



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**VIABILIDAD DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE  
UNA TABERNA CON TEMÁTICA MEDIEVAL DE  
LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2017**

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

**Autora:**

**Bach. Vera García Cecilia Carol**

**<https://orcid.org/0000-0002-0155-0077>**

**Asesor:**

**Mg. Rojas Jiménez Karla Ivonne**

**<https://orcid.org/000-0002-3504-9731>**

**Línea de Investigación:**

**Gestión Empresarial y Emprendimiento**

**Pimentel-Perú**

**2017**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

El Jurado evaluador de la TESIS:

**VIABILIDAD DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA TABERNA CON  
TEMÁTICA MEDIEVAL EN LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2017**

Que ha(n) sustentado:

A) VERA GARCIA CECILIA CAROL

Apellidos Nombre(s)

B) \_\_\_\_\_

Apellidos Nombre(s)

INTERESADO (DA) en: **ADMINISTRACIÓN**

**ACUERDA**

a) APROBAR POR UNANIMIDAD

b) \_\_\_\_\_

Chiclayo 14 de Diciembre de 2017

Presidente (a) de Jurado: Mg. Karla Ivonne Rojas Jimenez  
Nombre completo

  
Firma

Miembro (a) de Jurado: Mg. Flor Delicia Heredia LLatas  
Nombre Completo

  
Firma

Miembro (a) de Jurado: Dra. Sofía Irene Delgado Wong  
Nombre Completo

  
Firma

**ADMISIÓN E INFORMES**

074 481610 - 074 481632

**CAMPUS USS**

Km. 5, carretera a Pimentel  
Chiclayo, Perú

[www.uss.edu.pe](http://www.uss.edu.pe)

### **Dedicatoria:**

Mi tesis está dedicado a todas las personas que me han apoyado y han hecho que este trabajo se realice y se espera que Taberna triunfe cada día más como también sea reconocido por todos.

### **Agradecimiento:**

La universidad me dio la bienvenida al mundo como tal, las oportunidades que me han brindado son incomparables.

Agradezco mucho por la ayuda de mis maestros, mis compañeros, y a la universidad en general por los conocimientos que me han otorgado.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la viabilidad del proyecto de inversión de una taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, 2017.

La metodología se desarrolló de acuerdo a un estudio de tipo donde se consideró como muestra a 167 pobladores de Chiclayo de 18 y 55 años a quienes se aplicó una encuesta utilizando como instrumento al cuestionario.

En los resultados se ha determinado la viabilidad comercial para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, donde los principales factores a considerar son la frecuencia de asistencia a tabernas, además del interés que se muestra en visitar una taberna con temática medieval en Chiclayo, por otra parte, en cuanto a las bebidas que se deben ofrecer se tiene una mayor preferencia por la cerveza, bebidas preparadas, destilados o vinos y bebidas refrescantes. También que la viabilidad técnica para la taberna con temática Medieval, considera los siguientes factores: la música, la ambientación, el uniforme de los trabajadores (un modelo según la época medieval), pero se tiene también los elementos tecnológicos que la empresa debe contar para agilizar el proceso de atención al cliente como las tablets para los pedidos y la PC en caja. Se concluye que, en cuanto a la viabilidad económica financiera para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, se tiene resultados positivos respecto al TIR, por ser mayor a la tasa de descuento, y al VAN, de esta manera se puede decir que el proyecto de la taberna con temática medieval es económicamente viable.

Palabras clave: viabilidad comercial, viabilidad técnica, viabilidad económica financiera.

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to determine the viability of the investment project of a Medieval-themed tavern in the city of Chiclayo, 2017.

The methodology was developed according to a study of type where it was considered as sample to 167 inhabitants of Chiclayo of 18 and 55 years to whom a survey was applied using as instrument the questionnaire.

The results have determined the commercial viability for the tavern Medieval themed in the city of Chiclayo, where the main factors to consider are the frequency of attendance at taverns, in addition to the interest shown in visiting a tavern with medieval themes in Chiclayo on the other hand, as regards the beverages to be offered, there is a greater preference for beer, prepared beverages, distillates or wines and soft drinks. Also, that the technical feasibility for the tavern with Medieval theme, considers the following factors: the music, the setting, the uniform of the workers (a model according to medieval times), but it also has the technological elements that the company must have for streamline the customer service process such as tablets for orders and PC in box. It is concluded that regarding the economic and financial viability for the tavern with Medieval themes in the city of Chiclayo, there are positive results with respect to the IRR, because it is greater than the discount rate, and the NPV, in this way it can be said that the project of the tavern with medieval theme is economically viable.

Key words: commercial viability, technical feasibility, financial economic feasibili

## ÍNDICE

RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÍNDICE.....	vi
I.                  INTRODUCCIÓN.....	7
1.1. Realidad Problemática.....	9
1.2. Trabajos previos.....	9
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	13
1.4. Formulación del Problema.....	16
1.5. Justificación e Importancia del estudio.....	17
1.6. Hipótesis.....	18
1.7. Objetivos.....	18
1.7.1 Objetivo General.....	18
1.7.2 Objetivos Específicos.....	18
II.                 MATERIAL Y MÉTODOS.....	19
2.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	19
2.2. Población y Muestra.....	19
2.3. Variables y operacionalización.....	19
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad..	
211	
2.5. Procedimiento de análisis de datos.....	232
2.6. Aspectos éticos.....	22
2.7. Criterios de Rigor científico.....	23
III.                 RESULTADOS.....	25
3.1. Tablas y figuras.....	25
3.2. Discusión de resultados.....	43
3.3. Aporte científico (propuesta si el caso lo amerita).....	23
IV.                 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	83
REFERENCIAS.....	84
ANEXOS.....	88

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad los restaurantes o restoráns brindan un servicio donde se paga por la comida y bebida consumida en el mismo local. Hoy en día existen una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina.

Para la industria de la comida es más creativa e innovadora al tomar decisiones relacionadas al logro de los objetivos empresariales, esto se debe a que existen consumidores cada vez más informados que exigen sus deseos y necesidades de manera más específicas.

Es por ello que el presente trabajo marca la diferencia y tiene como objetivo determinar la viabilidad del proyecto de inversión de una taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, 2017.

En la ciudad de Chiclayo no existen restaurantes de tipo temático, y más aún las personas desconocen en qué consisten. Para ello en la Taberna se diferenciará la realización de una historia, Aquella historia que viene de nuestros antepasados. Una historia que abarca con el descubrimiento de américa; de aquel hombre que fue traicionado por su mano derecha, producto de ello, en el Perú fuimos conquistados y mal manejados con nuestras riquezas.

Toda empresa comienza con una idea y se desarrolla formulando un plan de negocios que sea capaz de volver rentable a una empresa con el pasar del tiempo. Para ello se debe marcar una diferenciación y no mal que crear una historia para hacer viable un restaurante con una temática medieval. Que las personas se identifiquen y crean que se encuentran en aquel año de las tabernas tradicionales, comiendo, bebiendo y relacionándose con su entorno.

El estudio realizado como muestra es

de 167 pobladores de Chiclayo entre 18 y 55 años a quienes se aplicó una encuesta utilizando como instrumento al cuestionario.

Con lo expuesto anteriormente la propuesta estará conformada por 4 puntos:



Introducción, Material y métodos, Resultados, Conclusiones y Recomendaciones.

En la introducción, se hablará de la Realidad Problemática, Trabajos previos, Teorías relacionadas al tema, Formulación del problema, Justificación e importancia del estudio, Hipótesis y objetivos.

En el material y métodos se hablará del tipo y diseño de investigación, población y muestra, variables y operacionales, técnicas e instrumentos de recolección de datos, procedimiento de análisis de datos, aspectos éticos y criterios de rigor.

Y los resultados brindando tablas y figuras, discusión de resultados y aporte científico.

Por ultimo las conclusiones y recomendaciones.

El plan de negocio finalizará con un plan financiero el cual detalle toda la información económica y financiera que la empresa requiera, así podrá llevar acabo la propuesta, poniendo en marcha la empresa y aspire al éxito en el mercado; de igual manera se auxiliará de un plan legal el cual se enfoque en obtener todos aquellos permisos y licencias otorgados por todas las instituciones responsables para la apertura de un negocio. Además de contar con recomendaciones propuestas para la ejecución y mejora de este plan a futuro.

### **1.1. Realidad Problemática**

Los lugares nocturnos como los bares han evolucionado en el transcurso del tiempo, hasta llegar a ser lo que hoy conocemos como lugares de diversión, interacción social. Se podría decir que los bares cumplen una tarea social, llegando incluso a hablar de la existencia de la tradición de bares. Es por ello que hablaremos aquí de las diferentes clases de bares.

El bar es un tema esencial en la costumbre popular de “salir por ahí”, y es que en todo pueblo, barrio o calle importante de cualquier ciudad nos encontraremos

con uno o más bares a nuestro paso para ir a tomar algo, hablar y relacionarse entre amigos.

## **1.2. Trabajos previos**

### **A nivel internacional**

Rodas y Vega (2012), Ecuador, en su tesis titulada “Estudio de factibilidad para la creación de un disco bar en el Cantón Naranjito”, para obtener el título profesional de ingeniería pública y auditoría, se basaron que luego de haber hecho las respectivas investigaciones a las personas mayores de 18 años del cantón Naranjito existe una no satisfacción del mercado en el ámbito de la diversión de noche, razón por el cual se han visto la necesidad de trasladarse a otras ciudades en busca de este servicio ocasionando que el dinero salga a otras plazas comerciales, esta situación se podrá medir a través de la presencia de una infraestructura bien definida que proporcione a la ciudadanía que gusta de disfrutar un ambiente nocturno diferente por lo que se considera viable la creación de un disco bar con el fin de satisfacer las expectativas y exigencias de los habitantes.

Los resultados evidenciaron que no cuenta con lugares de esparcimiento adecuados lo que obliga a la población a emigrar a otros cantones en busca de entretenimiento, los clientes afirmaron que no les agrada el ambiente nocturno de esta localidad, debido a poca innovación y débil imagen que proyectan los actuales centros de diversión, cuando se les pregunto sobre su aceptación ante la propuesta de un disco-bar, el 93% de los encuestados estuvieron de acuerdo, y recomendaron que se les mantenga informados mediante redes sociales. Se concluye que la propuesta del proyecto de inversión es viable ya que tuvo una gran aceptación por parte de los encuestados, además se debe considerar realizar las actividades de comunicación en redes sociales según las preferencias de los consumidores, en relación al análisis financiero se considera una inversión total de 69 330 soles, la cual sera financiada en un 85%, se obtuvo un VAN de 59.14%, un índice de rentabilidad de 2,17 y un TIR de 52%.

Fiallos (2013). Ecuador. En su tesis titulada “Proyecto de viabilidad para la creación de una sport - bar especializado en snacks, bebidas moderadas y futbol en vivo en la ciudad de Quito”, para obter el título profesional de ingeniero en

administración de empresas, argumentó que los bares temáticos son uno de los negocios con proyección en el mercado Quiteño, es común ver varios bares con ofertas relacionadas, sin embargo su expansión no ha cubierto sectores potencialmente rentables por lo que hay varios nichos de mercado explotables. Planteó como objetivo central realizar un proyecto de viabilidad para la creación de un Sport Bar.

Los resultados evidenciaron que el mercado que se quiere abarcar se puede explotar al máximo ya que la ubicación propuesta para el bar temático fue aceptada por la mayoría de los encuestados según un 82% de ellos, además la idea de un bar con temática de fútbol fue aceptada por el 93% de los encuestados, siendo la preferencia en hombres entre 20 y 55 años de edad, en relación a la competencia se determinó que no existe competencia directa. Se concluye que el proyecto para la creación de una sport-bar si es viable, por la gran aceptación que tendría en el mercado según el estudio realizado, y en cuanto al análisis financiero se estimó que la recuperación de la inversión sería a mediano plazo, ya que el total del capital se estaría recuperando en un año. El TIR del proyecto se estimó en 93.69% lo que reafirma la viabilidad del proyecto.

Los resultados evidenciaron que la idea de negocio es aceptada por el 93% de los encuestados, quienes afirmaron que es una propuesta innovadora, en relación a los días de mayor afluencia los encuestados afirmaron que es más usual que visiten un bar los fines de semana, y el segmento al cual se debe dirigir el bar es el segmento B de la ciudad. Se concluye que un bar con temática de fútbol si es aceptado por los pobladores de la ciudad de Chiclayo, y para ello se deben desarrollar estrategias de ingreso al mercado eficientes que permitan abarcar gran parte del mercado objetivo desde la apertura del negocio, además el análisis financiero que se realizó arrojó un VAN y TIR positivo por lo que se reafirma la viabilidad del proyecto de inversión.

Oviedo (2013). Ecuador. En su tesis titulada "Proyecto de factibilidad para la creación de un bar temático tipo Español, con aplicación de la cocina fusión en la ciudad de Ambato", para optar el título de licenciado en turismo, hotelería y gastronomía, argumentó que en ciudad de Ambato no existen lugares donde los pobladores puedan disfrutar de un buen servicio de bares o restaurantes, además

los clientes continuamente se sienten insatisfechos con la calidad de atención que están acostumbrados a recibir en restaurantes y negocios locales, por ende un nuevo negocio innovador y con un buen servicio sería de gran aceptación en la ciudad. La metodología que se utilizó fue de tipo exploratorio, propositivo, de diseño no experimental, para recolectar información se utilizó un cuestionario de 15 ítems que fue aplicado a 214 personas de la ciudad de Ambato, entre hombres y mujeres.

Los resultados evidenciaron que el bar temático de tipo Español, con aplicación de la cocina fusión en la ciudad de Ambato, es aceptado por un 82% de los encuestados, por ser una idea innovadora y diferente, además los encuestados afirmaron que en relación a la promoción del negocio debería realizarse en medios digitales como por internet, y los precios deben ser justos y no sobrevalorados, por otra parte no existe competencia directa. Se concluye que es viable el bar con tema tipo Español, con aplicación de la cocina fusión en la ciudad de Ambato, con un VAN y TIR positivos, un margen de rentabilidad de 17.75% y un periodo de recuperación de un año.

