telefónicas de modo que el cliente puede disfrutar del servicio en cuanto llegue al local.

4.2.1.3. Precio

Los precios en cuanto a la prestación de los servicios variarán, pues existen algunos servicios como la discoteca y el karaoke, donde se cobrará por entrada, otros como el billar y el casino donde se cobrará por tiempo o modo de juego y otros como el bar y el restaurante donde se cobrará por consumo.

Además en todos los servicios se ofrece diversidad de bebidas y piqueos, por lo que en todos los casos se cobrará por consumo, de haberlo hecho.

Tabla 6

Ingreso por servicio

Servicio	Concepto de Ingreso	Monto
Discoteca	Entrada	S/. 10.00
Karaoke	Entrada	S/. 8.00
Billar	Hora	S/. 4.00
Casino	Máquina	S/. 5.00 – S/. 10.00
	Póker	S/. 70.00
	Póker Caribeño	S/. 20.00 – S/. 200.00
	Ruleta	

	*Color	S/. 20.00 – S/. 200.00
	*Docena	S/. 10.00 – S/. 200.00
	*Columna	S/. 10.00 – S/. 200.00
	*Pleno	S/. 5.00 – S/. 150.00
Bar	Consumo	_____
Restaurante	Consumo	_____

Los precios de las entradas en la discoteca y karaoke son de S/. 10.00 y S/. 8.00 respectivamente. Estos son los únicos servicios con pago por concepto de entrada.

Respecto al servicio de Billar, este se cobrará por hora de juego. En el casino el precio depende del juego: máquinas, póker, póker caribeño y en la ruleta en todas sus dimensiones. Finalmente, en el bar y restaurante el precio estará dado por el monto de consumo.

Tabla 7

Carta de bebidas preparadas

Bebidas		
SIN ALCOHOL		
Agua mineral	S/. 5.00	
Gaseosas personales	S/. 5.00	
Néctar de Frutas	S/. 6.00	
Coca Cola Zero	S/. 6.00	
Red Bull	S/. 10.00	
CERVEZAS		
Pilsen	S/. 6.50	
Arequipeña	S/. 6.50	
Cusqueña	S/. 7.00	
Cusqueña Malta	S/. 8.00	

Bebidas		
Cusqueña Red Lager	S/. 8.00	
Peroni	S/. 12.00	
Miller	S/. 12.00	
Erdinger	S/. 18.00	
LICORES		
Anís Najar Verde/Rojo	S/. 9.00	
Vermouth	S/. 11.00	
Malibú	S/. 12.00	
Fernet	S/. 13.00	
Baileys	S/. 13.00	
Kahlúa	S/. 13.00	
Menta Verde	S/. 14.00	
Campari	S/. 14.00	
Amarula	S/. 14.00	
Sambuca	S/. 15.00	
Amaretto	S/. 17.00	
Drambule	S/. 22.00	
Cointreau	S/. 24.00	
GIN (AGUARDIENTE)	Copa	Botella
Beefeater	S/. 15.00	S/. 150.00
Bombay	S/. 15.00	S/. 150.00
TEQUILA	Copa	Botella
J.Cuervo Rubia/Blanco	S/. 13.00	S/. 120.00
Reposado 1800	S/. 20.00	S/. 190.00
VINOS Y ESPUMANTES	Copa	Botella
Vino Blanco	S/. 12.50	

Bebidas		
Vino Tinto	S/. 12.50	
Asti Riccaonna		S/. 95.00
Raventos		S/. 125.00
Foos Marai		S/. 174.00
VODKA	Copa	Botella
Smirnoff	S/. 11.00	S/. 100.00
Absolut	S/. 13.00	S/. 125.00
Skyy	S/. 13.00	S/. 120.00
Grey Goose	S/. 28.00	S/. 280.00
Belvedere	S/. 34.00	S/. 340.00
RON	Copa	Botella
Cuba Libre	S/. 10.00	
Cartavio - 5 años	S/. 10.00	S/. 100.00
Appleton Special	S/. 10.00	S/. 100.00
Bacardi Blanco	S/. 10.00	S/. 100.00
Flor de Caña - 5 años	S/. 12.00	S/. 110.00
Havana Club - 5 años	S/. 13.00	S/. 130.00
Matusalén - 7 años	S/. 13.00	S/. 130.00
Cartavio Solera - 12 años	S/. 14.00	S/. 140.00
Havana Club - 7 años	S/. 15.00	S/. 150.00
Cartavio XO	S/. 22.00	S/. 220.00
Zacapa Solera 23 años	S/. 26.00	S/. 260.00
WISKY	Copa	Botella
Ballantines	S/. 13.00	S/. 125.00
J.W. Red Labela	S/. 13.00	S/. 125.00
J & B	S/. 14.00	S/. 130.00

Bebidas		
J.W. Black Label	S/. 20.00	S/. 190.00
Chivas Rejal	S/. 22.00	S/. 200.00
Jack Daniel's	S/. 22.00	S/. 200.00
Old Parr	S/. 23.00	S/. 210.00
J.W. Doble Black	S/. 24.00	S/. 230.00
J.W. Swing	S/. 25.00	S/. 230.00
J.W. Green Label	S/. 28.00	S/. 280.00
J.W. Gold Label	S/. 45.00	S/. 420.00
J.W. Blue Label	S/. 95.00	S/. 900.00

Tabla 8

Carta de bebidas especiales

COCTELES VÍRGENES (SIN ALCOHOL)	
Costa Sur (jugo de naranja y piña, jarabe de granadilla, soda y limón)	S/. 11.00
Virgen Colada (piña, crema de coco y leche)	S/. 12.00
Cocomango (jugo de mango, crema de coco y leche)	S/. 12.00
Pussy Foot (jugo de naranja, crema de coco y jarabe de granadina)	S/. 12.00
SHOT'S	
Blow Job (Baileys y licor de menta)	S/. 14.00
Cucaracha (Kalúa y J.Cuervo)	S/. 15.00
B52 (Kalúa, Baileys y Cointreau)	S/. 16.50
COCTELES	
Caipirinha Clásica/ Maracuyá/ Fresa (cachaza, limón y azúcar)	S/. 15.00
Capitán (tacama, vermuth, amargo de angostura)	S/. 16.00

Mojito Clásica/ Maracuyá/ Fresa (Bacardi, agua con gas, zumo de limón, azúcar, hierba buena)	S/. 16.00
Laguna Azul (Smirnoff, curacao azul, agua con gas, jugo de piña)	S/. 16.00
Black Russian (Smirnoff, kahlúa)	S/. 16.00
White Russian (Smirnoff, kahlúa, leche)	S/. 16.00
Sex on the Beach (Smirnoff, licor de durazno, jugo de cranberry, jugo de naranja)	S/. 16.00
Daiquiri (Limón, fresa, durazno, frambuesa, bacardi, triple sec y jarabe de goma)	S/. 16.00
Piña Colada (Bacardi, leche, crema de coco, jugo de piña)	S/. 16.00
Cholo lindo (Tacama, Ballantines finest, anís najar y jugo de naranja)	S/. 16.00
Malibú margarita (Clásica, blue, fresa. José Cuervo, TRIPLE SEC Y ZUMBO DE LIMON)	S/. 16.50
Margarita (clásica, blue, fresa. José Cuervo, triple sec y zumo de limón)	S/. 16.50
Dry Martini (Bombay y Vermouth Dry)	S/. 17.00
Apple Martini(Smirnoff, licor de manzana y cointreau)	S/. 17.00
Tequila Sunrise (José cuervo, jarabe de granadina y jugo de naranja)	S/. 17.00
Wild Woman(Malibú, Bombay, jugo de piña)	S/. 17.00
Cosmopolitan (Smirnoff, cointreau, jarabe de cranberry y limón)	S/. 17.50
Eye of the Tiger (solera, Malibú, jugo de cranberry, zumo de limón, jugo de naranja y jarabe de goma)	S/. 17.50
Good Father (Ballantines, amaretto)	S/. 17.50
Amaretto Sour (Amaretto, jarabe de Goma, Zumo de Limón y Amargo de Angostura)	S/. 18.00
Tom Collin's (Bombay, Jarabe de Goma, Limón y Agua con Gas)	S/. 18.00

Mai Tai (Solera, Amaretto, Jarabe de Granadina, Jugo de Piña y Jugo de Naranja)	S/. 18.00
Perfect Kiss (Baileys, Kahlúa, Leche y Crema de Coco)	S/. 18.00
Orgasmo (Kahlúa, Baileys y Amaretto)	S/. 19.00
Long Island Ice Tea (Smirnoff, Bacardi, Bombay, José Cuervo, Triple Sec, Limón, Cola y Jarabe de Goma)	S/. 20.00
Manhattan (Jack Daniel's, Vermouth y Amargo de Angostura)	S/. 20.00
Rusty Nail (Whisky y Drambuie)	S/. 21.50
Perfect Love (Baileys, Kahlúa, Smirnoff, Fresa Natural, Leche y Crema de Coco)	S/. 21.50
SOURS	
Pisco Sour Clásico (Demonio de los Andes, Jarabe de Goma, Zumo de Limón, Clara de Huevo y Amargo de Angostura)	S/. 15.50
Maracuya Sour (Demonio de los Andes, Limón, Syrup, Fresa Natural y Clara de Huevo)	S/. 16.50
Fresa Sour (Demonio de los Andes, Limón, Syrup, Fresa Natural y Clara de Huevo)	S/. 16.50
Mora Sour (Demonio de los Andes, Syrup, Mora y Clara de Huevo)	S/. 16.50
Frambuesa Sour (Demonio de los Andes, Syrup, Frambuesa Natural y Clara de Huevo)	S/. 16.50
CHILCANOS	
Chilcanos de Granadilla (Pisco de la Casa, J. de Granadilla, Zumo de Limón, Amargo de Angostura y Ginger Ale.)	S/. 14.50
Chilcano de Tumbo (Pisco de la casa, Tamiz de Tumbo, Zuma de Limón, J. de Goma, A. de Angostura y Ginger Ale.)	S/. 14.50

Chilcano de Frambuesas (Pisco de la Casa, Frambuesa Natural, Zuma de Limón, A. de Angostura y Ginger Ale.)	S/. 15.50
--	-----------

Tabla 9

Carta de alimentos - Piqueos

PIQUEOS	
Brochetines de 3 (1 Brocheta de Lomo Fino, 2 Brochetas de Pollo, con papas Fritas y Salsa Tartara)	S/. 19.00
Tequeños y Guacamole (Tequeños Relleno, Servidos con Salsa Guacamole, 3 a 4 personas)	S/. 19.00
Tequeños Vegetarianos (Tres Pimientos (Verde, Rojo y Amarillo), Zuquini Zanahoria, Queso Paria y Aceite de Oliva) 3 a 4 personas	S/. 19.00
Brochetas Vegetarianas (6 brochetines, 3 pimientos, zuquini, verengena, huevos de codornis, aliño de ajo, acompañado con pan campesino al grill y salsa guacamole 2 a 3 personas)	S/. 19.00
Deditos de pollo (trozos de pollo acompañados con papas al orégano y salsa honey o salsa pepper) 2 - 3 personas	S/. 25.50
Hot Wings (alitas de pollo picante acompañado con papas fritas) 2 - 3 personas	S/. 25.50
Buffalo Wings (alitas de pollo bañadas en salsa agridulce y picantina, con papas fritas y salsa tartara) 2 - 3 personas	S/. 26.00
Champiñones al ajillo (salteados de ajo, al aceite de oliva y perejil, con un toque de vino blanco) 2 - 3 personas	S/. 26.00
Brochetines de 6 (3 brochetas de lomo fino, 3 brochetitas de pollo, papas fritas y salsa tartara o pepper) 4 - 5 personas	S/. 34.00

En la tabla 9, se muestran los alimentos que se ofrecerán en el karaoke, bar y billar.

Tabla 10
Carta de alimentos

SANDWICHES			
Mixto (jamón y queso)	S/. 9.00		
Pollo (pollo, lechuga y salsa tártara)	S/. 10.00		
Hamburguesa (hamburguesa, mozzarella, lechuga y tomate en rodajas)	S/. 12.00		
Lomo (lomo fino, lechuga y tomate)	S/. 16.00		
Tropical (pollo a la plancha, mozzarella, piña)	S/. 16.00		
PIZZAS	Personal	Mediana	Grande
Margarita (salsa de tomate, mozzarella, tomate y albahaca)	S/. 12.00	S/. 17.50	S/. 22.00
Americana (salsa de tomate, mozzarella y jamón inglés)	S/. 13.00	S/. 18.50	S/. 24.00
Francesa (salsa de tomate, mozzarella, champiñones y cebolla)	S/. 14.00	S/. 20.50	S/. 26.00
Hawaiana (salsa de tomate, mozzarella, jamón inglés, piña y durazno)	S/. 14.00	S/. 20.50	S/. 26.00
Chacarera (salsa de tomate, mozzarella, carne molida, tocino, champiñones y piñones)	S/. 16.00	S/. 23.50	S/. 30.00
Vegetariana (salsa de tomate, mozzarella, champiñones, Suzuki, alcachofas, pimientos)	S/. 16.00	S/. 23.50	S/. 30.00
Chicken (salsa de tomate, mozzarella, pollo)	S/. 16.00	S/. 23.50	S/. 30.00
Cuatro estaciones (salsa de tomate, mozzarella, champiñones, alcachofas, jamón inglés y aceitunas verdes)	S/. 16.00	S/. 23.50	S/. 30.00

Salame (salsa de tomate, mozzarella, salame)	S/. 16.00	S/. 23.50	S/. 30.00
Atún (salsa de tomate, mozzarella, atún y cebolla)	S/. 17.00	S/. 24.50	S/. 32.00
Napolitana (salsa de tomate, mozzarella, anchoas)	S/. 17.00	S/. 24.50	S/. 32.00
Peperoni (salsa de tomate, mozzarella, peperoni)	S/. 18.00	S/. 25.50	S/. 34.00
New York (salsa de tomate, mozzarella, salame, jamón inglés, cebolla y pimientos)	S/. 19.00	S/. 26.50	S/. 35.00
Mexicana (salsa de tomate, mozzarella, chorizo, pimientos, peperoni, y páprika picante)	S/. 19.00	S/. 26.50	S/. 35.00
Española (salsa de tomate, mozzarella, chorizo, aceituna negra y pimientos)	S/. 19.00	S/. 26.50	S/. 35.00
Súper vegetariana (salsa de tomate, mozzarella, albahaca, sukini, aceituna, champiñones, alcachofa, espárragos y espinacas)	S/. 19.00	S/. 26.50	S/. 35.00
Caprichosa (salsa de tomate, mozzarella, champiñones, jamón inglés, chorizo, tocino y salame)	S/. 21.00	S/. 29.50	S/. 38.00
GUARNICIONES			
Salsa tártara	S/. 4.00		
Adicional de papas fritas	S/. 4.00		
Salsa pepper	S/. 4.50		
Porción de papas fritas	S/. 7.00		

4.2.1.4. Proceso

Cada proceso específico parte de uno general, que es el siguiente:

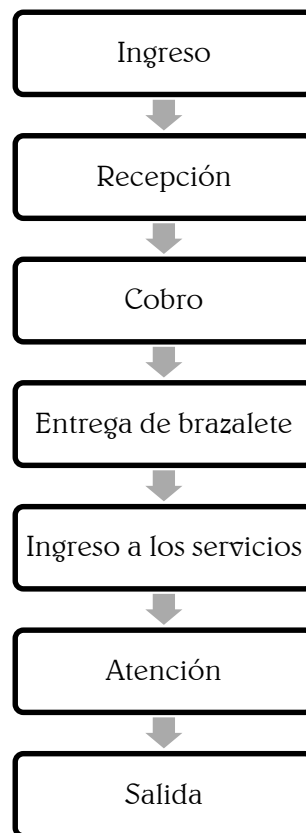


Figura 10. Proceso General de Atención

4.2.1.5. Physical

Como un diferencial extra y como parte del entorno cada uno de los ambientes de los servicios tendrá una decoración única pensada especialmente para complementar la vivencia de la experiencia ofrecida.

- Discoteca



Figura 11. Discoteca

- Karaoke



Figura 12. Karaoke

- Billar



Figura 13. Billar

- Casino



Figura 14. Casino

- Bar



Figura 15. Bar

- Restaurante



Figura 16. Restaurante

4.2.1.6. Personal

Cada uno de los trabajadores será contratado previa comprobación de sus competencias tanto técnicas como personales, además se les darán capacitaciones continuas y entrenamiento periódico con la finalidad de mejorar su rendimiento y sobre todo su trato con los clientes, pues serán los colaboradores los que proyecten la imagen corporativa ante ellos.

4.2.1.7. Productividad

Contar con la mejor tecnología para la prestación de cada uno de los servicios, facilita el logro de la mejora de la productividad, además la tecnología permite aumentar la calidad en cuanto a la prestación de los servicios.

4.2.1.8. Promoción

- Utilizar anuncios en diferentes diarios, en los cuales se dará a conocer la noticia de la inauguración y además se promocionen los servicios que se prestarán.
- Utilizar puntos visuales que se encuentren ubicados en establecimientos relacionados con los servicios.
- Contar con una página web interactiva en donde se especifiquen las características de cada uno de los servicios, como también los precios y las cartas. Además por medio de la página se podrán hacer reservaciones y participar de eventos.

- Brindar descuentos a clientes frecuentes en ciertos servicios y ofrecer promociones que fidelicen a los clientes.
- Hacer alianzas estratégicas con empresas de telefonía móvil para que cuando el cliente compre sus equipos de gama alta, se les regales dos entradas de color negro brillante.

4.2.1.9. Estrategias de Comercialización

- Canales de Distribución: La distribución del servicio se realiza en el mismo local donde se ubica el servicio, por lo que es el principal y único canal de distribución que posee la empresa.

- Flujo grama de Comercialización

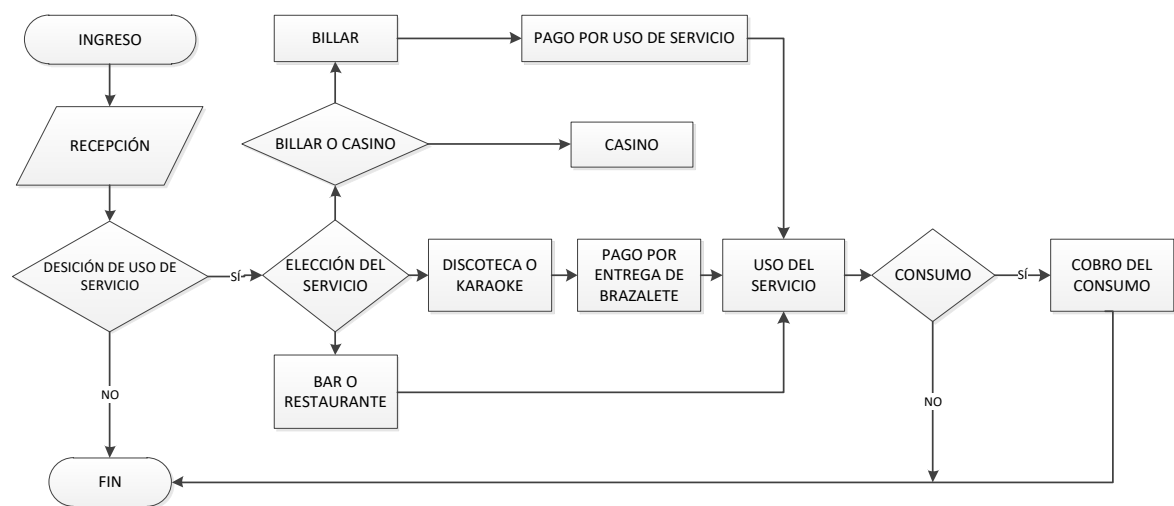
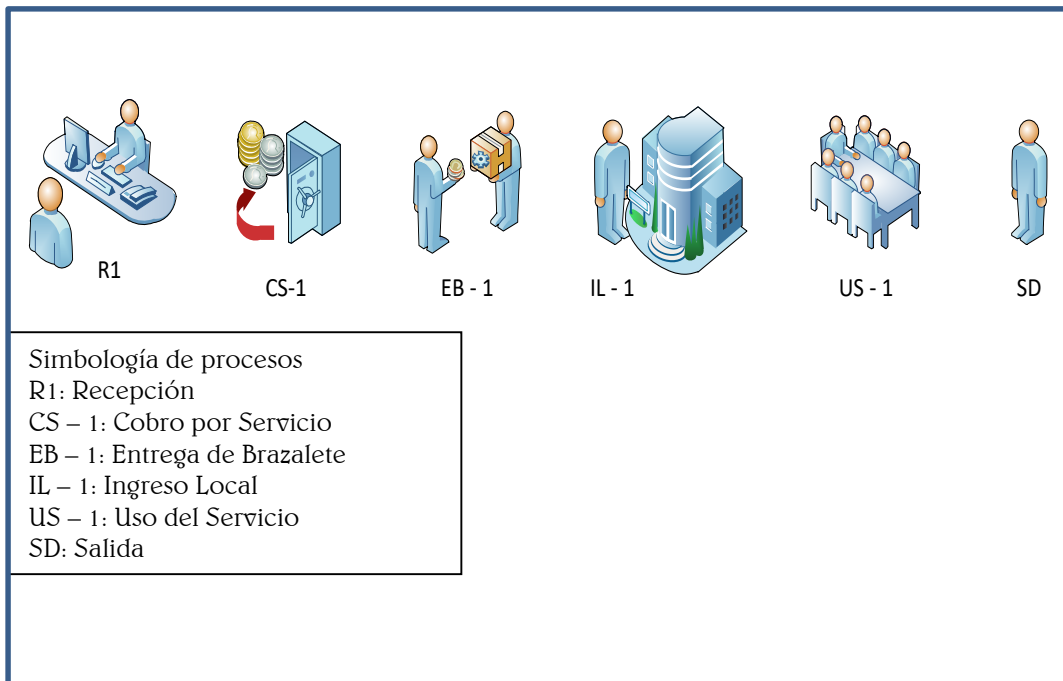


Figura 17. Diagrama de Flujo de Atención



4.2.2. Análisis de Demanda y Oferta

4.2.2.1. Análisis de la Demanda

- Identificación del Mercado Objetivo

El mercado objetivo en el cual el proyecto se centrará es en un público que busque servicios de entretenimiento u ocio, entonces el mercado que realmente importa son personas que puedan hacer uso de las instalaciones, jóvenes y adultos que no se encuentran satisfechos con los centros de entretenimiento existentes y buscan un lugar en el que puedan sentirse cómodos y completamente satisfechos.

Por lo que para evaluar el mercado objetivo se considerará dos aspectos: el número de pobladores en edad de trabajar y los ingresos propios.

Haciendo una comparación de entre los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz y Pimentel se puede deducir que el distrito en el que se debe centrar es Chiclayo pues de los aspectos que se analizó para determinar el mercado objetivo es el que mejor cumple con los requisitos señalados.

- Características del Consumidor

- Una característica que deben cumplir los consumidores que acudirán a las instalaciones es la de percibir ingresos, ser personas que tengan una capacidad de consumo mayor al de lo habitual.
- Además de ser personas que les gusten la calidad tanto de los servicios como de la atención que se les ofrece.
- También deben ser personas que les guste estar rodeado de muchas personas, esto se refiere a que al lugar a donde vaya transporte un número importante de personas para realizar las mismas actividades.
- Y la principal característica que deben cumplir es ser personas cuyo tiempo para actividades de diversión no sea muy limitado en los días laborales.

- Segmentación de Mercado

Considerando que el Centro de Multiservicios está orientado a personas que disponen de tiempo para realizar actividades de recreación en días laborables, estará dirigido a las personas que crucen una edad de 23 a 40 años, que residan en el distrito de Chiclayo. Además de ser personas que tengan la posibilidad de

responder ante los precios de los servicios ofrecidos ya que estará dirigido a una población activamente laboral.

- Criterios de Segmentación

- Primer Criterio: personas que viven en la provincia de Chiclayo y tienen entre 23 y 40 años de edad.

Tabla 11

Provincia / distrito por edad

PROVINCIA / DISTRITO	23-24	25-29	30-34	35-40
CHICLAYO	27943	24634	21794	20594
CHONGOYAPE	1370	1346	1288	1335
ETEN	823	764	728	673
ETEN PUERTO	165	147	127	153
JOSE LEONARDO ORTIZ	19571	17675	15147	13450
LA VICTORIA	8193	7994	7266	6684
LAGUNAS	770	880	747	622
MONSEFU	2722	2463	2262	2274
NUEVA ARICA	145	155	163	176
OYOTUN	635	704	699	784
PICSI	904	992	902	812
PIMENTEL	3888	3576	3159	3134
REQUE	1237	1126	979	1084
SANTA ROSA	1186	1092	900	758
SAÑA	873	882	765	855
CAYALTI	1111	1013	1042	1091
PATAPO	1794	1873	1739	1642
POMALCA	2094	1976	1739	1876
PUCALA	576	588	586	706
TUMAN	2367	2449	2298	2273
			Total	276002

Fuente: Ministerio de Salud

Como se observa en el tabla anterior se identificó a las personas que cumplen con los requisitos de segmentación, es decir que están entre el rango de edad y que pertenecen a la ciudad de Chiclayo.

Además se especificó, para delimitar más la segmentación, que los mercados hacia los cuales se enfocaría sería los que se encuentran en la provincia de Chiclayo, La Victoria y Pimentel, contando con un total de 195,648.

Personas entre 23 y 40 años residentes en Chiclayo – zona urbana en el periodo 2013, que pertenezcan a los niveles socioeconómicos A, B y C. Según la información proporcionada por la Asociación Peruana de Empresas de Investigación acerca de un estudio realizado por IBOPE Media, el porcentaje de la población chiclayana que pertenece a los niveles socioeconómicos A, B y C es del 12%.

$$\text{Universo} = 23477$$

Personas entre los 23 y 40 años, que pertenezcan a los niveles socioeconómicos A, B y C que residan en las zonas urbanas de la provincia de Chiclayo.

4.2.2.2. Análisis de la Oferta

- Servicios Sustitutos

En cuanto a servicios sustitutos se encuentran las empresas que ofrecen servicios que podrían sustituir el servicio que se brindará, el servicio de entretenimiento. Es conveniente identificar qué empresas podrían ofrecer un

servicio que sustituya, como lo hacen las discotecas, bares, casinos y algunos centros donde se ofrece el servicio de karaoke.

Resulta conveniente determinar las empresas que ofrecen servicios sustitutos a los de la empresa para poder evaluarlas de manera que se conozca a qué segmento dichas empresas se están enfocando, analizar cuáles son las estrategias que éstas realizan, analizar sus fortalezas y debilidades y con ello establecer estrategias propias para poder realizar una penetración exitosa en el mercado, además de tener una mayor competitividad en el mismo.

Las empresas que poseen productos sustitutos a los de la empresa son:

- Rustica: Karaoke, bar y discoteca.
- Magno: Discoteca y bar.
- Night: Discoteca y bar.
- Premium: Discoteca y bar.
- Win Meier: Casino y bar.
- Club Árabe: Restaurante.
- El Hebrón: Restaurante.

Estas empresas son las más conocidas en Chiclayo que brindan un servicio sustituible al del Centro de Multiservicios, ya que sus servicios son desde discotecas y bares hasta casinos y más.

- Competidores Indirectos

En cuanto a los competidores indirectos, guarda una relación similar con aquellas empresas que pueden establecer competencia para el Centro de

Multiservicios. Estas empresas, como ya han sido mencionadas en el punto anterior, ofrecen servicios iguales o similares a la de la empresa, por ejemplo los salones de juegos, las máquinas tragamonedas, las piscinas con restaurante, etc.

- Competidores Directos

En la ciudad de Chiclayo no existe un Centro de Multiservicios igual que se planea realizar, es por ello que no se determina a alguna empresa que pueda competir directamente con esta.

- Identificación de la Demanda

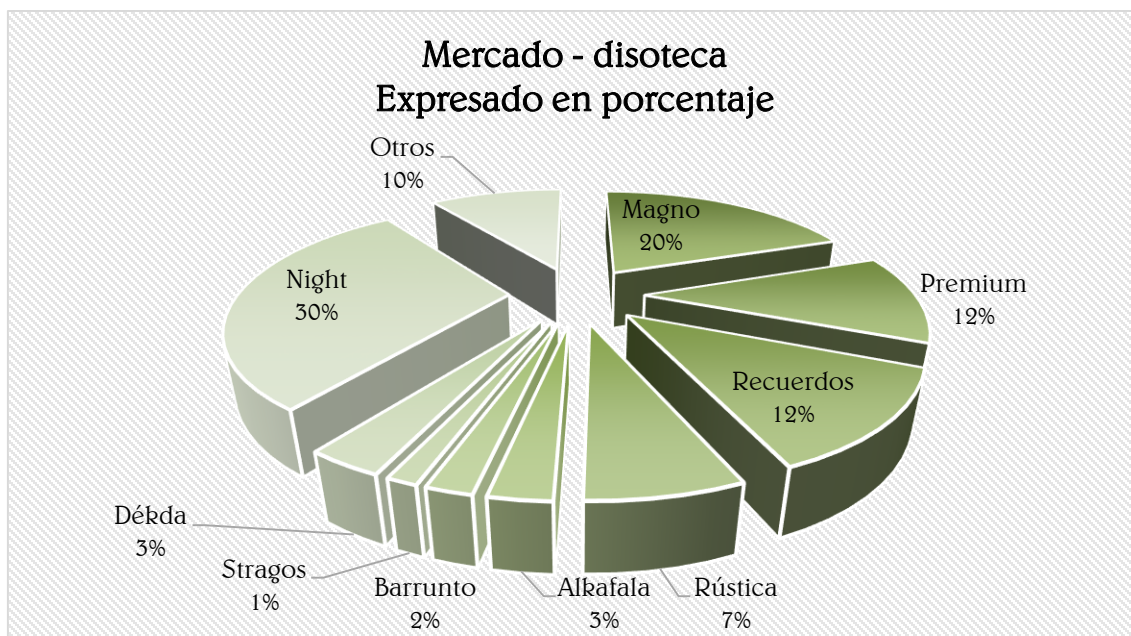


Figura 18. Mercado de Discotecas

Como se puede observar la demanda en cuanto a discotecas está moderadamente dominada por la discoteca Night, cuya participación de mercado es del 35%. Mientras que de Magno, Premium es de 22%, 14% y otras discotecas que no pasan el 15%. Cabe señalar que dentro de "Otros" refiere a las diversas discotecas como Recuerdos, Alkafala, Barrunto, Stragos y Rústica son discotecas que tienen atención exclusiva o comparten su actividad con otros servicios.

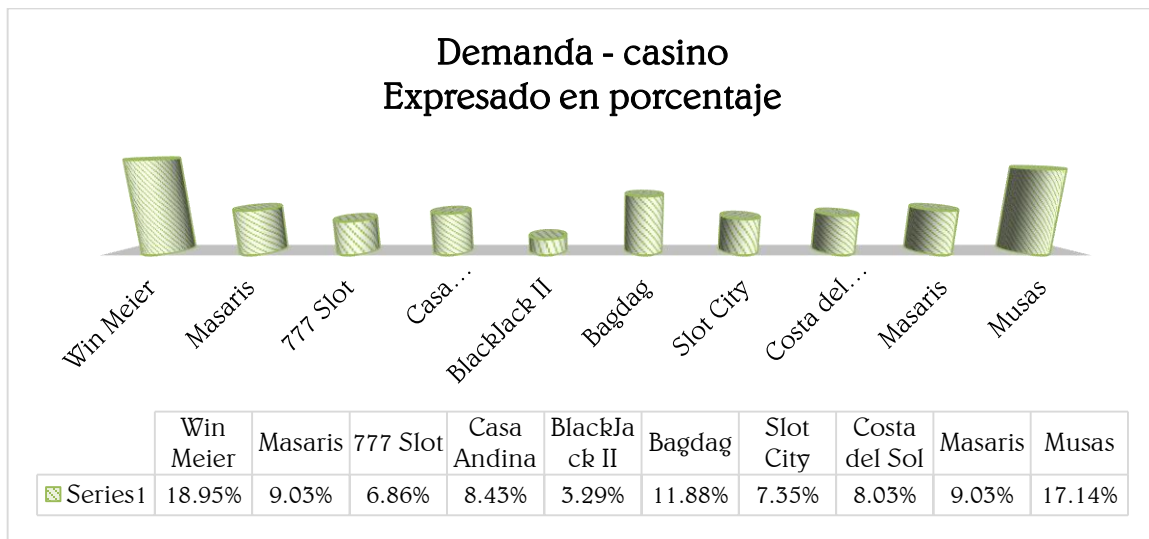


Figura 19. Mercado de Casinos

En cuanto al mercado de Casinos, este es un mercado muy concurrido y reconocido en la actualidad, debido a que representa gran cantidad de ingresos por atraer a todo tipo de personas por el vicio de probar su suerte, arriesgar y ganar.

Como se puede observar los casinos que tienen mayor participación en este mercado son el Win Meier con 20.83% y Las Musas con 18.84%. Por lo que se enfocará en analizar sus estrategias y tácticas con el fin de ganar mayor participación en este mercado también.