### **A Nivel Nacional:**

Juarez (2014). Arequipa. En su tesis titulada "Análisis de mercado para la apertura de un bar cultural con temática europea en la ciudad de Arequipa", para obtener el título profesional en la licenciatura de administración, argumenta que el mercado arequipeño se encuentra continuamente visitado por turistas extranjeros y nacionales, los cuales se sienten atraídos por los negocios innovadores de la zona y por ello un bar temático con simulación de las costumbres de un típico Bar Inglés, sería aceptado por un gran porcentaje de turistas y pobladores de la zona. El estudio fue de tipo aplicativo y descriptivo, de nivel explicativo, el diseño fue no experimental, para recolectar información de los pobladores arequipeños y turistas sobre la aceptación de la idea de negocio se les hizo un cuestionario de 16 ítems.

Los resultados mostraron que de los encuestados un 60% ha tenido malas experiencias en bares de la zona, y por ende consideran que la idea de un nuevo negocio que ofrezca este tipo de servicio es aceptable, además en los resultados de la encuesta aplicada se obtuvo una aceptación del bar de un 92%, por otra parte

no existe competencia directa. Se concluye que los factores importantes del éxito del negocio son el lanzamiento de una temática diferente en el mercado como es la inglesa; lograr un rápido posicionamiento como un servicio de calidad y exclusividad y la comodidad de un local atractivo lleno de emoción y entretenimiento.

Rodríguez y Trillo (2014). Arequipa. En su tesis titulada “Estudio de prefactibilidad y viabilidad para la apertura de un restaurante bar en la alameda Tingo”, para optar el título profesional de licenciadas en administración de empresas, argumentaron que un estudio de prefactibilidad y viabilidad se realiza para determinar la aceptación de un proyecto de inversión mediante un estudio de mercado y un plan financiero, por ello el objetivo central del estudio fue determinar la viabilidad y factibilidad del proyecto de inversión de un restaurante bar en la alameda Tingo.

Los resultados evidenciaron que si existe viabilidad comercial y financiera del proyecto de inversión, los factores de éxito se basan en ofrecer un servicio de calidad, establecer una política de precios justa, y plantear estrategias de comunicación en medios digitales como el internet. Se concluye que el restaurante bar en la alameda Tingo si es factible y viable para su realización, teniendo una gran aceptación en el mercado al cual se dirige, y considerando que el plan financiero arrojó resultados positivos, un VANE de 141 717.26 y el VANF de 192 506.63, además el TIRE es de 32.57% y el TIRF de 44.68%.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1 Viabilidad**

“Un estudio de viabilidad es la recolección, análisis y la evaluación de información con la finalidad de encontrar una idea de negocio se puede poner en práctica y logrará tener éxito en el mercado”. (Barrow, 2014, p.13)

“La utilidad de determinar la viabilidad de un proyecto de inversión radica en que permite a los emprendedores a tomar la decisión de poner en marcha su idea de negocio, en base al rendimiento económico que se lograra obtener de la misma”. (Gaspar, 2015, p.32)

“El estudio de viabilidad es el tema más crítico antes de convertir la idea del negocio en realidad e invertir una cantidad de dinero significativa”. (Stettinius, Wood, y Doyle, 2013, p.15)

### **1.3.2 Importancia de un estudio de viabilidad**

La importancia permite conocer si realmente se lograra obtener los beneficios que se están esperando de él, no se trata simplemente de dar formalidad a una idea de negocio, sino se debe considerar que un estudio de viabilidad es una herramienta que permite tomar decisiones estratégicas. (Gaspar, 2015)

Un proyecto de inversión puede ser grande o pequeño, requerir un gran presupuesto o una amplia mano de obra, sin importar el tamaño, es necesario que se analice si es viable, esto es sin embargo más importante que la planificarlo. Para analizar la viabilidad de un estudio se debe tener en cuenta cuales son las limitaciones y restricciones del proyecto, además se deben establecer cuáles son las mejores oportunidades del mercado y cuáles son los requisitos para definir el proyecto, estos factores ayudaran a mejorar la toma de decisión de invertir.

La dinámica del mercado actual, con competidores cada vez más fuertes ya no asegura el éxito de ninguna empresa en el largo plazo, básicamente el éxito empresarial dependerá de las estrategias y acciones que se realicen para gestionar eficientemente a la empresa y a los clientes, en este contexto, tener una idea de negocio no es sinónimo de éxito, esto se logrará solo si se conjugan los factores necesarios, y uno de los principales inconvenientes de la puesta en marcha de los proyectos de inversión es el aspecto financiero del cual no disponen la mayoría de los emprendedores, es por esta razón que antes de tomar la decisión de invertir y buscar fuentes de financiamiento se debe considerar determinar la viabilidad del proyecto. (Montiel, 2015)

Al realizar un estudio de viabilidad se debe tener en cuenta que la estructura del estudio dependerá del tipo de negocio que se quiere crear, ya que no es lo mismo definir o estructurar una empresa comercial y una empresa industrial, las magnitudes de la producción y los recursos que se involucran en la

creación de la empresa determinaran el alcance y la complejidad del estudio de viabilidad del proyecto. (Montiel, 2015)

### **1.3.3 Propósito del estudio de viabilidad**

El propósito básico del estudio de viabilidad es demostrar que una idea de negocio es viable, esto se debe demostrar ante los inversionistas, los dueños y ante las instituciones financieras que son quienes aportaran parte del capital necesario, además el estudio debe estimar cual será el posible rendimiento del negocio en el periodo que fue proyectado. (Zorita y Huarte, 2014)

El estudio formaliza y revalida el proyecto de inversión que resulte de la idea de negocio, reduciendo los riesgos de invertir en una idea que no será solvente ni rentable, sin embargo se debe considerar que no es una garantía de éxito, ya que esto depende de las acciones y de la gestión que se realicen para mantenerse en el mercado y que la idea de negocio cumpla su propósito, por ende un proyecto bien definido y capitalizado será fácilmente aceptado y aprobado por los inversionistas e instituciones financieras. (Zorita y Huarte, 2014).

### **1.3.4 Ventajas del estudio de viabilidad**

Entre las ventajas tenemos:

Análisis de beneficios: cuando se realiza un estudio de viabilidad se puede estimar los beneficios que se lograrán percibir en el periodo proyectado en el estudio, esto permitirá tomar la mejor decisión en seguir con la idea de negocio o buscar nuevas alternativas que genere una mayor rentabilidad.

Identificación óptima del tiempo: para poner en marcha un proyecto de inversión se debe considerar el tiempo y época del año en que comenzará a operar, esto es muy importante ya que evita que las empresas revaluen sus resultados proyectados ante cambios repentinos que influyan en la capacidad de producción o en la cadena de suministro de la empresa.

Proyecciones del flujo de caja: en definitiva para poner en marcha un proyecto se debe contar con el suficiente dinero que financie el esfuerzo,

por ello es necesario que en el estudio de viabilidad se considere el flujo de caja que demuestre las proyecciones del proyecto de inversión, además se debe analizar los indicadores del VAN Y TIR económico y financiero.

Administración de redes de suministro: como se sabe dentro de un estudio de viabilidad se debe considerar el estudio de mercado que permita conocer las fuerzas del entorno, entre ellas los proveedores, por ello una de las ventajas de estudiar la viabilidad de un proyecto de inversión es que permite prever y administrar eficientemente las partes que conforman la cadena de suministro de la empresa, que garantizaran la operatividad de la misma.

### **1.3.5 Factores de un estudio de viabilidad**

No existe una técnica universal para presentar un estudio de viabilidad, ya que cada proyecto se trabaja de manera diferente. Para mencionar, los proyectos privados principalmente tienen un objetivo económico, mientras que los públicos en la mayoría tienen un objetivo social. No obstante tiene un enfoque que es utilizado frecuentemente, enfoque desde las variables: Viabilidad comercial, viabilidad técnica y viabilidad económica.

#### Viabilidad comercial

El análisis comercial se trata a la cantidad total de su producto o servicio que puede ser vendido en su área de mercado; la participación proyectada en el mercado, es el porcentaje del mercado potencial a ser capturado o que razonablemente puede ser capturado por su empresa; y por último las proyecciones de ventas que representan la base del análisis financiero.

#### Viabilidad técnica.

La viabilidad técnica debe proveer información sobre las diversas formas de materializar el proyecto o los diferentes procesos que pueden utilizarse para producir un bien o servicio. El estudio deberá contener una estimación de los requerimientos de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para el estado de operación del proyecto.



Viabilidad económica financiera.

También se debe estimar el rendimiento sobre la inversión que representa la tasa de ganancias en relación con el capital invertido, expresada en términos porcentuales.

#### **1.4. Formulación del Problema**

##### **Problema general:**

¿Cuál es la viabilidad del proyecto de inversión de una taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, 2017?

##### **Problemas propios:**

¿Cuál es la viabilidad comercial para la taberna con temática Medieval de la ciudad de Chiclayo?

¿Cuál es la viabilidad técnica para la taberna con temática Medieval de la ciudad de Chiclayo?

¿Cuál es la viabilidad económica financiera para la taberna con temática Medieval de la ciudad de Chiclayo?

#### **1.5. Justificación e Importancia del estudio**

##### **Justificación teórica**

La investigación tiene justificación teórica ya que se utilizaron diversas teorías de autores en relación a la variable en estudio, viabilidad del proyecto de inversión, dichas teorías permitieron ampliar conocimientos referentes al tema de la investigación y contrarrestarlas con la información recolectada en el escenario donde se desarrollará el proyecto de inversión.

### **Justificación metodológica**

Una investigación se dice que es metodologicamente cuando se realiza haciendo uso de un método confiable el cual generará conocimientos válidos dentro de la investigación

Tiene justificación metodológica ya que la investigación generó aportes válidos y confiables en relación al tema estudiado que servirán como aporte para otros estudios que abarquen la misma variable.

### **Justificación práctica**

Justificación práctica ya que las teorías que se desarrollaron en el estudio fueron puestas en práctica para determinar la mejor propuesta de investigación.

La investigación siguiente desde un punto de vista práctico ya que se propone un proyecto de inversión de una taberna con temática medieval, el cuál se desarrollo haciendo uso de diversas estrategias y teorías dadas por autores que aporten a la viabilidad del proyecto, las mismas que fueron puestas en práctica en el presente estudio de investigación.

### **Justificación social**

La justificación social de una investigación se da porque muestra un impacto positivo en la sociedad y también de todo aquello que participe en dicho estudio.

La presente investigación tiene justificación social porque muestra la creación de un nuevo negocio, se amplía la oferta en el mercado con un servicio innovador para todos los clientes y además se genera fuentes de empleo para profesionales y personal especializado en la idea de negocio.

## **1.6. Hipótesis**

Es viable un proyecto de inversión de una taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, 2017.

## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo general:**

Determinar la viabilidad del proyecto de inversión de una taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, 2017.

### **1.7.2 Objetivos Específicos:**

- Determinar la viabilidad comercial para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo.
- Definir la viabilidad técnica para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo.
- Determinar la viabilidad económica financiera para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo.

## II. MATERIAL Y MÉTODOS

### 2.1. Tipo y Diseño de Investigación

#### 2.1.1 Tipo de Investigación

El tipo de investigación utilizada descriptiva-propositiva.

Es una investigación descriptiva porque hemos analizado específicamente las propiedades, las características, los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos y objetos. En este caso la investigación busca describir las características de las variables viabilidad y proyecto de inversión para ser analizados y llegar a establecer conclusiones generales que resuelvan el problema planteado.

La presente investigación es propositiva porque se propondrá un proyecto de inversión de una taberna temática en la ciudad de Chiclayo, para ser evaluado y determinar su viabilidad.

#### 2.1.2 Diseño de Investigación

El diseño de la investigación es NO EXPERIMENTAL-TRANSVERSAL porque se ha observado las variables en estudio en su contexto natural sin ser manipuladas y es transversal porque los datos se recolectan en un momento único.

El esquema del diseño es el siguiente:

M → O → P

Dónde:

M = Muestra de estudio

O = Información a recoger

P = Proyecto de Inversión

### 2.2. Población y Muestra

Criterios de exclusión: por cuestiones del contenido de investigación, se excluye a las personas menores de 18 años y mayores de 55 años, es decir se

realiza por cuestiones de esas, dado que no tienen la edad promedio de frecuentar un restobar, además de personas que no suelen asistir a restobares o no suelen salir frecuentemente.

Criterios de inclusión: se aplica a las personas de 18 a 55 años, estos criterios también se dan por cuestiones de edad, además de que las personas suelen frecuentar un restobar.

La población que se consideró en la presente investigación estuvo conformada por la población de Chiclayo entre los 18 y 55 años, resultado un total de 466 807 personas. (INEI, 2017).

## **2.3. Variables y operacionalización**

### **2.4.1 Variables**

#### **Variable independiente: Viabilidad**

La viabilidad porque se recopiló, analizó y evaluó la información con la finalidad de determinar si una idea de negocio se puede poner en práctica y logrará tener éxito en el mercado”.

#### **Variable dependiente: Proyecto de Inversión**

Un proyecto de inversión consiste en indagar una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. De esta manera pueden salir diversas ideas, inversiones de distintas cantidades, tecnología y sobre todo metodologías con diferente análisis, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en todas sus facetas.