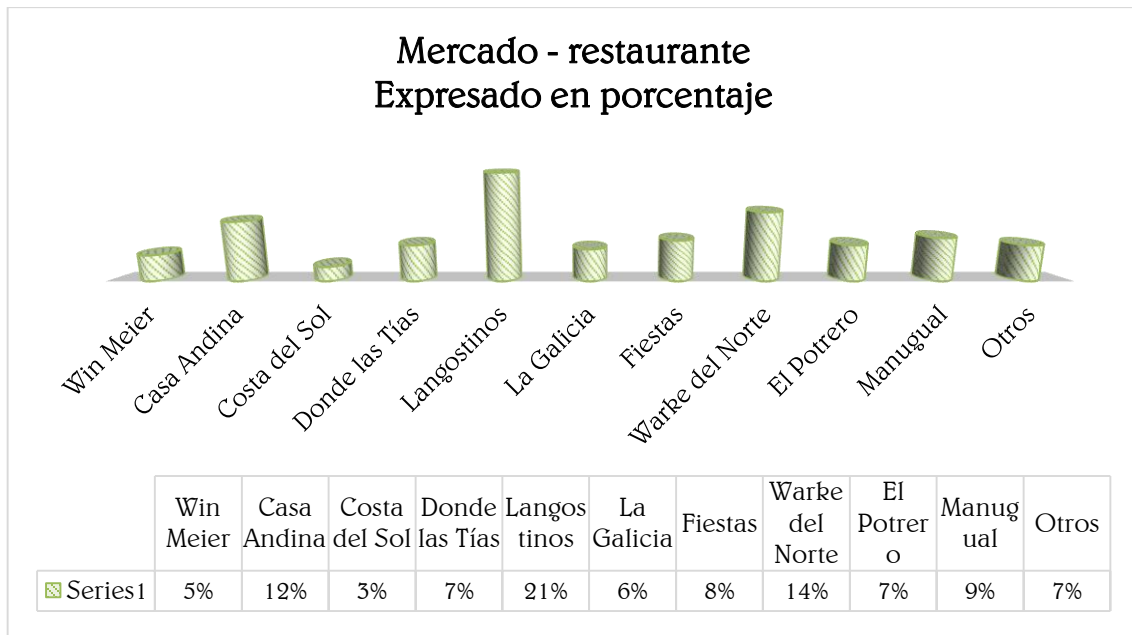


Figura 20. Mercado de Restaurante

Este es otro mercado con fácil acceso y gran cantidad de participantes, debido a que en este tipo de mercado se busca satisfacer una de las necesidades básicas de las personas por lo que posee gran demanda.

Como se puede observar el restaurante Langostinos es el que posee mayor participación en este tipo de mercado, siendo esta 23%. Cabe resaltar que esta empresa se dedica como rubro o giro de negocio a brindar un solo servicio, al contrario de lo que el proyecto abarcará.

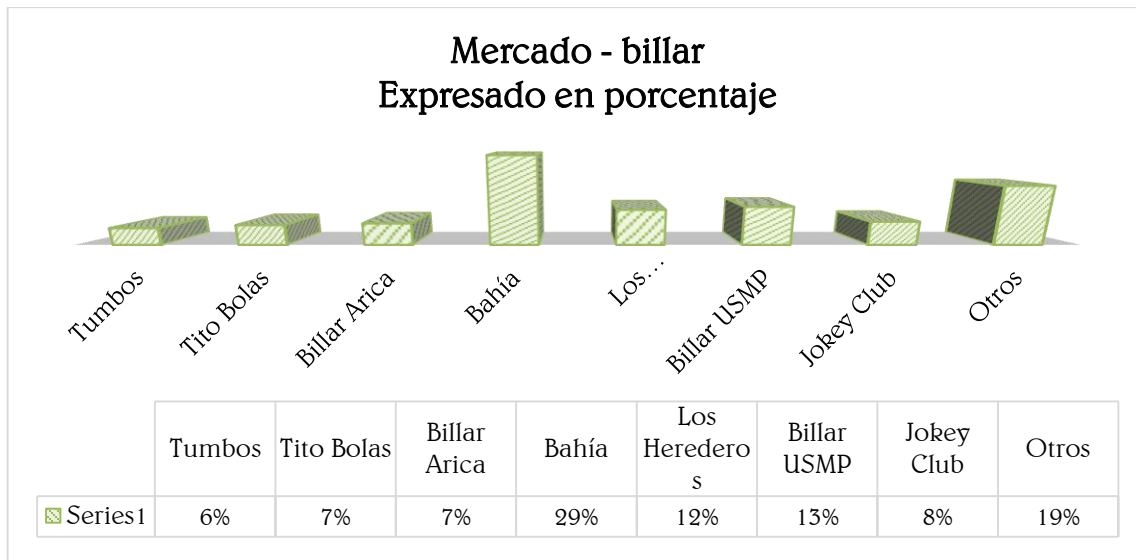


Figura 21. Mercado Billar

En cuanto al mercado de billar, es un mercado muy difícil y complejo de acceder, pero la rentabilidad que éste ofrece es impresionante. Además, es un mercado que posee muy pocos consumidores finales. El porcentaje de participación más alto es de Billar Arica con un 37% del total, pero cabe resaltar que el aforo de los billares no suele pasar de las 50 personas, por lo que su gama de clientes es muy reducida.

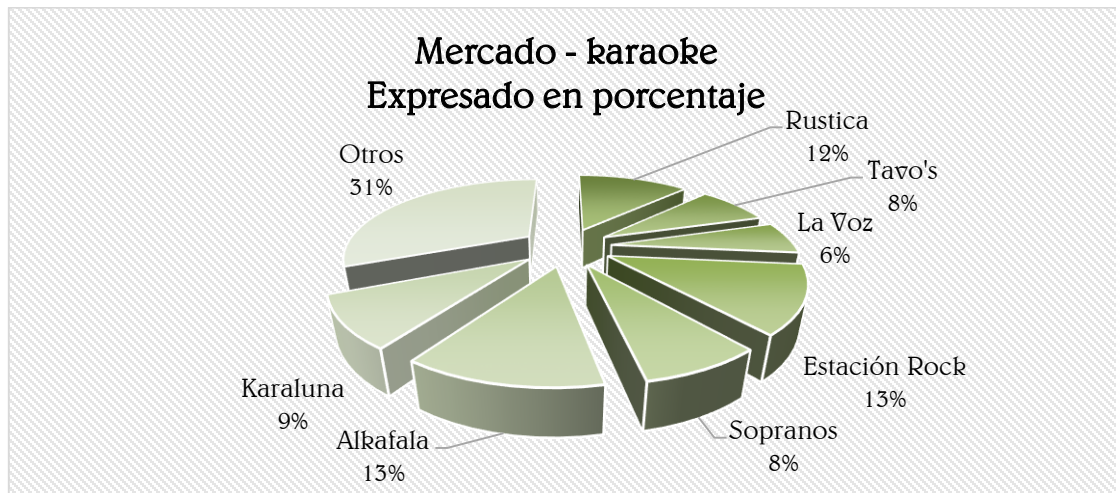


Figura 22. Mercado Karaoke

El mercado de Karaoques en Chiclayo, es muy demandado pero muy poco incurrido por lo que a simple vista parece ser un mercado prometedor. Los karaokes más predominantes en este mercado son Alkafala y Estación Rock, cuya participación de mercado es de 21% para ambos. Continuando la lista se presenta Rústica con un porcentaje de participación de 20%. Se ha investigado que las personas suelen buscar, mayormente por ofrecer un poco más de seriedad y diferenciación, los karaokes como medio de entretenimiento.

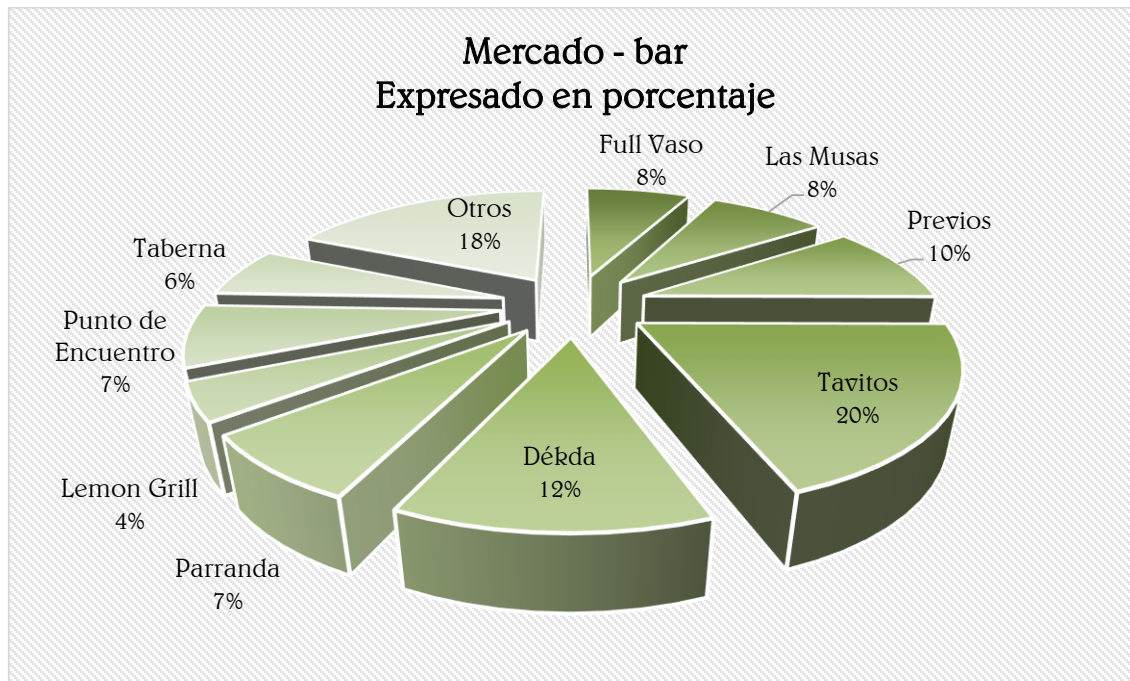


Figura 23. Mercado Bar

El mercado de bares es un mercado competitivo, ya que satisface la necesidad básica de vicio que poseen las personas en la actualidad. En este caso Tavitos es la empresa, perteneciente al sector, que posee mayor participación de mercado, siendo esta 28% y contando con una capacidad de 160 personas como aforo. Mientras que los demás participantes en este sector no pasan el 15% de participación.

- Identificación de la Oferta

La oferta del mercado está determinada por el porcentaje del mismo que se va abarcar, detallándose estos luego en cada figura. De la misma manera en la que se detallan a continuación algunos servicios:

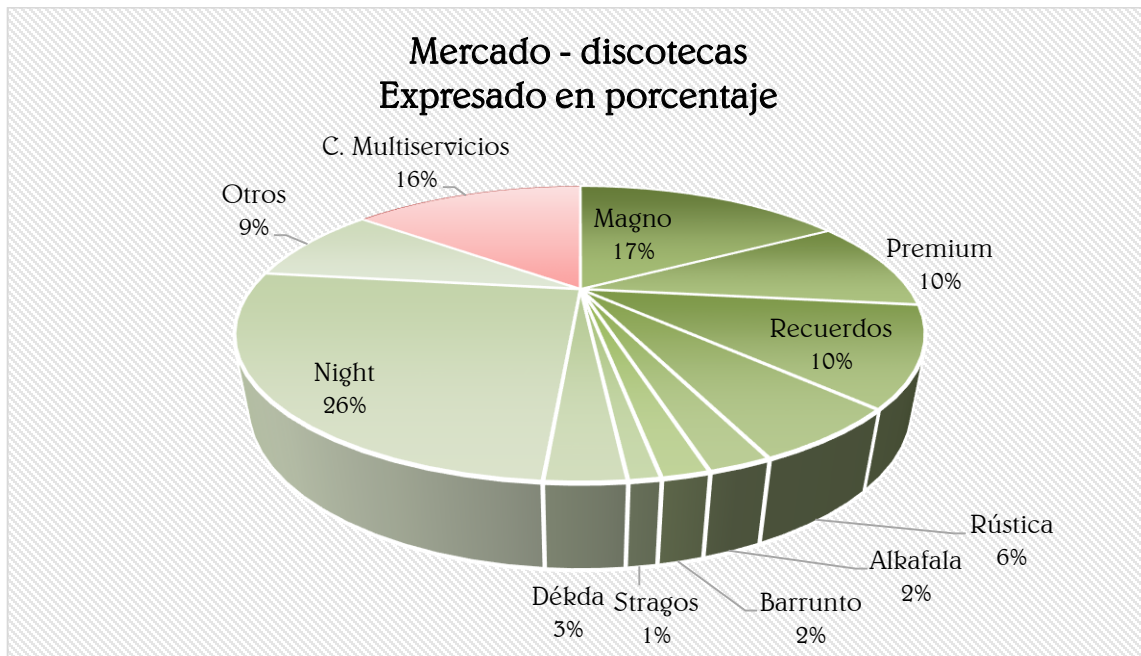


Figura 24. Mercado de Discotecas

En cuanto al mercado de discotecas, como se puede observar, abarcará el 16% del mercado objetivo, debido a que el aforo máximo que ofrecerá la discoteca será de 500 personas. Esta baja participación de mercado y el aforo de personas dentro de la discoteca es compensando con la oferta de los demás servicios dentro del Centro de Multiservicios.

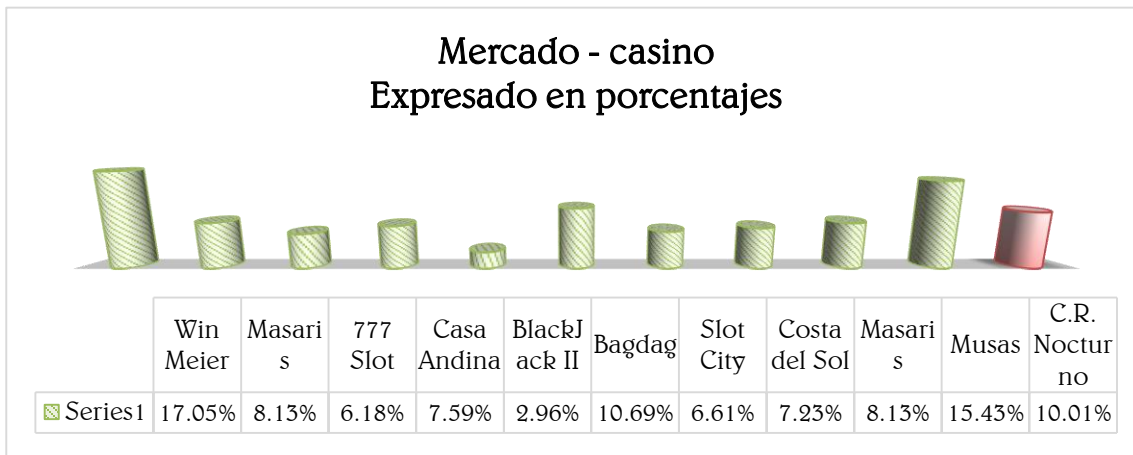


Figura 25. Mercado de Casino

En el mercado de servicios de casino, similar al de discotecas, el objetivo es abarcar el 10% siendo el aforo máximo 277 personas. Durante los primeros tres años, pues se buscará aumentar a 13% con una expansión del casino.

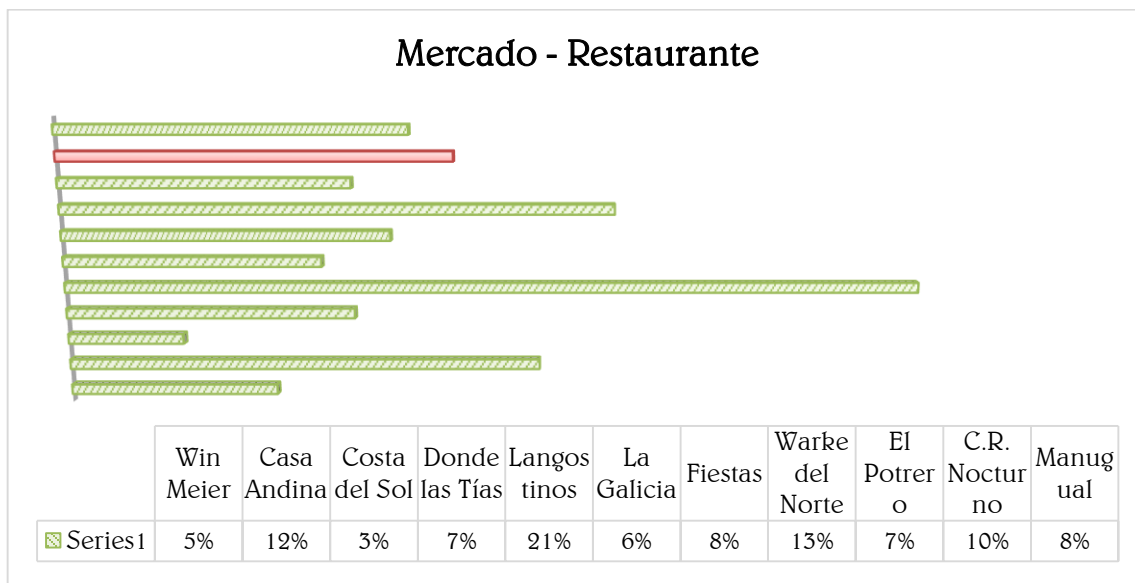


Figura 26. Mercado de Restaurante

Con respecto al mercado de restaurantes, el porcentaje de participación que se desea abarcar es el mismo, 10%, pero la capacidad de atención máxima que tendrá el restaurante será de 135 personas.

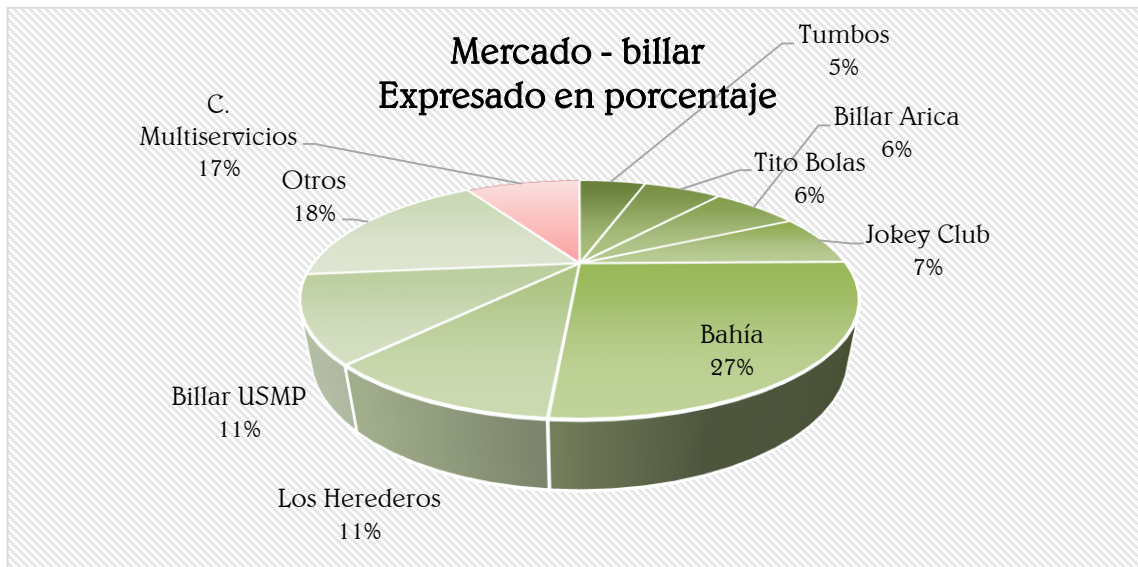


Figura 27. Mercado de Billar

En cuanto al mercado de billar el porcentaje de participación en el mercado que se abarcará será el 17%, debido a que éste es un mercado muy poco incurrido. No existen grandes competidores en el mercado, por lo que se estima que con un aforo de 20 personas, es decir 5 mesas de billar, el porcentaje de participación que se gana es de 17%.

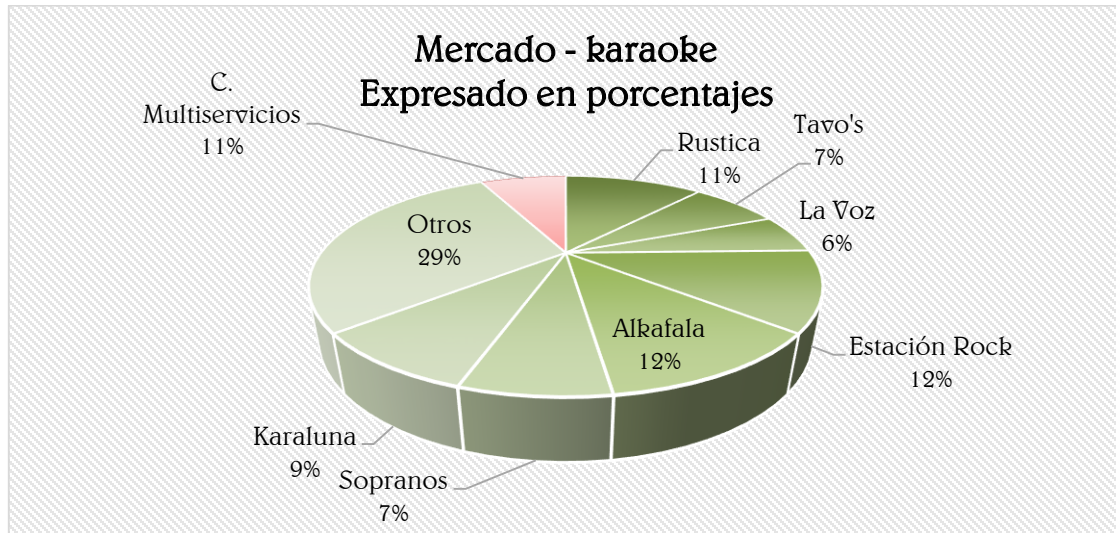


Figura 28. Mercador de Karaoke

Respecto al mercado de karaoke, el porcentaje de participación que se desea abarcar en un principio es 11%, pues se está tomando en cuenta el aforo disponible que se tendrá al momento de la apertura, el cual será 50 personas. A pesar de poseer la menor participación de mercado, se buscará atraer al usuario con un servicio de calidad y personalizado para que el karaoke de la empresa sea la primera opción en entretenimiento para los usuarios.

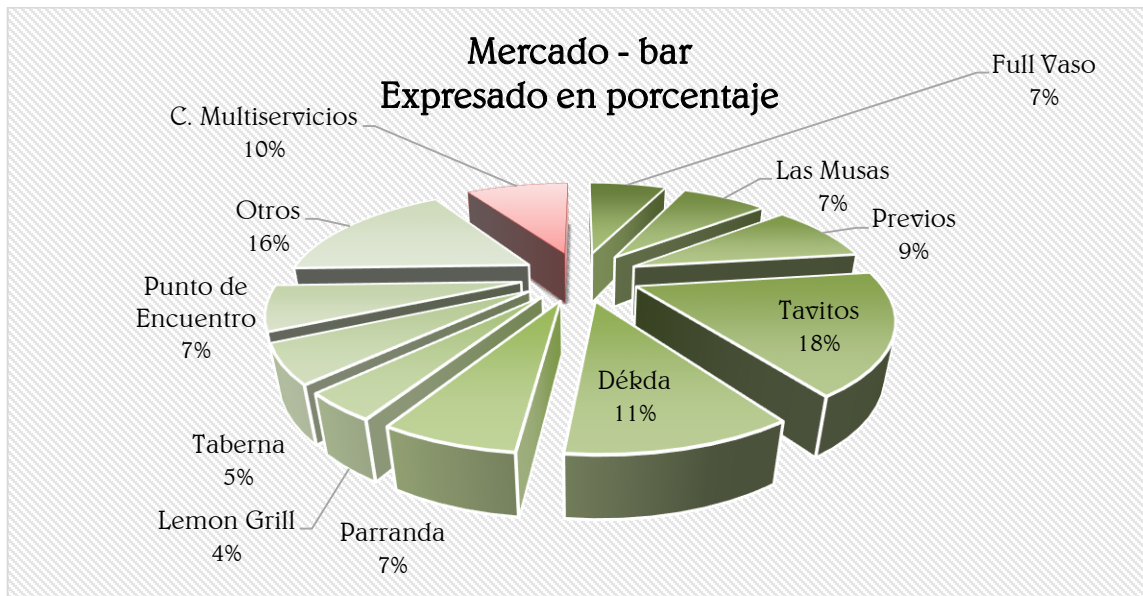


Figura 29. Mercado Bar

En cuanto al mercado de bares, la participación que se busca obtener es 10%, ya que se contará con la disponibilidad de un aforo de 60 personas. Se busca dar un poco de exclusividad al bar, de modo que no sea visto solo como un local para bebedores, sino para personas que desean socializar y disfrutar de tragos exóticos al mismo tiempo.

4.3. Viabilidad Organizacional y de personas

4.3.1. Constitución de la Empresa

Habiéndose determinado la ingeniería del proyecto, resulta acertada la estructuración organizativa que ha de tener la empresa para el correcto funcionamiento en la operación de la misma.

La forma societaria que mejor se adapta al proyecto de acuerdo a su finalidad, que es la prestación de diversos servicios relacionados con el entretenimiento, es la

Sociedad Anónima Cerrada (SAC). Las razones por las cuales se elige a la SAC como forma societaria se expondrán a lo largo del presente capítulo.

Se eligió la Sociedad Anónima Cerrada, debido a las diversas ventajas que posee y resulta conveniente para la elaboración y planteamiento del proyecto. Entre las ventajas que posee la Sociedad Anónima Cerrada, se encuentran:

- La Sociedad Anónima confiere a las personas la limitación de la responsabilidad hasta el límite del aporte de los mismos.
- No existe restricción de pago de la totalidad del aporte del capital para la constitución de la misma.
- Fácil transmisibilidad de acciones, ya sea interna o externa a la empresa.
- La distribución de dividendos se realiza de manera proporcional al monto de las acciones y al tiempo de su integración al capital social.

Teniendo en cuenta la Ley General de Sociedades, las características y requisitos que posee la Sociedad Anónima Cerrada son:

4.3.1.1. Denominación

En cuanto a la denominación de la empresa, ésta podrá adquirir cualquier nombre para que figure como su denominación social. Deberá incluir dentro de su denominación las siglas S.A.C, las cuales significan Sociedad Anónima Cerrada.

4.3.1.2. Requisitos

La Sociedad Anónima puede sujetarse al régimen SAC, cuando tiene menos de veinte accionistas y no posee acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores. Según la Ley General de Sociedades, no se puede solicitar la inscripción en dicho registro las acciones de una Sociedad Anónima Cerrada.

4.3.1.3. Derecho de Adquisición Preferente

El accionista que se proponga transferir total o parcialmente sus acciones a otro accionista o terceros, debe comunicarlo a la sociedad mediante una carta dirigida al gerente general, quien lo pondrá en conocimiento de los demás accionistas dentro de los diez días siguientes, para que dentro del plazo de treinta días puedan ejercer el derecho de adquisición preferente a prorrata de su participación de capital.

En la comunicación del accionista deberá constatar el nombre del comprador, el número y clase de las acciones que desea transferir, el precio y demás condiciones de la transferencia.

El accionista podrá transferir a terceros no accionistas en las condiciones comunicadas, cuando han pasado sesenta días de haber puesto en conocimiento de ésta su propósito de transferir, sin que los demás socios hayan comunicado su opción de compra.

4.3.1.4. Capital

El capital social está representado por acciones normativas y se integra por aportes que los socios realizan. Es necesario que tenga su capital suscrito totalmente, y esté pagada por lo menos en un 25% del mismo. Como ya se ha mencionado anteriormente, no se exige un monto mínimo de capital social, para constituir la sociedad.

4.3.1.5. Accionistas

El número mínimo de accionistas que debe poseer no debe ser menor de dos, mientras que el número máximo de accionistas que puede alcanzar es de 20.

4.3.1.6. Duración de la Sociedad Anónima

La duración que puede poseer una Sociedad Anónima puede ser determinado o indeterminado, según las especificaciones establecidas en la minuta de constitución.

4.3.1.7. Constitución

La constitución de este tipo de sociedades puede darse mediante dos formas, las cuales pueden ser: Constitución Simultanea si la creación se da en un solo acta, o Constitución por Oferta a Terceros si se hace de forma sucesiva.

Sea cual sea la forma que se elija para constituir la empresa es necesario que se acuda ante un Notario Público para presentarles la documentación y la información correspondiente para la creación de la empresa.

Otras acotaciones necesarias sobre cada una de las formas de constitución se detallan a continuación:

- Constitución Simultanea

Para que se de esta forma de constitución de la Sociedad Anónima Cerrada el aporte inicial debe ser, íntegra y obligatoriamente, depositado en una cuenta bancaria abierta en una entidad financiera cuyas operaciones se den dentro del territorio nacional, por otra parte los gestores de la sociedad deben suscribir la Minuta de Constitución que debe ser adecuadamente respaldada por un abogado que cuente con colegiatura a nombre del Colegio de Abogados del Perú, posteriormente la Minuta será elevada a Escritura Pública ante un Notario que se encuentre facultado para realizar dicha elevación para que se proceda a la inscripción en el Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos -SUNARP.

- Constitución por Oferta a Terceras

Se habla de un tipo de constitución por oferta a terceros cuando, los fundadores tienen que redactar un programa de constitución, para su posterior presentación ante un Notario con el fin de que este dé legitimidad y legalidad a las firmas presentadas en dicho documento.

Luego de que las firmas han sido legalizadas, se depositará en el Registro de Personas Jurídicas de la Zona Registral de la SUNARP, correspondiente al lugar

donde se constituya a efectos de proceder a su publicación posterior, con la finalidad de encontrar potenciales suscriptores.

Los suscriptores deben llevar a cabo una asamblea, la cual debe ser celebrada en el lugar y hora establecidos en el programa anteriormente mencionado. De no ser así, el lugar y la hora de la asamblea pueden especificarse en los que señale la convocatoria que hagan los fundadores. Una vez celebrada la asamblea de suscriptores, hay disponibilidad de 30 días hábiles posteriores para que la persona o personas nombradas hagan efectiva la entrega de la Escritura Pública de Constitución de la Sociedad que deberá ser inscrita en el Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP del domicilio de la sociedad.

4.3.1.8. Domicilio

El domicilio de la sociedad es el lugar donde radicará la empresa y desarrollará alguna de sus actividades principales. En caso de discordancia entre el domicilio de la sociedad que aparece en el Registro y el que efectivamente ha fijado, se puede considerar cualquiera de ellos.

La sociedad constituida en el Perú tiene su domicilio en el territorio peruano, salvo cuando el objeto social se desarrolle en el extranjero y fije su domicilio fuera del país.

4.3.1.9. Aportes de los Accionistas

Los aportes pueden ser efectuados en moneda nacional y/o extranjera, así como en bienes tangibles o intangibles o contribuciones tecnológicas intangibles, presentable como bienes físicos, documentos técnicos que puedan ser valorizados. Estos aportes se revisarán por el directorio de la empresa.

4.3.1.10.Dividendos

Sólo se pagarán los dividendos en razón a las utilidades obtenidas, siempre que el patrimonio resultante no sea inferior al capital social. La repartición de los dividendos se realizará en proporción al monto que hayan desembolsado y al tiempo de la integración social.

4.3.2. Estructura Orgánica y Funcional

A continuación se presentan los organigramas funcional y estructural que poseerá la empresa (representados en la figura 5.1 y 5.2), los cuales presentarán específicamente como estarán distribuidos los departamentos y las funciones dentro de la empresa. Estas representaciones de la empresa son expresadas de manera flexible, debido a que pueden estar sujetas a modificaciones futuras relacionadas con el crecimiento, expansión y desarrollo de la empresa.