**Operacionalización**

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e instrumento
<b>Variable independiente:</b>  <b>Viabilidad</b>	Viabilidad comercial	Clientes potenciales	¿Con qué frecuencia asiste a tabernas en Chiclayo?	Técnica: encuesta, análisis documental.  Instrumento: cuestionario, ficha de recolección de datos.
			¿Con quién suele frecuentar los bares de Chiclayo?	
		Competidores	¿Alguna vez ha escuchado sobre una taberna con temática medieval?	
			¿Cuán interesante sería para usted visitar en Chiclayo una taberna con temática medieval?	
			¿Cómo califica el servicio en los bares que ha visitado?	
	Viabilidad técnica	Características del producto	¿Por qué razón suele visitar las tabernas que frecuenta?	
		Calificación de precios	¿Cómo califica la calidad de los tragos servidos en las tabernas de Chiclayo?	
			¿Qué tragos suele pedir cuando acude a una taberna en Chiclayo?	
		Preferencias de promoción	¿Cuánto dinero acostumbra gastar en una taberna de Chiclayo cuando visita un bar en Chiclayo?	
			¿Cómo califica los precios de los tragos en los bares de Chiclayo que usted suele frecuentar?	
Localización	¿En los bares que visita suelen realizar promociones?			
	Equipamiento	¿Qué tipo de promociones desearía recibir por sus compras en una taberna de Chiclayo?		
		Personal	¿A través de qué medio de comunicación le gustaría conocer sobre las características y novedades de una taberna con temática medieval en Chiclayo?	
Tecnología	¿En qué lugar le gustaría que se ubique la taberna con temática medieval?			
			¿Para usted qué factor sería importante en una taberna con temática medieval?	
		¿La ambientación del local es un factor importante para que usted visite una taberna?		
		¿Sería interesante para usted que el personal de una taberna con temática medieval tenga un uniforme representativo de las tabernas de la época medieval?		
		¿Los elementos tecnológicos (Tablet, PC) son importantes para usted para acelerar el proceso de atención al cliente?		
<b>Variable dependiente:</b>	Viabilidad económica financiera	VAN	Análisis documental	
<b>Proyecto de inversión</b>		TIR	Análisis documental	

## 2.4. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### Técnicas:

#### **Encuesta:**

En el presente estudio, con esta técnica se dio lugar a establecer contacto con los sujetos por medio de los cuestionarios previamente desarrollados.

#### **Entrevista:**

En el presente estudio se realizó una entrevista a un expertiz en el tema a desarrollar.

### Instrumentos:

#### **Cuestionario cerrado:**

En el caso del presente estudio, el instrumento está compuesto por un conjunto de preguntas orientadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos del caso; se aplicó la encuesta a los pobladores Chiclayanos.

#### **Cuestionario abierto.**

En el caso del presente estudio, la entrevista se aplicó al experto en el tema investigado.

### Validez:

Validación: La validación de instrumentos se realizó a través de la evaluación de tres expertos, de los cuales el primero es estadístico, el segundo un metodólogo y el tercero un especialista en el tema de la presente investigación.

La validación de expertos se dio por tres expertos obteniendo la siguiente puntuación:

Experto	Puntuación	Aprobación
1	17/17	100%
2	17/17	100%
3	17/17	100%

### **Confiabilidad:**

La confiabilidad del estudio se ha dado a través de un resultado estadístico aplicando el método alfa de cronbach, si indicara un valor mayor a 0.70 significaría que el instrumento utilizado es confiable.

Escala de fiabilidad alfa de cronbach

Escala	Escala	Descripción
1	0.01-0.49	Baje
2	0.50-0.70	Moderada
3	0.71-0.99	Fuerte

*Fuente:* Alfa de Cronbach.

En este caso el valor del alfa de cronbach es de 0.729 por lo que se puede concluir que el instrumento utilizado es confiable tal como se muestra en la siguiente tabla.

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,729	17

*Fuente:* Tabulación de datos del cuestionario.

### **2.5. Procedimiento de análisis de datos**

La muestra de calculó con la siguiente fórmula para una población finita:

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

**Donde:**

N = Tamaño de la población. (466 807)

Z<sub>μ</sub><sup>2</sup>= Valor crítico de nivel de confianza elegido. (93%)



$p \cdot q$  = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.  $p = (50\%)$   $q = 50\%$

E = Margen de error permitido. (7%)

n = Tamaño de la muestra.

$$n = \frac{1,81^2 * 466\ 807 * 0,5 * 0,5}{0,07^2(466\ 807 - 1) + 1,81^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 167$$

## 2.6. Aspectos éticos

Los aspectos éticos fueron aplicados en todas las etapas de la investigación, desde la planificación y hasta la evaluación del proyecto de investigación.

Entre los principales trabajados en este proyecto son:

- Honestidad- con las personas, grupos e instituciones.
- Privacidad- con los datos e información brindada por las encuestas, entrevistas, etc empleados en el presente Proyecto.

## 2.7. Criterios de Rigor científico

- Según afirma Hernández, Fernández y Baptista (2014) una investigación es descriptiva cuando busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. En este caso la investigación busca describir las características de las variables viabilidad y proyecto de inversión para ser analizados y llegar a establecer conclusiones generales que resuelvan el problema planteado.
- Los métodos utilizados en el presente estudio fueron analítico e inductivo.

### III. RESULTADOS

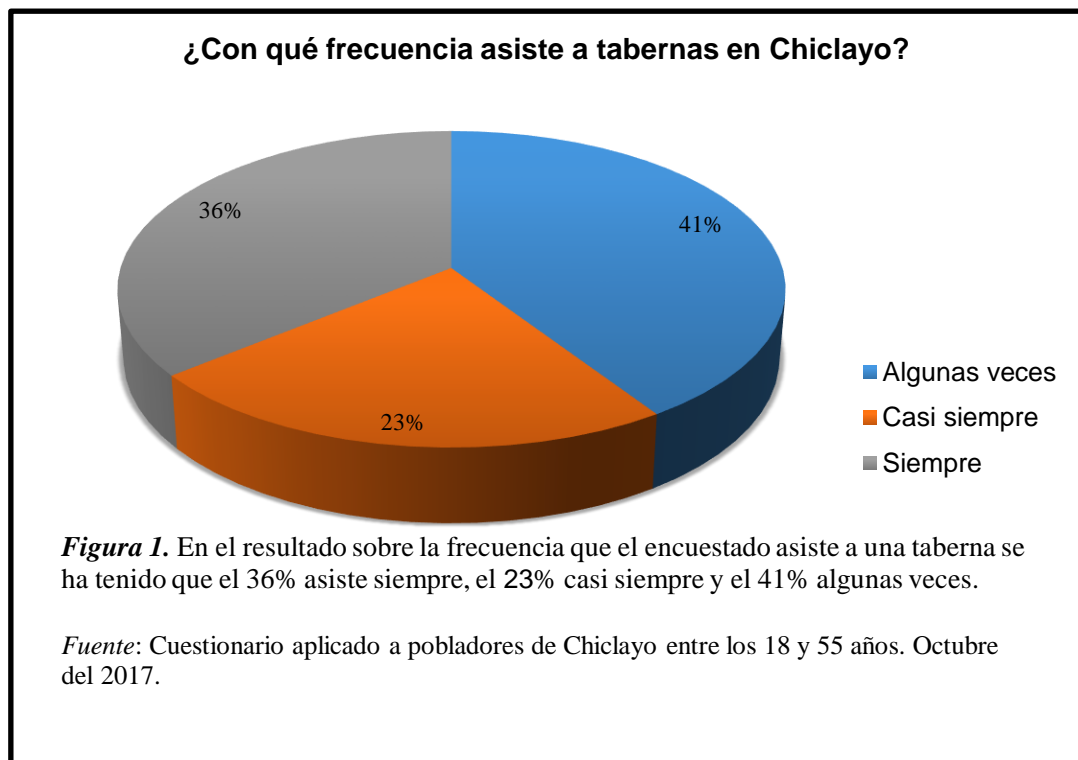
#### 3.1. Tablas y Figuras

**Tabla 1**

*¿Con qué frecuencia asiste a tabernas en Chiclayo*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi nunca	0	0
Algunas veces	68	41
Casi siempre	39	23
Siempre	60	36
Total	167	100

*Fuente:* Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

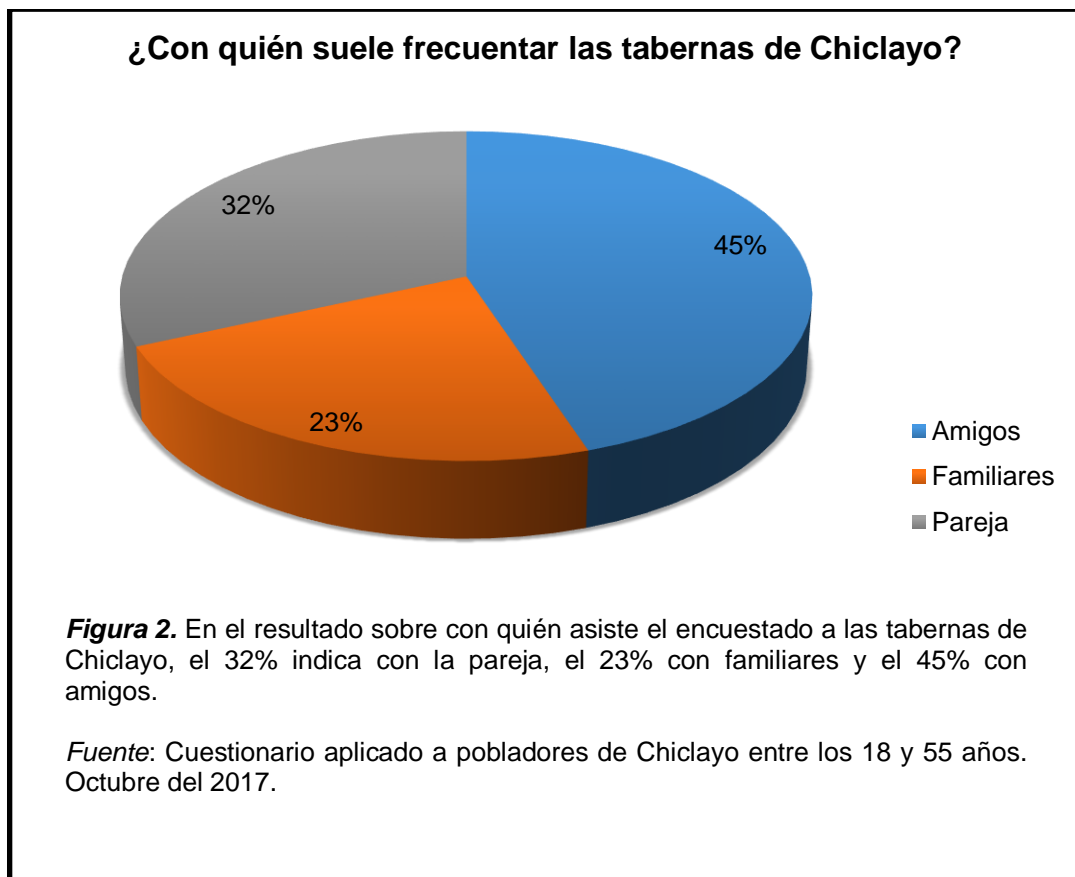


**Tabla 2**

*¿Con quién suele frecuentar los bares de Chiclayo?*

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	75	45
Familiares	39	23
Pareja	53	32
Solo	0	0
Total	167	100

*Fuente:* Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.



**Tabla 3**

**¿Alguna vez ha escuchado sobre una taberna con temática medieval?**

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Sí	112	67
No	55	33
Total	167	100

**Fuente:** Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

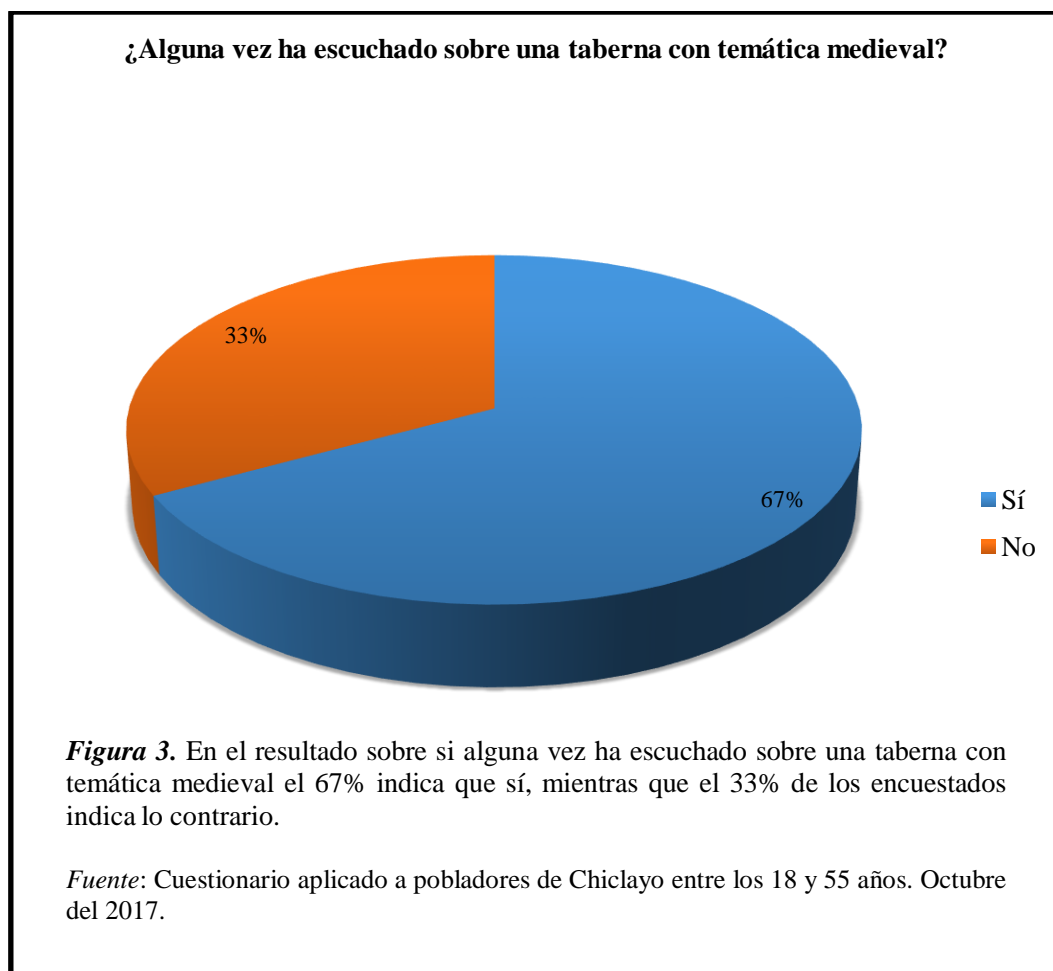


Tabla 4

¿Cuán interesante sería para usted visitar en Chiclayo una taberna con temática medieval?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada interesante	0	0
Poco interesante	0	0
Indiferente	7	4
Interesante	47	28
Muy interesante	113	68
Total	167	100