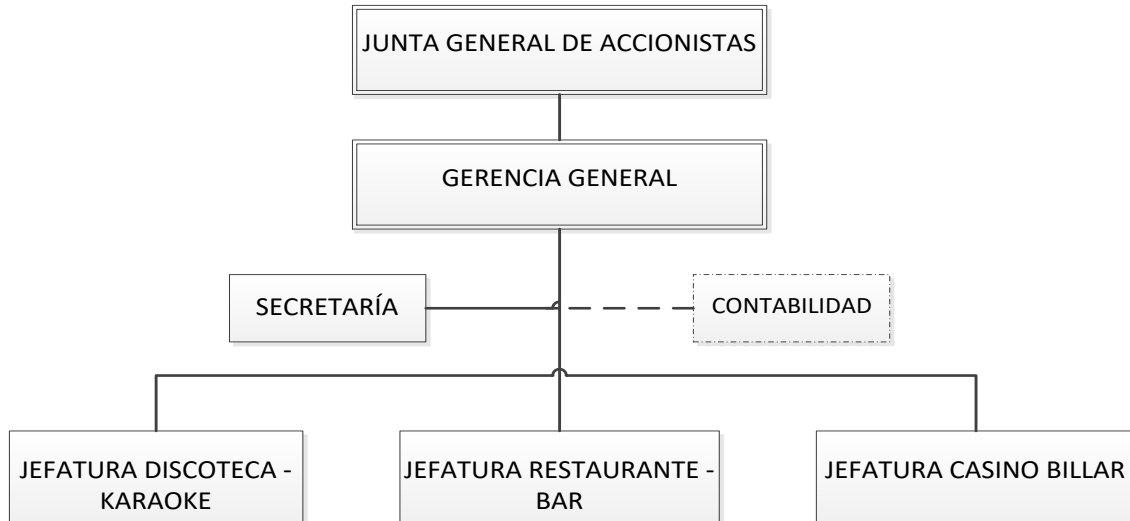


Figura 30. Organigrama Estructural

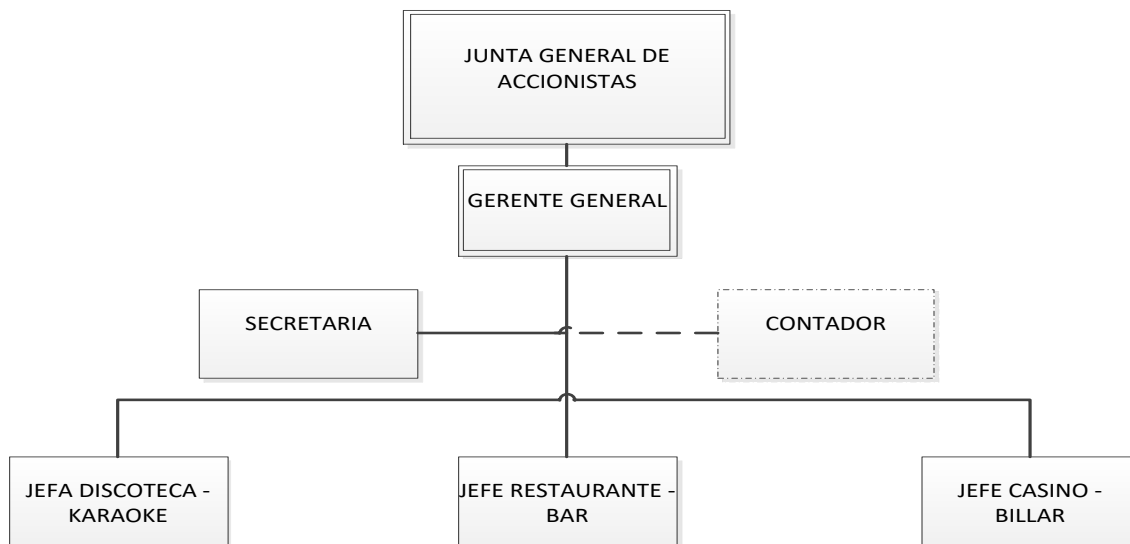


Figura 31. Organigrama Funcional

- Junta General de Accionistas

La reunión de los accionistas se ha de realizar para decidir sobre asuntos que competen al desarrollo de la empresa y por ende importantes para los mismos. Los acuerdos realizados entre los mismos son aceptados o rechazados en reuniones ordinarias y extraordinarias, a las cuales deberán asistir socios que representen la mitad del capital pagado o la mayor parte de la misma. Dichas asambleas se convocan por los miembros de la junta general de accionistas que son dueños de la quinta parte del capital pagado.

4.3.2.1. Gerente General

El Gerente General es el representante legal de la empresa, además está encargado de la administración directa de la empresa, también ejecuta las decisiones tomadas por los accionistas en el caso de la empresa, ya que no poseerá Directorio que lo represente. A parte de ser el representante legal de la empresa, es el encargado de velar por el correcto y efectivo funcionamiento de las jefaturas de billas - billar y casino, discoteca y karaoke, y bar y restaurante.

- Perfil: El Gerente General que se debe encargar de la operatividad de la empresa debe ser, preferiblemente, un administrador especializado en marketing para que elabore diversos proyectos con el fin de difundir y comunicar los servicios que se ofrecen en Latin Center. El Gerente debe poseer la habilidad de comunicación, responsable, capacidad de liderazgo, creativo e innovador.

- Secretaría

Funciona como apoyo de la gerencia en actividades relacionadas como manejo de agenda de la gerencia, recepción de llamadas, prepara los informes que se soliciten, llevar el control administrativo vía expedientes de la empresa, etc.

- Perfil: La secretaria de gerencia debe poseer conocimientos completos de office, diversos sistemas operativos, dominio completo de tres idiomas.

- Contabilidad

En este caso el contador será el único que no posea contrato permanente, debido a que su función será de asesoramiento y auditoria, por lo que acudirá a la empresa extraordinariamente cuando sea solicitada.

- Perfil: Contador público colegiado, con conocimientos en manejo de los Estados Financieros y diversas herramientas para el análisis financiero.

- Jefa Discoteca y Karaoke

La Jefa de servicio de Discoteca y Karaoke está encargada de supervisar las actividades realizadas en estas áreas, incluyendo la calidad en el servicio brindado. Además, tendrá la tarea de realizar la dirección y el control del programa de atención establecido, mencionado anteriormente, agregando a dichas funciones la verificación del funcionamiento correcto de los equipos con los que contarán dichos servicios.

- Perfil: De preferencia el conocimiento que debe poseer este supervisor debe ser de administración hotelera, con capacidad de gestión de talento humano, innovador, proactivo y con disposición al trabajo en equipo.

- Jefe Restaurante y Bar

El Jefe de servicio de Restaurante y Bar está encargado de supervisar las actividades realizadas en estos servicios, posee las mismas responsabilidades y funciones que posee la jefa de discoteca y karaoke en los servicios correspondientes.

- Perfil: De preferencia el conocimiento que debe poseer este supervisor debe ser de chef y bartender, ya los servicios que éste supervisará requerirán dichos conocimientos. Además este debe ser proactivo, creativo, debe tener la capacidad de establecer buenas relaciones con los clientes internos y externos.

- Jefe Casino y Billar

El jefe de servicio de Casino y Billar está encargado supervisar y controlar el correcto y puntual funcionamiento de los servicios brindados dentro del casino y realizar el control requerido en el servicio de Billar.

- Perfil: Este debe poseer conocimientos en dichos juegos, de preferencia debe ser un ex dealer o jugador profesional en ambos servicios ofrecidos. Debe ser proactivo, con capacidad de trabajo en equipo e innovador.

- Administración General

- Políticas de la Empresa

- Publicitarias

En cuanto a las políticas de comercialización que se tomarán en cuenta en la empresa Latin Center, se encuentran las distintas formas de promoción los servicios.

Se realizará un contrato anual con páginas amarillas para que realice la promoción de la empresa y su ubicación, además se contará con publicidad vía página web, la cual estará a disponibilidad del cliente para ponerse en contacto con la empresa.

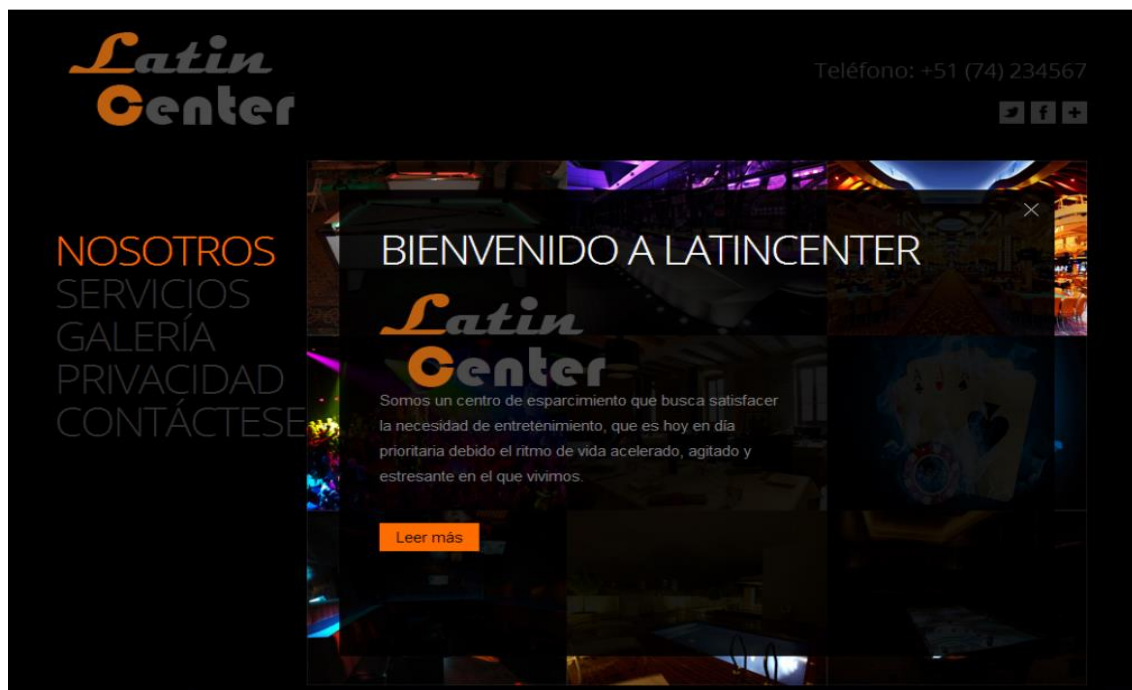


Figura 32. Página Web Latin Center

Otro medio de publicitar a la empresa será mediante una alianza estratégica con una empresa de telefonía, la cual dicte que por la compra de un equipo de

gama alta se otorgarán dos pulseras de color negro brillante con las cuales se podrá entrar a la discoteca y karaoke sin pago de entrada.

- o Financiera

Las utilidades obtenidas en cada ejercicio se distribuirán al final del mismo, se repartirán de manera proporcional a los aportes realizados por los socios.

- o Personal

En cuanto a las remuneraciones que se realizarán a cada miembro de personal trabajador en Latin Center. Los turnos de trabajo que realizarán serán dobles debido a que habrá servicios que funcionarán en turno día y noche. Estos trabajadores serán remunerados bajo planilla, bajo el régimen laboral vigente y tomando en cuenta el respectivo seguro para cada miembro. Los sueldos se pagarán mensualmente y por evento según el tipo de labor que realiza cada uno.

- o Política de Control

Esta abarca el control de la calidad brindada con cada servicio, y los procesos que se seguirán para brindarlos. Es decir, se realizará el control respectivo a cada actividad que se ha de realizar en Latin Center.

4.3.3. Establecimiento y Funcionamiento

Una vez constituida la empresa, se debe seguir con su inscripción en los diversos organismos correspondientes tales como la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) donde se obtiene la Razón Social de la empresa; la

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) para obtener el RUC correspondiente así como el domicilio legal; en el caso del centro de Multiservicios nocturno también debe solicitar el permiso correspondiente al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo; el Ministerio del Trabajo (MINTRA) para proceder a la legalización de las planillas; la Municipalidad Provincial y Distrital para obtener los respectivos permisos de funcionamiento; ESSALUD para la inscripción de los colaboradores.

Después de completada la constitución documentaria y habiendo obtenido todos los permisos y autoridades correspondientes se debe proceder a la ejecución de las obras civiles de todo el centro de Multiservicios nocturno, para luego pasar a la instalación de todas las maquinarias y equipos necesarios para la efectiva prestación de cada uno de los servicios ofrecidos. Luego de ello se podrá finalmente poner en funcionamiento al centro de Multiservicios de Entretenimiento.

- Proceso de Establecimiento de la Empresa
 - El primero de los pasos a seguir es la redacción de la Minuta de Constitución Social, la cual debe contar con el respaldo y la autorización de un abogado para su validez. Este proceso puede tardar en promedio 2 días.
 - Posteriormente se debe elevar la Minuta de Constitución a Escritura Pública, este proceso debe realizarse ante un notario público. Este proceso puede tardar en promedio 3 días.
 - Luego se debe proceder a hacer la inscripción de la empresa ante SUNARP, en la inscripción se deben especificar el nombramiento de los directores, gerentes y

apoderados de la empresa de modo correspondiente. La duración promedio de este proceso es de 15 días.

- Una vez hecha la inscripción se debe acudir a la SUNAT para obtener el número de RUC correspondiente a la empresa. El tiempo de duración promedio de esta actividad es de 1 día.
- Realizado este proceso se debe ir a la Municipalidad Distrital correspondiente al lugar de ubicación del local del centro de Multiservicios nocturno para obtener la Licencia de Municipal de Funcionamiento. El tiempo total promedio para esta actividad es de 20 días.
- Después de ello se debe acudir ante un notario público para que este dé conformidad a la legalización de los libros contables, entre los cuales se deben incluir el Libro de Inventarios y Balances, Libro Diario, Libro Mayor, Libro de Registro de Compras y Ventas, entre otros. El tiempo aproximado para la realización para este paso es de 2 días.
- Luego se debe ir ante el Ministerio del Trabajo y Promoción Social para que otorgue la autorización correspondiente del Libro de Planillas, que deben contener el detalle del número de trabajadores, su remuneración, su asistencia al centro laboral, así como también la especificación de sus respectivos derechos y obligaciones. Los libros deben ser legalizados ante un juez de paz letrado para contar con el respaldo correspondiente. La duración promedio de realización de este paso es de 5 días.
- Finalmente, al haber sido elegida la forma societaria de una S.A.C. se debe hacer el registro y legalización de los libros societarios (Libro de Actas de Junta General de Accionistas, Registro de Accionistas, entre otros correspondientes al registro

de una S.A.C.) Este proceso se debe llevar a cabo ante un Notario Público. El tiempo aproximado para esta actividad es de 2 días.

En la siguiente tabla se muestra el resumen de todas las actividades, así como el organismo ante el cual debe presentarse, la autoridad competente para su legitimización y el tiempo promedio que requiere cada una de las actividades.

Tabla 12

Resumen de las actividades para registro de empresa

Actividad	Institución	Autoridad	Tiempo (días)
Elaboración de la Minuta	-	Abogado	2
Elevar a Escritura Pública	-	Notario Público	3
Inscripción en Registros Públicos	SUNARP	-	15
Obtención de RUC	SUNAT	-	1
Obtener Licencia de Funcionamiento	Municipalidad Distrital		20
Legalización de Libros contables	-	Notario Público	2
Legalización de Planillas	Ministerio del Trabajo	Juez de Paz Letrado	5
Legalización de libros societarios	-	Notario Público	2

4.3.4. Aspectos Legales

El tipo de empresa constituida se encuentra supervisada y amparada por la Constitución Política del Perú en el título III Del Régimen Económico, capítulo 1, artículo 59°.

Además, en el Perú la Ley que rige las formas societarias, donde encaja la empresa al ser una S.A.C. es la Ley General de Sociedades N° 26887.

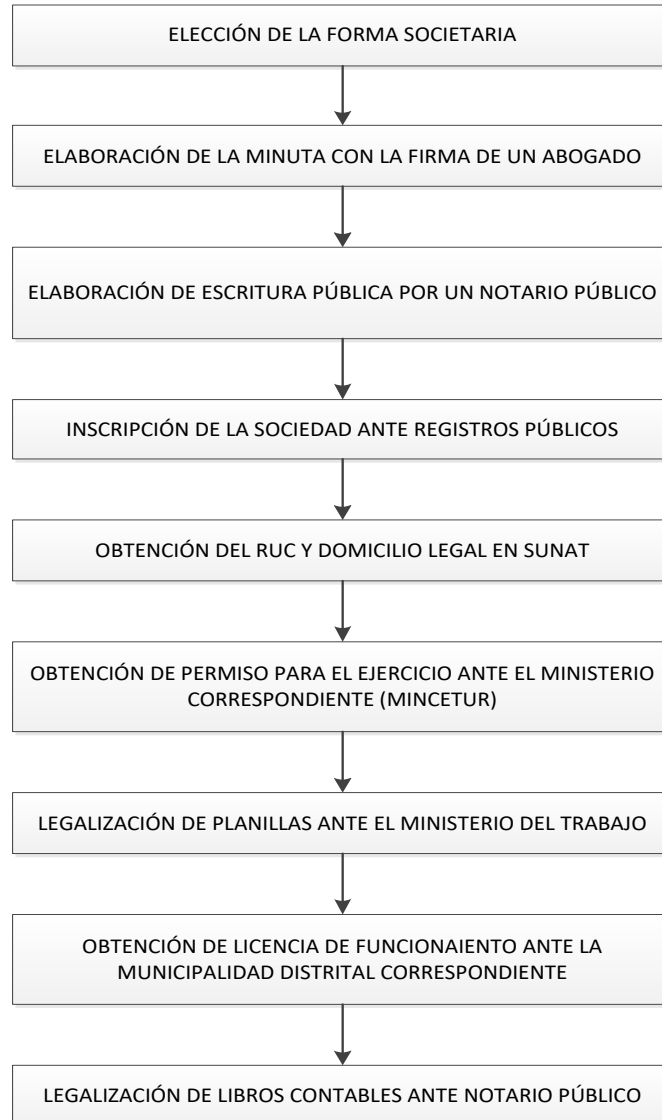


Figura 33. Flujograma de Constitución de la Empresa

4.4. Viabilidad Técnica – operativa

4.4.1. Tamaño y localización

4.4.1.1. Tamaño

El tamaño óptimo del proyecto está determinado por diversos factores como el abastecimiento de mobiliarios, la tecnología, el financiamiento que se obtendrá y la demanda.

a) Relación Tamaño – Mobiliarios

El abastecimiento de mobiliarios, se ha tomado en cuenta que han de ser realizados por diversos sectores nacionales e internacionales. Algunos de estos mobiliarios han de ser importados de países pertenecientes al sector europeo y norteamericano. Mobiliarios como barras para los bares, mesas y sillas para todos los demás servicios.

b) Relación Tamaño – Financiamiento

El financiamiento es el factor que más puede limitar el tamaño del proyecto, ya que los intereses para adquirir un préstamo son realmente altos en todos los bancos y cajas. La inversión se asumirá de la siguiente manera: 35% lo asumirán los socios y el 65% restante será invertido a través de un préstamo solicitado al banco continental, cuya tasa efectiva anual es de 17.09%. Esta operación será regulada y verificada por la superintendencia de banca, seguros y AFP además de contarse con el apoyo de un agente para el respectivo apoyo financiero.

c) Relación Tamaño – Tecnología

Para brindar un servicio caracterizado por la diferenciación, innovación y un estilo poco peculiar se ha decidido invertir sobre todo en tecnología. Estos equipos poseen diferentes características, convirtiendo la tecnología en un factor limitante para la identificación del tamaño. Dentro de los diversos equipos que poseerá el Centro de Multiservicios habrá: mesas de billar digitales, televisores, radios y estéreos, reproductores de DVD & CD, etc.

d) Relación Tamaño – Demanda

Con referencia al mercado o demanda, los mercados a los que se dirige el servicio son mercados competitivos compuestos por reconocidas empresas que poseen experiencia en el desempeño de actividades en estos tipos de servicios.

En cuanto a la oferta, se ha tomado en cuenta que se quiere abarcar el 10% del mercado en cada servicio; con excepción de los bolos, debido a que este es un mercado nuevo y sin competidores por lo que incurrirlo es todo un reto, aquí se abarcará el mayor porcentaje del mercado.

e) Selección del Tamaño

La selección del tamaño está en relación a la cantidad de personas que pueden entrar a un local, la demanda y oferta del mismo.

- Discoteca: 500
- Casino: 277
- Karaoke: 50
- Restaurante: 135

- Billas: 50
- Bar: 80

4.4.1.2. Localización

El estudio de mercado se ha delimitado al área de la Provincia de Chiclayo, es por ello que el lugar de ubicación debe determinarse dentro de la misma, para optar por el mejor espacio geográfico y que cumpla con las especificaciones requeridas para la localización del centro de Multiservicios. Se van a llevar a cabo dos estudios, el primero será de macro localización en el que se evaluarán los posibles distritos donde se ubicaría el local y el segundo de micro localización que abarcará el estudio y análisis de los diversos factores que afectarán la ubicación del centro de Multiservicios.

El estudio de macro localización se realizará teniendo como alternativas de ubicación 3 de los distritos de la provincia, que son: Pimentel, Chiclayo y La Victoria. Debido a que son los distritos que mejor cumplirían con las expectativas del proyecto, pues para efectos de creación de centros de diversión nocturna son los más atractivos para la población. Pimentel y La Victoria son distritos que además tienen los mayores índices de expansión territorial dado el incremento de los proyectos de construcción y Chiclayo es la provincia con mayor movimiento económico y es también el centro del comercio de todo el departamento de Lambayeque.

En cuanto a los factores determinantes de la ubicación de la planta, el presente estudio considera que las variables que ejercen una mayor presión son: la cercanía al público objetivo y a los potenciales clientes, el costo del transporte, el acceso a los suministros necesarios para la prestación de los servicios, la tecnología,

la seguridad externa del local, el costo de los impuestos a la ubicación, el precio de los terrenos, la inversión, las restricciones legales y la mano de obra.

Se ha creído que el lugar ideal para el establecimiento del centro de Multiservicios es la provincia de Chiclayo, debido a que cuenta con una concurrencia de factores positivos que facilitarían su establecimiento y serían propicios para el éxito del proyecto. En tal sentido, podría decirse que Chiclayo es una provincia privilegiada dentro del departamento, pues es la capital de Lambayeque, además en los últimos años ha logrado posicionarse como el núcleo central de la actividad comercial del norte convirtiéndose en punto obligatorio de la actividad empresarial, por otra parte sus índices de crecimiento y desarrollo económico son propicios para la creación de nuevos negocios que serán a su vez fuente de empleo y desarrollo, otro de los factores ventajosos es la constante expansión territorial en toda la provincia que permite el ingreso de nuevos productos y servicios.

a) Información general acerca de la provincia de Chiclayo

- Ubicación

La provincia de Chiclayo se encuentra ubicada en Lambayeque, en la parte sur. Es una provincia de climas variados, que se dan debido a que su territorio se encuentra ubicado en varias regiones. El mayor porcentaje de territorio se halla en la región Chala, una menor parte se encuentra en la región Yunga y una menor proporción en la región Quechua. Sus límites geográficos son:

– Por el norte: Con las Provincias de Lambayeque y Ferreñafe.

- Por el sur: Con La Libertad por la Provincia de Chepén y con Cajamarca por Provincia de San Miguel.
- Por el este: Con Cajamarca por las provincias de Santa Cruz y Chota.
- Por el oeste: Con el Océano Pacífico.

La Provincia se divide en 20 distritos.

- Área o superficie: Tiene 14,231 km².
- Población: 992,000 habitantes.

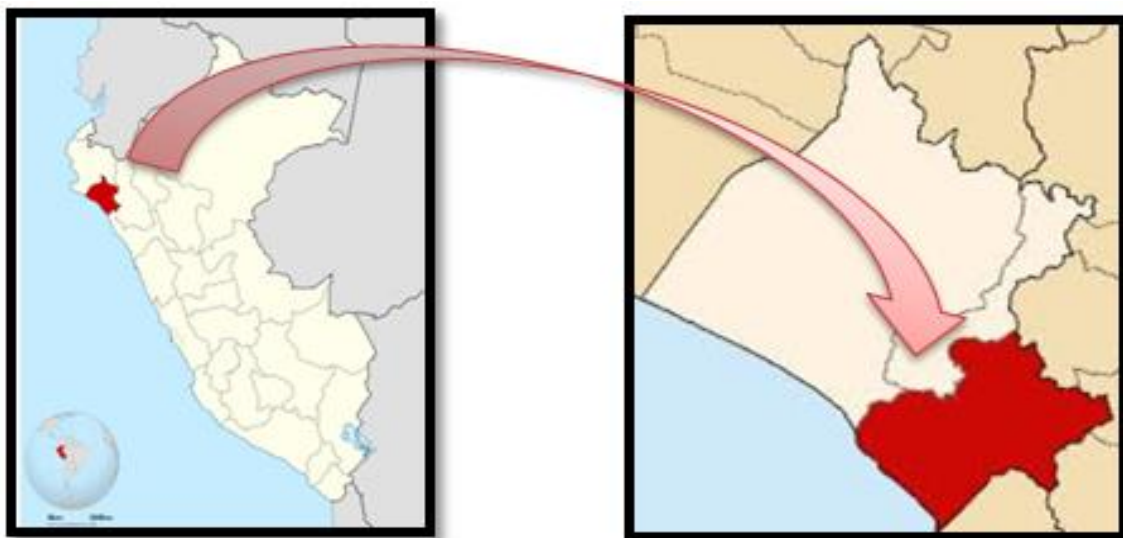


Figura 34. Ubicación de Chiclayo

Fuente: Google Maps

b) Macro localización

Se realizará la macro localización en los distrito de Chiclayo, Pimentel y La Victoria, que integran la provincia, tomando en cuenta los factores de la demanda, el mercado, los costos de transporte, suministros de servicio, la seguridad externa,

los impuestos, el precio de terrenos, la inversión, las restricciones legales y la mano de obra.

Se han tenido en consideración estos distritos, debido a que son los que tienen mayor acaparamiento de la demanda y albergan al potencial público objetivo del Centro de Multiservicios. La cercanía a la demanda es el factor más importante, porque de la cantidad de personas que puedan acceder fácilmente al centro dependerá el éxito del mismo. El lugar que se seleccione debe presentar una demanda potencial atractiva, es decir un lugar que albergue gran número de público objetivo. Los demás factores (impuestos bajos, un lugar que tenga una fácil vía de accesibilidad en lo que a transporte refiere y que la inversión realizada brinde los resultados esperados en cuanto a utilidades) se evaluarán luego según su importancia.

- Cercanía de la Demanda

El servicio que se brindará está orientado hacia una demanda masiva del público objetivo, que son las personas por lo general actualmente están en edades de trabajar y se encuentran activos en sus labores pero que además oscilen en las edades de 23 a 40 años, teniendo en consideración Chiclayo es el distrito con mayor concentración de público y por consiguiente de demanda, con 94,965 personas, seguido por La Victoria con 30,137 habitantes y finalmente Pimentel con 13, 757 pobladores que oscilan entre las edades requeridas , tal como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 13
Residencia en distritos por edad

PROVINCIA / DISTRITO	23-24	25-29	30-34	35-40	Total
CHICLAYO	27943	24634	21794	20594	94965
LA VICTORIA	8193	7994	7266	6684	30137
PIMENTEL	3888	3576	3159	3134	13757

Fuente: Ministerio de Salud

- Costo de transporte

La principal intención con la ubicación del Centro de Multiservicios es que esté ubicado estratégicamente en un sitio donde la accesibilidad sea de la mayor facilidad para los usuarios y como consecuencia lógica se tendría que evaluar el costo de cada medio de transporte por el cual los clientes se pueden movilizar hasta el centro de Multiservicios teniendo en cuenta que no todos tienen un vehículo propio, como lo son las combis, los colectivos y los taxis, asimismo evaluar si existen rutas que transporten de un distrito a otro o si fuera necesario realizar un transbordo.

A Chiclayo:

Tabla 14
Medio de transporte según origen

Medio de transporte	Origen	
	La Victoria	Pimentel
Taxi	4.00 – 5.00	10.00 – 12.00
Combi	1.00 – 1.20	1.20 – 1.50
Colectivo	1.20 – 1.50	1.50 – 2.00

De la Victoria a Pimentel y viceversa

Tabla 15

Medio de transporte según costo a Chiclayo y Transbordo

Medio de transporte	Costo hasta Chiclayo	Transbordo	Total
Taxi	–	–	15.00 – 18.00
Combi	1.00 – 1.50	1.00 – 1.50	2.00 – 3.00
Colectivo	1.20 – 2.00	1.20 – 2.00	2.40 – 4.00

- Suministro para los servicios

El factor determinante para poder ofrecer un servicio de calidad es contar con los suministros adecuados y que sean de la mejor calidad a la que se pueda acceder. Con esto se hace referencia a los ingredientes necesarios para la elaboración de los distintos platos y snacks que se ofrecerán en todos los ambientes del centro, así mismo disponer de la mayor variedad de bebidas nacionales e internacionales. Contar también con el mobiliario necesario para atraer la atención de todos los clientes para brindarles el mejor servicio. Adicionalmente la tecnología juega también un importante aspecto en el servicio dándole una mayor innovación y haciéndolo más lúcido a la impresión de propios y ajenos.

- Seguridad externa

Este factor es vital para que el Centro Multiservicios y está relacionado directamente con la demanda, debido a que los consumidores buscan un lugar que les ofrezca garantías dentro y fuera de sus instalaciones, tanto para ellos como para sus bienes. Por consiguiente, la evaluación de cada distrito respecto a este factor será crucial para la ubicación del centro. Entonces, analizando los aspectos del número de comisarías y por ende el número de policías en cada distrito se tiene

que el distrito con mayor cantidad de policías es Chiclayo, seguido por la Victoria y finalmente Pimentel.

- Precio de los terrenos

El terreno con el que se contará para la construcción del centro debe ser de un tamaño acorde con la demanda que albergará, para lo cual se deberá analizar en primer lugar la disponibilidad de terrenos los lugares que sean propicios para la construcción del centro, en segundo lugar comparar los precios de los terrenos y en tercer lugar analizar los beneficios que se obtendrían con el terreno. Considerando aspectos de ubicación y de crecimiento urbano los precios más elevados se encuentran en el distrito de Pimentel, seguidos por el distrito de Chiclayo debido a su atractivo económico para las inversiones y en un tercer lugar se ubica La Victoria que con un crecimiento reciente ofrece los precios más bajos para los terrenos.

- Restricciones legales

Teniendo en cuenta que la ubicación del centro Multiservicios debe ser estratégica, se debe cuidar mucho que esté alrededor de condominios residenciales, además debe tener la aprobación de la municipalidad para poder funcionar, pasar una rigurosa inspección de defensa civil para asegurar la integridad de los clientes. Por lo que evaluando todos estos aspectos se puede decir que el distrito de La Victoria sería ideal debido a que no existe una cantidad considerable de condominios, caso contrario de los otros dos distritos, en segundo lugar estaría Pimentel en donde existen condominios pero no en gran cantidad y finalmente Chiclayo donde si hay un número considerable de condominios que limitan la ubicación del centro.

- Mano de obra

En este factor es crucial evaluar la disponibilidad de tiempo de las personas que podrían trabajar en el centro Multiservicios, luego evaluar el salario de las personas que trabajarían en el centro de Multiservicios dependiendo de la distancia y de las facilidades que tengan para llegar a laborar según cada distrito y finalmente constatar la capacidad y formación de cada empleado. De acuerdo a estos aspectos si el centro de Multiservicios se ubica en Chiclayo las personas contarían con mayor facilidad para llegar a cualquier distrito, además de que en el distrito de Chiclayo existen centros que capacitan a personas para dar servicios y contando con la su disponibilidad de tiempo en Chiclayo se están aperturando nuevos trabajos con horarios del tipo que se necesita, en segundo lugar se consideraría a La Victoria y en tercer lugar se considera a Pimentel.

- Selección de la Provincia

La selección de la macro localización, se ha realizado mediante la aplicación del método de factores ponderados de Eugene Benge, que consiste en asignar a cada factor determinante de la localización un porcentaje de acuerdo a la importancia y a la repercusión que tendrá en la elección.

Luego se asigna a cada uno de los factores una calificación según sus ventajas y desventajas, en este caso se empleó una escala del 1 al 5.

Tabla 16
Ponderación según determinante

Factor	Ponderación
Cercanía a la demanda	35%
Precio y tamaño del terreno	18%
Costo de transporte	15%
Suministros para servicios	12%
Seguridad externa	10%
Mano de obra	7%
Restricciones legales	3%

Tabla 17
Ubicación por método de factores ponderados

FACTOR	PESO	Chiclayo		Pimentel		La Victoria	
		Calif .	Peso pond.	Calif. .	Peso pond.	Calif .	Peso pond.
Cercanía a la demanda	35%	5	1.75	3	1.05	4	1.4
Precio y tamaño del terreno	18%	3	0.54	2	0.36	5	0.9
Costo de transporte	15%	5	0.75	3	0.45	4	0.6
Suministros para servicios	12%	5	0.6	2	0.24	3	0.36
Seguridad externa	10%	4	0.4	2	0.2	3	0.3
Mano de obra	7%	5	0.35	3	0.21	3	0.21
Restricciones legales	3%	2	0.06	4	0.12	5	0.15
TOTAL		29	4.45	19	2.63	27	3.92

c) Micro localización

La micro localización es un aspecto que debe ayudar a cumplir con los requisitos del centro de Multiservicios, lo que se necesita básicamente es ubicar el centro de Multiservicios en una zona transitada donde sea visible para todo transeúnte que recorra por esos lugares teniendo como alternativas:

- Avenida Grau y Bolognesi.
- Avenida Pacifico.
- Avenida Zarumilla.

En lo que se refiere a la demanda, esta se encuentra distribuida en todas las provincias y en especial en el distrito de Chiclayo, por lo que las tres zonas serían favorables a este factor. Sin embargo, la zona más transitada en este caso es la intersección de la Avenida Grau y la Avenida Bolognesi, lo que implica mayor facilidad en cuanto al acceso de los potenciales clientes debido a que cuenta con gran diversidad de rutas que son además las más utilizadas por los pobladores, mientras que en la Avenida Pacifico y en la Avenida Zarumilla no cuentan con tantos transeúntes.

En lo que respecta a costo y tamaño del terreno se tiene que si se ubica el local en la intersección de las Avenidas Grau y Bolognesi el costo del terreno sería mayor, puesto que se encuentra en la parte central del distrito, el tamaño no sería un problema dado que existen opciones que cumplen con el área suficiente para la instalación del proyecto.

En el caso de las Avenidas Pacifico y Zarumilla el costo del terreno sería muy similar al de la intersección de las Avenidas Grau y Bolognesi, y en cuanto a tamaño

existen pocos terrenos que se encuentren disponibles y sean de la proporción que se necesita.