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

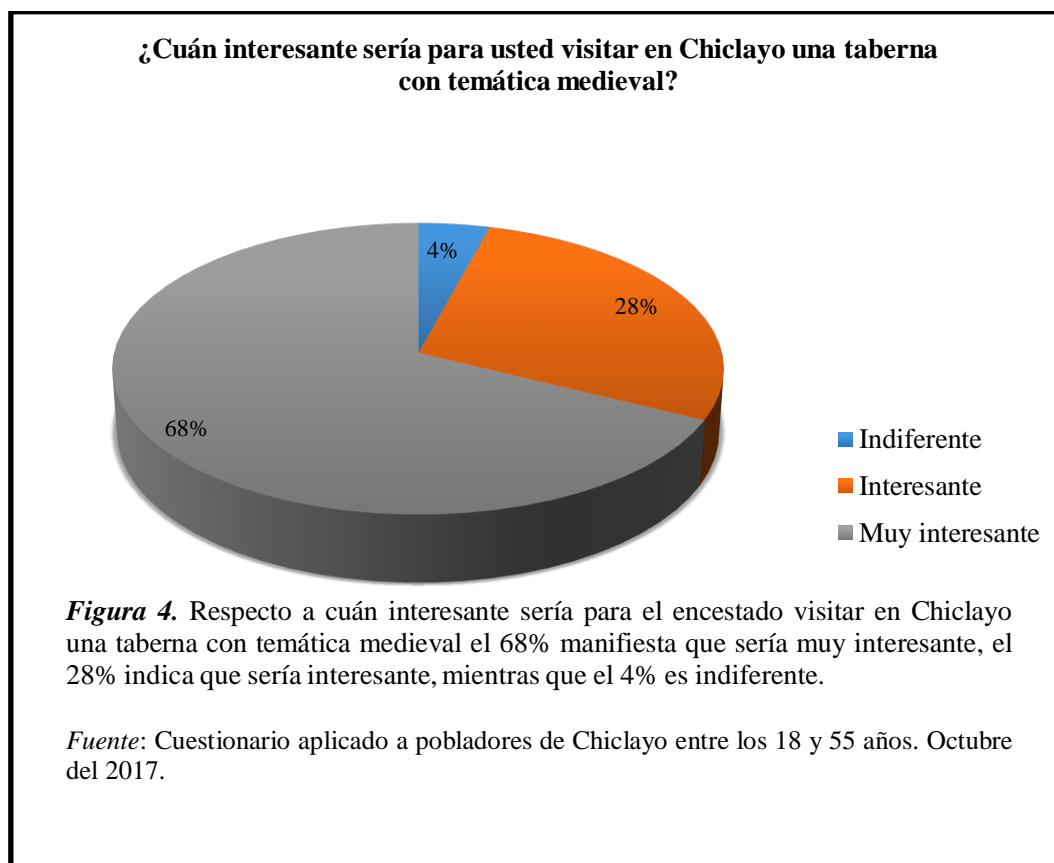
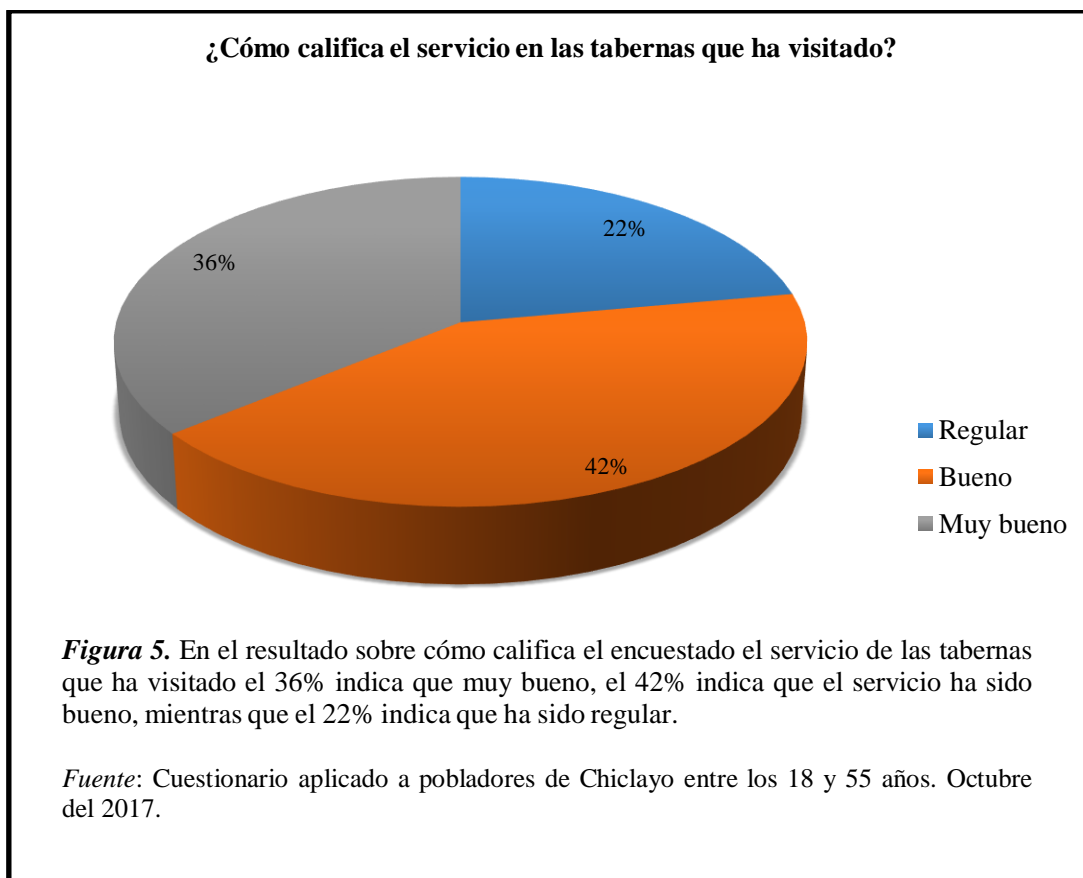


Tabla 5

¿Cómo califica el servicio en las tabernas que ha visitado?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Regular	37	22
Bueno	70	42
Muy bueno	60	36
Total	167	100

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.



**Tabla 6**

**¿Por qué razón suele visitar las tabernas que frecuenta?**

Razón	Frecuencia	Porcentaje
Relajación	15	9
Atención	0	0
Ambiente	105	63
Música	47	28
Total	167	100

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

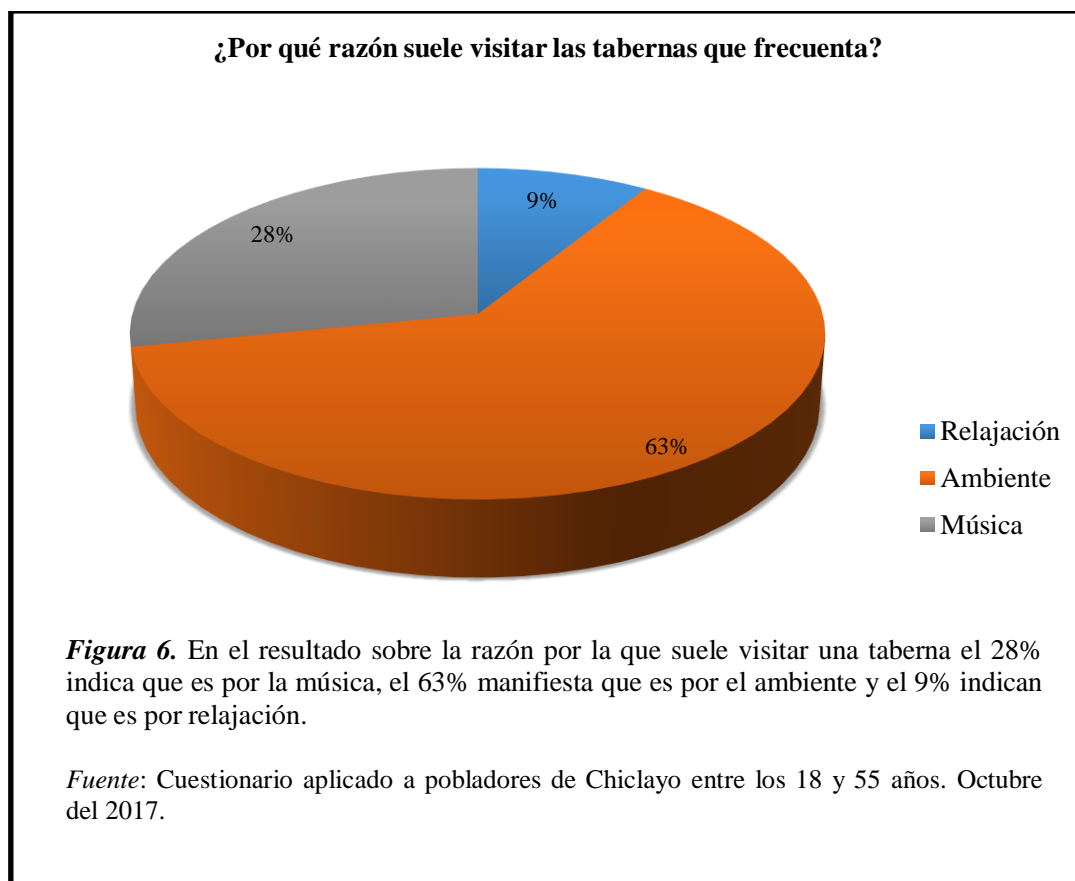
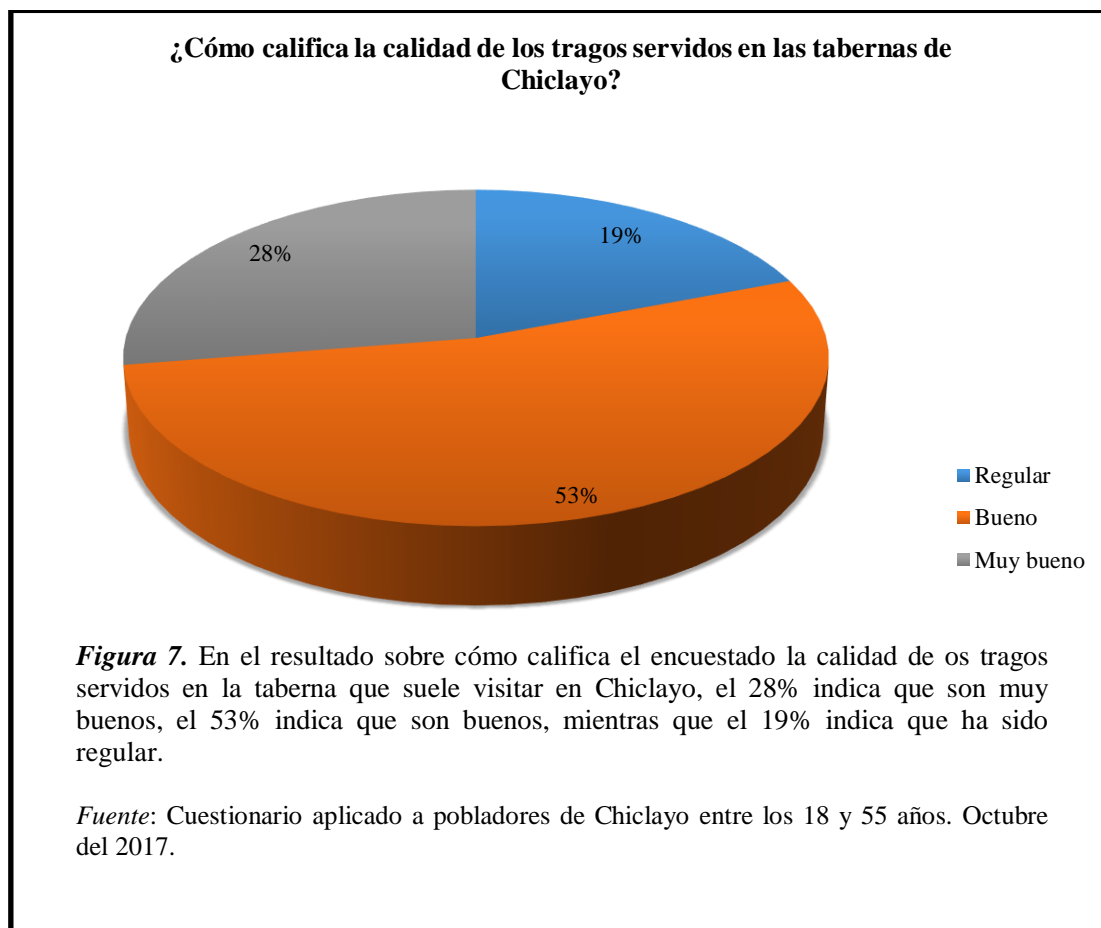


Tabla 7

¿Cómo califica la calidad de los tragos servidos en las tabernas de Chiclayo?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	0	0
Malo	0	0
Regular	32	19
Bueno	89	53
Muy bueno	46	28
Total	167	100

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.