El costo de transporte para la intersección de las Avenidas Grau y Bolognesi sería el más asequible debido a la diversidad de rutas que existen y que pasan por esa zona, mientras en la Avenida Pacifico también existen rutas pero que se encuentran un poco alejadas de los terrenos por donde tendrían que transitar y en el caso de la Avenida Zarumilla no existen muchas rutas que transiten por esa zona.

Los suministros para la intersección de las Avenidas Grau y Bolognesi son más abundantes y se pueden acceder a ellos con mayor facilidad debido a que existen 3 supermercados cerca de las zonas, mientras que las Avenidas Pacifico y Zarumilla solo disponen de 1 supermercado cercano para abastecerse.

La seguridad es mayor en la intersección de las Avenidas Grau y Bolognesi debido a que se encuentran en un lugar céntrico y con mucho movimiento donde por lo general siempre hay policías resguardando el área.

Mientras que las Avenidas Pacifico y Zarumilla no son tan céntricas por lo cual no existe tanto movimiento ni resguardo policial que pueda asegurar la integridad de las personas a los alrededores del centro de Multiservicios.

La mano de obra se hace más fácil para las personas si el centro de Multiservicios se ubica en la intersección de las Avenidas Grau y Bolognesi debido a que como ya se mencionó existen más rutas de transporte por las cuales podrían llegar a laborar además de que es más seguro, cabe mencionar que esta zona en un horario nocturno es una zona también comercial por lo cual sería más apropiado para trabajar en ese espacio.

Por otra parte las Avenidas Pacifico y Zarumilla no son transitables para poder llegar rápidamente al centro de Multiservicios además de que por esas zonas no existe mucho movimiento comercial por lo que no sería tan conveniente trabajar en un horario nocturno.

Las restricciones legales con relación a la Avenida Grau y Balta son nulas debido a que no hay viviendas cercanas solo existen empresas que no operan en un horario nocturno, mientras que en las Avenidas Pacifico y Zarumilla existen urbanizaciones que se ven afectadas por el ruido ocasionado por este tipo de locales.

- Ubicación de la Planta

De acuerdo al análisis de micro localización se obtuvo que el centro de Multiservicios nocturno debería encontrarse ubicado preferencialmente en la intersección entre las Avenidas Grau y Bolognesi, pues dicha localización favorecería en mayor medida al éxito del proyecto según los resultados del método de factores ponderados donde se aprecia que la mejor localización es entre Grau y Bolognesi por presentar ventajas en cuanto a cercanía de demanda, costo y facilidad de transporte, cercanía de suministros para los servicios, seguridad, mano de obra y restricciones legales.

Esta es una ubicación estratégica además, por estar situada cerca de las principales discotecas de la ciudad como son Magno y Night, esto podría representar una ventaja significativa para la empresa, pues las personas que concurren a estos locales tendrán la oportunidad de saber de la existencia del centro de Multiservicios nocturno, lo que haría más conocido al local, ahorrando buena parte de los gastos en lo referido a publicidad y marketing.

Tabla 18
Ubicación por método de factores ponderados

FACTOR	PESO	Intersección Grau y Bolognesi		Avenida Pacífico		Avenida Zarumilla	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Cercanía a la demanda	35%	4	1.4	3	1.05	3	1.05
Precio y tamaño del terreno	18%	2	0.36	3	0.54	3	0.54
Costo de transporte	15%	5	0.75	3	0.45	2	0.3
Suministros para servicios	12%	5	0.6	3	0.36	2	0.24
Seguridad externa	10%	4	0.4	3	0.3	3	0.3
Mano de obra	7%	5	0.35	3	0.21	3	0.21
Restricciones legales	3%	4	0.12	3	0.09	3	0.09
TOTAL		29	3.98	21	3	19	2.73



Figura 35. Ubicación del Terreno

Fuente: Google Maps

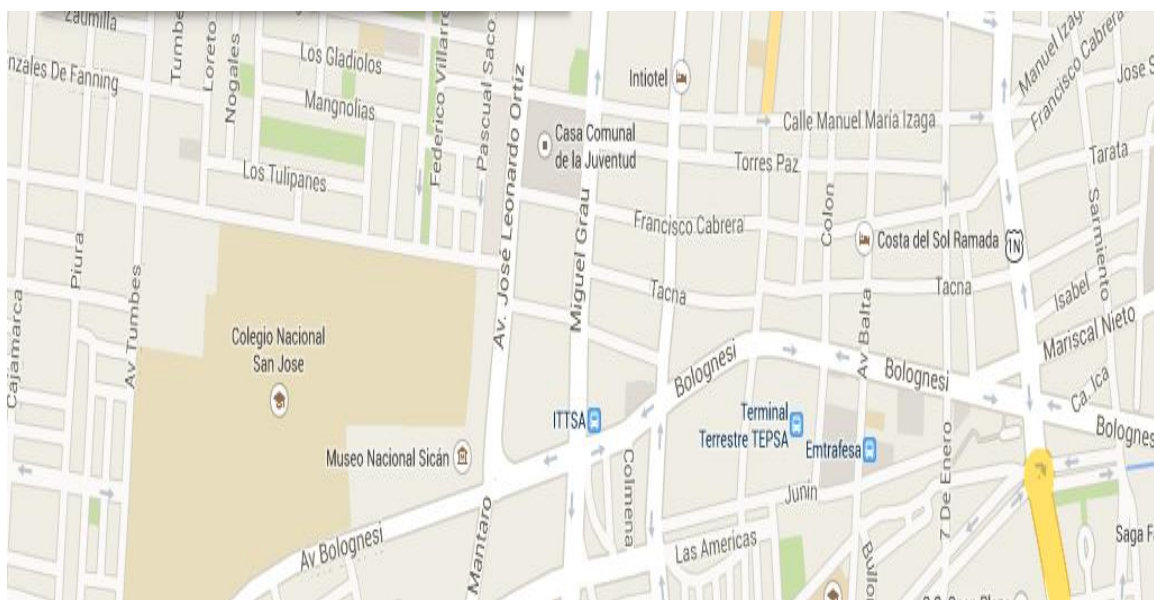


Figura 36. Ubicación Satelital

Fuente: Google maps

- Características técnicas del servicio

Las características técnicas que brindará el Centro Multiservicios son de tipo privado y serán lo suficientemente capaz de satisfacer las necesidades de todos los

clientes. Las características que sobresaltan en el servicio que se ofrecerá son la calidad de servicio, una excelente atención y las más modernas instalaciones que ofrece el mercado, las cuales serán empleados de una manera adecuada para asegurar la satisfacción de los clientes así como su fidelización y buenas referencias hacia el centro de Multiservicios nocturno.

– Servicio Principal

En este caso el principal servicio está compuesto por una variedad de servicios cuyo propósito es que las personas encuentren todas las comodidades e instalaciones para poder pasar un momento agradable para lo cual se dispondrá de una discoteca donde se ofrecerán bebidas nacionales e internacionales para que todo el público tenga la oportunidad de experimentar con nuevas sensaciones, además de contar con la mejor música para hacer de las noches una experiencia única e inolvidable. Se brindará también servicio de karaoke para hacer entretenida la noche de aquellos que busquen un ambiente algo más relajado y divertirse en grupo con una amplia lista de canciones para todos los gustos. Los servicios de billar-billas está orientado básicamente al público masculino en un ambiente en el cual podrán jugar, aprender, apostar, beber algo y compartir con amistades de todas las comodidades. El casino ofrecerá todos los servicios que esperan los apostadores al estilo de los grandes casinos, se contarán con mesas de póker Texas Holdem no limit, caribeño, blackjack, ruleta francesa y americana y máquinas tragamonedas en las cuales los clientes podrán divertirse y ganar grandes premios por sus apuestas. El restaurante será un ambiente con una decoración que hará más vistoso los interiores del mismo; además, se ofrecerá una diversidad de platos nacionales e internacionales para poder cumplir con las expectativas de todos los paladares. En el bar se brindará diferentes bebidas y piqueos para asegurar la satisfacción de los clientes y eliminar la necesidad de estar trasladándose de un

lugar a otro para acceder a un servicio u otro. La piscina será temperada para el agrado de los bañistas, además de contar con un ambiente en el cual se podrá disfrutar de piqueos para compartir en grupo.

- Selección del Proceso

- Proceso General de Atención

El uso de la tecnología en cada servicio es de vital importancia, pues sin ellos no se podría llegar a concretar y concluir el proceso general de atención en el Centro de Multiservicios. La tecnología en el Centro de Multiservicios es de uso continuo.

Antes de pasar por el proceso de atención para cada servicio se pasa por uno general, del cual los demás procesos forman parte, dependiendo del servicio a adquirir. El proceso general de atención se muestra en la figura 37.

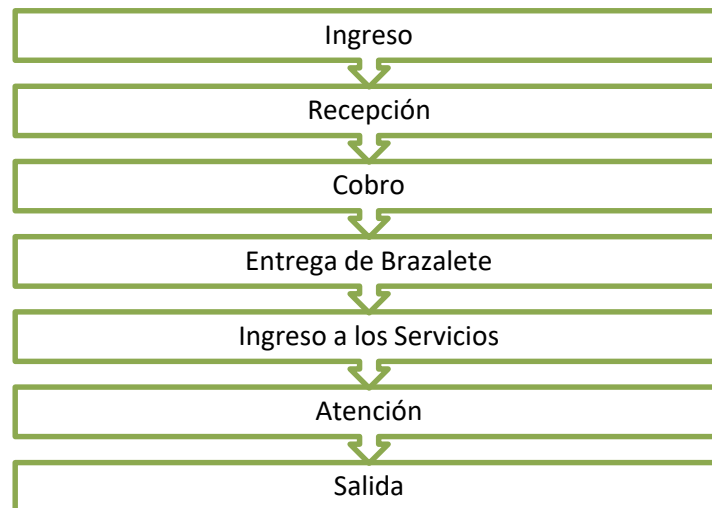


Figura 37. Proceso General de Atención

Se detalla cada parte del proceso general de atención a continuación:

- Ingreso: Es la actividad que da origen al proceso de la prestación del servicio, con el ingreso del cliente en el local se empieza todo el proceso de su atención. El cliente puede ingresar de dos maneras, si trae auto el ingreso será por medio del parqueo y si el cliente no posee vehículo su ingreso será directo por la puerta principal.
- Recepción: En esta parte del proceso de la prestación del servicio el cliente se dirige al área de recepción, si el cliente asiste por primera vez en la recepción se le brindará toda la información necesaria acerca de todos los servicios ofrecidos en el centro de Multiservicios; y si el cliente es una persona que visita frecuentemente el centro recreativo se registrará su visita a fin de obtener una base de datos de los cliente frecuentes que ayude a satisfacerlos de mejor manera.
- Cobro: Luego de haber registrado al cliente se procederá a cobrar por la entrada, el precio de esta variará según el servicio o servicios que el cliente desee visitar. La entrada al restaurant, al bar, al villar y al casino es gratis, mientras que la entrada a la discoteca y al Karaoke sí deberá ser pagada.
- Entrega de brazalete: Dado que el ingreso en ciertos servicios sí requiere del pago de entrada, a aquellos clientes que deseen entrar en el karaoke o en la discoteca se les proporcionará brazaletes, que indicarán que la entrada a dichos servicios ya ha sido cancelada. El precio y color de los brazaletes dependerán del servicio al que el cliente desee ingresar, es decir a cada brazalete tendrá un precio y color distinto que dependerá del servicio al que dé acceso, esto se detalla en el siguiente tabla:

Tabla 19

Precios y brazaletes de acuerdo al servicio

Precio S/.	Color del brazalete	Servicio
15	Dorado	Discoteca
10	Plateado	Karaoke
20	Negro brillante	Karaoke y discoteca

- o Ingreso a los servicios: En esta etapa el cliente ingresa a los distintos servicios que se ofrecen en el centro de recreación, como ya se mencionó existen servicios pagados como el karaoke y la discoteca; y servicios de ingreso libre que se justifican con el cobro por consumo, como el bar y el restaurant o con el gasto por juego como es el caso del billar y el casino.

El cliente será quien, en función de sus preferencias, elija qué servicio o servicios visitar, pudiendo combinar dos o más de ellos por visita al centro, lo que le proporcionará una mayor satisfacción.

- o Atención: Se refiere a la prestación misma del servicio, el cual se llevará a cabo en cada uno de los servicios que están puestos a disposición en el centro recreativo.

Cada uno de estos servicios contará con su propio protocolo de atención al cliente, que estará a su vez guiado por un proceso específico a seguir en cada uno de los servicios y será diseñado de acuerdo a la naturaleza del servicio y a la comodidad de los clientes.

En cada uno de los servicios como parte de la atención se venderán alimentos, ya sea completos como las cenas o simples como los piqueos y snacks; y bebidas nacionales e importadas.

Además, algo característico de la atención prestada en el centro es que cada cliente es atendido de modo personalizado; por otro lado, el bar y el restaurante ofrecerán delivery a cualquiera de los ambientes del centro.

- Salida: Es la etapa final del proceso de atención, el cliente luego de haber disfrutado de los servicios brindados en el centro de recreación se retira. Antes de que el cliente salga, los encargados de seguridad verificarán su estado, si la persona maneja y está pasada de copas se le ofrecerá un chofer que conduzca su carro y lo lleve hasta su casa y en caso de que el cliente no tenga vehículo se procederá a ofrecerle el servicio de taxi, prestado por una línea de taxis asociada con el centro, de modo que se garantice la total seguridad de los clientes, además del resguardo de su integridad.

- Proceso de atención en cada uno de los ambientes del centro recreativo

Cada uno de los servicios, de forma particular, tendrá un protocolo de proceso de atención; sin embargo, existen servicios que debido a su semejanzas tienen un mismo proceso de atención, en tal sentido existirán procesos similares, el primero aplicado al servicio de casino, el segundo al servicio de billar, el tercero válido para el servicio en la discoteca y el karaoke y el cuarto que sirve para la atención en el bar y el restaurante, cada uno de ellos se describirá a continuación.

- Proceso de Atención - Casino

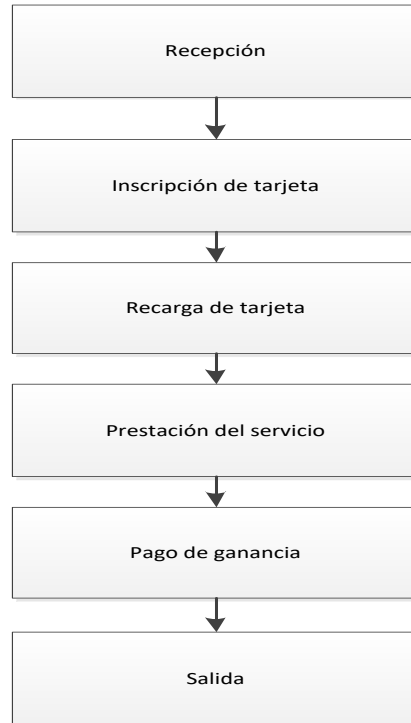


Figura 38. Proceso de Atención - Casino

- **Recepción:** En esta etapa el cliente es atendido por la recepción del casino, donde es informado acerca de la gama de juegos que se ofrecen. Además en la recepción se registra a los clientes que ingresen a este servicio a fin de establecer los servicios más competitivos y el perfil de los clientes que asisten al casino.
- **Inscripción de tarjeta:** Si el cliente ingresa por primera vez al casino se le entrega una tarjeta para su uso dentro del casino, con ella el cliente puede tanto jugar en las máquinas como comprar fichas y obtener descuentos y bonos en determinados juegos.

- Recarga de tarjeta: Antes de empezar a jugar el cliente debe recargar su tarjeta, la cual tendrá el monto mínimo de 20 soles, la cantidad a recargar será de libre elección por parte del cliente
- Prestación del Servicio: Luego de haberse realizado la recarga de la tarjeta el usuario podrá acercarse al servicio de su elección. Sea el caso del casino éste solo deberá deslizar su tarjeta por la ranura especial colocada en cada máquina para que ésta registre su tarjeta y los juegos que realice con ella. Sea ganancia o pérdida, se agregará o descontará el saldo directo de la tarjeta. En el caso de que se realice un juego que no incluya las máquinas, las apuestas se realizarán en fichas. Se cambiarán por fichas el monto cargado en las tarjetas para que las personas puedan realizar sus ofertas y contar sus ganancias o pérdidas.
- Pago de Ganancia: El pago de la ganancia es distinto cuando se juega con tarjeta y cuando se juega con fichas. En el primer caso, la ganancia obtenida se registra en la tarjeta teniendo el cliente la capacidad de ir al centro de pago de ganancias. Ahí se contarán las ganancias que ha obtenido la tarjeta desde su registro en la máquina para proceder con el pago correspondiente. A pesar de ser un proceso más largo, es contribuyente a la seguridad de las apuestas y ganancias realizadas y obtenidas por los clientes. En el segundo caso, las ganancias se cobrarán en el mismo lugar donde se cambian los montos por fichas, se hará de manera viceversa. Ahora las fichas son las que se convertirán en efectivo.
- Salida: Etapa final del proceso del proceso de atención del casino. Los clientes luego de haber cobrado sus apuestas se dirigen a la salida del servicio que han elegido y antes de que el cliente salga, los encargados de seguridad verificarán su estado, si la persona maneja y ha bebido se le ofrecerán un chofer que conduzca su carro y lo lleve hasta su casa como servicio gratuito. En caso de que

el cliente no tenga vehículo se procederá a ofrecerle el servicio de taxi, prestado por una línea de taxis asociada con el Centro de Multiservicios, de modo que se garantice la total seguridad de los clientes, además del resguardo de su integridad.

– Proceso de Atención – Karaoke



Figura 39. Proceso de Atención – Karaoke

- o Control de Brazaletes: En esta etapa el personal de seguridad verifica que el cliente tenga el brazalete que le permite el ingreso al local, ya sea plateada en el caso del karaoke, dorada en el caso de la discoteca o negra en el caso de que se haya pagado por ambos servicios.

La única manera de permitir el ingreso de los clientes es mediante la verificación de la posesión del respectivo brazalete.

- Control de Documentos: Dado que en estos dos servicios se ofrecen bebidas alcohólicas de distintas clases y por ello pueden no ser adecuados a menores de edad, en esta etapa se hará la verificación de la mayoría de edad de los clientes que ingresen a los servicios, mediante el control de su Documento Nacional de Identidad por parte del personal de seguridad que estará ubicado en el área de ingreso a los servicios.
- Control de seguridad: En esta fase el personal de seguridad debe controlar que ninguno de los clientes que accedan a los servicios posea armas blancas o de fuego u otros objetos que pudieran comprometer la seguridad dentro de los locales. Este control se hará con el fin de asegurar de cierto modo la seguridad interna de los servicios y de evitar que se afecte la integridad de algún cliente de producirse pleitos o rencillas.
- Ingreso: Es la etapa inicial, en la que los clientes entran en el local y su visita es registrada con el fin de establecer los servicios estrella del Centro de Multiservicios.
- Atención: Esta etapa implica la prestación misma del servicio en cada uno de los locales, la prestación del servicio es distinta en el karaoke y en la discoteca, pues cada uno presenta diferenciales en cuanto a la experiencia ofrecida.
- ✓ Karaoke: Luego de los controles el cliente procede a ubicarse en el lugar de su preferencia, cada mesa o mueble se encuentra numerado, con el fin de facilitar el servicio, pues la atención de cada mesa es asignada a un determinado mozo que servirá a la mesa desde que ingrese hasta que se retire. En el Karaoke cada mesa interpretará al menos una canción, pues cada mesa tendrá sobre ella una luz, que al azar se prenderá y apagará hasta que se encienda permanentemente

sobre una mesa, que será la que deba interpretar una canción. Además, en el karaoke se ofrecerán bebidas de toda clase y una diversidad de piqueos y snacks que pueden disfrutar los clientes.

- ✓ Discoteca: Dentro del local cada cliente puede elegir donde ubicarse, ya sea en las mesas, sillones o barras. Al igual que en el karaoke aquí se ofrecerán bebidas alcohólicas nacionales e importadas además de piqueos y snacks. Por otra parte, para diferenciar el servicio en la discoteca se llevará a cabo concursos de baile, pasos y se ofrecerá animación en vivo por parte de orquestas, elencos de baile, gogos, entre otros.
 - Cobro del Servicio: Si el cliente consumió algo dentro del establecimiento se procederá a hacer el cobro respectivo, según el pedido que haya hecho y recibirá su respectiva boleta, factura o ticket.
 - Salida: En esta etapa el cliente se retira de los servicios se le ofrece el servicio de taxi, si no cuenta con vehículo. Además si el cliente se encuentra en estado de ebriedad pueden acceder a un taxi y dejar su vehículo para su posterior recojo o solicitar que en la discoteca se le asigne un chofer para que conduzca su vehículo.
- Proceso de Atención – Billar



Figura 40. Proceso de Atención – Billar

- Ingreso: El cliente entra en el local del servicio donde se registra su asistencia para el historial de visitas y determinación de servicios predilectos por los clientes.
- Cobro del Servicio: Este servicio es de ingreso libre, es decir no se cobra la entrada, pero si el cliente desea jugar deberá cancelar antes el pago por su uso, el pago dependerá del tiempo que el cliente quiera jugar o del modo de juego. La parte del cobro finaliza con la entrega de la respectiva boleta o ticket, de acuerdo al monto correspondiente a ser cancelado.

El precio del servicio será de S/. 4 por hora, además se realizarán torneos cuya inscripción tendrá un costo que oscilará entre S/. 10 y S/. 50.

- Asignación de mesa: Luego de haber hecho el cobro, se asigna al cliente la mesa donde podrá jugar. En caso que desee participar en torneos las mesas serán reservadas y la cantidad variará según el número de inscritos.
- Uso del servicio: Esta etapa es la correspondiente al juego mismo de las billas o el billar, ya sea por partidas normales o participación en torneos organizados por el propio centro de recreación o alquiler de local por terceros.

Complementando el servicio, se ofrecerá al cliente bebidas con y sin alcohol, así mismo se ofrecerán cigarrillos y piqueos. El servicio también será complementado con la transmisión de torneos de billar y de diversos encuentros deportivos en los televisores dentro del local de billas y billar.

- Salida: Luego de usado el servicio el cliente se retira del establecimiento.

– Proceso de Atención – Bar

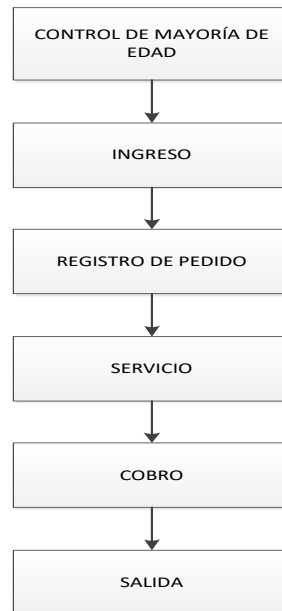


Figura 41. Proceso de Atención – Bar

- o Control de mayoría de edad: Este es un servicio exclusivo para personas mayores de edad, pues en él se ofrecerá gran diversidad de tragos nacionales e importados, por lo que es necesario antes de permitir el ingreso de los clientes verificar su mayoría de edad, mediante el control de su respectivo documento de identidad.
- o Ingreso: En esta parte del proceso el cliente entra en el establecimiento del bar y es registrado con el fin de establecer los servicios más demandados.
- o Registro de pedido: Una vez que el cliente se ha ubicado en el lugar de su preferencia, ya sea en las mesas con sillones unitarios, grupales o de estilo cama; el mozo responsable de la atención del sillón procederá a tomar la orden, ofreciendo a las vez los mejores tragos del centro de Multiservicios nocturno y recomendando a los clientes probar diversas bebidas y acompañarlas con piqueos o snacks.

- Servicio: En esta etapa el mozo procede a servir al (los) cliente (es), llevando hasta su lugar de ubicación su pedido. Luego de ello el mozo permanecerá al pendiente del cliente o los clientes que esté atendiendo para poder atender nuevos pedidos o proporcionarles la cuenta.
- Cobro del servicio: El cliente cancelará el monto correspondiente a su consumo, para mayor comodidad del cliente, el mozo acercará a ellos dispositivos de cobro por medio de tarjetas y entregará la correspondiente boleta o factura; y en caso de pago en efectivo, el mozo proporcionará la boleta o factura para que el cliente pueda pagar en su propio lugar, y de ser el caso recibir su cambio allí mismo.

– Proceso de Atención - Restaurante



Figura 42. Proceso de Atención – Restaurante

- Ingreso: El cliente entra en el establecimiento del restaurante y su visita es registrada para la formación del historial y el establecimiento de servicios estrella, es decir aquellos servicios por los que el público muestra preferencia.
- Asignación de mesa: En la entrada, el cliente será asignado a una mesa, cuya atención corresponderá exclusivamente al mozo al que le sea asignada. Si el cliente desea una mesa en especial, debe reservarla con anticipación a fin de evitar molestas esperas e incomodidades de prisa de atención.
- Toma de pedido: El mozo al que se le asignó la atención de la mesa, una vez ubicado el o los clientes procederá a tomar su orden, por pedido del público o por iniciativa propia podrá sugerir platillos que serán la especialidad de la casa así mismo bebidas que mariden correctamente con los platos, durante toda la permanencia del público el mozo estará pendiente de la mesa por si requieran servicios posterior como pedidos adicionales u otros.
- Atención: En esta etapa cada mozo, llevará el pedido de cada persona a la mesa correspondiente y se mantendrá alerta por si requieran hacer nuevos pedidos, solicitar la cuenta u otros.
- Cobro: Cuando el cliente solicite la cuenta, el mozo se la entregará; es opción del cliente la forma de pago que puede darse con tarjeta o efectivo. Si el pago es con tarjeta el mozo acercará el dispositivo correspondiente para efectuar el cobro y hará la entrega de la respectiva boleta o factura y si el pago es con efectivo, el mozo hará el cobro en la mesa y entregará allí mismo el cambio, de ser el caso, posteriormente entregará al cliente la factura o boleta correspondiente.
- Salida: Luego de efectuar el pago, el cliente se retira.

4.4.2. Diagrama de Flujo

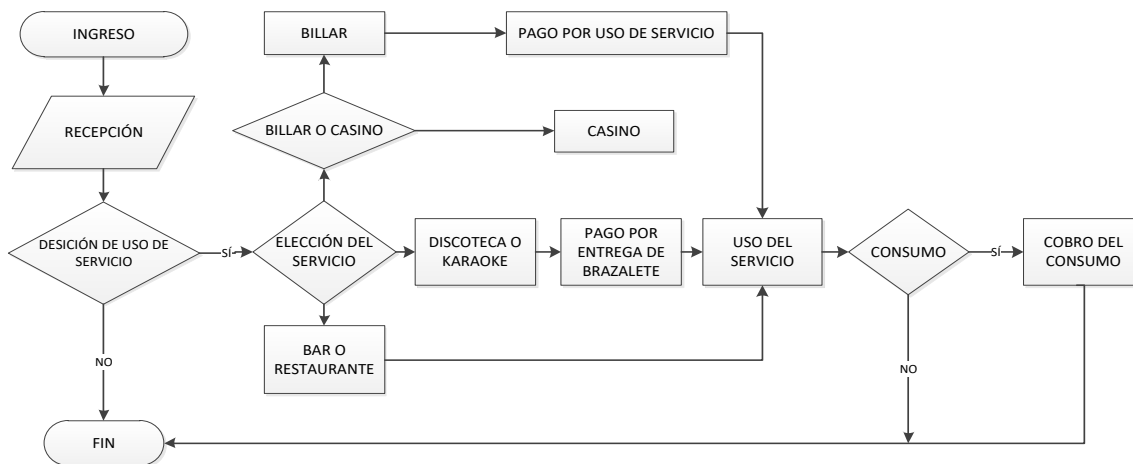


Figura 43. Diagrama de Flujo de Atención

4.4.3. Flujograma de Atención

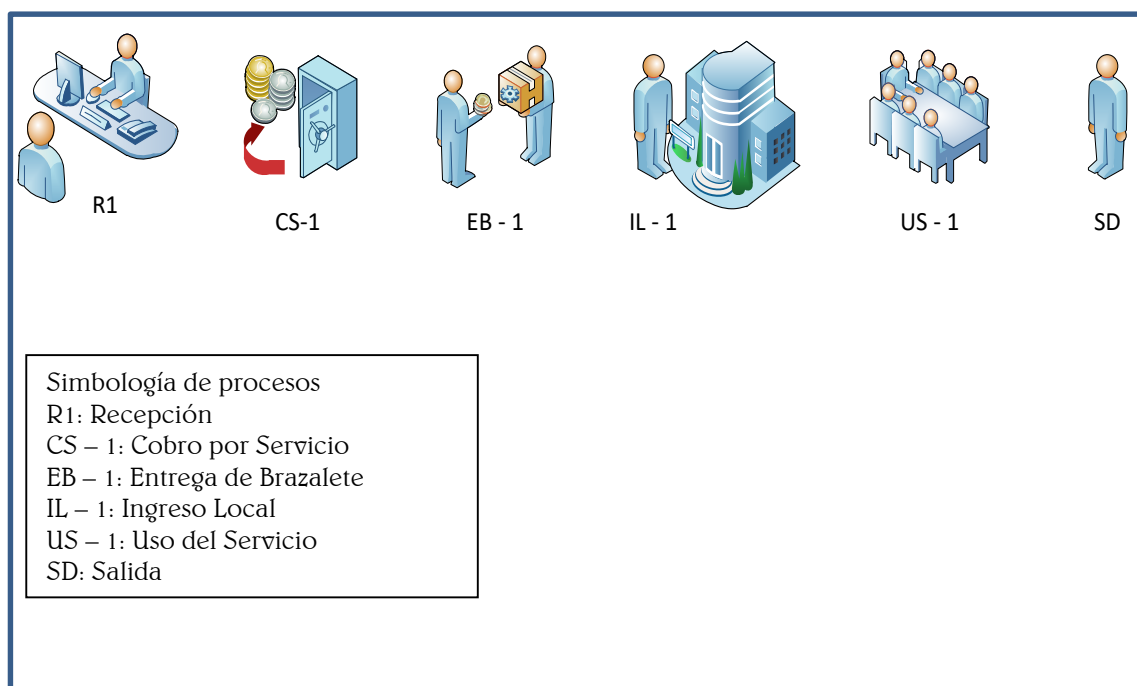


Figura 44. Flujograma de Atención

4.4.4. Requerimientos de Mano de Obra

En cuanto a los requerimientos de mano de obra, estos están dados de acuerdo al servicio ofrecido, es decir los requerimientos de personal en el casino serán distintos al de los demás servicios ofrecidos. Dentro de cada servicio ofrecido se debe tomar en cuenta también cada proceso realizado. Por otro lado, cabe resaltar que la limpieza y seguridad dentro del Centro de Multiservicios será tercerizado mediante empresas especializadas a los mismos.