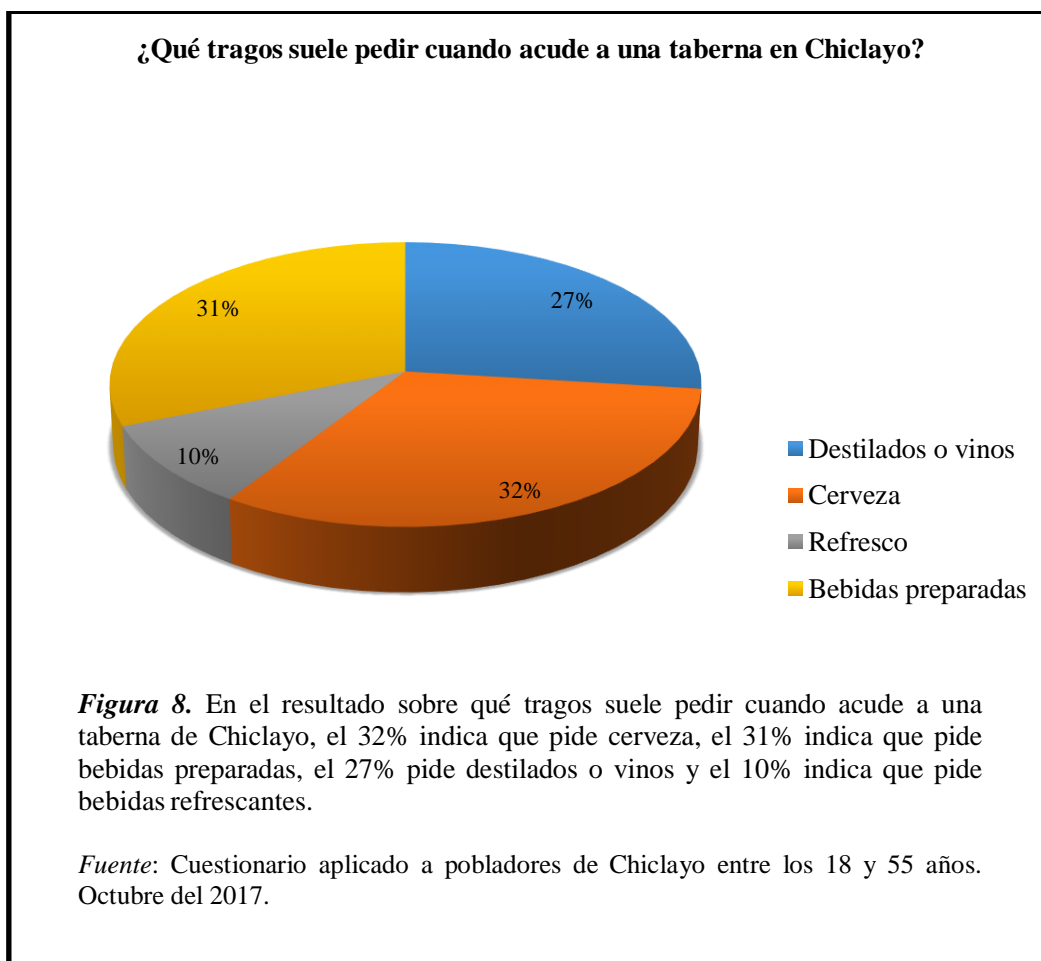


**Tabla 8**

**¿Qué tragos suele pedir cuando acude a una taberna en Chiclayo?**

Tragos	Frecuencia	Porcentaje
Destilados o vinos	45	27
Cerveza	54	32
Refresco	16	10
Bebidas preparadas	52	31
Total	167	100

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

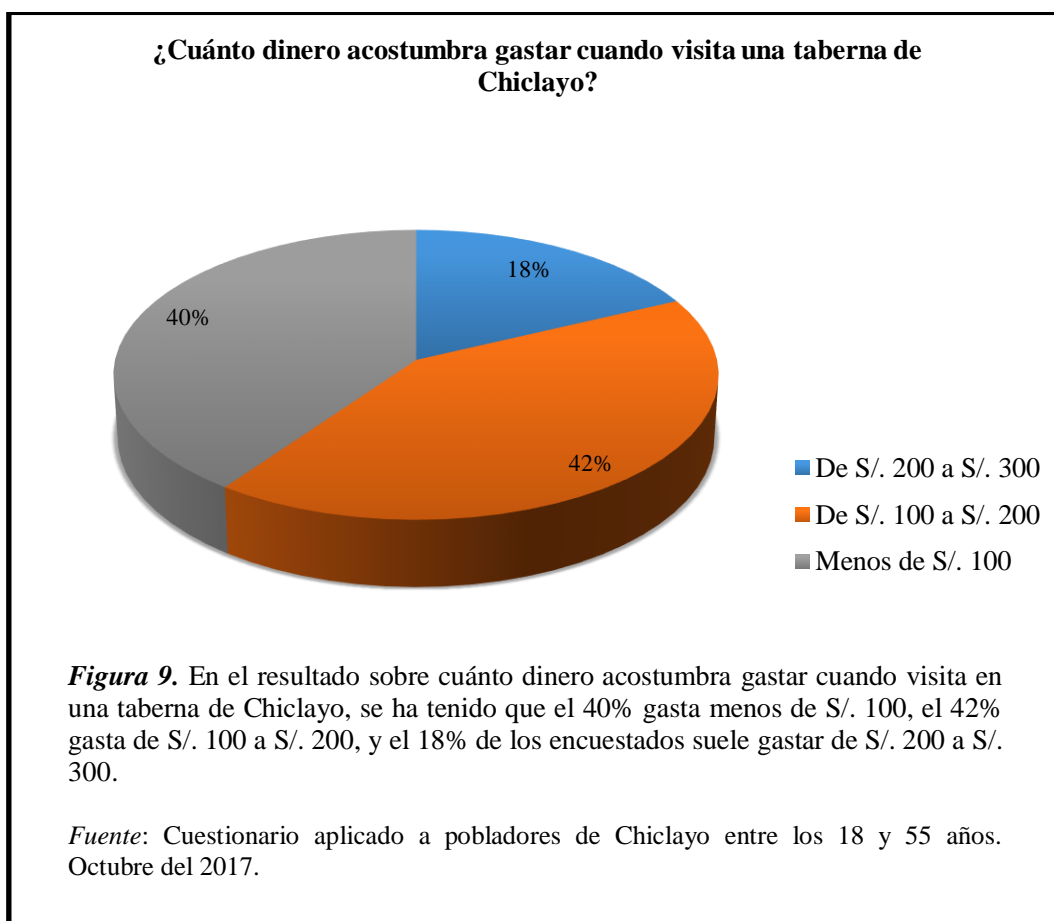


**Tabla 9**

**¿Cuánto dinero acostumbra gastar cuando visita una taberna de Chiclayo?**

<b>Dinero</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Más de S/. 400</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>De S/. 300 a S/. 400</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>De S/. 200 a S/. 300</b>	<b>30</b>	<b>18</b>
<b>De S/. 100 a S/. 200</b>	<b>70</b>	<b>42</b>
<b>Menos de S/. 100</b>	<b>67</b>	<b>40</b>
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.



**Tabla 10**

**¿Cómo califica los precios de los tragos en los bares de Chiclayo que usted suele frecuentar?**

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Muy altos	0	0
Altos	39	23
Regular	112	67
Bajos	16	10
Muy bajos	0	0
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

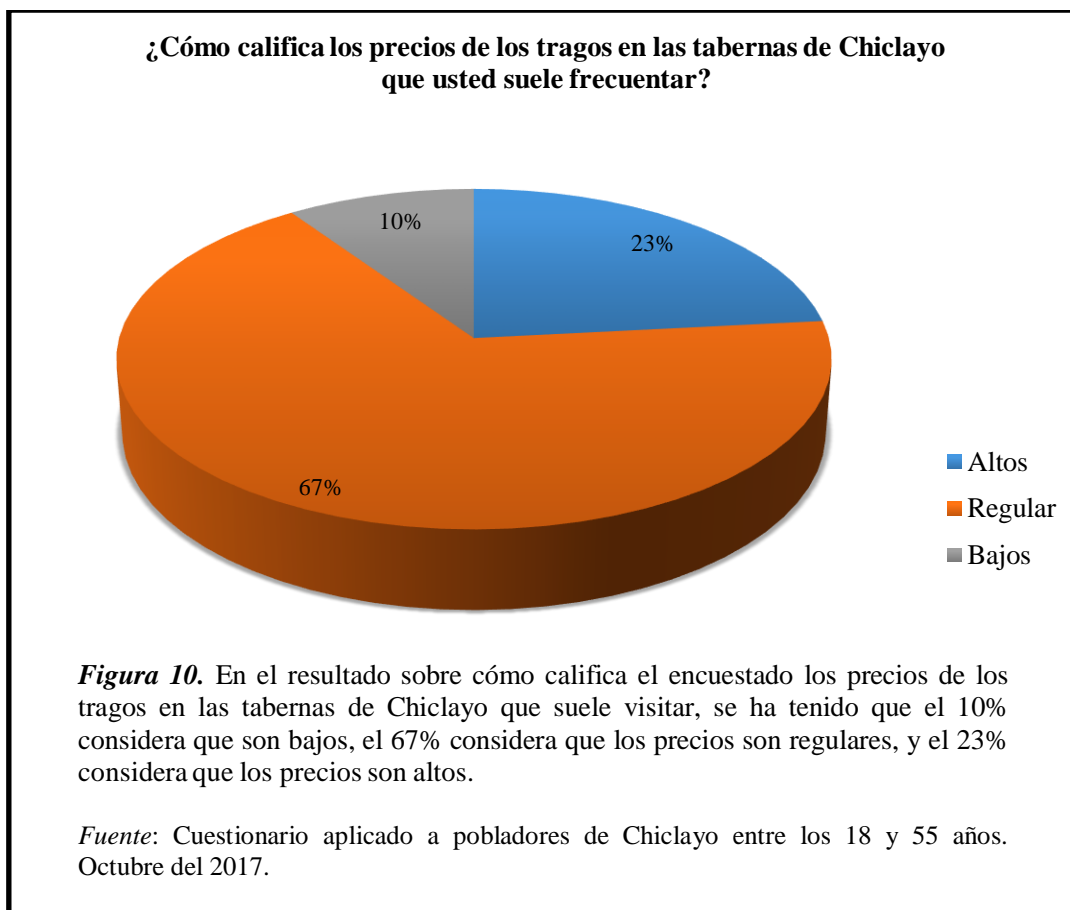


Tabla 11

¿En los bares que visita suelen realizar promociones?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	91	54
Casi nunca	54	32
Algunas veces	22	13
Casi siempre	0	0
Siempre	0	0
Total	167	100

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

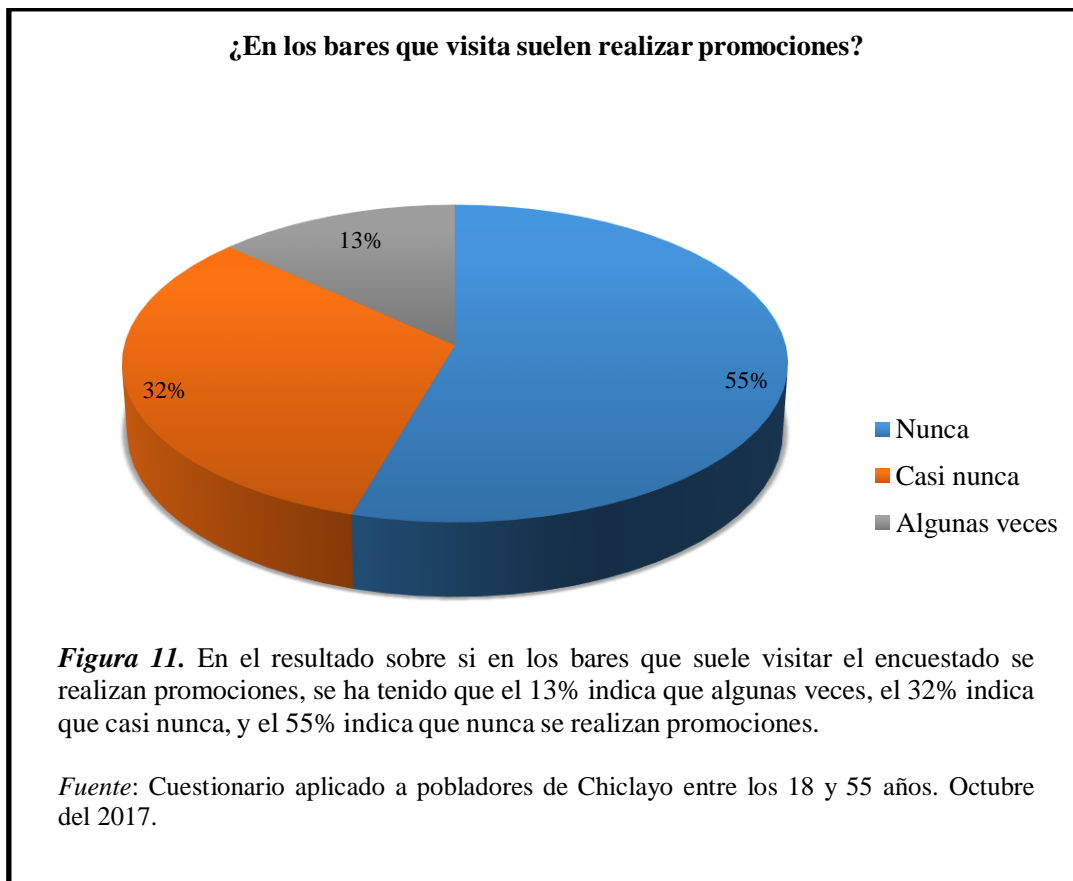


Tabla 12

¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por sus compras en una taberna de Chiclayo?

Promociones	Frecuencia	Porcentaje
Recuerdos	112	67
Un trago grato por cumpleaños	16	10
Dos por uno	0	0
Descuentos	39	23
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

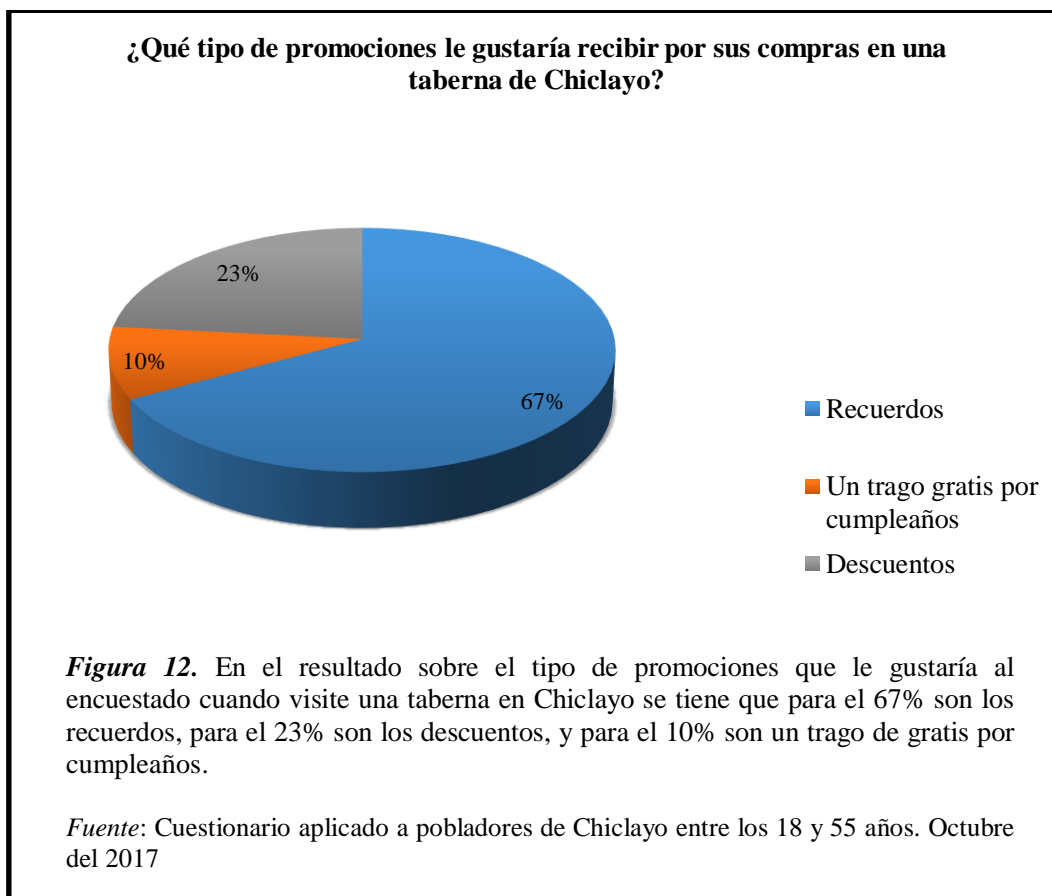


Tabla 13

¿A través de qué medio de comunicación le gustaría conocer sobre las características y novedades de una taberna con temática medieval en Chiclayo?

Medios de Comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Radio	0	0
Medios impresos	16	10
TV	32	19
Internet	119	71
Total	167	100

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

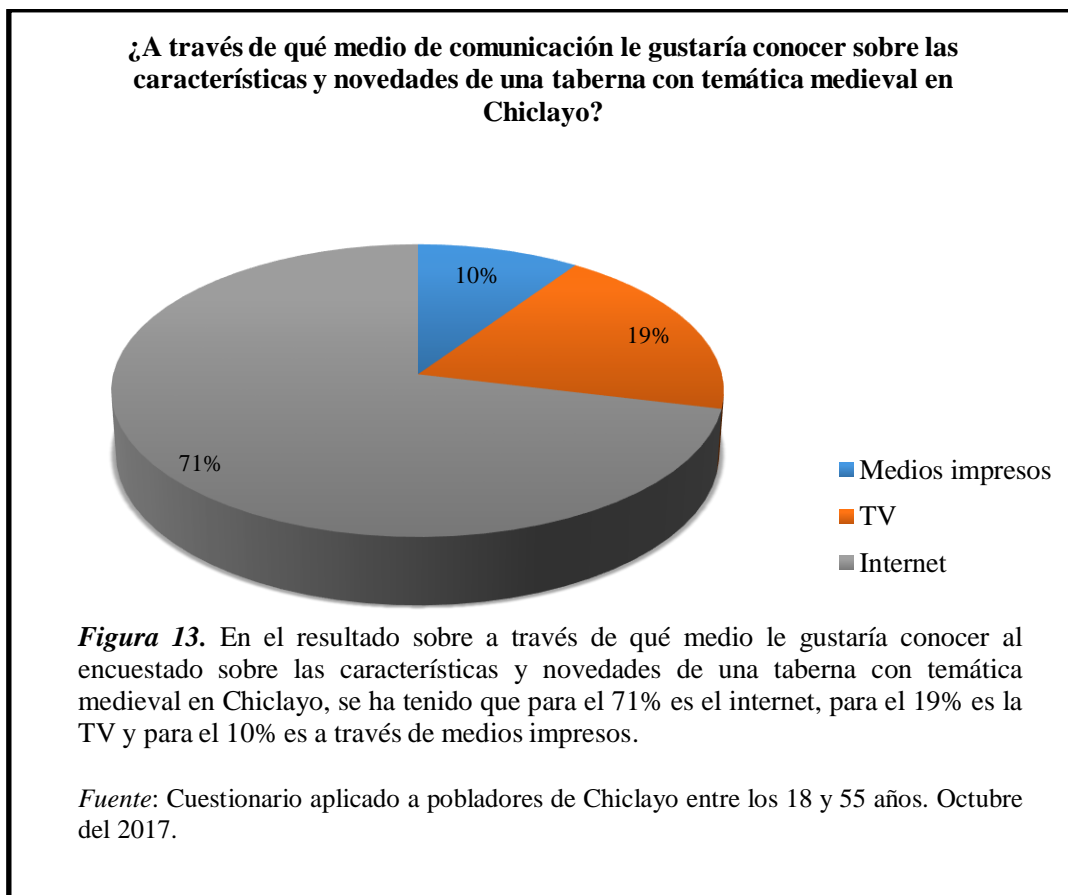
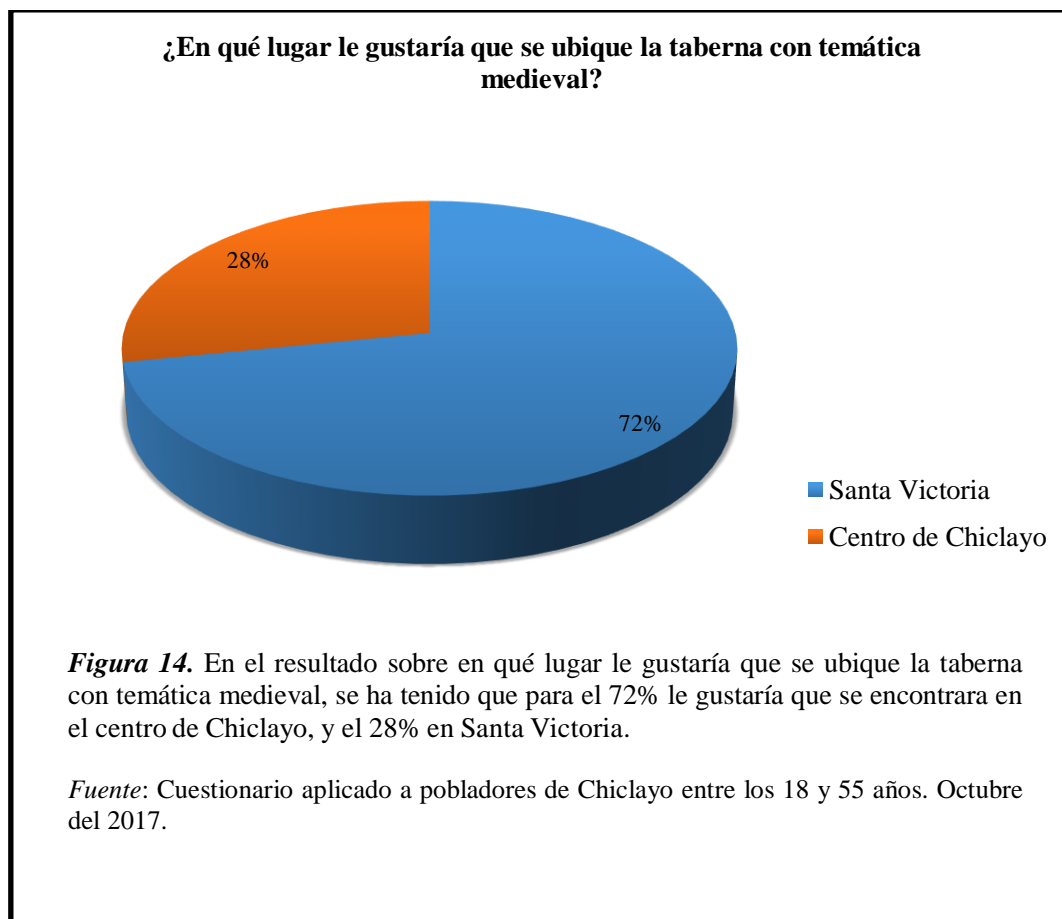


Tabla 14

¿En qué lugar le gustaría que se ubique la taberna con temática medieval?

Ubicación	Frecuencia	Porcentaje
Santa Victoria	120	72
Alrededores de Chiclayo	0	0
Centro de Chiclayo	47	28
Total	167	100

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.



**Tabla 15**

**¿Para usted qué factor sería importante en una taberna con temática medieval?**

<b>Factor</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Música</b>	<b>83</b>	<b>50</b>
<b>Servicio</b>	<b>39</b>	<b>23</b>
<b>Ambientación</b>	<b>24</b>	<b>14</b>
<b>Variedad de tragos</b>	<b>21</b>	<b>13</b>
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

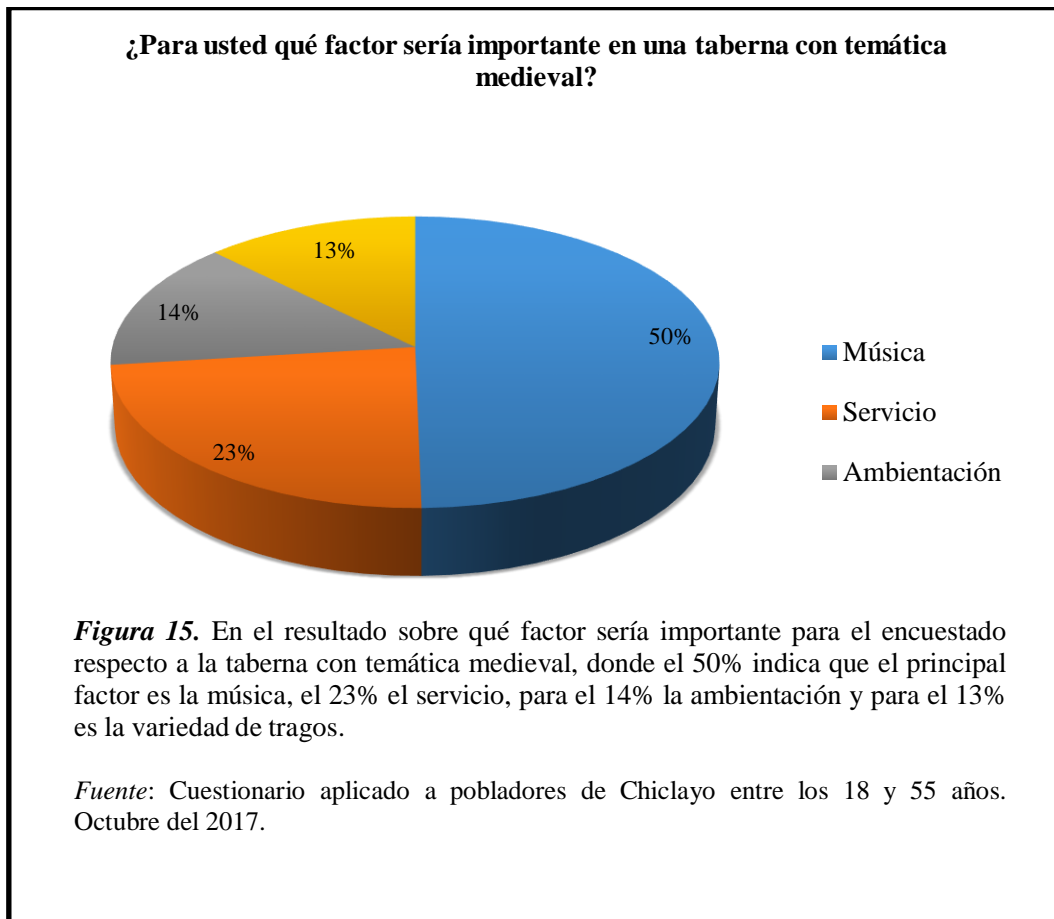




Tabla 16

¿La ambientación del local es un factor importante para que usted visite una taberna?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0
Desacuerdo	0	0
Indiferente	24	14
Acuerdo	46	28
Total acuerdo	97	58
Total	167	100