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente y la capacidad máxima de atención de cada servicio se concluye que el requerimiento de personal es el siguiente:

Tabla 20
Requerimientos de personal

Personal	N°	Ingresos			Descuentos	Neto a Pagar	Neto a Pagar Anual
		Básico	Asig. Fam. 10%	Ingreso Bruto	EsSalud 9%		
Dj	2	S/. 4,000	S/. 75	S/. 4,075	S/. 366.75	S/. 3,708	S/. 44,499
Administrador	1	S/. 2,500	S/. 75	S/. 2,575	S/. 231.75	S/. 2,343	S/. 28,119
Camareros (as)	25	S/. 13,750	S/. 75	S/. 13,825	S/. 1,244.25	S/. 12,581	S/. 150,969
Gogos	3	S/. 3,000	S/. 75	S/. 3,075	S/. 276.75	S/. 2,798	S/. 33,579
Barman	7	S/. 6,300	S/. 75	S/. 6,375	S/. 573.75	S/. 5,801	S/. 69,615
Dealer o Crupier	24	S/. 13,200	S/. 75	S/. 13,275	S/. 1,194.75	S/. 12,080	S/. 144,963
Cigarreras	3	S/. 1,200	S/. 75	S/. 1,275	S/. 114.75	S/. 1,160	S/. 13,923
Cajeros	5	S/. 3,750	S/. 75	S/. 3,825	S/. 344.25	S/. 3,481	S/. 41,769
Personal de Máquinas	3	S/. 1,500	S/. 75	S/. 1,575	S/. 141.75	S/. 1,433	S/. 17,199
Jefes de Sector	3	S/. 3,600	S/. 75	S/. 3,675	S/. 330.75	S/. 3,344	S/. 40,131
Meseros	10	S/. 5,500	S/. 75	S/. 5,575	S/. 501.75	S/. 5,073	S/. 60,879
Cocineros	2	S/. 2,600	S/. 75	S/. 2,675	S/. 240.75	S/. 2,434	S/. 29,211
Asistentes de Cocina	3	S/. 1,650	S/. 75	S/. 1,725	S/. 155.25	S/. 1,570	S/. 18,837
Personal de Seguridad	15	S/. 8,250	S/. 75	S/. 8,325	S/. 749.25	S/. 7,576	S/. 90,909
Personal de Mantenimiento	2	S/. 1,100	S/. 75	S/. 1,175	S/. 105.75	S/. 1,069	S/. 12,831
Personal de Limpieza	10	S/. 5,500	S/. 75	S/. 5,575	S/. 501.75	S/. 5,073	S/. 60,879
Total Soles						S/. 71,526	S/. 858,312
Total Dólares						\$22,563.41	\$270,760.88

4.4.5. Distribución de Planta

Tabla 21
Distribución por M²

Ambiente	Área (m ²)
Casino (Caja y Bar)	264
Restaurante (con Cocina)	260
Baños Compartidos (Casino y Restaurante)	55
Bar (Cocina)	160
Baños (Vestidores)	98
Karaoke (Barra)	225
Sala de Billas - Billar	158
Baños Compartidos (Karaoke y Sala de Billas - Billar)	55
Discoteca	480
Baños	55
Piscina	263

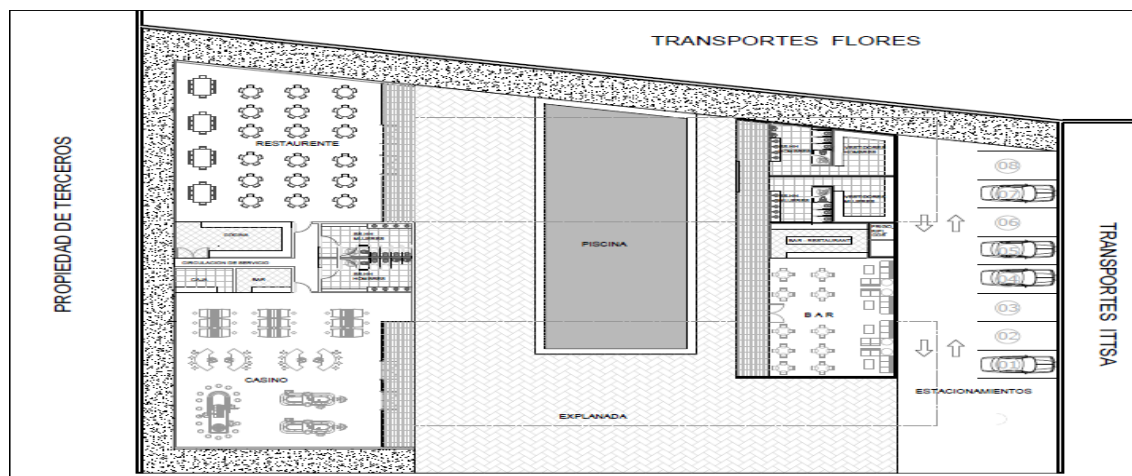


Figura 45. Distribución Primer Nivel

Se puede observar en la figura 45, en el primer nivel se encontrará la piscina, la cual estará ubicada en la parte central de la planta; a la parte lateral derecha se observa el bar ubicado cerca al estacionamiento. Por otro lado, en la parte lateral izquierda se ubican el Casino y el Restaurante, los cuales se encuentran divididos por los servicios higiénicos que funcionarán para ambos salones.

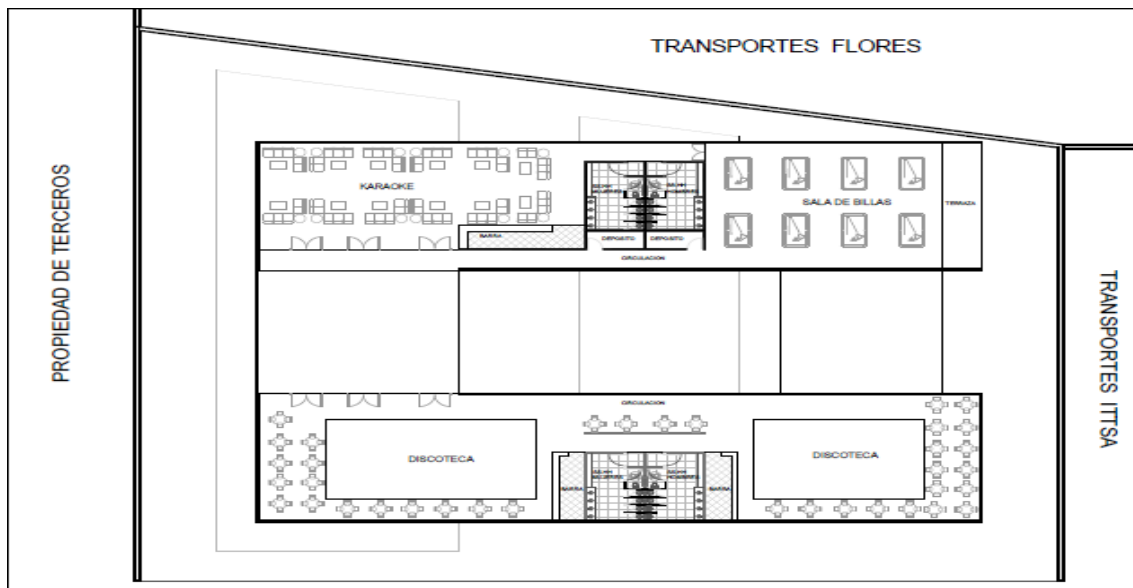


Figura 46. Distribución Segundo Nivel

Como se observa en la figura 46, en el segundo nivel está ubicado el salón de Billar y Karaoke, los cuales comparten los servicios higiénicos por los que están divididos.

Al frente se encuentra el salón de discoteca, los cuales tendrán baños individuales para el salón además de contar con dos barras de servicio.

4.4.6. Consumo de Energía

Tabla 22

Consumo de energía por aparato electrónico

Tecnología	Watts	Cantidad	Total Watts	Precio x KWatts	CT Día	CT Mes	Costo total año
Parlantes	184	20	3680	0.33	S/. 36.43	S/. 1,092.96	S/. 13,115.52
Televisor LED	720	21	15120	0.33	S/. 149.69	S/. 4,490.64	S/. 53,887.68
Luces de Discoteca	500	20	10000	0.33	S/. 99.00	S/. 2,970.00	S/. 35,640.00
Laptops	360	4	1440	0.33	S/. 14.26	S/. 427.68	S/. 5,132.16
Consola de Mezcla	300	3	900	0.33	S/. 8.91	S/. 267.30	S/. 3,207.60
Micrófonos	400	8	3200	0.33	S/. 31.68	S/. 950.40	S/. 11,404.80
Máquinas Tragamonedas	96	12	1152	0.33	S/. 11.40	S/. 342.14	S/. 4,105.73
Ruletas	24	2	48	0.33	S/. 0.48	S/. 14.26	S/. 171.07
Máquinas de Humo	1500	6	9000	0.33	S/. 89.10	S/. 2,673.00	S/. 32,076.00
Disco Bolas	3	3	9	0.33	S/. 0.09	S/. 2.67	S/. 32.08
Luces de Techo	1.5	40	52	0.33	S/. 0.51	S/. 15.44	S/. 185.33
Aire Acondicionado	925	7	6475	0.33	S/. 64.10	S/. 1,923.08	S/. 23,076.90
Cocina Eléctrica	5600	2	11200	0.33	S/. 110.88	S/. 3,326.40	S/. 39,916.80
Microondas	2600	2	5200	0.33	S/. 51.48	S/. 1,544.40	S/. 18,532.80
Licuadaora	2100	6	12600	0.33	S/. 124.74	S/. 3,742.20	S/. 44,906.40
Refrigeradora	3600	4	14400	0.33	S/. 142.56	S/. 4,276.80	S/. 51,321.60
Total	5013		51076		S/. 935.31	S/. 28,059.37	S/. 336,712.46
Total Dólares							\$ 119,826.50

4.4.7. Requerimiento de Agua

Para poder determinar los requerimientos diarios de agua potable para el centro de Multiservicios nocturno se tomaron los siguientes criterios para la dotación de agua, que han sido extraídos de <http://www.tecdepur.com>.

Tabla 23

Consumo de agua

Consumo de agua	
Bares, cafeterías, etc.	Consumo
Hasta 30 m ²	1.5m ³
De 31 a 60 m ²	0.06m ³
De 61 a 100 m ²	0.05 m ³
Más de 100 m ²	0.04m ³
Piscinas	Consumo
Con recirculación de las aguas	0.01L/día/m ³
Sin recirculación de las aguas	0.03L/día por m ³
Con flujo continuo de agua	0.125L/hora por m ³
Restaurantes	Consumo
Hasta 40 m ²	2L
De 41 a 100 m ²	0.40m ³
Más de 100 m ²	0.50m ³
Otros	Consumo
Casinos, salas de baile y juego y karaoke	0.03m ³ de uso público

Fuente: TECDEPUR

Tabla 24
Requerimiento de dotación de agua

REQUERIMIENTO DE AGUA						
Servicio	Área	Consumo/ m3	Consumo total m3	Costo Diario m3 (1.37)	Costo Mensual m3	Costo Anual
Discoteca	480	0.03	14.4	S/. 19.73	S/. 591.84	S/. 7,102
Karaoke	225	0.03	6.75	S/. 9.25	S/. 277.43	S/. 3,329
Billar	158	0.03	4.74	S/. 6.49	S/. 194.81	S/. 2,338
Casino	264	0.03	7.92	S/. 10.85	S/. 325.51	S/. 3,906
Bar	160	0.04	6.4	S/. 8.77	S/. 263.04	S/. 3,156
Restaurante	260	0.05	13	S/. 17.81	S/. 534.30	S/. 6,412
Piscina	263	0.03	7.89	S/. 10.81	S/. 324.28	S/. 3,891
TOTAL SOLES			61.1	S/. 83.71	S/ 2,511.21	S/. 30,135
TOTAL DÓLARES						\$ 10,724

Como se puede observar en la Tabla 24, el costo de consumo de agua varía de acuerdo al servicio y esto se debe a que cada uno posee una diferente estructura de cobro, así por ejemplo se puede notar que los servicios como la discoteca, el karaoke, el billar y el casino consumen agua de acuerdo a la extensión de su área de atención al público y ello se debe a que de acuerdo a su área total emplearán más o menos agua, por lo que a cada uno debe asignarse un consumo de 0.03m³/m² y multiplicarlo por el área total de cada uno de los servicios, el consumo en m³ considera tanto el agua empleada para la limpieza como la empleada por los clientes.

En el caso del bar y el restaurante el costo también varía de acuerdo a su extensión y el consumo es correspondiente a $0.04\text{m}^3/\text{m}^2$ y $0.05\text{m}^3/\text{m}^2$ debido a que ambos servicios cuentan con áreas superiores a los 100 m^2 .

Respecto a la piscina el consumo varía de acuerdo al sistema que posee de llenado. En este caso se ha optado por que la piscina tenga el sistema de llenado sin retorno o reflujo de las aguas que ya han sido expulsadas de la piscina, pero sin flujo continuo. Por lo que el consumo de agua en la piscina no será muy elevado, correspondiéndole un consumo equivalente a $0.03\text{m}^3/\text{m}^2$.

Una vez determinado el consumo por m^3 , cada uno de los totales se multiplica por el costo del m^3 de agua, obteniendo así el costo diario de agua por día, luego se multiplica por 30 para obtener el monto mensual por servicio y finalmente la suma proporcionará un gasto total mensual por concepto de agua de S/. 2,511.21.

El costo del m^3 de agua se ha rescatado de la página de EPSEL, y es 1.73 por ser la correspondiente al comercio no residencial.

4.4.8. Control de calidad

Para poder asegurar la calidad de los servicios se llevarán a cabo los siguientes controles:

- Encuestas permanentes al público.
- Capacitaciones continuas en atención al cliente.
- Implementar servicios complementarios.
- Integrar un link de sugerencias en la página web, donde los clientes puedan hacer sus sugerencias.

4.4.9. Cronograma de Actividades

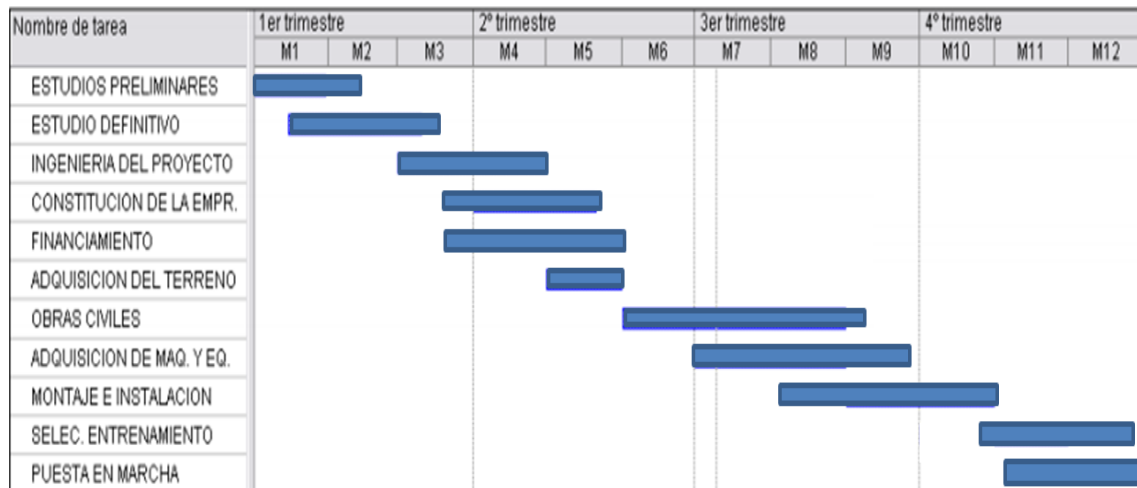


Figura 47. Cronograma de Actividades

Como se puede observar en la imagen durante el primer trimestre en un mes y medio aproximadamente se realizarán los estudios preliminares del centro de Multiservicios nocturno, a mitad del primer mes del primer trimestre empezará el estudio definitivo hasta mediados del tercer mes del primer trimestre, a inicios del tercer mes del primer trimestre empezará la ingeniería del proyecto, actividad que terminará a finales del cuarto mes o del primer mes del segundo trimestre.

La constitución de la empresa iniciará a finales del tercer mes del primer trimestre y terminará en mediados del quinto mes, de igual manera el financiamiento se solicitará a finales del tercer mes y concluirá a finales del cuarto mes. La adquisición del terreno se dará prácticamente durante todo el quinto mes, las obras civiles empezarán en el sexto mes y terminarán en los últimos días del octavo mes.

La adquisición de maquinaria y equipos se realizará empezando el tercer trimestre, es decir, los primeros días del séptimo mes y se finalizarán en los días

finales del mes noveno, el montaje e instalación iniciará el octavo mes del tercer trimestre y concluirá el décimo mes del mismo periodo. La selección y entrenamiento de personal se realizará durante todo el onceavo y doceavo mes del cuarto trimestre y la puesta en marcha se hará desde mediados del onceavo mes hasta concluir el periodo.

4.5. Viabilidad Financiera

4.5.1. Inversión

4.5.1.1. Estructura de Inversión

Las inversiones según la Real Academia de la Lengua son definidos como colocaciones de caudales en actividades de fin productivo. Es decir son aportes de recursos con fines productivos o de reproducción o multiplicación de capital para la obtención de una utilidad o ganancia.

Existen diversas clasificaciones de las inversiones, entre las cuales se encuentran las clases según:

- Su periodo de vinculación: activo no corriente y activo corriente.
- Materialización: productivas, financieras, en stock, de investigación, y sociales.
- Función en el seno de la empresa: inversiones de reemplazamiento para el mantenimiento de la empresa, inversiones de reemplazamiento para reducir costes o para mejorar tecnológicamente, inversiones de ampliación de los

productos o mercados existentes, inversiones de ampliación a nuevos productos o mercados, inversiones impuestas.

- Su relación entre sí: complementarias, sustitutivas, independientes o autónomas.
- Corriente de cobros y pagos: inversiones con un solo pago y un solo cobro; inversiones con varios pagos y un solo cobro; inversiones con un solo pago y varios cobros; inversiones con varios pagos y cobros.
- Según su variabilidad: fija y variable.
 - Para el estudio se considerará la clasificación según su variabilidad y según su vinculación.

4.5.1.2. Inversión Fija

Este tipo de inversión es aquella que no se encuentra sujeta a variaciones a lo largo del tiempo de vida del proyecto, pues forma parte de la estructura operativa del negocio, su base para empezar sus operaciones.

Esta inversión incluye la proyección de la inversión en base a cotizaciones tanto de bienes como de servicios necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Este tipo de inversión se puede subdividir como tangible e intangible.

- Inversión Fija Intangible

Dentro de este grupo de inversión están comprendidos todos aquellos gastos que se desembolsan durante la etapa anterior a la operatividad del proyecto y que además no se pueden ser identificados de manera física, es decir este tipo de inversión no se pueden percibir materialmente.

Esta inversión debe ser añadida en el rubro de los costos operativos del proyecto durante la fase de funcionamiento como amortización de intangibles, además este tipo de inversión no requiere de un pago en efectivo.

- Inversión fija tangible

Es aquella que sí se pueden identificar de manera física, son gastos que representan bienes fácilmente identificables, es decir son materiales o reales.

Esta inversión debe ser añadida bajo el nombre y concepto de depreciación, durante la fase de operación del proyecto el concepto de depreciación.

- Terreno: Se estimó un área de 2370.50, el cual tendrá un \$350,000.
- Obras Civiles: Evaluadas en \$ 109,742.96 (Ver Tabla 25).
- Maquinaria y Equipo: El equipo y la maquinaria se obtuvo de diversos proveedores para realizar una mejor cotización de los productos, resultando una inversión total de \$ 348175.83 (Ver Tabla 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34).

4.5.1.3. Capital de trabajo

Se llama capital de trabajo a aquellos recursos financieros de naturaleza activa y que además son corrientes y resultan imprescindibles para que se pueda garantizar la normal operatividad de la empresa a lo largo de todo el ciclo productivo. Es decir, es el monto mínimo de recursos financieros con los que debe contar la empresa para poder empezar con sus operaciones y que le permita generar sus propias rentas con el fin de que la operación de la empresa quede totalmente garantizada.

En el caso del centro de Multiservicios se ha creído conveniente contar con un capital de trabajo equivalente al monto necesario para un mes, esto debido a que las operaciones de la empresa se darán diariamente y al tratarse de un servicio el pago por el mismo se efectuará poco después de haber sido prestado en servicio e incluso en el instante mismo en que se preste el servicio, en algunos casos como el de las entradas a la discoteca y al karaoke. Por lo que se considera que en un mes los flujos de efectivo generados por la empresa serán suficientes para la que con esos flujos continúen las operaciones del centro de Multiservicios.

De manera adicional se ha creído conveniente establecer un monto para imprevistos equivalente al 3% del total de capital de trabajo requerido, pues al ser este un servicio puede presentar gran variedad en cuanto a variaciones y cambios referidos a la demanda y oferta.

- Servicios: Comprende la luz, agua y teléfono (ver Tabla 61)
- Remuneraciones: Es necesario \$55,943.06 para cubrir los sueldos de los trabajadores.

Tabla 25
Obras civiles

Descripción	Unid.	Cant.	Precio Unitario (soles)	Costo Parcial (soles)
1. Trabajos Preliminares				
Limpieza	M2	2370.5	0.1	237.05
Trazo de Nivel y Replanteo	M2	2370.5	1.08	2560.14
Nivelación y Compactación	M2	351.43	1.04	365.4872
2. Movimiento de Tierras				
Relleno Interior y Apisonado para Falso Piso	M2	2370.5	6.44	15266.02
Excavación de Gran Superficie	M3	473.4	8.28	3919.752
Excavación de Zanjas hasta 1.20 m de Profundidad	M3	222	13.84	3072.48
Relleno con Material Propio	M3	117.63	7.91	930.4533
Eliminación de Material Excedente	M3	597.41	10.68	6380.3388
3. Obras de Concreto Simple				
Encofrado y Desencofrado	M3	205.73	22.47	4622.7531
Cimiento Corrido 1: 10 + 30% PG	M3	177.41	119.91	21273.2331

Descripción	Unid.	Cant.	Precio Unitario (soles)	Costo Parcial (soles)
Sobrecimiento Concreto 1: 8 + 25% PM	M3	39.91	161.25	6435.4875
4. Obras de Concreto Armado				
Columnas F'c = 175 Kg/cm2	M3	25	282.96	7074
Columnas Encofrado Fc = 10p + 10f = 15 m2	M2	300	28.65	8595
Vigas F'c = 175 Kg/cm2	M3	2.35	242.99	571.0265
Vigas Encofrado 10p + 10f = 10m2	M3	14.2	34.5	489.9
Losa Aligerada F'c = 175 kg/cm2 y 30p + 13 pf = 22 m2	M3	50	247.87	12393.5
Encofrado y Desencofrado de Losa Aligerada 10p + 10f = 20 m2	M2	226.48	21.57	4885.1736
Concreto Cisterna Subterránea	M3	2	297.19	594.38
Encofrado Cisterna Subterránea	M3	12.3	17.46	214.758
TE Concreto F'c = 175 kg/cm2	M3	1.73	315.83	546.3859
TE Concreto Encofrado	M3	12.21	19.35	236.2635

Descripción	Unid.	Cant.	Precio Unitario (soles)	Costo Parcial (soles)
5. Muros y Tabiques de Albañilería				
Muro Ladrillo h<4 m	M2	73	45.58	3327.34
Muro ladrillo sogá h<4 m	M2	351.62	25.6	9001.472
Muro ladrillo cabeza h>4 m con mezcla 1:4	M2	915.41	41.77	38236.6757
Muro ladrillo sogá h>4 m con mezcla de 1:4	M2	0	25.95	0
Descripción	Unid.	Cant.	Precio Unitario (soles)	Costo Parcial (soles)
6. Enlucido y Tarrajeos				
De fachada exterior mezcla 1:4 y e = 2 cm.	M2	800	15.38	12304
De interiores mezcla 1:4 y e = 2 cm.	M3	1400.02	13.53	18942.2706
De columnas con mortero 1:5 10P+½ PE = 8 m2 y e = 2 cm.	M2	310	16.41	5087.1
De vigas	M2	15	16.41	246.15
Cielo raso con yeso 10P + ½ PE = 1,2 m2	M2	53	14.69	778.57
7. Pisos, Pavimentos y Pistas				
Falso piso e = 4" 1:8	M2	718.81	17.85	12830.7585
Piso de loseta 30x30 cm2, 10P + ½ PE = 1,2m2	M2	176	36.7	6459.2

Descripción	Unid.	Cant.	Precio Unitario (soles)	Costo Parcial (soles)
Veredas de FC = 140 Kg./cm ² , e = 4" Pasta 1:2	M ²	70	30.26	2118.2
Acabado de piso con pasta 1:2 E = 1,5 cm.	M ²	601	14.27	8576.27
Carpeta asfáltica en frío e = 2"	M ²	570.11	11.37	6482.1507
8. Estructuras Metálicas y Coberturas				
Tijerales de fierro a dos aguas ángulo de 1½ x 1½, 3/16 y 1/8	Unid.	310	22.22	6888.2
Ventanas, perfil de 1" x 1" y 1/8	M ²	50	69.35	3467.5
Portón metálico	M ²	1	386.42	386.42
Cerrajería	Unid.	60	15.05	903
Cobertura de asbesto cemento 10PAU 1,1 x 2,9	M ²	230	18.43	4238.9
Techo a dos aguas 21 x 22 m	Unid.	1	19865.06	19865.06
9. Carpintería y Acabados				
Puertas contraplacadas	M ²	62.6	103.69	6490.994
Vidrio simple	Pza.	46	2.66	122.36
Pintura Látex en Cielo raso	M ²	180	5.6	1008

Descripción	Unid.	Cant.	Precio Unitario (soles)	Costo Parcial (soles)
Pintura Látex en interiores y exteriores	M2	1820.6	6.7	12198.02
Barniz. Carpintería de madera	M2	89.8	9.89	888.122
Pintura anticorrosiva en Carp metálica	M2	90	10.58	952.2
10. Aparatos Sanitarios y Accesorios				
Inodoros de loza blanca	Pza.	10	158.47	1584.7
Lavatorios de loza blanca	Unid.	10	66.64	666.4
Jaboneras con asa	Pza.	4	11.86	47.44
Urinario con losa blanca	Pza.	5	100.75	503.75
Tanque de Eternit 1,5 m3	Unid.	2	670	1340
Descripción	Unid.	Cant.	Precio Unitario (soles)	Costo Parcial (soles)
11. Instalaciones Sanitarias				
Tubo de ventilación de 2"	Unid.	30	11.43	342.9
Salida para desagüe	Pto.	28	57.37	1606.36
Red de distribución tubo 4" PVC	MI.	80	14.89	1191.2
Tubo de distribución 2" PVC	MI.	45	11.07	498.15

Descripción	Unid.	Cant.	Precio Unitario (soles)	Costo Parcial (soles)
Conexión de la Red principal a la caja de reg.	Unid.	10	349.65	3496.5
Excavación de zanjas	M2	114	26.3	2998.2
Registro de bronce 2"	Unid.	1	5.5	5.5
Registro de bronce 4"	Unid.	1	9.38	9.38
Sumidero 2"	Unid.	5	8.53	42.65
Caja de registro de 30 x 60 cm.	Unid.	2	193.2	386.4
12. Sistema de Agua				
Salida de agua fría	Pto.	25	20.05	501.25
Red de distribución tubo de ½" PVC	MI.	110	5.39	592.9
Llaves y válvulas	Pza.	6	47.66	285.96
Accesorios	Unid.	60	5.09	305.4
13. Instalaciones Eléctricas				
Centros de Luz	Pto.	48	27.67	1328.16
Tomacorrientes	Pto.	21	33.01	693.21
Interruptores	Pto.	20	24.6	492
Tablero General	Unid.	1	333.83	333.83
Braquetas con polo	Pto.	10	15.55	155.5
Fluorescentes (equipos)	Pza.	52	61.83	3215.16
Focos (100W)	Pto.	0	1.1	0
14. Conexiones				
Instalaciones eléctricas				
Instalaciones sanitarias				

Descripción	Unid.	Cant.	Precio Unitario (soles)	Costo Parcial (soles)
Total Presupuestado en Soles				305085.416
Total Presupuestado en Dólares (TC = S/. 2.78 / US\$)				109742.9554

Tabla 26

Maquinaria y equipos - Casino US\$

Artículo	Proveedor	Precio	Cantidad	Subtotal
Mesa de Póker	RyE	\$ 3350	8	\$ 26800
Mesa Blackjack	RyE	\$ 1850	4	\$ 7400
Silla de diler	RyE	\$ 170	12	\$ 2040
Mesas Baccarat	RyE	\$ 2850	2	\$ 5700
Baraja royal	Roral	\$ 4.95	20	\$ 99
Baraja kem	Kem	\$ 35	20	\$ 700
Baraja bycicle	Bycicle	\$ 5.4	10	\$ 54
Barja copag	Copag	\$ 9.65	10	\$ 96.5
Fichas clay 25	Clay	\$ 5.12	300	\$ 1536
Fichas cerámica 200	RyE	\$ 145	200	\$ 29000
Mesas de ruleta	RyE	\$ 2414	2	\$ 4828
Carros de servicio	RyE	\$ 325	8	\$ 2600
Sillas de póker	RyE	\$ 199	40	\$ 7960
Máquinas	Amatyc	\$ 1200	12	\$ 14400
Sillas de máquinas	POP Relax	\$ 550	12	\$ 6600
Fichero acrílico	Del Póker	\$ 10	12	\$ 120

Artículo	Proveedor	Precio	Cantidad	Subtotal
Dispensador cartas	Del Póker	\$ 112.041	12	\$ 1344.492
Barajador de cartas	Del Póker	\$ 68	10	\$ 680
Caja dados	Juegosalon	\$ 22.27	5	\$ 111.35
Televisor	Sagafalabella	\$ 538.6	2	\$ 1077.2
Micrófonos	Sagafalabella	\$ 28.35	3	\$ 85.05
Equipo de sonido	Sagafalabella	\$ 358.93	2	\$ 717.86
Altavoces	Profesionaldj	\$ 135	10	\$ 1350
Coste Total Dólares				\$ 115299.45

Tabla 27
Maquinaria y equipo - Billar US\$

Artículo	Proveedor	Precio	Cantidad	Subtotal
Mesas pool o carambola	Megabillares	\$ 14500	5	\$ 72500
Mesa pool carambola		\$ 14600	5	\$ 73000
Lámpara	Lissy	\$ 150	10	\$ 1500
Taco pool	Lissy	\$ 54.29	10	\$ 542.9
Taco carambola	Lissy	\$ 123.2	10	\$ 1232
Limpiador de tacos	Lissy	\$ 5.54	10	\$ 55.4
Pulidor de mangos	Lissy	\$ 1.3	10	\$ 13
Cera para tacos	Lissy	\$ 8	10	\$ 80
Bolas de pool	Lissy	\$ 70	10	\$ 700
Bolas carambola	Lissy	\$ 82.28	10	\$ 822.8
Bandeja portabolas	Lissy	\$ 6.23	15	\$ 93.45
Triángulo de madera	Lissy	\$ 27	10	\$ 270
Máquina limpiabolas	Lissy	\$ 50	2	\$ 100
Líquido pulidor	Lissy	\$ 9	5	\$ 45
Líquido restaurador	Lissy	\$ 9	5	\$ 45

Artículo	Proveedor	Precio	Cantidad	Subtotal
Taquera Mahatan	Lissy	\$ 140	2	\$ 280
Taquera de pared	Lissy	\$ 29	5	\$ 145
Tizas	Lissy	\$ 33.47	3	\$ 100.41
Relojes taxímetro	Lissy	\$ 70.89	1	\$ 70.89
Marcador mecánico	Lissy	\$ 39.11	20	\$ 782.2
Cepillo de billar	Lissy	\$ 5.8	2	\$ 11.6
Televisor	Sagafalabella	\$ 538.59	1	\$ 538.59
Equipo de sonido	Sagafalabella	\$ 358.94	1	\$ 358.94
Costo total Dólares				\$ 1.53287.18

Tabla 28

Maquinaria y equipo - Billar US\$

Artículo	Proveedor	Precio	Cantidad	Subtotal
Juego sofá y mesa loung	Disco-designer	\$ 1100	4	\$ 4400
Sofá en L	Disco-designer	\$ 370.5	4	\$ 1482
Taburete	Disco-designer	\$ 75.5	3	\$ 226.5
Mesa de centro	Disco-designer	\$ 547.86	4	\$ 2191.44
Lámparas	Mueblesueco	\$ 24	8	\$ 192
Barra simple	Mobililoft	\$ 759	1	\$ 759
Banco para barra	Sagafalabella	\$ 35.57	6	\$ 213.42
Cava de vino	Sagafalabella	\$ 799	1	\$ 799
Licorera		\$ 300	2	\$ 600
Televisor	Sagafalabella	\$ 539.59	2	\$ 1079.18
Licuadaora	Sagafalabella	\$ 53.54	2	\$ 107.08
Coctelera	Sagafalabella	\$ 24.79	5	\$ 123.95
Equipo de sonido	Sagafalabella	\$ 358.94	1	\$ 358.94
Altavoces	Profesionaldj	\$ 135	2	\$ 270

Artículo	Proveedor	Precio	Cantidad	Subtotal
Set utensilios barman	La casa del barman	\$ 3000	3	\$ 9000
Costo total Dólares				\$ 21802.51

Tabla 29
Maquinaria y equipo - Karaoke US\$

Artículo	Proveedor	Precio	Cantidad	Subtotal
Sofá	Disco-designer	\$ 1021	3	\$ 3063
Mesas de centro	Disco-designer	\$ 300	7	\$ 2100
Lámparas colgantes	Lightinthebox	\$ 89	8	\$ 712
Silla DJ	Sagafalabella	\$ 35.57	1	\$ 35.57
Barra	Mobililoft	\$ 759	1	\$ 759
Sillas para barra	Sagafalabella	\$ 35.57	6	\$ 213.42
Licorera		\$ 300	1	\$ 300
Televisor	Sagafalabella	\$ 538.59	6	\$ 3231.54
Licuada	Sagafalabella	\$ 53.54	2	\$ 107.08
Micrófonos	Sagafalabella	\$ 28.38	6	\$ 170.28
Consola de DJ	Fravega	\$ 4519	1	\$ 4519
Equipo de sonido	Sagafalabella	\$ 358.94	2	\$ 717.88
Altavoces	Profesionaldj	\$ 35	4	\$ 140
Costo total Dólares				\$ 15962.69

Tabla 30
Maquinaria y Equipo - Restaurante US\$

Artículo	Proveedor	Precio	Cantidad	Subtotal
----------	-----------	--------	----------	----------

Cocina	Sagafalabella	\$ 556.55	2	\$ 1113.1
Batería de cocina	Sagafalabella	\$ 535.35	2	\$ 1070.7
Juego de cubiertos	Sagafalabella	\$ 143.36	5	\$ 716.8
Repostero		\$ 538.95	1	\$ 538.95
Refrigeradora	Sagafalabella	\$ 1436.83	1	\$ 1436.83
Licuadaora	Sagafalabella	\$ 53.53	2	\$ 107.06
Horno	Sagafalabella	\$ 269.11	1	\$ 269.11
Lavavajillas	Sagafalabella	\$ 574.52	1	\$ 574.52
Juego de mesa y sillas	Moblilar	\$ 800	8	\$ 6400
Equipo de sonido	Sagafalabella	\$ 358.94	1	\$ 358.94
Costo total Dólares				\$ 12586.01

Tabla 31

Maquinaria y equipo - Discoteca US\$

Artículo	Proveedor	Precio	Cantidad	Subtotal
Licorera		\$ 300	2	\$ 600
Televisor	Sagafalabella	\$ 538.59	6	\$ 3231.54
Licuadaora	Sagafalabella	\$ 53.53	2	\$ 107.06
Micrófonos	Sagafalabella	\$ 28.38	5	\$ 141.9
Banco para barra	Sagafalabella	\$ 35.57	6	\$ 213.42
Sillas para barra	Sagafalabella	\$ 35.57	7	\$ 248.99
Silla DJ	Sagafalabella	\$ 35.57	1	\$ 35.57
Barra	Disco-disegner	\$ 3500	2	\$ 7000
Bolas disco	Disco-disegner	\$ 161.68	2	\$ 323.36
Consola de DJ	Fravega	\$ 4519	1	\$ 4519
Coctelera	Sagafalabella	\$ 24.79	3	\$ 74.37
Equipo de sonido	Sagafalabella	\$ 358.94	2	\$ 717.88
Altavoces	Profesionaldj	\$ 135	12	\$ 1620

Artículo	Proveedor	Precio	Cantidad	Subtotal
Máquina de humo	Disco-disegner	\$ 43.11	2	\$ 86.22
Máquina de burbujas	Disco-disegner	\$ 54.58	2	\$ 109.16
Cortador de luces	Disco-disegner	\$ 14.49	8	\$ 115.92
Proyector de luz laser	Disco-disegner	\$ 62.4	5	\$ 312
Set utencillos barman	La casa del barman	\$ 3000	2	\$ 6000
Costo total Dólares				\$ 25456.39

Tabla 32

Requerimientos en cristalería US\$

Artículo	Proveedor	Características	Precio	Cant	Subtotal
Copa para coctel	Reimse	Caja 48 unidades	\$ 22.9	3	\$ 68.7
		Capacidad 8.3 oz			
Copa agua	Reimse	Caja 36 unidades	\$ 25.3	3	\$ 75.9
		Capacidad 10 oz			
Copa High ball	Reimse	Caja 48 unidades	\$ 25.9	2	\$ 51.8
		Capacidad 13 oz			
Copa Old fashion	Reimse	Caja 48 unidades	\$ 24.4	2	\$ 48.8
		Capacidad 9.5 oz			
Copa Brandy	Reimse	Caja con 48 pzas.	\$ 15.9	2	\$ 31.8
		Capacidad 4.5 oz			
Copa Vino Tinto	Reimse	Caja 48 unidades	\$ 23.8	2	\$ 47.6
		Capacidad 8.25 Oz			
Copa champaña	Reimse	Caja 48 unidades	\$ 22.8	3	\$ 68.4
		Capacidad 6 oz			
Copa Vino Blanco	Reimse	Caja con 48 pzas.	\$ 22.2	2	\$ 44.4
		Capacidad 5 oz			
Copa Margarita	Reimse	Caja 12 unidades	\$ 24.8	5	\$ 124
		Capacidad 10 oz			
Copa champaña flauta	Reimse	Caja 36 unidades	\$ 24.8	2	\$ 49.6
		Capacidad 7.25 Oz			
Vaso fondo grueso 155 ml	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 11.9	3	\$ 35.7
		Capacidad 5.2 Oz.			

Artículo	Proveedor	Características	Precio	Cant	Subtotal
Vaso fondo grueso 300 ml	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 12.9	3	\$ 38.7
		Capacidad 10 oz			
Vaso fondo grueso 325 ml	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 13.7	3	\$ 41.1
		Capacidad 11 oz			
Vaso fondo grueso 240 ml	Reimse	Caja con 24 pzas.	\$ 12.2	3	\$ 36.6
		Capacidad 8 oz			
Vaso boston 0151	Reimse	Caja 100 unidades	\$ 10.7	1	\$ 10.7
		Capacidad 1.3 Oz.			
Vaso Boston 6230	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 11.4	2	\$ 22.8
		Capacidad 7.5 oz			
Vaso rocas Boston 6221	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 11.4	2	\$ 22.8
		Capacidad 9 Oz. Caja con 24 pzas.			
Vaso high ball Boston 6292	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 12.9	1	\$ 12.9
		Capacidad 16 Oz.			
Vaso jugo Pedrada 6161	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 19.3	1	\$ 19.3
		Capacidad 10 Oz.			
Vaso Pedrada 6759	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 19.3	1	\$ 19.3
		Capacidad 12 Oz.			
Vaso Pedrada 6758	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 19	1	\$ 19
		Capacidad 8 oz			
Tarro café capuchino pequeño 4390	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 21.8	1	\$ 21.8
		Capacidad 5 oz			
Tarro café capuchino grande 4380	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 27.9	1	\$ 27.9
		Capacidad 8 oz			
Tarro cervecero 5681	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 42	2	\$ 84
		Capacidad 12 Oz.			
Tarro munich 5672	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 29.5	2	\$ 59
		Capacidad 11.5 oz			
Tarro cervecero 5600	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 46	2	\$ 92
		Capacidad 16 Oz.			
Vaso cervecero 6700	Reimse	Caja 24 unidades	\$ 18.5	2	\$ 37

Artículo	Proveedor	Características	Precio	Cant	Subtotal
		Capacidad 12 Oz.			
Costo total Dólares					\$ 1211.6

Tabla 33
Costo mobiliario de oficina US\$

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal
Escritorio	5	\$ 125	\$ 625
Sillas	15	\$ 18	\$ 270
Ventiladores	5	\$ 17	\$ 85
Archivadores	3	\$ 100	\$ 300
Armarios de madera	2	\$ 450	\$ 900
Desktop	5	\$ 162	\$ 810
Teléfono	11	\$ 32	\$ 352
Extinguidores	10	\$ 80	\$ 800
Papeleras	5	\$ 4	\$ 20
TOTAL			\$ 4162

La tabla anterior muestra todo el mobiliario en el que es necesario invertir. Cada uno de ellos fue cotizado por separado en distintas empresas para seleccionar al final el mobiliario más adecuado en función de la calidad, el precio y demás factores.

Tabla 34
Inversión intangible

1.2. Inversión Fija Intangible	
Estudio de Factibilidad	1,000.00
Gastos de Constitución	179.65
Gastos de Capacitación	800.00
Gastos de Organización	100.00

1.2. Inversión Fija Intangible	
Estudio de Impacto Ambiental	2000.00

Como se pudo observar, la anterior tabla muestra los diferentes desembolsos que se han llevado a cabo, según su concepto y su monto. El estudio de factibilidad costará \$1000.00, pues lo estimado por el valor del trabajo realizado.

Por otra parte los gastos de constitución se han establecido en \$179.65 teniendo en cuenta la facilidad que hoy brinda COFIDE de realizar los trámites por la empresa a solo un costos de S/. 500, que incluye trámites hasta la obtención del RUC y las planillas.

Los gastos de capacitación se han considerado por un valor de \$800.00, pues es necesario entrenar al personal antes de poner en marcha la operación de la empresa.

Los gastos de organización sumaron al final \$ 100 y el monto por el estudio del impacto ambiental se cotizó en un promedio de \$2000.

Tabla 35
Servicios

Servicio	Costo Mensual	Costo Anual
Energía eléctrica	\$ 9,985.54	\$ 119,826.50
Agua	\$ 893.67	\$ 10,724.03
Teléfono	\$ 200.00	\$ 2,400.00
TOTAL	\$ 10,879.21	\$ 130,550.53

En el tabla anterior se muestra el monto a pagar por concepto de servicios mensualmente, para el capital de trabajo el monto mensual se ha multiplicado por

los dos meses que será lo estipulado para el capital de trabajo, dando un monto de \$21,758.42.

Tabla 36
Remuneraciones

Personal	N°	Ingresos			Descuentos EsSalud 9%	Neto a Pagar	Neto a Pagar Anual
		Básico	Asig. Fam. 10%	Ingreso Bruto			
Dj	2	S/. 4,000	S/. 75	S/. 4,075	S/. 366.75	S/. 3,708	S/. 44,499
Administrador	1	S/. 2,500	S/. 75	S/. 2,575	S/. 231.75	S/. 2,343	S/. 28,119
Camareros (as)	25	S/. 13,750	S/. 75	S/. 13,825	S/. 1,244.25	S/. 12,581	S/. 150,969
Gogos	3	S/. 3,000	S/. 75	S/. 3,075	S/. 276.75	S/. 2,798	S/. 33,579
Barman	7	S/. 6,300	S/. 75	S/. 6,375	S/. 573.75	S/. 5,801	S/. 69,615
Dealer o Crupier	24	S/. 13,200	S/. 75	S/. 13,275	S/. 1,194.75	S/. 12,080	S/. 144,963
Cigarreras	3	S/. 1,200	S/. 75	S/. 1,275	S/. 114.75	S/. 1,160	S/. 13,923
Cajeros	5	S/. 3,750	S/. 75	S/. 3,825	S/. 344.25	S/. 3,481	S/. 41,769
Personal de Máquinas	3	S/. 1,500	S/. 75	S/. 1,575	S/. 141.75	S/. 1,433	S/. 17,199
Jefes de Sector	3	S/. 3,600	S/. 75	S/. 3,675	S/. 330.75	S/. 3,344	S/. 40,131
Meseros	10	S/. 5,500	S/. 75	S/. 5,575	S/. 501.75	S/. 5,073	S/. 60,879
Cocineros	2	S/. 2,600	S/. 75	S/. 2,675	S/. 240.75	S/. 2,434	S/. 29,211
Asistentes de Cocina	3	S/. 1,650	S/. 75	S/. 1,725	S/. 155.25	S/. 1,570	S/. 18,837
Personal de Seguridad	15	S/. 8,250	S/. 75	S/. 8,325	S/. 749.25	S/. 7,576	S/. 90,909
Personal de Mantenimient o	2	S/. 1,100	S/. 75	S/. 1,175	S/. 105.75	S/. 1,069	S/. 12,831
Personal de Limpieza	10	S/. 5,500	S/. 75	S/. 5,575	S/. 501.75	S/. 5,073	S/. 60,879

Personal	N°	Ingresos			Descuentos	Neto a Pagar	Neto a Pagar Anual
		Básico	Asig. Fam. 10%	Ingreso Bruto	EsSalud 9%		
Total Soles						S/. 71,526	S/. 858,312
Total Dólares						\$22,563.41	\$270,760.88

En el tabla anterior se presentan los montos desembolsados mensualmente por concepto de remuneraciones, el capital de trabajo requiere determinar el monto para dos meses, que ha resultado en \$22,563.41.

4.5.1.4. Inversión Total

La suma total de inversión fija, el capital de trabajo e imprevistos (4%) da la inversión total del proyecto para entrar en ejecución, cuyo monto en dólares es de \$929616.40.

Tabla 37
Inversión total

DESCRIPCIÓN	Monto (US\$)
I. INVERSIÓN FIJA	
1.1. Inversión Fija Tangible	
Terreno	350,000.00
Maquinaria y Equipos	348175.83
Obras Civiles	109,742.96
Mobiliario y Equipo de Oficina	4162.00
Total Inv. Fija Tangible	812,080.79
1.2. Inversión Fija Intangible	
Estudio de Factibilidad	1,000.00
Gastos de Constitución	179.65
Gastos de Capacitación	800.00
Gastos de Organización	100.00
Estudio de Impacto Ambiental	2000.00
Total Inv. Fija Intangible	4,079.65
II. Inversión Capital de Trabajo (2 meses)	

DESCRIPCIÓN	Monto (US\$)
Servicios	21,758.42
Remuneraciones	22,563.41
Total Inv. Capital de Trabajo	77,701.48
III. Imprevistos (4%)	35,754.48
Inversión Total del Proyecto	929,616.40

4.5.2. Financiamiento

La evaluación del financiamiento es de vital importancia en la realización de un proyecto, pues indica el monto exacto que se debe financiar para llevar a cabo el proyecto, permitiendo así conocer las fuentes de donde se podrá financiar para lograr poner en marcha el proyecto.

4.5.2.1. Fuentes de Financiamiento

Para el financiamiento del presente proyecto se ha creído conveniente solicitar el crédito necesario a la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), pues al ser esta una entidad del estado que promueve la creación de empresas es la que mejores condiciones crediticias puede ofrecer. Esta entidad ofrece una gran variedad de créditos como son: PROBID, Crédito Multisectorial, Crédito Micro global, entre otros muchos que permiten la elección de un crédito a la medida, de acuerdo a las capacidades y posibilidades de pago y endeudamiento, así como también al rubro al que se quiere dirigir las actividades empresariales.

Tabla 38
Programa de créditos COFIDE

PROGRAMA	DESTINO	ESTRUCTURA	PLAZOS	GRACIA	M MÁXIMO
PROBID	Activo fijo, y ejecución de obras civiles	Hasta el 100%	1- 15 años	Según el proyecto	US\$20,000,000
	Capital de trabajo estructural				
	Servicios técnico – gerenciales				
	Exportación de bienes de capital, bienes de consumo durables y servicios de ingeniería.				
	Reembolso de inversiones de proyectos				
PROPEM BID	Financiar activo fijo y capital de trabajo a mediano y largo plazo a la pequeña empresa peruana.	Hasta el 100%	1- 10 años	Según el proyecto	US\$ 300.000
			1-3 años (CAPITAL DE TRABAJO)	Máx. 1 año	US\$ 70.000 (CAPITAL DE TRABAJO)
MULTISECTORIAL	Pre- Inversión	Hasta el 100%	1 - 10 años	Máx. 2 años	En función a las características del proyecto
	Activo fijo				
	Capital de Trabajo				
	Obras civiles e infraestructura				
	Servicios Técnico Gerenciales				
	Reestructuración de pasivos				
MICROGLOBAL	Financiamiento de Activos Fijos y Capital de Trabajo.	Hasta el 100%	Máx. 4 años	Máx. 1 año	Hasta US\$10,000 000

Fuente: COFIDE

De la gama de créditos ofrecidos por COFIDE para la realización del presente proyecto se creyó conveniente la elección del crédito Multisectorial, pues es el que mejor se adapta dado que la finalidad del crédito sí es la inversión y la obtención de capital de trabajo, además el plazo ofrecido para el pago es de 10 años periodo que resulta más que suficiente para el pago en el caso del centro de esparcimiento nocturno, el máximo periodo de gracia ofrecido es de 1 año lo que también resulta conveniente dada la naturaleza de la operación del negocio, el monto máximo del financiamiento es de \$10,000.000 que se ajusta a lo requerido por la empresa.

Para poder acceder al crédito Multisectorial es necesario un intermediario financiero, que en este caso vendrá a ser el Banco de Crédito del Perú, esta institución será la intermediaria en la operación y será por lo tanto quien reciba la solicitud de financiamiento y quien evalúe crediticiamente y evalúe también la viabilidad y potencial rentabilidad del proyecto presentado. Si la evaluación resulta favorable a la empresa, el BCP deberá ser quien otorgue el monto solicitado, que será entregado al BCP por COFIDE. Luego de ello, será también el BCP quien se encargue de llevar a cabo el cobro correspondiente a la devolución del financiamiento por parte de la empresa.

4.5.2.2. Características del Programa de Crédito Multisectorial – Nuevos Soles

- Objetivo

Impulsar el desarrollo del sector empresarial para el establecimiento, ampliación y mejoramiento de sus actividades.

- Subprestatarios

Las personas naturales o jurídicas domiciliadas en el país, que desarrollen sus actividades en el Perú y, que a juicio de la IFI sean elegibles como sujetos de crédito.

- Destino

- Pre- Inversión; es decir inversión previa a la operatividad del proyecto.
- Activo fijo, incluyendo la reposición de inversiones que pueden haber sido anteriores en el tiempo.
- Capital de Trabajo, recursos necesarios para operar con normalidad mientras la empresa empieza a generar sus propios flujos.
- Obras civiles e infraestructura, construcción y acabado de obras previas al funcionamiento o correspondiente a ampliaciones de infraestructura o creación de nuevas áreas.
- Servicios Técnico Gerenciales, de gestión de la empresa.
- Reestructuración de pasivos.

- Restricciones

No podrán financiarse con los recursos del Programa Multisectorial - NS, proyectos y/o actividades que usen tecnologías que atenten contra la conservación del medio ambiente, la salud pública y la seguridad de las personas.

- Mecanismo de Canalización

Los recursos que canalice COFIDE a cada Institución Financiera Intermediaria (IFI) serán desembolsados a través de la modalidad de Línea de Crédito y/u Operaciones Individuales de crédito que hubiesen aprobado las IFIs.

- Condiciones Financieras

- Estructura del Programa: La Línea financia hasta el 100% del requerimiento del Subprestatario.
- Moneda: Nuevos Soles y sus recuperaciones serán en la misma moneda.
- Plazos: Para ambas modalidades de Préstamos, el plazo máximo será de hasta 10 años, el mismo que puede incluir un período de gracia máximo de hasta 2 años. Durante dicho plazo de gracia, solo se pagarán intereses.
- Forma de pago: La cancelación del principal, intereses y comisiones se efectuará al finalizar cada mes y/o trimestre calendario. La forma de pago podrá adecuarse al ciclo productivo y/o a la realización comercial, para el caso de las actividades vinculadas al Sector Agropecuario.
- Tasa de Interés a la IFI: La que determine COFIDE.
- Tasa de Interés al Subprestatario: Según libre negociación entre la IFI y el Subprestatario.
- Monto máximo por Subprestatario: Para ambas modalidades de Préstamo, el monto máximo de los mismos a favor de la IFI o IFIE estará en función a las características propias de cada operación de Préstamo, el saldo disponible de la

IFI o IFIE y los recursos que disponga COFIDE en la fecha de solicitud del Préstamo.

4.5.2.3. Ejecución del Programa

Para proceder a la aprobación y desembolso de los recursos, la IFI deberá remitir a COFIDE lo siguiente:

- Operaciones Individuales: La solicitud de desembolso, el informe de crédito, la declaración del Subprestatario y el pagaré de la IFI a favor de COFIDE.
- La IFI tendrá un plazo de cinco (05) días para efectuar el desembolso de los subpréstamos otorgados con cargo a la Línea de Crédito otorgada y, un plazo adicional de hasta (30) días a fin de remitir a COFIDE, el informe que detalle los subpréstamos otorgados por la IFI.
- Línea de Crédito: Se remitirá para el desembolso, el pagaré de la IFI a favor de COFIDE y la solicitud de desembolso.
- La IFI o IFIE tendrá un plazo de hasta 15 días calendario adicionales a los 90 días disponibles para la utilización de la Línea de Crédito, a fin de remitir a COFIDE el Informe que detalle los Subpréstamos otorgados.
- La IFI se obliga a reportar trimestralmente a COFIDE, la cartera de subpréstamos otorgados con cargo a la Línea de Crédito, cuyo saldo no deberá ser menor al 100% del saldo del préstamo otorgado.

4.5.2.4. Supervisión y Control

La IFI tiene la obligación de realizar las supervisiones necesarias para controlar el uso apropiado de los recursos de acuerdo a los fines establecidos por el Programa y demás normas complementarias que se establezcan. COFIDE se reserva el derecho de supervisar la correcta utilización de sus recursos. En caso de comprobarse, el uso no adecuado de los recursos o exista cualquier incumplimiento de lo señalado por el Reglamento Operativo del Programa, COFIDE podrá declarar exigible el financiamiento otorgado, quedando facultado de efectuar el débito automático del saldo pendiente de pago, aplicando las penalidades del caso.

4.5.2.5. Aportes para el Financiamiento

Como ya se ha mencionado el financiamiento es la adquisición de recursos con los que no se cuenta a cambio de un pago superior a ello, esta actividad en el caso específico de la creación del centro de esparcimiento nocturno tiene por finalidad lograr la adquisición de los activos fijos necesarios para la puesta en marcha del proyecto y además la obtención de capital de trabajo que le permita a la empresa poder operar mientras ella misma empieza a generar flujos de dinero.

El costo total necesario de la inversión del proyecto es de US\$ 653,537 dólares, de los que el 35% es decir US\$ 228,737.95 será financiado mediante aportes propios, es decir de los accionistas de la empresa y 65% o sea US\$ 424,799.05 será financiado por COFIDE mediante el Banco de Crédito del Perú.

4.5.2.6. Estructura de Financiamiento

Como ya se mencionó anteriormente existen dos fuentes de financiamiento para el presente proyecto. Sin embargo, se tiene que considerar que cada una de ellas va a permitir cubrir ciertos gastos y desembolsos, por lo que en afán de hacer que los beneficios relativos al proyecto se vean incrementados resulta necesario

establecer una estructura de financiamiento es decir, se debe determinar qué porcentaje de cada costo que deba efectuarse le corresponde a cada una de las fuentes, pudiendo en algunos casos cubrir el total de un desembolso o no cubrir nada.

4.5.2.7. Servicio de Deuda

Teniendo en cuenta la naturaleza del negocio, es decir, su forma de funcionamiento diario, se puede decir que la empresa genera ingresos diarios; además de la vida del proyecto, entre otras condiciones se han creído conveniente solicitar un crédito bajo las siguientes características:

- Periodo: mensual, debido a que la empresa genera flujos de dinero diarios y por lo tanto podría hacer frente a pagos mensuales.
- Plazo total: 3 años, dado que mientras menor sea el tiempo menos han de ser los pagos por concepto de intereses.
- Periodo de gracia: 6 meses, pues es lo que la empresa puede tardar para empezar a hacer frente a obligaciones diferentes a su monto requeridos para su operación diaria.
- Tasa de interés anual: 16%, pues es la tasa correspondiente al concepto de préstamos empresariales que mejor se adapta al negocio que se piensa poner en marcha.
- Monto del préstamo: \$ 604250.66.
- Tasa de interés efectiva mensual: 0.01244.

Según lo expuesto anteriormente se puede decir que la estructuración de los pagos mensuales sería de acuerdo a lo estipulado en el siguiente cronograma de pagos.

La forma de amortización que se ha creído conveniente emplear es la de cuotas decrecientes, pues esta es la forma de pago que exige COFIDE. En el crédito se ha establecido un periodo de gracia de 6 meses por lo que durante ese periodo no se pagarán intereses solo amortización del capital.

Tabla 39
Cronograma de pagos

	Nº	Saldo	Interés	Amortización	Cuota
AÑO 1	1	604250.66	7519.98	0.00	7519.98
	2	604250.66	7519.98	0.00	7519.98
	3	604250.66	7519.98	0.00	7519.98
	4	604250.66	7519.98	0.00	7519.98
	5	604250.66	7519.98	0.00	7519.98
	6	604250.66	7519.98	0.00	7519.98
	7	604250.66	7519.98	20141.69	27661.67
	8	584108.97	7269.32	20141.69	27411.01
	9	563967.28	7018.65	20141.69	27160.34
	10	543825.59	6767.98	20141.69	26909.67
	11	523683.91	6517.32	20141.69	26659.01
	12	503542.22	6266.65	20141.69	26408.34
AÑO 2	13	483400.53	6015.99	20141.69	26157.67
	14	463258.84	5765.32	20141.69	25907.01
	15	443117.15	5514.65	20141.69	25656.34
	16	422975.46	5263.99	20141.69	25405.68
	17	402833.77	5013.32	20141.69	25155.01
	18	382692.08	4762.66	20141.69	24904.34
	19	362550.40	4511.99	20141.69	24653.68
	20	342408.71	4261.32	20141.69	24403.01
	21	322267.02	4010.66	20141.69	24152.35
	22	302125.33	3759.99	20141.69	23901.68
	23	281983.64	3509.33	20141.69	23651.01
	24	261841.95	3258.66	20141.69	23400.35
AÑO 3	25	241700.26	3007.99	20141.69	23149.68

	N°	Saldo	Interés	Amortización	Cuota
	26	221558.58	2757.33	20141.69	22899.02
	27	201416.89	2506.66	20141.69	22648.35
	28	181275.20	2255.99	20141.69	22397.68
	29	161133.51	2005.33	20141.69	22147.02
	30	140991.82	1754.66	20141.69	21896.35
	31	120850.13	1504.00	20141.69	21645.69
	32	100708.44	1253.33	20141.69	21395.02
	33	80566.75	1002.66	20141.69	21144.35
	34	60425.07	752.00	20141.69	20893.69
	35	40283.38	501.33	20141.69	20643.02
	36	20141.69	250.67	20141.69	20392.35

Tabla 40
Cronograma de inversiones

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Monto (US\$)
I. INVERSIÓN FIJA											
1.1. Inversión Fija Tangible											
Terreno		\$ 350,000									\$ 350,000
Maquinaria y Equipos				\$ 37,573	\$ 37,573	\$ 50,097					\$ 125,243
Obras Civiles			\$ 21,949	\$ 21,949	\$ 21,949	\$ 21,949	\$ 21,949				\$ 109,743
Mobiliario y Equipo de Oficina										\$ 4,162	\$ 4,162
Total Inv. Fija Tangible	\$ -	\$ 350,000	\$ 21,949	\$ 59,522	\$ 59,522	\$ 72,046	\$ 21,949	\$ -	\$ -	\$ 4,162	\$ 589,148
1.2. Inversión Fija Intangible											
Estudio de Factibilidad	\$ 1,000										\$ 1,000
Gastos de Constitución	\$ 180										\$ 180
Gastos de Capacitación									\$ 144	\$ 144	\$ 287
Gastos de Organización									\$ 50	\$ 50	\$ 100
Estudio de Impacto Ambiental	\$ 647										\$ 647
Total Inv. Fija Intangible	\$ 1,826	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 194	\$ 194	\$ 2,214
II. Inversión Capital de Trabajo (2 meses)											
Servicios						\$ 532	\$ 532	\$ 532	\$ 532	\$ 1,418	\$ 3,546
Remuneraciones						\$ 5,024	\$ 5,024	\$ 5,024	\$ 5,024	\$ 13,397	\$ 33,493
Total Inv. Capital de Trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,556	\$ 5,556	\$ 5,556	\$ 5,556	\$ 14,816	\$ 37,039
III. Imprevistos (4%)		\$ 6,284		\$ 6,284		\$ 6,284		\$ 6,284			\$ 25,136
Inversión Total del Proyecto	\$ 1,826	\$ 356,284	\$ 21,949	\$ 65,806	\$ 59,522	\$ 83,886	\$ 27,504	\$ 11,840	\$ 5,750	\$ 19,171	\$ 653,537

4.5.3. Presupuesto de Ingresos y Egresos

A continuación, se hará la estimación correspondiente de los recursos necesarios a emplear para lograr prestar un determinado nivel de servicios. Cada uno de estos recursos se valorizará en términos monetarios, lo que permitirá conocer los gastos que deben realizarse y los ingresos correspondientes a dicha inversión.

Es decir, se pretende establecer el monto a desembolsar para obtener un determinado nivel de ingresos.

4.5.3.1. Presupuesto de costos y gastos

a) Costos de producción

En el caso específico del presente proyecto del Centro de Multiservicios, al tratarse de una empresa dedicada a la prestación de servicios, los costos de producción son los que tienen por destino hacer posible la prestación de los servicios a brindar.

Los costos de producción pueden ser directos o indirectos:

- Costos directos
 - Insumos alimenticios: En el caso del Centro de Esparcimiento Nocturno los insumos están conformados por los diversos ingredientes necesarios para la preparación de los diversos platillos y bebidas que serán ofrecidos en cada uno de los servicios. En el caso de cada servicio lo que se ofrecerá serán piqueos y

snacks, pero en el restaurante además se ofrecerá gran variedad de pizzas y platos diversos.

- Los diversos ingredientes empleados, así como las cantidades necesarias por mes y los costos de cada uno de los insumos.

Tabla 41

Insumos alimenticios

Insumo	Presentación	Precio	Cantidad Mensual	Cantidad Requerida Anual	Costo anual S/.	Costo anual \$
Harina	50 kg.	S/. 54.00	4	48	S/. 2,592	\$ 922.42
Queso Mozzarella	2.5 kg.	S/. 19.59	60	720	S/. 14,105	\$ 5,019.50
Aceite	20 l.	S/. 54.00	4	48	S/. 2,592	\$ 922.42
Caldo de gallina	1600 gr.	S/. 18.49	60	720	S/. 13,313	\$ 4,737.65
Levaduras	500 gr.	S/. 6.59	20	240	S/. 1,582	\$ 562.85
Azúcar	50 kg.	S/. 65.00	3	36	S/. 2,340	\$ 832.74
Leche	12 l.	S/. 20.00	30	360	S/. 7,200	\$ 2,562.28
Pasta de tomate	3 kg.	S/. 23.99	150	1800	S/. 43,182	\$ 15,367.26
Vino blanco	1 l.	S/. 8.00	15	180	S/. 1,440	\$ 512.46
Laurel	250 gr.	S/. 8.15	10	120	S/. 978	\$ 348.04
Tomillo	250 gr.	S/. 8.15	10	120	S/. 978	\$ 348.04
Orégano	250 gr.	S/. 8.15	10	120	S/. 978	\$ 348.04
Saí	20 kg.	S/. 11.50	3	36	S/. 414	\$ 147.33

Insumo	Presentación	Precio	Cantidad Mensual	Cantidad Requerida Anual	Costo anual S/.	Costo anual \$
Maíz tierno	1 kg.	S/. 5.49	18	216	S/. 1,186	\$ 422.01
Champiñones	3 kg.	S/. 24.50	20	240	S/. 5,880	\$ 2,092.53
Vitina	2 kg.	S/. 10.35	20	240	S/. 2,484	\$ 883.99
Pollo	1 kg.	S/. 3.13	75	900	S/. 2,813	\$ 1,000.89
Tocineta	1 kg.	S/. 21.39	75	900	S/. 19,251	\$ 6,850.89
Piña	1 kg.	S/. 2.50	20	240	S/. 600	\$ 213.52
Duraznos	3 kg.	S/. 13.50	20	240	S/. 3,240	\$ 1,153.02
Ciruella	2 kg.	S/. 7.35	15	180	S/. 1,323	\$ 470.82
Cereza	4 kg.	S/. 34.39	15	180	S/. 6,190	\$ 2,202.92
Pimentón	6 kg.	S/. 29.00	18	216	S/. 6,264	\$ 2,229.18
Cebolla	2 kg.	S/. 5.69	15	180	S/. 1,024	\$ 364.48
Palta	1 kg.	S/. 2.49	8	96	S/. 239	\$ 85.07
Mermelada	1 kg.	S/. 3.89	5	60	S/. 233	\$ 83.06
Tomate	2 kg.	S/. 3.99	15	180	S/. 718	\$ 255.59
Berenjena	1 kg.	S/. 7.50	8	96	S/. 720	\$ 256.23
Jamón	2.5 kg.	S/. 28.49	20	240	S/. 6,838	\$ 2,433.31
					S/. 150,696	\$ 53,628.53

Tabla 42
Insumos Bebidas

Insumo	Precio	Cantidad Requerida Mensual	Cantidad Requerida Anual	Costo anual S/.	Costo anual \$
Champagne					
Unduranga	S/ 14.38	25	300.00	S/ 4,314	\$ 1,535.23
Cava Condorniu	S/ 36.99	20	240.00	S/ 8,878	\$ 3,159.29
Las Moras	S/ 29.79	20	240.00	S/ 7,150	\$ 2,544.34
Concha y Toro	S/ 17.98	25	300.00	S/ 5,394	\$ 1,919.57
Cristalino	S/ 28.99	25	300.00	S/ 8,697	\$ 3,095.02
Riccadonna	S/ 39.99	20	240.00	S/ 9,598	\$ 3,415.52
Santiago Queirolo	S/ 15.49	40	480.00	S/ 7,435	\$ 2,645.98
Queirolo Primado	S/ 113.99	12	144.00	S/ 16,415	\$ 5,841.48
Vodkas					
Smirnoff	S/ 23.88	45	540.00	S/ 12,895	\$ 4,589.04
Gin Paramonga	S/ 15.14	30	360.00	S/ 5,450	\$ 1,939.64
Absolut	S/ 47.99	50	600.00	S/ 28,794	\$ 10,246.98
Tanqueray	S/ 50.48	25	300.00	S/ 15,144	\$ 5,389.32
Sky	S/ 35.34	40	480.00	S/ 16,963	\$ 6,036.73
Danzka	S/ 39.99	15	180.00	S/ 7,198	\$ 2,561.64
Vinos					
Casillero del Diablo	S/ 20.99	25	300.00	S/ 6,297	\$ 2,240.93

Insumo	Precio	Cantidad Requerida Mensual	Cantidad Requerida Anual	Costo anual S/.	Costo anual \$
Santa Carolina	S/ 18.99	10	120.00	S/. 2,279	\$ 810.96
Reservado	S/ 13.99	10	120.00	S/. 1,679	\$ 597.44
Frontera	S/ 15.99	20	240.00	S/. 3,838	\$ 1,365.69
La Rioja	S/ 45.44	12	144.00	S/. 6,543	\$ 2,328.60
Oporto Viña Vieja	S/ 16.99	30	360.00	S/. 6,116	\$ 2,176.65
Viña Andina	S/ 43.32	20	240.00	S/. 10,397	\$ 3,699.93
Viña Vieja	S/ 10.49	20	240.00	S/. 2,518	\$ 895.94
Señor de Nadaj	S/ 11.69	20	240.00	S/. 2,806	\$ 998.43
Santiago Queirolo	S/ 13.62	35	420.00	S/. 5,720	\$ 2,035.73
Los Árboles	S/ 19.99	15	180.00	S/. 3,598	\$ 1,280.50
Los Harold	S/ 24.23	15	180.00	S/. 4,361	\$ 1,552.10
Nuestro Sentimiento	S/ 37.98	15	180.00	S/. 6,836	\$ 2,432.88
Pisco					
Puro Quebranta	S/ 43.41	30	360.00	S/. 15,628	\$ 5,561.42
Pisco Vargas	S/ 51.50	30	360.00	S/. 18,540	\$ 6,597.86
Don Carlos	S/ 22.99	20	240.00	S/. 5,518	\$ 1,963.56
Santiago Queirolo	S/ 23.99	40	480.00	S/. 11,515	\$ 4,097.94
4 Gallos	S/ 31.99	35	420.00	S/. 13,436	\$ 4,781.42
Gran Cruz	S/ 29.98	25	300.00	S/. 8,994	\$ 3,200.71

Insumo	Precio	Cantidad Requerida Mensual	Cantidad Requerida Anual	Costo anual S/.	Costo anual \$
Don Santiago	S/ 40.39	15	180.00	S/ 7,270	\$ 2,587.26
Pancho Fierro	S/ 23.99	15	180.00	S/ 4,318	\$ 1,536.73
Ron					
Cartavio Black, blanco y superior	S/ 15.29	90	1,080.00	S/ 16,513	\$ 5,876.58
Becardi Gold, Select	S/ 21.98	75	900.00	S/ 19,782	\$ 7,039.86
Barcelona	S/ 35.99	80	960.00	S/ 34,550	\$ 12,295.52
Havana Club	S/ 54.99	80	960.00	S/ 52,790	\$ 18,786.62
Capitan Morgan	S/ 21.98	100	1,200.00	S/ 26,376	\$ 9,386.48
Apleton	S/ 23.49	85	1,020.00	S/ 23,960	\$ 8,526.62
Flor de Caña	S/ 31.29	130	1,560.00	S/ 48,812	\$ 17,370.96
Tequilas					
José Cuervo	S/ 46.99	40	480.00	S/ 22,555	\$ 8,026.76
El Mexicano	S/ 16.99	20	240.00	S/ 4,078	\$ 1,451.10
Aniston Nadaj	S/ 20.99	30	360.00	S/ 7,556	\$ 2,689.11
Wisky					
Vat 69	S/ 23.88	10	120.00	S/ 2,866	\$ 1,019.79
J.k Black	S/ 89.89	45	540.00	S/ 48,541	\$ 17,274.23
Double Black	S/ 97.89	45	540.00	S/ 52,861	\$ 18,811.60
Some Time Special	S/ 41.89	50	600.00	S/ 25,134	\$ 8,944.48
Swing	S/ 124.99	40	480.00	S/ 59,995	\$ 21,350.60

Insumo	Precio	Cantidad Requerida Mensual	Cantidad Requerida Anual	Costo anual S/.	Costo anual \$
Red J.K	S/ 49.89	60	720.00	S/. 35,921	\$ 12,783.20
Gaseosas					
Red Bull	S/ 138.00	25	300.00	S/. 41,400	\$ 14,733.10
Schweepers	S/ 98.78	35	420.00	S/. 12,088	\$ 4,301.64
Everess	S/ 15.99	25	300.00	S/. 4,797	\$ 1,707.12
Coca Cola Zero	S/ 26.75	25	300.00	S/. 8,025	\$ 2,855.87
Coca Cola	S/ 26.49	30	360.00	S/. 9,536	\$ 3,393.74
Pepsi	S/ 15.65	20	240.00	S/. 3,756	\$ 1,336.65
Seven Up	S/ 16.15	15	180.00	S/. 2,907	\$ 1,034.52
Cervezas					
Cristal	S/ 18.49	25	300.00	S/. 5,547	\$ 1,974.02
Corona	S/ 92.50	25	300.00	S/. 6,750	\$ 2,402.14
Lowenbrau	S/ 14.49	20	240.00	S/. 3,478	\$ 1,237.58
Cusqueña Malta	S/ 18.49	15	180.00	S/. 3,328	\$ 1,184.41
Cusqueña Dorada	S/ 15.49	15	180.00	S/. 2,788	\$ 992.24
Pilsen	S/ 24.99	30	360.00	S/. 8,996	\$ 3,201.57
Backus Ice (Caja)	S/ 40.50	20	240.00	S/. 9,720	\$ 3,459.07
Cusqueña Malta (Caja)	S/ 45.30	15	180.00	S/. 8,154	\$ 2,901.78
Cusqueña Dorada (Caja)	S/ 42.30	20	240.00	S/. 10,152	\$ 3,612.81
					\$ 329,624.24

- Mano de obra directa: Este concepto abarca el salario del personal en su totalidad, salvo el correspondiente al personal administrativo.