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

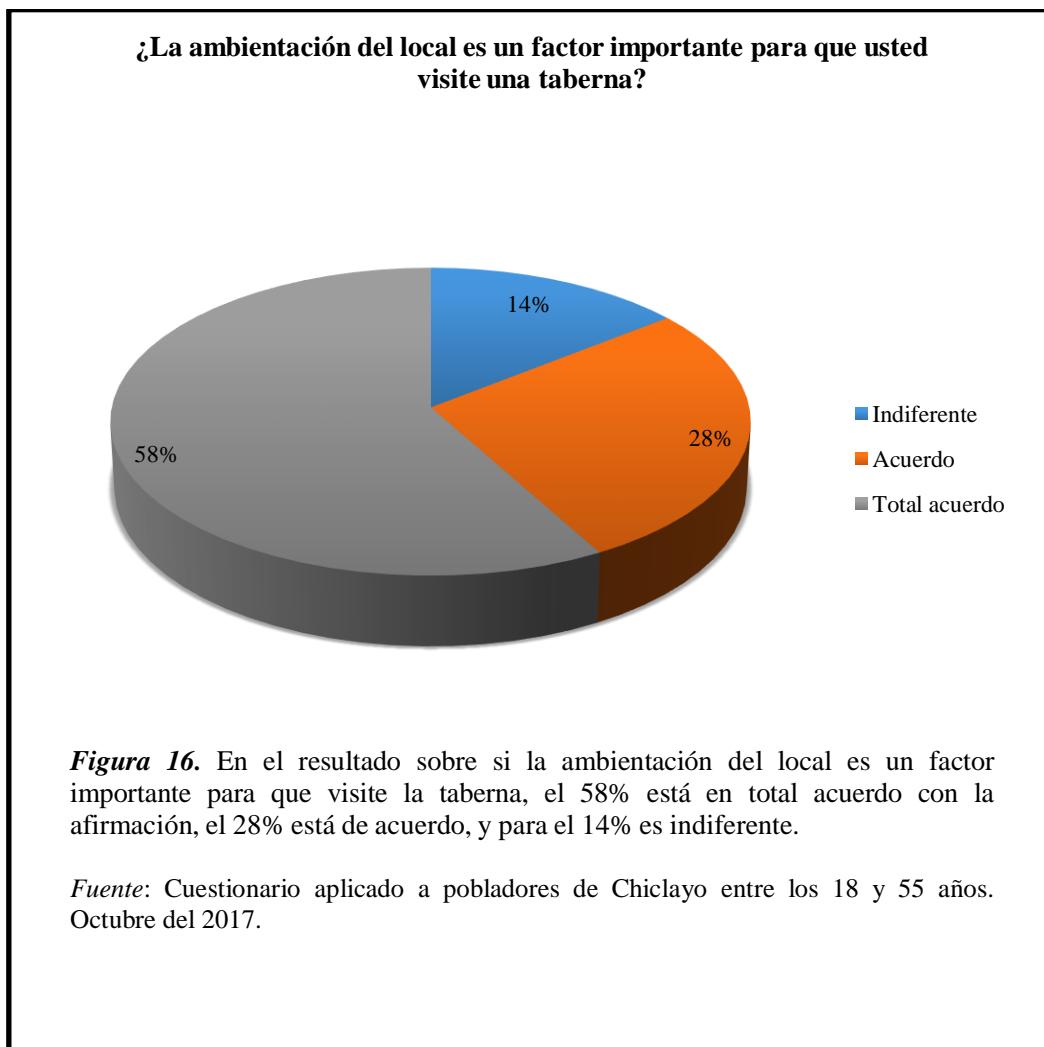


Tabla 17

¿Sería interesante para usted que el personal de una taberna con temática medieval tenga un uniforme representativo de las tabernas de la época medieval?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada interesante	0	0
Poco interesante	0	0
Indiferente	0	0
Interesante	39	23
Muy interesante	128	77
Total	167	100

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.

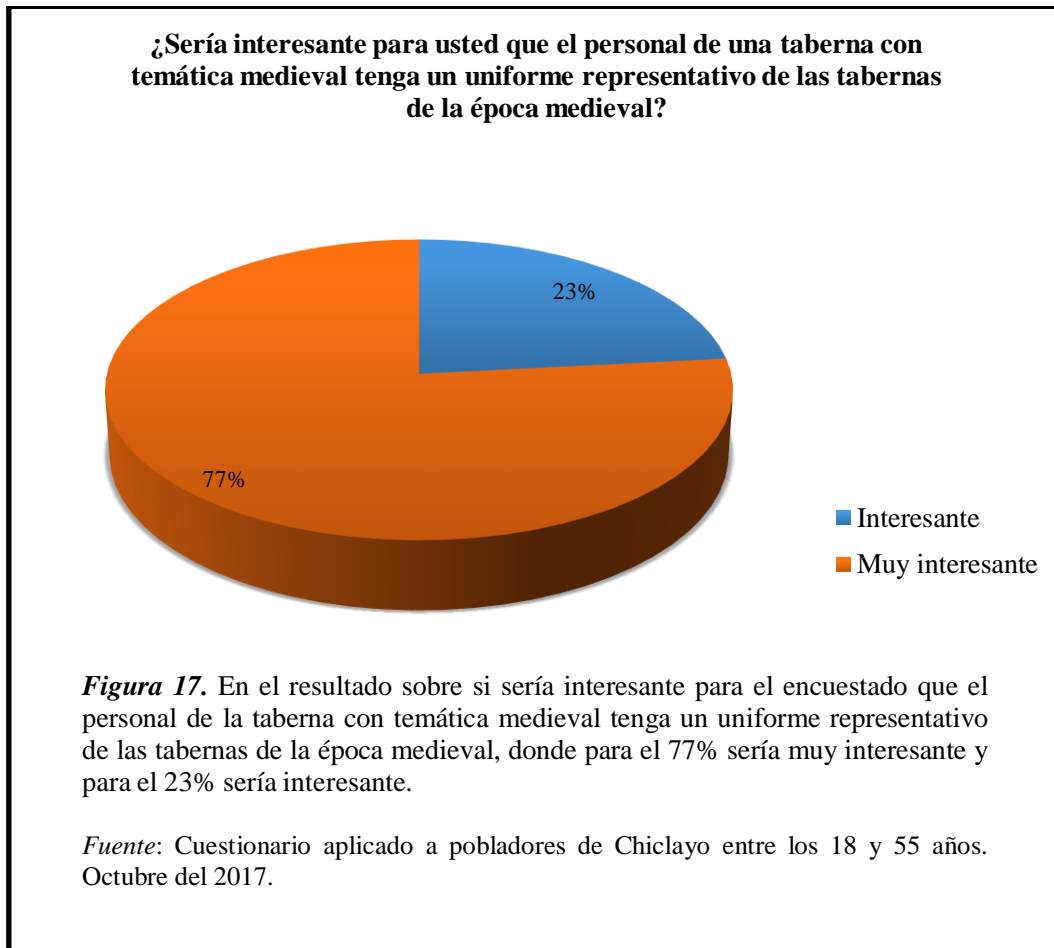
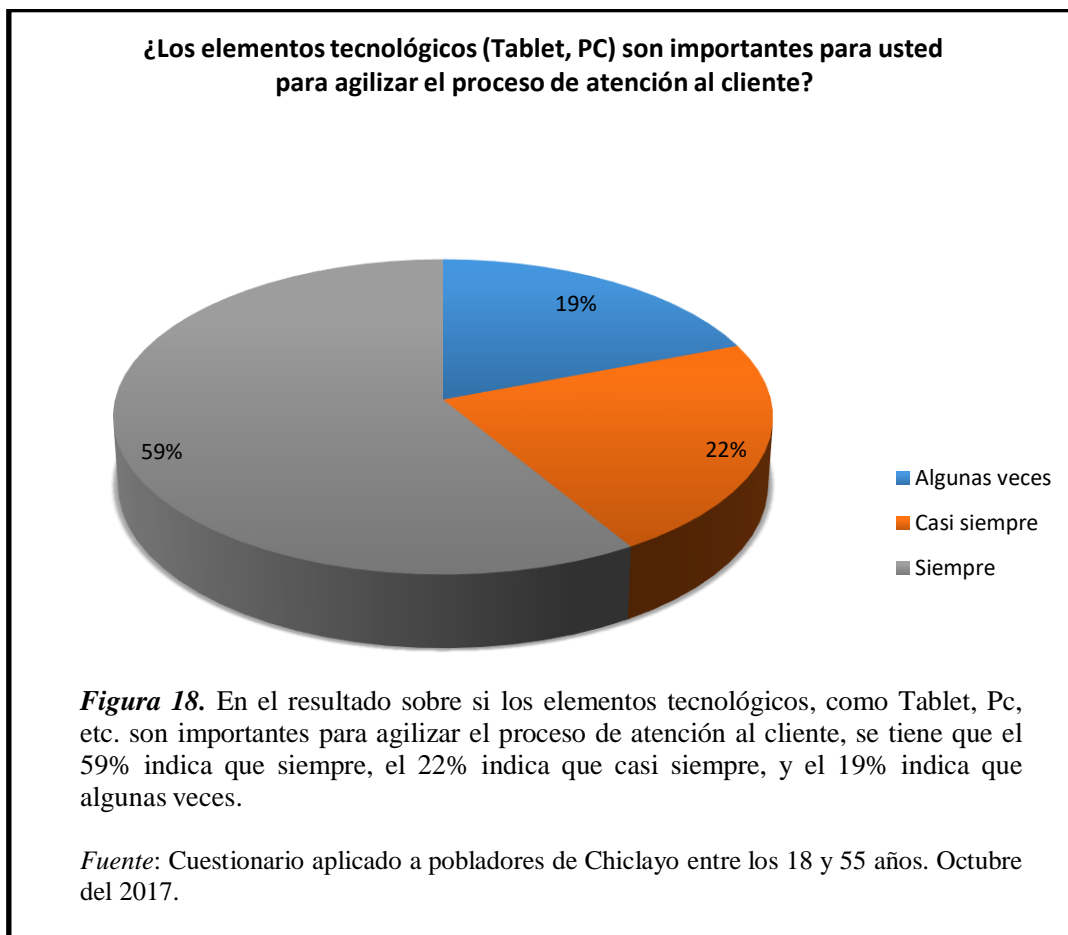


Tabla 18

¿Los elementos tecnológicos (Tablet, PC) son importantes para usted para agilizar el proceso de atención al cliente?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0
Casi nunca	0	0
Algunas veces	32	19
Casi siempre	37	22
Siempre	98	59
Total	167	100

Fuente: Cuestionario aplicado a pobladores de Chiclayo entre los 18 y 55 años. Octubre del 2017.



### **3.2. Discusión de resultados**

Se ha determinado la viabilidad comercial para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, se ha tenido en el resultado sobre la frecuencia que el encuestado asiste a una taberna se ha tenido que el 36% asiste siempre, el 23% casi siempre y el 41% algunas veces (ver figura 1); asimismo se tuvo respecto a cuán interesante sería para el encuestado visitar en Chiclayo una taberna con temática medieval el 68% manifiesta que sería muy interesante, el 28% indica que sería interesante, mientras que el 4% es indiferente (ver figura 4); en el resultado sobre qué tragos suele pedir cuando acude a una taberna de Chiclayo, el 32% indica que pide cerveza, el 31% indica que pide bebidas preparadas, el 27% pide destilados o vinos y el 10% indica que pide bebidas refrescantes (ver figura 8); también en el resultado sobre cuánto dinero acostumbra gastar cuando visita en una taberna de Chiclayo, se ha tenido que el 40% gasta menos de S/. 100, el 42% gasta de S/. 100 a S/. 200, y el 18% de los encuestados suele gastar de S/. 200 a S/. 300 (ver figura 9). Sobre esto, Rodas y Vega (2012), tuvo un resultado similar en su investigación donde manifiesta que se tuvo una viabilidad comercial, puesto que más de 70% mostraba aceptación por el negocio, además se tuvo que el 87% suele asistir con mucha frecuencia a establecimientos como bares, de esta manera la viabilidad comercial era aceptable. En este caso, se explica que el análisis comercial es probablemente el componente más importante en el proceso de determinar la viabilidad del negocio. Esto se debe a lo complejo que puede resultar este análisis, por lo general es el área más débilmente cubierta por los empresarios nuevos.

En este caso, se ha determinado la viabilidad comercial para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, donde los principales factores a considerar son la frecuencia de asistencia a tabernas, además del interés que se muestra en visitar una taberna con temática medieval en Chiclayo, por otra parte, en cuanto a las bebidas que se deben ofrecer se tiene una mayor preferencia por la cerveza, bebidas preparadas, destilados o vinos y bebidas refrescantes.

En cuanto a la viabilidad técnica para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, se ha tenido en el resultado sobre qué factor sería importante para el encuestado respecto a la taberna con temática medieval, donde el 50% indica que

el principal factor es la música, el 23% el servicio, para el 14% la ambientación y para el 13% es la variedad de tragos (ver figura 15); asimismo, en el resultado sobre si la ambientación del local es un factor importante para que visite la taberna, el 58% está en total acuerdo con la afirmación, el 28% está de acuerdo, y para el 14% es indiferente (ver figura 16); en el resultado sobre si sería interesante para el encuestado que el personal de la taberna con temática medieval tenga un uniforme representativo de las tabernas de la época medieval, donde para el 77% sería muy interesante y para el 23% sería interesante (ver figura 17); también en el resultado sobre si los elementos tecnológicos, como Tablet, Pc, etc. son importantes para agilizar el proceso de atención al cliente, se tiene que el 59% indica que siempre, el 22% indica que casi siempre, y el 19% indica que algunas veces (ver figura 18). Sobre esto, Fiallos (2013), realizó un estudio sobre un “Proyecto de viabilidad para la creación de una sport - bar especializado en snacks, bebidas moderadas y futbol en vivo en la ciudad de Quito”, donde se consideró como factores de la viabilidad técnica la temática del bar siendo este importante para los clientes, así como la ambientación del local, situación que también se menciona en el estudio realizado.

En cuanto a la viabilidad técnica para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, se tiene los siguientes factores: la música, la ambientación, el uniforme de los trabajadores (un modelo según la época medieval), pero se tiene también los elementos tecnológicos que la empresa debe contar para agilizar el proceso de atención al cliente como las tablets para los pedidos y la PC en caja.

Respecto a la viabilidad económica financiera para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, se ha tenido que la inversión de capital de trabajo sería de S/. 27,600.00; la inversión de materiales auxiliares sería de S/. 8320.00; la inversión de activos fijos sería de S/. 34,089.00; y la inversión de los intangibles sería de S/. 2,000.00; de esta manera se ha determinado una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 53,03% el cual es mayor a la tasa de descuento, así como el Valor Actual Neto de (VAN) 64,213.34 lo cual indica que la inversión es factible. También se indica que la viabilidad económica financiera implica el análisis de las fuentes y usos de los fondos, provee un desglose partida por partida de la inversión inicial requerida para poder establecer la empresa.

En cuanto a la viabilidad económica se tiene resultados positivos respecto al TIR, por ser mayor a la tasa de descuento, y al VAN, de esta manera se puede decir que el proyecto de la taberna con temática medieval es económicamente viable.

### **3.3. Aporte Científico (Propuesta- si el caso lo amerita)**

## **VIABILIDAD DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA TABERNA CON TEMÁTICA MEDIEVAL EN LA CIUDAD DE CHICLAYO**

### **1. RESUMEN EJECUTIVO**

Es un tema reconocido que en la actualidad una empresa no puede planificar ni realizar proyectos para el futuro sin disponer de una base sólida. Como tal debe obtener la información necesaria para crear esa base que permita una adecuada planificación y toma de decisiones. Para que un tipo de negocio pueda de verdad plasmarse y llevarlo en el tiempo, debe tener con un minucioso estudio de viabilidad del proyecto de inversión que contenga diversos aspectos como la rentabilidad, la competencia, el entorno social, político, económico, entre otros.