Tabla 43
Mano de obra directa

Personal	N°	Ingresos			Descuentos	Neto a Pagar	Neto a Pagar Anual
		Básico	Asig. Fam. 10%	Ingreso Bruto	EsSalud 9%		
Dj	2	S/. 4,000	S/. 75	S/. 4,075	S/. 366.75	S/. 3,708	S/. 44,499
Administrador	1	S/. 2,500	S/. 75	S/. 2,575	S/. 231.75	S/. 2,343	S/. 28,119
Camareros (as)	25	S/. 13,750	S/. 75	S/. 13,825	S/. 1,244.25	S/. 12,581	S/. 150,969
Gogos	3	S/. 3,000	S/. 75	S/. 3,075	S/. 276.75	S/. 2,798	S/. 33,579
Barmans	7	S/. 6,300	S/. 75	S/. 6,375	S/. 573.75	S/. 5,801	S/. 69,615
Dealer o Crupier	24	S/. 13,200	S/. 75	S/. 13,275	S/. 1,194.75	S/. 12,080	S/. 144,963
Cigarreras	3	S/. 1,200	S/. 75	S/. 1,275	S/. 114.75	S/. 1,160	S/. 13,923
Cajeros	5	S/. 3,750	S/. 75	S/. 3,825	S/. 344.25	S/. 3,481	S/. 41,769
Personal de Máquinas	3	S/. 1,500	S/. 75	S/. 1,575	S/. 141.75	S/. 1,433	S/. 17,199
Jefes de Sector	3	S/. 3,600	S/. 75	S/. 3,675	S/. 330.75	S/. 3,344	S/. 40,131
Meseros	10	S/. 5,500	S/. 75	S/. 5,575	S/. 501.75	S/. 5,073	S/. 60,879
Cocineros	2	S/. 2,600	S/. 75	S/. 2,675	S/. 240.75	S/. 2,434	S/. 29,211
Asistentes de Cocina	3	S/. 1,650	S/. 75	S/. 1,725	S/. 155.25	S/. 1,570	S/. 18,837
Personal de Seguridad	15	S/. 8,250	S/. 75	S/. 8,325	S/. 749.25	S/. 7,576	S/. 90,909
Personal de Mantenimiento	2	S/. 1,100	S/. 75	S/. 1,175	S/. 105.75	S/. 1,069	S/. 12,831
Personal de Limpieza	10	S/. 5,500	S/. 75	S/. 5,575	S/. 501.75	S/. 5,073	S/. 60,879
Total Soles						S/. 71,526	S/. 858,312
Total Dólares						\$22,563.41	\$270,760.88

- Costos indirectos

- Mano de obra indirecta: Como ya se explicó anteriormente en las empresas dedicadas a los servicios la mano de obra es fundamental; sin embargo, existen algunos salarios de personal que no se relaciona directamente con la prestación de los mismos, por lo que se consideran costos de producción de naturaleza indirecta, el monto correspondiente a este concepto se muestra a continuación en la tabla 44.

Tabla 44
Mano de obra indirecta

Personal	Cant	Ingresos			Descuentos			Neto a Pagar	Neto a Pagar Anual
		Básico	Asig. Fam. 10%	Ingreso Bruto	F. Pensiones	ONP 13%	AFP 12%		
Cajeros	5	S/. 3,750	S/. 75	S/. 3,825	AFP	S/. 497	S/. -	S/. 3,825	S/. 45,900
Personal de Mantenimiento	2	S/. 1,100	S/. 75	S/. 1,175	AFP	S/. 153	S/. -	S/. 1,175	S/. 14,100
Total Soles								S/. 5,000	S/. 60,000
Total Dólares								\$ 1,779.36	\$ 21,352.31

- Costo de servicios: En este rubro de costos se incluyen los montos a pagar por concepto de agua, luz, teléfono e internet, que son los servicios con los que cuenta la empresa. El monto total por este concepto es de US\$ 130,550.53 Como se muestra en la tabla 45.

Tabla 45
Costos de servicios

Servicio	Costo Mensual	Costo Anual
Energía eléctrica	\$ 9,985.54	\$ 119,826.50
Agua	\$ 893.67	\$ 10,724.03
Teléfono	\$ 200.00	\$ 2,400.00
TOTAL	\$ 10,879.21	\$ 130,550.53

- Gastos de seguros: Para poder determinar el monto correspondiente a este costo se ha considerado que debería corresponder a un 1% del valor total de los activos fijos. Teniendo esto en consideración esto se ha establecido un monto total de seguros anuales por US\$ 46,208.08 como se puede ver en la tabla 46.

Tabla 46
Gastos de seguro

Activos	Valorización	% Gasto anual	Gasto en seguros
Maquinaria y Equipos	\$ 348,175.83	10%	\$ 34,817.58
Obras Civiles	\$ 109,742.96	10%	\$ 10,974.30
Mobiliario y Equipo de Oficina	\$ 4,162.00	10%	\$ 416.20
			\$ 46,208.08

- Gastos de mantenimiento: El monto relativo al mantenimiento se halla según la tabla 55, que está basado en porcentajes del valor de activos, cuyos resultados se muestran en la tabla 47.

Tabla 47
Gastos de mantenimiento

Activos	Años		
	1 - 4	5 - 8	9 - 10
Maquinaria y Equipos	1%	3%	4%
Obras Civiles	2%	3%	3%
Mobiliario y Equipo de Oficina	1%	2%	4%

En la tabla anterior se describen cada uno de los activos que requieren mantenimiento, a cada uno de ellos se les ha asignado un porcentaje de mantenimiento de acuerdo al tiempo y a la naturaleza del activo; así por ejemplo, los activos en los cuatro primeros años no requieren de mucho mantenimiento, por lo que solo se les asigna un 1% del mismo, pero con forme avanza el tiempo este porcentaje aumenta a 3 % en los cuatros años siguientes y llegando en los dos últimos años a 4% debido a su uso y desgaste superior en el tiempo.

En cuanto a las obras civiles estás al ser infraestructura requieren de un mayor mantenimiento por lo que se le asigna un 2% en los primeros 4 años, luego este porcentaje aumenta a 3% en los años posteriores debido a que su desgaste y agotamiento es mayor.

Al igual que en los casos anteriores el mobiliario requiere de mayor mantenimiento según el paso del tiempo, así en los cuatro primeros años se requiere de un mantenimiento de 1%, luego los siguientes 4 se incrementa a 2% y finaliza en 4% en los dos últimos años.

Tabla 48

Activos

Activos	Años		
	1 - 4	5 - 8	9 - 10
Maquinaria y Equipos	\$ 3,481.76	\$ 10,445.27	\$ 13,927.03
Obras Civiles	\$ 2,194.86	\$ 3,292.29	\$ 3,292.29
Mobiliario y Equipo de Oficina	\$ 41.62	\$ 83.24	\$ 166.48
	\$ 5,718.24	\$ 13,820.80	\$ 17,385.80

Como se puede observar en la tabla anterior los montos de cada una de las celdas corresponden al porcentaje del activo total que deberá ser desembolsado por concepto de mantenimiento.

b) Depreciación y amortización de activos fijos

El cálculo de la Depreciación se aplica, como ya se mencionó a los activos fijos, teniendo en cuenta su valor en términos monetarios y la vida útil en años. El monto correspondiente a la amortización anual de los Activos Fijos está plasmado en la tabla 49.

Tabla 49

Depreciación de activos fijos

DESCRIPCIÓN	Monto (US\$)	Depreciación (%)	Anual (1-10)
Inversión Fija Tangible			
Terreno	\$ 350,000.00	10%	\$ 35,000.00
Maquinaria y Equipos	\$ 348,175.83	10%	\$ 34,817.58
Obras Civiles	\$ 109,742.96	5%	\$ 5,487.15

DESCRIPCIÓN	Monto (US\$)	Depreciación (%)	Anual (1-10)
Mobiliario y Equipo de Oficina	\$ 4,162.00	10%	\$ 416.20
Depreciación Total	\$ 812,080.79		\$ 75,720.93
Inversión Fija Intangible			
Estudio de Factibilidad	\$ 1,000.00	10%	\$ 100.00
Gastos de Constitución	\$ 179.65	10%	\$ 17.97
Gastos de Capacitación	\$ 287.44	10%	\$ 28.74
Gastos de Organización	\$ 100.00	10%	\$ 10.00
Estudio de Impacto Ambiental	\$ 646.74	10%	\$ 64.67
Amortización Total de Activos	\$ 2,213.83		\$ 221.38

c) Gastos de operación

- Gastos administrativos

En este rubro de gastos están comprendidos los sueldos del personal directivos, es decir de los administrativos de la empresa, así mismo también se encuentran considerados los útiles de oficina, pagos de impuestos a la municipalidad y de imprevistos.

En el caso del presente proyecto se ha considerado un volumen de gastos administrativos por un monto anual de US\$ 41,952.39 como se observa en la tabla 50.

Tabla 50

Gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑOS (1 - 10)
- Personal Administrativo	\$ 26,690.39
- Pagos a la Municipalidad	\$ 1,000.00
- Útiles de Oficina	\$ 4,262.00
- Imprevistos	\$ 10,000.00
TOTAL	\$ 41,952.39

- Gastos de ventas

Los gastos de ventas incluyen los siguientes gastos:

- Promoción: En este caso, para poder cubrir este monto la empresa ha creído conveniente establecer un monto fijo de promoción y publicidad anual que será de US\$10000.
- Gastos financieros: Dentro de estos gastos se encuentran comprendidos los intereses que se deben pagar y que han sido generados por el financiamiento que nos fue otorgado para poder poner en marcha la empresa.

El más importante es el interés que se paga sobre las deudas con bancos o con terceros, también las comisiones que se pagan cuando se formalizan préstamos, algunos servicios bancarios que tienen que ver con financiamiento, etc.

En Gastos Financieros también se registra el costo por diferencial cambiario de las deudas que son en moneda extranjera, cuando esos tipos de cambio suben y hay pérdidas.

Aquellos en los que incurre un sujeto económico para la obtención, uso o devolución de capitales financieros puestos a su disposición por terceras personas.

Tabla 51
Intereses de gastos en ventas

Año	Interés
1	\$ 86,479.80
2	\$ 55,647.87
3	\$ 19,551.96
Total	\$ 161,679.63

Como se puede observar en la tabla anterior se encuentran los montos por intereses correspondientes a cada año, además debido al tipo de amortización empleado se ve que los montos por interés se reducen anualmente y el monto total por este concepto al final de los tres años es de \$161,679.63.

Tabla 52
Costos totales

Tipo	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I. Costo de Producción	\$ 699,931.59	\$ 719,851.43	\$ 740,767.26	\$ 762,728.88	\$ 793,891.14	\$ 818,103.83	\$ 843,527.15	\$ 873,786.63	\$ 901,815.84	\$ 931,246.52
a. Costos Directos										
- Materia Prima	\$ 383,252.78	\$ 402,415.41	\$ 422,536.19	\$ 443,662.99	\$ 465,846.14	\$ 489,138.45	\$ 513,595.37	\$ 539,275.14	\$ 566,238.90	\$ 594,550.84
- Mano de Obra Directa	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23
Total costo Directo	\$ 611,509.00	\$ 630,671.64	\$ 650,792.41	\$ 671,919.22	\$ 694,102.37	\$ 717,394.68	\$ 741,851.60	\$ 767,531.37	\$ 794,495.13	\$ 822,807.07
b. Costos Indirectos										
- Mano de Obra Indirecta	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31
- Costo de servicios	\$ 15,143.96	\$ 15,901.16	\$ 16,696.21	\$ 17,531.02	\$ 18,407.57	\$ 19,327.95	\$ 20,294.35	\$ 21,309.07	\$ 22,374.52	\$ 23,493.25
- Gastos de seguros	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08
- Gastos de mantenimiento	\$ 5,718.24	\$ 5,718.24	\$ 5,718.24	\$ 5,718.24	\$ 13,820.80	\$ 13,820.80	\$ 13,820.80	\$ 17,385.80	\$ 17,385.80	\$ 17,385.80
Total Costo Indirecto	\$ 88,422.59	\$ 89,179.79	\$ 89,974.84	\$ 90,809.65	\$ 99,788.77	\$ 100,709.15	\$ 101,675.55	\$ 106,255.26	\$ 107,320.72	\$ 108,439.44
II. Gastos Administrativos										
- Personal Administrativo	\$ 26,690.39	\$ 26,690.39	\$ 26,690.39	\$ 26,690.39	\$ 26,690.39	\$ 26,690.39	\$ 26,690.39	\$ 26,690.39	\$ 26,690.39	\$ 26,690.39
- Pagos a la Municipalidad	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
- Útiles de Oficina	\$ 4,262.00	\$ 4,262.00	\$ 4,262.00	\$ 4,262.00	\$ 4,262.00	\$ 4,262.00	\$ 4,262.00	\$ 4,262.00	\$ 4,262.00	\$ 4,262.00
- Imprevistos	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Total Gasto Administrativo	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39
III. Gastos de Ventas										
- Promoción y Publicidad.	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Total Gasto de Ventas	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
IV. Gastos de Depreciación										
- Depreciación Tangibles	\$ 75,720.93	\$ 75,720.93	\$ 75,720.93	\$ 75,720.93	\$ 75,720.93	\$ 75,720.93	\$ 75,720.93	\$ 75,720.93	\$ 75,720.93	\$ 75,720.93
- Amort. de Intangibles	\$ 221.38	\$ 221.38	\$ 221.38	\$ 221.38	\$ 221.38	\$ 221.38	\$ 221.38	\$ 221.38	\$ 221.38	\$ 221.38
Total Depreciación	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31
V. Gastos Financieros										
- Interés del financiamiento	\$ 86,479.80	\$ 55,647.87	\$ 19,551.96	-	-	-	-	-	-	-
Total Gastos Financieros	\$ 86,479.80	\$ 55,647.87	\$ 19,551.96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costo Total	\$ 914,306.10	\$ 903,394.01	\$ 888,213.92	\$ 890,623.58	\$ 921,785.85	\$ 945,998.53	\$ 971,421.85	\$ 1,001,681.34	\$ 1,029,710.55	\$ 1,059,141.22

4.5.3.2. Presupuesto de Ingresos

Para poder proyectar los ingresos de manera anual es necesario especificar la demanda pronosticada anual para cada uno de los servicios, dicha demanda se presenta a continuación.

Tabla 53
Demanda anual por servicio

Servicio	L	M	M	J	V	S	D	S	M	A
Discoteca	200	300	250	500	500	500	150	2400	9600	115200
Karaoke	20	20	20	50	50	50	20	230	920	11040
Bar	32	48	40	80	80	80	32	392	1568	18816
Casino	277	277	277	277	277	277	277	1939	7756	93072
Billar	50	50	50	50	50	50	50	350	1400	16800
Rest.	54	81	67.5	67.5	135	135	135	675	2700	32400

Como se observa en la tabla anterior, la empresa presenta una demanda diaria, que se ha determinado debido a la inexistencia de datos históricos teniendo en cuenta los aforos de cada uno de los servicios, luego a partir de la demanda diaria se halló las demandas mensual y anual.

A partir de eso y teniendo en cuenta el crecimiento proyectado de la demanda se presenta la siguiente tabla, donde están reflejadas las demandas pronosticadas para cada negocio anualmente, cada uno de los servicios presenta un crecimiento anual que varía de 1% a 2%.

Tabla 54:
Ingreso anual por servicio

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Discoteca	115200	116352	117516	118691	119878	121077	122288	123511	124746	125993
Casino	11040	11261	11486	11716	11950	12189	12433	12682	12936	13195
Karaoke	18816	19192	19576	19968	20367	20774	21189	21613	22045	22486
restaurant	93072	94003	94943	95892	96851	97820	98798	99786	100784	101792
Billar	16800	17136	17479	17829	18186	18550	18921	19299	19685	20079
Bar	32400	32724	33051	33382	33716	34053	34394	34738	35085	35436

Teniendo como base los datos de la tabla anterior se pueden establecer los ingresos por servicio.

Tabla 55
Ingresos pronosticados por servicio

Servicio	Ingresos pronosticados									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Disco.	S/. 9,216,000	S/. 9,308,160	S/. 9,401,280	S/. 9,495,280	S/. 9,590,240	S/. 9,686,160	S/. 9,783,040	S/. 9,880,880	S/. 9,979,680	S/. 10,079,440
Cas.	S/. 2,208,000	S/. 2,252,200	S/. 2,297,200	S/. 2,343,200	S/. 2,390,000	S/. 2,437,800	S/. 2,486,600	S/. 2,536,400	S/. 2,587,200	S/. 2,639,000
Karao.	S/. 1,091,328	S/. 1,113,136	S/. 1,135,408	S/. 1,158,144	S/. 1,181,286	S/. 1,204,892	S/. 1,228,962	S/. 1,253,554	S/. 1,278,610	S/. 1,304,188
Rest.	S/. 7,445,760	S/. 7,520,240	S/. 7,595,440	S/. 7,671,360	S/. 7,748,080	S/. 7,825,600	S/. 7,903,840	S/. 7,982,880	S/. 8,062,720	S/. 8,143,360
Billar	S/. 302,400	S/. 308,448	S/. 314,622	S/. 320,922	S/. 327,348	S/. 333,900	S/. 340,578	S/. 347,382	S/. 354,330	S/. 361,422
Bar	S/. 4,860,000	S/. 4,908,600	S/. 4,957,650	S/. 5,007,300	S/. 5,057,400	S/. 5,107,950	S/. 5,159,100	S/. 5,210,700	S/. 5,262,750	S/. 5,315,400
Sóles	25123489	25410786	25701603	25996210	26294359	26596308	26902127	27211804	27525299	27842820
Dólares	8940743	9042984	9146478	9251320	9357423	9464878	9573711	9683916	9795480	9908477

Los ingresos que se muestran en la tabla anterior se han hallado mediante proyección, con base en la demanda pronosticada y teniendo como referencia el gasto promedio que cada cliente hace en cada uno de los servicios. La discoteca y el karaoke tienen ingresos fijos de 10 y 8 soles respectivamente, mientras que en los demás servicios se empleó el gasto promedio, que ha sido estimado, así en el casino cada persona gasta en promedio S/.200, en el restaurante cada persona consume un promedio de S/.80, en el billar cada

persona está aproximadamente 2 horas y gastas por ende S/. 8, finalmente en el bar cada persona consume en promedio S/.150.

4.5.3.3. Presupuesto de costos fijos y variables

Para poder hallar el punto de equilibrio es necesario contar con los costos totales que es la suma de los costos fijos y variables.

Tabla 56

Costos fijos y variables

CONCEPTO / AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I. Costos Fijos.										
- Mano de Obra Indirecta	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31	\$ 21,352.31
- Seguros	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08	\$ 46,208.08
- Mantenimiento	\$ 5,718.24	\$ 5,718.24	\$ 5,718.24	\$ 5,718.24	\$ 13,820.80	\$ 13,820.80	\$ 13,820.80	\$ 17,385.80	\$ 17,385.80	\$ 17,385.80
- Depreciación y Amortización	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31
- Gastos Administrativos	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39	\$ 41,952.39
- Gastos Financieros	\$ 86,479.80	\$ 55,647.87	\$ 19,551.96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Costos Fijos	\$ 277,653.14	\$ 246,821.21	\$ 210,725.29	\$ 191,173.34	\$ 199,275.90	\$ 199,275.90	\$ 199,275.90	\$ 202,840.90	\$ 202,840.90	\$ 202,840.90
II. Costos Variables										
- Materia Prima	\$ 383,252.78	\$ 402,415.41	\$ 422,536.19	\$ 443,662.99	\$ 465,846.14	\$ 489,138.45	\$ 513,595.37	\$ 539,275.14	\$ 566,238.90	\$ 594,550.84
- Mano de Obra Directa	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23	\$ 228,256.23
- Servicios	\$ 15,143.96	\$ 15,901.16	\$ 16,696.21	\$ 17,531.02	\$ 18,407.57	\$ 19,327.95	\$ 20,294.35	\$ 21,309.07	\$ 22,374.52	\$ 23,493.25
- Gastos de Ventas	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Total Costos Variables	\$ 636,652.96	\$ 656,572.80	\$ 677,488.63	\$ 699,450.25	\$ 722,509.95	\$ 746,722.63	\$ 772,145.95	\$ 798,840.44	\$ 826,869.65	\$ 856,300.32
COSTO TOTAL	\$ 914,306.10	\$ 903,394.01	\$ 888,213.92	\$ 890,623.58	\$ 921,785.85	\$ 945,998.53	\$ 971,421.85	\$ 1,001,681.34	\$ 1,029,710.55	\$ 1,059,141.22

4.5.3.4. Punto de Equilibrio

Para calcular los diferentes valores del punto de equilibrio, se utilizaron los datos sobre ingresos, así como los costos fijos y variables, en las siguientes fórmulas; mostrándose los resultados en la Tabla.

- Cantidad en el Punto de Equilibrio

$$Q_e = \frac{CF}{PV - CV_u}$$

$$CV_u = \frac{CV}{Q}$$

Dónde:

Q_e = Cantidad Producida en el Punto de Equilibrio.

CF = Costo Fijo Total.

PV = Precio de Venta Unitario.

CV_u = Costo Variable Unitario.

CV = Costo Variable Total.

Q = Producción Total

- Ingreso en el Punto de Equilibrio

$$I_e = \frac{CF}{1 - \frac{CV_u}{PV}}$$

Donde I_e = Ingreso en el Punto de Equilibrio.

Ingresos totales pronosticados

Tabla 57
Ingresos y egresados por año

Año	Ingresos S/.	Ingresos \$
1	S/. 25,123,489.00	\$ 8,940,743.42
2	S/. 25,410,786.00	\$ 9,042,984.34
3	S/. 25,701,603.00	\$ 9,146,477.94
4	S/. 25,996,210.00	\$ 9,251,320.28
5	S/. 26,294,359.00	\$ 9,357,423.13
6	S/. 26,596,308.00	\$ 9,464,878.29
7	S/. 26,902,127.00	\$ 9,573,710.68
8	S/. 27,211,804.00	\$ 9,683,916.01
9	S/. 27,525,299.00	\$ 9,795,480.07
10	S/. 27,842,820.00	\$ 9,908,476.87

En la Tabla anterior se presenta el resumen de los ingresos de todos los servicios de manera anual y conjunta.

Tabla 58
Punto de equilibrio por servicio

Servicio	Año	Demanda	PV unitario	Ingresos	Costos Fijos	Costos variables	CV u	Qe	Ie
Discoteca	1	115200	\$ 28	\$ 3,279,715	\$ 127,720	\$ 636,653	\$ 6	\$ 5,567	\$ 158,485
	2	116352	\$ 28	\$ 3,312,512	\$ 113,538	\$ 656,573	\$ 6	\$ 4,974	\$ 141,605
	3	117516	\$ 28	\$ 3,345,651	\$ 96,934	\$ 677,489	\$ 6	\$ 4,269	\$ 121,547
	4	118691	\$ 28	\$ 3,379,103	\$ 87,940	\$ 699,450	\$ 6	\$ 3,895	\$ 110,894
	5	119878	\$ 28	\$ 3,412,897	\$ 91,667	\$ 722,510	\$ 6	\$ 4,084	\$ 116,284
	6	121077	\$ 28	\$ 3,447,032	\$ 91,667	\$ 746,723	\$ 6	\$ 4,110	\$ 117,016
	7	122288	\$ 28	\$ 3,481,509	\$ 91,667	\$ 772,146	\$ 6	\$ 4,137	\$ 117,791
	8	123511	\$ 28	\$ 3,516,327	\$ 93,307	\$ 798,840	\$ 6	\$ 4,241	\$ 120,736
	9	124746	\$ 28	\$ 3,551,488	\$ 93,307	\$ 826,870	\$ 7	\$ 4,272	\$ 121,624
	10	125993	\$ 28	\$ 3,586,989	\$ 93,307	\$ 856,300	\$ 7	\$ 4,305	\$ 122,566
Casino	1	11040	\$ 71	\$ 785,765	\$ 69,413	\$ 159,163	\$ 14	\$ 1,223	\$ 87,045
	2	11261	\$ 71	\$ 801,495	\$ 61,705	\$ 164,143	\$ 15	\$ 1,090	\$ 77,597
	3	11486	\$ 71	\$ 817,509	\$ 52,681	\$ 169,372	\$ 15	\$ 954	\$ 66,448
	4	11716	\$ 71	\$ 833,879	\$ 47,793	\$ 174,863	\$ 15	\$ 850	\$ 60,475
	5	11950	\$ 71	\$ 850,534	\$ 49,819	\$ 180,627	\$ 15	\$ 889	\$ 63,252
	6	12189	\$ 71	\$ 867,544	\$ 49,819	\$ 186,681	\$ 15	\$ 892	\$ 63,478
	7	12433	\$ 71	\$ 884,911	\$ 49,819	\$ 193,036	\$ 16	\$ 895	\$ 63,719
	8	12682	\$ 71	\$ 902,633	\$ 50,710	\$ 199,710	\$ 16	\$ 915	\$ 65,118
	9	12936	\$ 71	\$ 920,712	\$ 50,710	\$ 206,717	\$ 16	\$ 919	\$ 65,392
	10	13195	\$ 71	\$ 939,146	\$ 50,710	\$ 214,075	\$ 16	\$ 923	\$ 65,682
Karaoke	1	18816	\$ 21	\$ 388,373	\$ 13,883	\$ 31,833	\$ 2	\$ 733	\$ 15,122
	2	19192	\$ 21	\$ 396,134	\$ 12,341	\$ 32,829	\$ 2	\$ 652	\$ 13,456
	3	19576	\$ 21	\$ 404,060	\$ 10,536	\$ 33,874	\$ 2	\$ 557	\$ 11,500
	4	19968	\$ 21	\$ 412,151	\$ 9,559	\$ 34,973	\$ 2	\$ 506	\$ 10,445
	5	20367	\$ 21	\$ 420,386	\$ 9,964	\$ 36,125	\$ 2	\$ 528	\$ 10,901
	6	20774	\$ 21	\$ 428,787	\$ 9,964	\$ 37,336	\$ 2	\$ 529	\$ 10,914
	7	21189	\$ 21	\$ 437,353	\$ 9,964	\$ 38,607	\$ 2	\$ 529	\$ 10,929
	8	21613	\$ 21	\$ 446,105	\$ 10,142	\$ 39,942	\$ 2	\$ 540	\$ 11,139
	9	22045	\$ 21	\$ 455,021	\$ 10,142	\$ 41,343	\$ 2	\$ 540	\$ 11,156
	10	22486	\$ 21	\$ 464,124	\$ 10,142	\$ 42,815	\$ 2	\$ 541	\$ 11,173
Restaurant	1	93072	\$ 28	\$ 2,649,737	\$ 33,318	\$ 76,398	\$ 1	\$ 1,205	\$ 34,308
	2	94003	\$ 28	\$ 2,676,242	\$ 29,619	\$ 78,789	\$ 1	\$ 1,072	\$ 30,517
	3	94943	\$ 28	\$ 2,703,004	\$ 25,287	\$ 81,299	\$ 1	\$ 916	\$ 26,071
	4	95892	\$ 28	\$ 2,730,021	\$ 22,941	\$ 83,934	\$ 1	\$ 831	\$ 23,668
	5	96851	\$ 28	\$ 2,757,324	\$ 23,913	\$ 86,701	\$ 1	\$ 867	\$ 24,689
	6	97820	\$ 28	\$ 2,784,911	\$ 23,913	\$ 89,607	\$ 1	\$ 868	\$ 24,708
	7	98798	\$ 28	\$ 2,812,754	\$ 23,913	\$ 92,658	\$ 1	\$ 869	\$ 24,728
	8	99786	\$ 28	\$ 2,840,883	\$ 24,341	\$ 95,861	\$ 1	\$ 885	\$ 25,191
	9	100784	\$ 28	\$ 2,869,295	\$ 24,341	\$ 99,224	\$ 1	\$ 886	\$ 25,213
	10	101792	\$ 28	\$ 2,897,993	\$ 24,341	\$ 102,756	\$ 1	\$ 886	\$ 25,236
Billar	1	16800	\$ 6	\$ 107,616	\$ 13,883	\$ 31,833	\$ 2	\$ 3,078	\$ 19,714
	2	17136	\$ 6	\$ 109,768	\$ 12,341	\$ 32,829	\$ 2	\$ 2,749	\$ 17,607
	3	17479	\$ 6	\$ 111,965	\$ 10,536	\$ 33,874	\$ 2	\$ 2,358	\$ 15,107
	4	17829	\$ 6	\$ 114,207	\$ 9,559	\$ 34,973	\$ 2	\$ 2,151	\$ 13,778
	5	18186	\$ 6	\$ 116,494	\$ 9,964	\$ 36,125	\$ 2	\$ 2,255	\$ 14,443
	6	18550	\$ 6	\$ 118,826	\$ 9,964	\$ 37,336	\$ 2	\$ 2,268	\$ 14,529
	7	18921	\$ 6	\$ 121,202	\$ 9,964	\$ 38,607	\$ 2	\$ 2,283	\$ 14,621
	8	19299	\$ 6	\$ 123,623	\$ 10,142	\$ 39,942	\$ 2	\$ 2,339	\$ 14,983
	9	19685	\$ 6	\$ 126,096	\$ 10,142	\$ 41,343	\$ 2	\$ 2,356	\$ 15,089
	10	20079	\$ 6	\$ 128,620	\$ 10,142	\$ 42,815	\$ 2	\$ 2,373	\$ 15,203
Bar	1	32400	\$ 53	\$ 1,729,537	\$ 19,436	\$ 44,566	\$ 1	\$ 374	\$ 19,950
	2	32724	\$ 53	\$ 1,746,833	\$ 17,277	\$ 45,960	\$ 1	\$ 332	\$ 17,744
	3	33051	\$ 53	\$ 1,764,288	\$ 14,751	\$ 47,424	\$ 1	\$ 284	\$ 15,158
	4	33382	\$ 53	\$ 1,781,957	\$ 13,382	\$ 48,962	\$ 1	\$ 258	\$ 13,760
	5	33716	\$ 53	\$ 1,799,786	\$ 13,949	\$ 50,576	\$ 2	\$ 269	\$ 14,353
	6	34053	\$ 53	\$ 1,817,776	\$ 13,949	\$ 52,271	\$ 2	\$ 269	\$ 14,362
	7	34394	\$ 53	\$ 1,835,979	\$ 13,949	\$ 54,050	\$ 2	\$ 269	\$ 14,372
	8	34738	\$ 53	\$ 1,854,342	\$ 14,199	\$ 55,919	\$ 2	\$ 274	\$ 14,640
	9	35085	\$ 53	\$ 1,872,865	\$ 14,199	\$ 57,881	\$ 2	\$ 274	\$ 14,652
	10	35436	\$ 53	\$ 1,891,601	\$ 14,199	\$ 59,941	\$ 2	\$ 275	\$ 14,664

4.5.4. Estados Financieros

4.5.4.1. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias comprende:

- Ingresos

Para poder determinar los ingresos se van a tomar los ingresos por ventas, que han sido determinados anteriormente, y considerando como supuesto principal que los ingresos se dan desde el primer día de su funcionamiento.

- Egresos

En este aspecto se considera los gastos por servicios de luz, agua, gastos de operación y gastos financieros que ya fueron detallados en capítulos anteriores.

- Impuesto a la Renta

El impuesto a la renta será de renta de trabajo y de fuente extranjera, que según SUNAT tienen tasas progresivas acumulativas de 15%, 21% y 30%.

Tabla 59
Estado de ganancias y pérdidas proyectado

CONCEPTO / AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos										
Ventas	\$ 8.940.743.42	\$ 9.042.984.34	\$ 9.146.477.94	\$ 9.251.320.28	\$ 9.357.423.13	\$ 9.464.878.29	\$ 9.573.710.68	\$ 9.683.916.01	\$ 9.795.480.07	\$ 9.908.476.87
Total de Ingresos	\$ 8.940.743.42	\$ 9.042.984.34	\$ 9.146.477.94	\$ 9.251.320.28	\$ 9.357.423.13	\$ 9.464.878.29	\$ 9.573.710.68	\$ 9.683.916.01	\$ 9.795.480.07	\$ 9.908.476.87
(Costo de Producción)	\$ 699.931.59	\$ 719.851.43	\$ 740.767.26	\$ 762.728.88	\$ 793.891.14	\$ 818.103.83	\$ 843.527.15	\$ 873.786.63	\$ 901.815.84	\$ 931.246.52
Utilidad Bruta	\$ 8.240.811.83	\$ 8.323.132.91	\$ 8.405.710.68	\$ 8.488.591.41	\$ 8.563.531.99	\$ 8.646.774.46	\$ 8.730.183.53	\$ 8.810.129.38	\$ 8.893.664.23	\$ 8.977.230.35
(Gastos Administrativos)	\$ 41.952.39	\$ 41.952.39	\$ 41.952.39	\$ 41.952.39	\$ 41.952.39	\$ 41.952.39	\$ 41.952.39	\$ 41.952.39	\$ 41.952.39	\$ 41.952.39
(Gastos de Ventas)	\$ 10.000.00	\$ 10.000.00	\$ 10.000.00	\$ 10.000.00	\$ 10.000.00	\$ 10.000.00	\$ 10.000.00	\$ 10.000.00	\$ 10.000.00	\$ 10.000.00
Utilidad Operativa	\$ 8.188.859.43	\$ 8.271.180.52	\$ 8.353.758.29	\$ 8.436.639.02	\$ 8.511.579.60	\$ 8.594.822.07	\$ 8.678.231.14	\$ 8.758.176.99	\$ 8.841.711.84	\$ 8.925.277.96
(Gastos de Depreciación)	\$ 75.942.31	\$ 75.942.31	\$ 75.942.31	\$ 75.942.31	\$ 75.942.31	\$ 75.942.31	\$ 75.942.31	\$ 75.942.31	\$ 75.942.31	\$ 75.942.31
Utilidad Antes de Intereses	\$ 8.112.917.12	\$ 8.195.238.21	\$ 8.277.815.97	\$ 8.360.696.70	\$ 8.435.637.28	\$ 8.518.879.76	\$ 8.602.288.82	\$ 8.682.234.67	\$ 8.765.769.52	\$ 8.849.335.65
(Gastos Financieros)	\$ 86.479.80	\$ 55.647.87	\$ 19.551.96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de impuestos	\$ 8.026.437.32	\$ 8.139.590.34	\$ 8.258.264.02	\$ 8.360.696.70	\$ 8.435.637.28	\$ 8.518.879.76	\$ 8.602.288.82	\$ 8.682.234.67	\$ 8.765.769.52	\$ 8.849.335.65
(Impuesto a la Renta 30%)	\$ 2.407.931.20	\$ 2.441.877.10	\$ 2.477.479.21	\$ 2.508.209.01	\$ 2.530.691.18	\$ 2.555.663.93	\$ 2.580.686.65	\$ 2.604.670.40	\$ 2.629.730.86	\$ 2.654.800.69
UTILIDAD NETA	\$ 5.618.506.12	\$ 5.697.713.24	\$ 5.780.784.81	\$ 5.852.487.69	\$ 5.904.946.10	\$ 5.963.215.83	\$ 6.021.602.17	\$ 6.077.564.27	\$ 6.136.038.66	\$ 6.194.534.95

4.5.5. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 60
Flujo de caja proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
I. INGRESOS											
Ventas		\$ 8,940,743.42	\$ 9,042,984.34	\$ 9,146,477.94	\$ 9,251,320.28	\$ 9,357,423.13	\$ 9,464,878.29	\$ 9,573,710.68	\$ 9,683,916.01	\$ 9,795,480.07	\$ 9,908,476.87
II. EGRESOS											
Costos de Inversión											
(Activo Fijo Tangible)	-\$ 812,080.79										
(Activo Fijo Intangible)	-\$ 4,079.65										
(Capital de Trabajo)	-\$ 77,701.48										
(Imprevistos 4%)	-\$ 35,754.48										
(Total de Inversión)	-\$ 929,616.40										
Egresos por Actividad											
(Costo de Producción)		-\$ 699,931.59	-\$ 719,851.43	-\$ 740,767.26	-\$ 762,728.88	-\$ 793,891.14	-\$ 818,103.83	-\$ 843,527.15	-\$ 873,786.63	-\$ 901,815.84	-\$ 931,246.52
(Gastos Administrativos)		-\$ 41,952.39	-\$ 41,952.39	-\$ 41,952.39	-\$ 41,952.39	-\$ 41,952.39	-\$ 41,952.39	-\$ 41,952.39	-\$ 41,952.39	-\$ 41,952.39	-\$ 41,952.39
(Gastos de Ventas)		-\$ 10,000.00	-\$ 10,000.00	-\$ 10,000.00	-\$ 10,000.00	-\$ 10,000.00	-\$ 10,000.00	-\$ 10,000.00	-\$ 10,000.00	-\$ 10,000.00	-\$ 10,000.00
		-\$ 751,883.98	-\$ 771,803.82	-\$ 792,719.65	-\$ 814,681.27	-\$ 845,843.53	-\$ 870,056.22	-\$ 895,479.54	-\$ 925,739.03	-\$ 953,768.24	-\$ 983,198.91
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 8,188,859.43	\$ 8,271,180.52	\$ 8,353,758.29	\$ 8,436,639.02	\$ 8,511,579.60	\$ 8,594,822.07	\$ 8,678,231.14	\$ 8,758,176.99	\$ 8,841,711.84	\$ 8,925,277.96
(Depreciación)		-\$ 75,942.31	-\$ 75,942.31	-\$ 75,942.31	-\$ 75,942.31	-\$ 75,942.31	-\$ 75,942.31	-\$ 75,942.31	-\$ 75,942.31	-\$ 75,942.31	-\$ 75,942.31
Utilidad Antes de Impuestos		\$ 8,112,917.12	\$ 8,195,238.21	\$ 8,277,815.97	\$ 8,360,696.70	\$ 8,435,637.28	\$ 8,518,879.76	\$ 8,602,288.82	\$ 8,682,234.67	\$ 8,765,769.52	\$ 8,849,335.65
(Impuesto a la Renta 30 %)		-\$ 2,407,931.20	-\$ 2,441,877.10	-\$ 2,477,479.21	-\$ 2,508,209.01	-\$ 2,530,691.18	-\$ 2,555,663.93	-\$ 2,580,686.65	-\$ 2,604,670.40	-\$ 2,629,730.86	-\$ 2,654,800.69
(Inversión)	-\$ 929,616.40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación		\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31	\$ 75,942.31
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-\$ 929,616.40	\$ 5,780,928.24	\$ 5,829,303.42	\$ 5,876,279.08	\$ 5,928,430.01	\$ 5,980,888.41	\$ 6,039,158.14	\$ 6,097,544.49	\$ 6,153,506.59	\$ 6,211,980.98	\$ 6,270,477.27
Préstamo	\$ 604,250.66	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(Servicio de Deuda)		-\$ 86,479.80	-\$ 55,647.87	-\$ 19,551.96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Escudo Fiscal (IRFC - IREPG)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-\$ 325,365.74	\$ 5,694,448.44	\$ 5,773,655.55	\$ 5,856,727.13	\$ 5,928,430.01	\$ 5,980,888.41	\$ 6,039,158.14	\$ 6,097,544.49	\$ 6,153,506.59	\$ 6,211,980.98	\$ 6,270,477.27

4.5.6. Evaluación Económica – Financiera

Es indispensable evaluar la rentabilidad, dado que indica el rendimiento (beneficio) que genera el desembolso de un determinado nivel de inversión. Es indispensable resaltar la importancia del costo de capital, pues este representa el costo del dinero necesario para poner en marcha el proyecto.

- Costo de Capital de la Empresa

El costo del capital, es llamado también tasa de descuento y hace referencia al costo del dinero que ha sido proporcionado por el Banco de Crédito del Perú y que representa el promedio ponderado del costo estimado de los fondos que se han de invertir en la empresa. Como ya se dijo el proyecto contará con el financiamiento del Banco de Crédito del Perú, que proporcionará los fondos requeridos a través de uno de los programas ofrecidos por COFIDE a una tasa anual efectiva de 16%. Pero el proyecto no solo contará con el financiamiento de la entidad financiera, sino que una parte del capital necesario será aportado por los socios, por lo que resulta indispensable establecer un costo de este aporte, que se ha considerado de 14%, que ha sido establecido empleando cálculos CAP, teniendo en cuenta el Riesgo País actual, que según JP MORGAN se encuentra en 1.48 y el porcentaje que representa la rentabilidad de invertir en otro proyecto que se estimó en 10% y que representa la rentabilidad posible al invertir en un club de tipo diurno. De acuerdo a la tabla 61 el costo de capital a utilizar en la evaluación es de 13.82%.

Tabla 61

Costo de capital promedio ponderado

Fuente de Financiamiento	Monto US\$	Interés	Fracción Total	Ponderación
COFIDE	S/. 424,799.05	15.00%	0.65	9.75%
Aporte Propio	S/. 228,737.95	11.63%	0.35	4.07%
Costo de Capital Promedio Ponderado				13.82%

4.5.6.1. Evaluación Económica

Teniendo en cuenta solo el flujo, este análisis deja de lado la procedencia del financiamiento, es decir en esta evaluación el préstamo solicitado a COFIDE no es algo que se considere. Por ello, las fuentes de financiamiento externas y sus respectivas amortizaciones no se consideran en este análisis. Entre los principales indicadores empleados para llevar a cabo la Evaluación Económica de un proyecto de inversión, se encuentran:

- El Valor Actual Neto Económico (VAN E).
- La Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE).
- La Relación Beneficio / Costo.
- Periodo de Recupero de la Inversión (Económico).

Para el cálculo y posterior análisis de cada uno de los indicadores anteriores, se emplea información básica obtenida a partir del Estado Proyectado de Pérdidas y Ganancias y el Flujo Proyectado de Caja Económico del proyecto del centro de esparcimiento nocturno. Cada uno de los indicadores, serán explicados y detallados posteriormente.

4.5.6.2. El Valor Actual Neto Económico (VAN E)

El costo de oportunidad para el capital es de 13.82%. Este indicador proporciona directrices adecuadas para tomar decisiones en función del resultado, que de acuerdo permitirá si el proyecto debe ser aprobado o rechazado, para saber qué decisión tomar en base al empleo de este análisis se consideran los siguientes criterios:

- Si $VAN E > 0$ → Aceptar el Proyecto.
- Si $VAN E < 0$ → Rechazar el Proyecto.

- Si $VANE = 0 \rightarrow$ Indiferente.

La Fórmula a utilizar es:

$$\text{Dónde: } VANE = -I_0 + \sum_{n=1}^{n=10} \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

- FNE_n = Flujo Neto Económico en el año "n".
- $VANE$ = Valor Actual Neto Económico.
- i = Costo de Capital (13.82%)

Tabla 62

Flujo neto económico

Año	Flujo Económico
I₀	-\$ 929,616.40
1	\$ 5,780,928.24
2	\$ 5,829,303.42
3	\$ 5,876,279.08
4	\$ 5,928,430.01
5	\$ 5,980,888.41
6	\$ 6,039,158.14
7	\$ 6,097,544.49
8	\$ 6,153,506.59
9	\$ 6,211,980.98
10	\$ 6,270,477.27

$$VANE = -653,537.95 + \frac{3,712,544.32}{(1+0.1382)^1} + \frac{3,752,206.59}{(1+0.1382)^2} + \frac{3,791,120.26}{(1+0.1382)^3} + \frac{3,833,607.21}{(1+0.1382)^4} + \frac{3,877,658.34}{(1+0.1382)^5} + \frac{3,924,523.81}{(1+0.1382)^6} + \frac{3,971,612.50}{(1+0.1382)^7} + \frac{4,017,927.15}{(1+0.1382)^8} + \frac{4,065,370.44}{(1+0.1382)^9} + \frac{4,112,933.28}{(1+0.1382)^{10}}$$

$$VANE = \$ 17,238,947.63$$

Lo que quiere decir que después de recuperar la inversión se tendrá un ingreso adicional de US\$ 26691,142.29 y según criterio de decisión el VAN es mayor que cero, por tanto se acepta el proyecto.

4.5.6.3. Tasa Interna de Retorno Financiero

El TIR es el valor de la tasa de interés que hace que el VAN sea igual a cero, si la TIRE obtenido resulta ser mayor a la tasa de descuento de 13.82%, entonces el proyecto resulta ser favorable lo que significa que debe aceptarse, en caso contrario el proyecto deber ser rechazado. En esta evaluación, se ofrecen también criterios para lo toma de decisiones, que implican la aceptación o rechazo del proyecto, los criterios que se ofrecen al emplear el Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR) es importante considerar que:

- Si TIRE es mayor que cero y mayor que el costo de capital, se Acepta el proyecto.
- Si TIRE es menor o igual que cero, y menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

$$0 = -I_0 + \sum_{n=1}^{n=10} \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

$$653,536.95 = \sum_{n=1}^{n=10} \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

Empleando una Hoja de Cálculo en Microsoft Excel, se pudo determinar que el valor del TIRE es 56,90%.

El valor del TIRE es 56,90%, el cual es mayor que cero y además es mayor que el interés del Costo de Oportunidad de Capital (10%), por tanto se acepta el proyecto.

4.5.6.4. Relación Costo – Beneficio

La Fórmula para determinar la razón de beneficio/ costo es:

$$BC = \frac{\sum_{n=1}^{n=10} \frac{BNn}{(1+n)^1}}{I_0}$$

Este indicador tiene que ser mayor que 1 para que el proyecto sea rentable:

- Si $BC < 1$ el proyecto no genera beneficio.
- Si $BC = 0$ el proyecto no genera ni utilidad ni ganancia.
- Si $BC > 1$ el proyecto es rentable.

$$BC = \frac{3,712,544.32}{(1+0.1382)^1} + \frac{3,752,206.59}{(1+0.1382)^2} + \frac{3,791,120.26}{(1+0.1382)^3} + \frac{3,833,607.21}{(1+0.1382)^4} + \frac{3,877,658.34}{(1+0.1382)^5} + \frac{3,924,523.81}{(1+0.1382)^6} + \frac{3,971,612.50}{(1+0.1382)^7} + \frac{4,017,927.15}{(1+0.1382)^8} + \frac{4,065,370.44}{(1+0.1382)^9} + \frac{4,112,933.28}{(1+0.1382)^{10}}}{653,537.95}$$

$$BC = \$31$$

En el caso específico del presente proyecto se obtuvo que el BC es mayor a uno, debido a lo que se considera que el proyecto es rentable, y por cada dólar invertido se genera una rentabilidad de US\$ 30.

4.5.6.5. Periodo de Recupero de la Inversión (Económico)

La recuperación de la inversión, se da mediante la obtención de utilidades como producto del ejercicio de la empresa, es decir de la prestación de sus servicios.

Como se puede observar en la tabla 89, se describen los cálculos necesarios para hallar el periodo en el que se podrá recuperar la inversión hecha para poner en marcha el proyecto.

En el caso del proyecto del Centro de Multiservicios, la inversión será recuperada en aproximadamente 4 meses (PRIE = 0.25 años) de operación del centro y teniendo en cuenta que el proyecto se proyecta a 10 años, se puede concluir que el proyecto es rentable.

Tabla 63

Periodo de recuperación de inversión

Año	Flujo de Caja Económico	Flujo de Caja Económico Actualizado	Flujo de Caja Económico Acumulado
0	-\$ 653,536.95	-\$ 653,536.95	-\$ 653,536.95
1	\$ 3,712,544.32	\$ 3,261,767.98	\$ 2,608,231.03
2	\$ 3,752,206.59	\$ 2,896,340.24	\$ 5,504,571.28
3	\$ 3,791,120.26	\$ 2,571,057.66	\$ 8,075,628.94
4	\$ 3,833,607.21	\$ 2,284,195.58	\$ 10,359,824.52
5	\$ 3,877,658.34	\$ 2,029,909.31	\$ 12,389,733.83
6	\$ 3,924,523.81	\$ 1,804,992.83	\$ 14,194,726.66
7	\$ 3,971,612.50	\$ 1,604,858.70	\$ 15,799,585.35
8	\$ 4,017,927.15	\$ 1,426,439.67	\$ 17,226,025.02
9	\$ 4,065,370.44	\$ 1,268,039.83	\$ 18,494,064.85
10	\$ 4,112,933.28	\$ 1,127,108.83	\$ 19,621,173.68

4.5.6.6. Evaluación Financiera

Esta evaluación brinda una perspectiva mucho más integral y completa, ya que considera el enfoque correspondiente al Análisis del Flujo monetario, tanto positivos en el caso de los ingresos como negativos en caso de los egresos, relativo a los bienes y servicios producidos por el Proyecto. Adicionalmente

también toma en consideración los préstamos proporcionados por fuentes externas de financiación.

Entre los principales indicadores de tipo financiero se encuentran:

- El Valor Actual Neto Financiero (VANF).
- La Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF)
- La Relación Beneficio / Costo.
- Periodo de Recupero de la Inversión (Financiero).

4.5.6.6.1. Valor Actual Neto Financiero

El valor actual neto financiero muestra la capacidad del proyecto, considerando su capacidad ante el préstamo.

Para determinar este índice es necesario aplicar la siguiente fórmula:

$$VANE = -I_0 + \sum_{n=1}^{n=10} \frac{FNF_n}{(1+i)^n}$$

Dónde:

- FNF_n = Beneficio Neto Financiero en el año “n”
- VANF = Valor Actual Neto Financiero.
- i = Costo de Capital 13.82%.

Tabla 64
Flujo neto financiero

Año	Flujo Financiero
Io	S/. -325,366
1	S/. 5,694,448
2	S/. 5,773,656

	3	S/.	5,856,727
	4	S/.	5,928,430
	5	S/.	5,980,888
	6	S/.	6,039,158
	7	S/.	6,097,544
	8	S/.	6,153,507
	9	S/.	6,211,981
	10	S/.	6,270,477

$$VANF = -228,738 + \frac{3,655,315}{(1 + 0.1382)^1} + \frac{3,715,381}{(1 + 0.1382)^2} + \frac{3,778,181}{(1 + 0.1382)^3}$$

$$+ \frac{3,833,607}{(1 + 0.1382)^4} + \frac{3,877,658}{(1 + 0.1382)^5} + \frac{3,924,524}{(1 + 0.1382)^6}$$

$$+ \frac{3,971,612}{(1 + 0.1382)^7} + \frac{4,017,927}{(1 + 0.1382)^8} + \frac{4,065,370}{(1 + 0.1382)^9}$$

$$VANF = \$ 17,555,308 + \frac{4,112,933}{(1 + 0.1382)^{10}}$$

Como se puede observar los flujos potenciales han sido actualizados mediante el mismo método del VANE, con una tasa correspondiente al costos de capital de 13.82%, como resultado de ello se tiene que el VANF es de US\$ 17, 555,308 con lo que se comprueba que aun incluyendo el préstamo en la evaluación la empresa es capaz de llevar a cabo el proyecto.

4.5.6.6.2. Tasa Interna de Retorno Financiero

La TIRF se halla empleando el mismo procedimiento que se aplicó para la determinación de la TIRE, para lo que se debe utilizar la siguiente fórmula:

$$VANE = -I_0 + \sum_{n=1}^{n=10} \frac{FNF_n}{(1 + i)^n}$$

Tal como se hizo anteriormente, se hace uso de Microsoft Excel para determinar el monto TIRF, se obtuvo que es igual a 15.99%.

El monto del TIRF para el proyecto ha sido de 15.99%, que resulta ser mayor que cero y es también superior al interés del costo de oportunidad de capital, por lo que se puede concluir que el proyecto aún con las consideraciones relativas al préstamo externo aún debe ser aceptado.

4.5.6.6.3. Relación Costo – Beneficio

Este indicador divide el Valor Actual Neto Financiero de los beneficios futuros entre la inversión.

$$BC = \frac{\sum_{n=1}^{n=10} \frac{BNn}{(1+n)^1}}{I_0}$$

Al desarrollar la fórmula se obtuvo que la relación beneficio / costo es mayor que uno, por lo que se puede afirmar que el proyecto es rentable y además se puede sostener que por cada dólar invertido se recupera US\$ 88 dólares.

$$BC = \frac{\left[\frac{3,655,315}{(1+0.1382)^1} + \frac{3,715,381}{(1+0.1382)^2} + \frac{3,778,181}{(1+0.1382)^3} + \frac{3,833,607}{(1+0.1382)^4} + \frac{3,877,658}{(1+0.1382)^5} + \frac{3,924,524}{(1+0.1382)^6} + \frac{3,971,612}{(1+0.1382)^7} + \frac{4,017,927}{(1+0.1382)^8} + \frac{4,065,370}{(1+0.1382)^9} + \frac{4,112,933}{(1+0.1382)^{10}} \right]}{228,738}$$

$$BC = \$ 88$$

4.5.6.6.4. Periodo de Recupero de la Inversión (Financiero)

Al igual que la evaluación económica de recupero de la inversión, en el recupero financiero los cálculos se hacen para establecer el periodo de tiempo que debe transcurrir para que se pueda recuperar la inversión realizada. En la tabla 65, se pueden apreciar dichos cálculos.

Tabla 65

Periodo de recuperación de la inversión (Financiero)

Año	Flujo de Caja Financiero	Flujo de Caja Financiero Actualizado	Flujo de Caja Financiero Acumulado
Io	S/. -325,366	S/. -325,366	S/. -325,366
1	S/. 5,694,448	S/. 5,003,030	S/. 4,677,664
2	S/. 5,773,656	S/. 4,456,703	S/. 9,134,367
3	S/. 5,856,727	S/. 3,971,909	S/. 13,106,276
4	S/. 5,928,430	S/. 3,532,363	S/. 16,638,639
5	S/. 5,980,888	S/. 3,130,926	S/. 19,769,565
6	S/. 6,039,158	S/. 2,777,569	S/. 22,547,134
7	S/. 6,097,544	S/. 2,463,910	S/. 25,011,045
8	S/. 6,153,507	S/. 2,184,611	S/. 27,195,655
9	S/. 6,211,981	S/. 1,937,594	S/. 29,133,250
10	S/. 6,270,477	S/. 1,718,362	S/. 30,851,612

Como resultado se obtiene que la inversión se ha de recuperar en un periodo de aproximadamente 1 mes ($PRIF = 0.09$ años) de operación del centro de esparcimiento nocturno, lo que permite afirmar que el proyecto es rentable.

4.5.6.7. Análisis de Sensibilidad

Es el método que consiste en medir cuan sensible es la TIR y el VAN, ante variaciones de una (o más) variables del proyecto, con el fin de determinar si continua siendo rentable.

Se han analizado dos alternativas de variación:

- Variación de los Ingresos

Se consideró la disminución de los ingresos en 10%, 12% y 15%, resultando los indicadores de evaluación que se observan en la tabla 66.

Tabla 66

Análisis de sensibilidad ingresos disminuidos en porcentajes

	10%	12%	15%
VANE=	\$ 8,289,525.84	\$ 7,961,011.24	-\$ 5,467.77
VANF=	\$ 8,599,428.07	\$ 8,270,913.47	\$ 304,434.45
TIRE=	4.11	3.95	0.13
TIRF=	11.73	11.28	0.59
B/C Econ.=	\$ 15.44	\$ 14.86	\$ 0.99
B/C Fin.=	\$ 43.79	\$ 42.16	\$ 2.51

Estos indicadores establecen que el proyecto sigue siendo rentable, aun cuando los ingresos disminuyen en 15%. Una disminución mayor al 15% hará que el proyecto deje de ser rentable y generará posibles pérdidas.

- Variación de los Egresos

Se ha probado la sensibilidad del proyecto en el caso de un incremento de los egresos en 11%, 15% y 17%, resultando los indicadores de evaluación que se observan en la tabla 67.

Tabla 67

Análisis de sensibilidad egresos aumentados en porcentajes

	11%	15%	17%
VANE=	\$ 9,766,233	\$ 9,705,949	\$ 135,840
VANF=	\$ 10,076,135	\$ 10,015,850	\$ 445,742
TIRE=	4.81	4.78	0.34
TIRF=	13.73	13.65	1.53
B/C Econ.=	\$ 18.01	\$ 17.90	\$ 1.24
B/C Fin.=	\$ 51.14	\$ 50.84	\$ 3.22

Estos indicadores demuestran la rentabilidad en condiciones pesimistas de variación de los egresos, donde se llega a la conclusión de que el proyecto es rentable hasta un aumento del 17% de los egresos, pasado el cual el proyecto no sería rentable y podría generar pérdidas.

VII. CONCLUSIONES

El resultado del análisis estratégico fue favorable para el desarrollo de la creación del Multiservicios, ya que es una idea innovadora en ese aspecto. Los nichos están establecidos para las personas de 18 a 40 años de edad. Cabe resaltar que los objetivos y estrategias se plantearon a través de matrices estratégicas de mediano y largo plazo mediante una estrategia de diferenciación fundamentada en el servicio y así como la calidad en el trato como complemento para el cliente.

El estudio de mercado fundamentalmente confirmó la aceptación de la idea de negocio por parte del público objetivo, además que dio a conocer el hábito de consumo de la persona promedio al ir a un centro de entretenimiento. Así mismo, se obtuvo información válida para la presentación del servicio como el rango de precios de cada servicio y la decoración interna de cada servicio.

En cuanto a la viabilidad técnica operativa se concluyó la inversión para el espacio físico; así mismo, se determinó la estructura orgánica para la empresa y su registro social. Se estableció el proceso general y los procesos de cada servicio; así mismo, con el personal que se contará en cada uno de ellos.

Esta propuesta de negocio ofrece una alternativa rentable de inversión ya que el flujo de caja económico presenta una utilidad creciente para los inversionistas en los 10 años proyectados. Además prevé un valor actual neto económico de los flujos de caja de \$5, 580, 928.24 y su VAN financiero de \$17, 535, 308 por lo que este proyecto es factible. Además su relación costo beneficio da un valor de \$87 por lo que por cada dólar invertido se recuperara 87 veces su valor.

VI. REFERENCIAS BIBLIORÁFICAS

- Arellano Marketing. (2015). *Estudio Nacional del Consumidor Peruano*.
- Bazurto, D., Rivera, M., & Valdiviezo, P. (2010). *Proyecto para la Creación de un Centro de Entretenimiento Familiar Tipo Bolocentro en la Ciudad de San Francisco de Milagro*. Ecuador.
- Congreso de la República. (1997). *Ley N° 26793 - Creación del FONAM*. Lima.
- Cosio, G. d. (2012). *Discriminación de Precios*. Lambayeque.
- Dirección regional de comercio exterior y turismo. (2009). *Manual de Calidad Turística para Centros de Entretenimiento y Diversión*. Cusco: dircetur.
- Gómez, H. S. (6 de Mayo de 2011). *Evolución del Servicio al Cliente*. Recuperado el 2014 de 09 de 14, de <http://importacionesan.blogspot.pe/2011/05/marco-teorico.html>
- Instituto nacional de estadística e informática. (2014). *Compendio Estadístico de Perú 2014*. Lima: INEI.

VII. ANEXOS

Anexo 01: Encuesta

1. Edad: _____
2. ¿Se encuentra satisfecho con los Centros de Entretenimiento Actuales?
 - a) Sí
 - b) No
3. ¿Qué busca en un servicio?
 - a) Calidad
 - b) Comodidad
 - c) Precio
 - d) Personalización
4. ¿Con qué frecuencia sale a divertirse?
 - a) Una vez por semana
 - b) Dos veces por semana
 - c) Tres veces por semana
 - d) Más de cuatro veces por semana
5. ¿Qué cantidad de dinero gasta cuando sale a divertirse?
 - a) 50 – 100
 - b) 100 – 150
 - c) 150 – 200
 - d) Más de 200
6. ¿Dispone de días a la semana para salir a divertirse?
 - a) Sí
 - b) No
7. ¿Con quienes, normalmente, sale a divertirse?
 - a) Familiares
 - b) Amigos
 - c) Pareja
 - d) Solo
8. ¿Cuánto pagaría como máximo por acudir a un Centro de Multiservicios de Entretenimiento?
 - a) 50
 - b) 100
 - c) 150
 - d) 200
9. ¿Qué temática preferirías que posea un Centro de Entretenimiento?
 - a) Tecnología
 - b) Retro
 - c) Neomoda

- d) Naturaleza
10. ¿Cuál sería la ubicación perfecta para el Centro de Multiservicios?
- a) Chiclayo
 - b) Pimentel
 - c) La Victoria
 - d) Otra Ciudad

Anexo 02: Tablas

Tabla 68

Mano de Obra – Discoteca

Personal	Cantidad
DJ	1
Camareras	10
Camareros	10
Gogos	3
Barman	4
Personal de Seguridad	6
Personal de Limpieza	4

Tabla 69

Mano de Obra – Casino

Personal	Cantidad
Dealer o Crupier	24
Cigarreras	7
Cajero	5
Personal de Máquinas	5
Jefe de Sector	3
Limpieza	4
Mantenimiento	4

Tabla 70
Mano de Obra – Karaoke

Personal	Cantidad
DJ	1
Meseros	5
Cocinero	1
Asistente de Cocina	1
Asistente Técnico	1
Personal de Seguridad	2
Personal de Limpieza	2

Tabla 71
Mano de Obra – Bar

Personal	Cantidad
Camareros	7
Barman	3
Cocinero	1
Asistente de Cocinero	1
Personal de Seguridad	3
Personal de Limpieza	2

Tabla 72
Mano de Obra – Billas y Billar

Personal	Cantidad
Supervisor	1
Asistente del Supervisor	1
Personal de Seguridad	2
Personal de limpieza	2

Tabla 73
Mano de Obra – Restaurante

Personal	Cantidad
Cocinero	3
Asistentes de Cocina	2
Meseros	8
Personal de Seguridad	2
Personal de Limpieza	2