En la actualidad el despegue de la comida peruana también se ha acompañado del rubro de bebidas. Como tal, abrir un bar suele significar una oportunidad muy rentable que debe ser tomada en cuenta por el emprendedor. Y es en este contexto que surge la idea de un proyecto de inversión de una taberna con temática medieval en la ciudad de Chiclayo.

En este negocio es importante tener un local con la decoración adecuada tanto de las barras como las luces, que el personal que atienda sea amable y que la música sea atractiva para el público, también es necesario, que los bartenders sean capacitados constantemente para que sirvan los tragos de manera uniforme. Igualmente, importante es que las marcas de las bebidas alcohólicas para preparar los tragos sean reconocidas a nivel nacional, ya que esto genera confianza en los consumidores, esto se debe complementar con una oferta de tragos variada y una presentación de los mismos que sea agradable a la vista. Por lo tanto, dentro de la planeación del proyecto se tendrá en cuenta agregar valor a cada una de las áreas

de la empresa y mantener la calidad de las bebidas que se sirvan y la comida en caso se considere ofrecer piqueos o snacks.

Para la realización del estudio de viabilidad del proyecto de inversión de una taberna con temática medieval en la ciudad de Chiclayo se siguió el formato propuesto por Muñiz (2015).

Vasco Núñez de Balboa fue un hombre que le gustaba bastante explorar nuevas tierras las cuales podían estar en diferentes lugares, además de conquistarlos y gobernarlos, fundó el primer establecimiento permanente en tierras continentales americanas, en donde fue alcalde para luego ser gobernador, con el deseo de descubrir el mar de lo que tanto hablaban los indígenas emprendió su viaje y fue el primer europeo en descubrir al que llamó el Océano Pacífico. Es por eso que se ha tomado en cuenta su nombre para el restobar, dado que fue un hombre explorador y descubridor, por lo que la taberna tendrá un diseño medieval referente a la época en la que vivía el descubridor, así como también los servicios y productos que se ofrecerán estarán vinculados a su época.

## **2. VIABILIDAD ESTRATÉGICA**

### **2.1. Direccionamiento Estratégico**

#### **2.1.1. Misión**

Seremos una empresa innovadora que se dedicará a ofrecer una experiencia única en un ambiente cálido, y con un servicio óptimo, donde nuestros clientes se sientan identificados con el concepto de una taberna con temática medieval.

#### **2.1.2. Visión**

Posicionar la marca en el mercado Chiclayano alcanzando la excelencia en calidad, exclusividad e innovación, y ampliarnos a nivel nacional.

#### **2.1.3. Valores**

Los valores de la taberna “Balboa” serán los siguientes:

Seguridad: Garantizar que el servicio que presta la empresa se ejecute con altos estándares reconocidos en la industria.

Calidad: Ser eficientes y eficaces en la provisión y acceso a los servicios que se prestan, aplicando procesos con los más altos estándares.

Integridad y Transparencia: Guiar el accionar de la empresa y sus servidores dentro del marco de la ética, honestidad, confianza y transparencia.

#### **2.1.4. Objetivos estratégicos**

a) Buscar siempre hacer una negociación gana-gana, con precios, productos, bebidas, ofertas, descuentos y valores agregados de beneficios para el cliente.

b) Lograr una mayor gestión de la publicidad y la promoción de nuestros productos, con ofertas y descuentos para gestionar el crecimiento de la organización.

c) Lograr en los próximos 3 años posicionarse en el mercado Chiclayano.

d) Generar utilidades para impulsar el crecimiento de la organización y la estabilidad de los empleados.

## **2.2. Diagnostico Estratégico**

### **2.2.1. Análisis Situacional**

#### **Fortalezas**

F (1). Ser los N° 1 en el mercado.

F (2). Oferta vanguardista de productos.

F (3). Productos y servicios que indiquen calidad.

F (4). Procesos vanguardistas y originales.

F (5). Productos personalizados.



F (6). Precios competitivos.

F (7). Cultura organizacional y objetivos definidos.

F (8). Empleados calificados.

F (9). Controles de los procesos que aseguren un buen funcionamiento.

### **Debilidades**

D (1). Poca experiencia en el rubro.

D (2). Desconocimiento del producto por parte de los consumidores.

D (3). Requerimiento de infraestructura especializada y costosa.

D (4). Elevados costos de puesta en marcha del local.

D (5). Sensibilidad hacia productos importados

### **Oportunidades**

O (1). Explotación de un nuevo mercado

O (2). Crecimiento del comercio en horario corrido.

O (3). Aumento del turismo en Chiclayo.

O (4). Financiamiento otorgado por instituciones del país, como Bancos.

O (5). Oportunidad de negociación directa con proveedores.

### **Amenazas**

A (1). Ingreso de nuevos competidores.

A (2). Rivalidad con competidores existentes.

A (3). Impacto de la crisis financiera de Europa.

A (4). Inestabilidad económica del país.

A (5). Prolongadas restricciones a las importaciones.

### **2.2.2. Diamante de Porter**

**Rivalidad entre competidores.** Las cuatro fuerzas mencionadas anteriormente influyen en la rivalidad de los competidores, lo mismo que el costo y la diferenciación de productos. La rivalidad entre competidores se presenta en forma de competencia de precios, publicidad, introducción de nuevos productos y aumento de servicios ofrecidos a los clientes. Esta rivalidad surge de la presión u oportunidad percibida por algunos competidores por mejorar sus posiciones de mercado.

## **3. VIABILIDAD DEL MERCADO**

### **3.1. Análisis de factores externos**

#### **3.1.1. Socio – Cultural**

Los pobladores chiclayanos están acostumbrados a caminar menos, hacen menos paseo por tiendas, restaurantes o bares, porque van a un solo sitio que ya conocen y se encuentra posicionado en sus mentes como el mejor, además la gente puede tener bajos o altos ingresos, pero son más sofisticados a la hora de elegir y quieren lo último, lo que está a la moda o cosas con mayor componente tecnológico. Y el portafolio de productos de las empresas tiene que estar orientado a eso.

El proyecto de inversión contempla la idea de una taberna con temática medieval, como se conoce, en esta época las bebidas que más se consumían era el vino y la cerveza, estos serán las principales bebidas de la taberna, lo que coincide con los hábitos de consumo de los pobladores chiclayanos. Además, también se ofrecerían todo tipo de tragos conocidos.

**Figura N°1:** Consumo por familia de bebidas alcohólicas de las principales ciudades del Perú, en litros

CIUDADES	TIPOS DE BEBIDAS ALCOHOLICAS			
	CERVEZA	VINO, ESPUMANTE Y OTROS	PISCO	AGUARDIENTE DE CAÑA
<b>TOTAL</b>	<b>38,6</b>	<b>1,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,4</b>
CHACHAPOYAS	20,9	0,8	0,1	1,8
HUARAZ	38,6	1,1	2,4	0,0
CHIMBOTE	51,5	1,0	0,4	0,2
ABANCAY	39,7	1,7	0,2	1,1
AREQUIPA	35,4	1,1	0,1	0,1
AYACUCHO	27,2	1,0	0,0	0,4
CAJAMARCA	20,6	0,6	0,0	0,4
LIMA METROPOLITANA	38,6	1,3	0,2	0,2
CUZCO	44,2	1,1	0,0	0,5
HUANCAVELICA	33,8	1,3	0,0	1,7
HUANUCO	38,1	0,8	0,0	1,0
ICA	37,6	1,3	0,9	0,0
HUANCAYO	36,0	1,4	0,1	0,4
TRUJILLO	30,3	1,4	0,1	0,1
CHICLAYO	32,7	0,9	0,0	0,4
IQUITOS	67,6	0,7	0,1	2,9
PUERTO MALDONADO	47,8	0,3	0,0	0,0
MOQUEGUA	9,4	1,0	0,2	0,0
PASCO	36,7	0,7	0,0	0,5
PIURA	37,8	0,6	0,0	0,1

*Fuente:* INEI, Encuesta del sector servicios. 2017

Como se observa en la tabla, en Chiclayo la bebida alcohólica de mayor consumo es la cerveza, por ello será incluido dentro de las bebidas que se ofrecerán en la taberna “Balboa”.

### **3.1.2. Político – Legal**

El entorno político legal de Perú es favorable porque ha permitido la inclusión económica, ya que se vive en democracia, no obstante, se debe considerar el último cambio de gobierno ya que pueden realizar cambios en el aspecto legal que favorecen o perjudican a la empresa. Se debe tener en cuenta la ley de consumidor, que ampara los derechos del consumidor.

Además, se debe considerar la vigencia de la ordenanza municipal N° 016 -2015, que legaliza la comercialización, horarios de consumo y publicidad de bebidas alcohólicas en el distrito de Chiclayo. Esta norma también establece que los establecimientos autorizados para comercializar bebidas alcohólicas, sea cual fuere su giro comercial, deben tener Licencia de Funcionamiento actualizada.

### **3.1.3. Económico**

Durante los últimos diez años la economía peruana ha tenido un notable crecimiento, la proyección del crecimiento del PBI anual nos muestra un 3.0% de crecimiento de la producción nacional, porcentaje que nos coloca en una posición expectante respecto de países de la región, lo cual se quiere mantener y crecer, pero para esto se tiene que hacer notables esfuerzos de manera que se pueda aumentar la productividad y competitividad con ansias de mejora sustancialmente del capital humano y un mercado laboral que genere empleo formal y permita absorber esta mano de obra calificada. (INEI, 2017)

El ingreso per cápita de las familias es uno de los factores que afectaría el desarrollo de la propuesta, actualmente el ingreso mensual promedio es de 1005 soles en la ciudad de Chiclayo. Lo cual es importante detallar con el fin de saber cuál es la capacidad de poder adquisitivo que las personas presentan para cubrir sus gastos.

El servicio de bebidas reportó incremento de 3,51% por mayores ventas en discotecas, cafeterías, bar restaurantes, bares y pubs; contribuyeron las festividades propias del mes, entrega de vales para suscriptores, variedad de complementos, promociones en bebidas, remodelación de locales, descuentos exclusivos a través de convenios y la continua organización de eventos. Este crecimiento del sector servicios en el área de venta de bebidas, indica que la población demanda frecuentemente este tipo de servicios, lo que es una ventaja para la viabilidad del proyecto de inversión. (INEI, 2017)

### 3.2. Análisis de la Competencia

RESTO - BARES	DIRECCION	ANALISIS
Rústica	Av. Miguel de Cervantes, 300	Es una empresa nacional, centra su estrategia en un servicio acompañado de un espectáculo. El establecimiento ubicado en la ciudad, brinda la posibilidad de que el cliente pueda encontrar una discoteca, un bar, un karaoke, restaurant y un escenario para shows en vivo durante los fines de semana.
Café 900's	Calle Manuel María Izaga 900	Su principal estrategia ofrece un ambiente cálido, acompañado de platos de muy buena calidad junto a un servicio personalizado.
Terra bar:	Av. José Leonardo Ortiz #490	Terra Bar, ofrece un ambiente con predisposición a fiesta es su objetivo, su principal estrategia es ofrecer a los clientes que hacen uso de la discoteca un ambiente previo en el que puedan disfrutar de tragos y piqueos como antesala.
Mister Rock	Alfredo Lapoint 619.	Tiene como estrategia motivar la música rock, apoyando además a bandas locales con el fin de promocionar música nacional. Esto es acompañado de una carta de cocteles exclusivos

		del bar a base de macerados realizados por el bartender del establecimiento.
Tribal Lounge and Bar	ALFREDO LAPOINT NRO. 682	Plantea como estrategia la idea de un bar que ofrece música en vivo en un ambiente casual y cómodo acondicionado para el cliente.

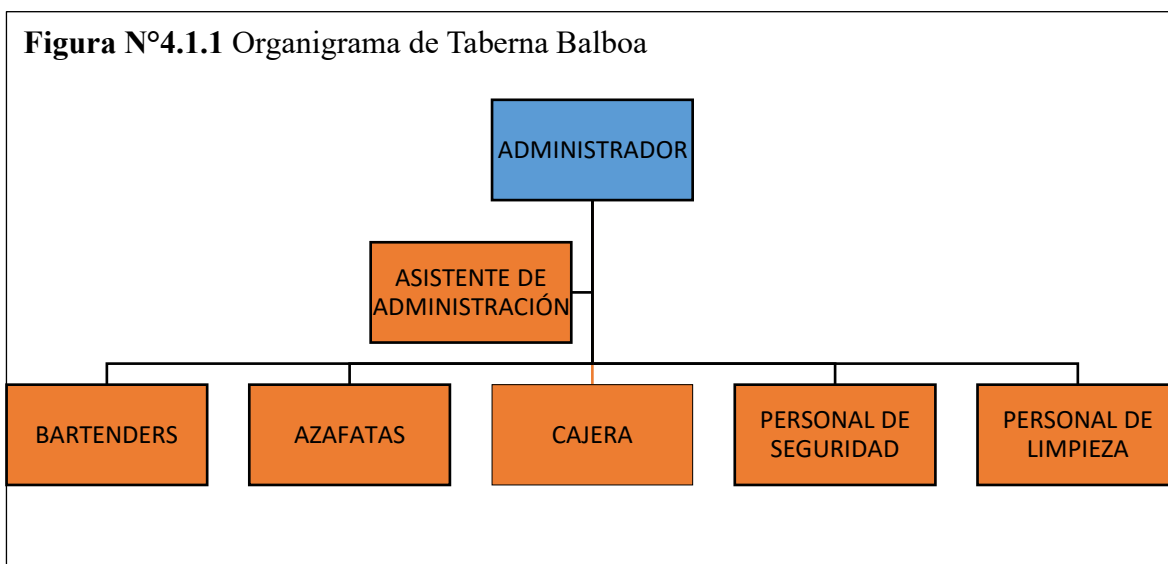
**Fuente:** Elaboración propia

#### 4. VIABILIDAD ORGANIZACIONAL Y DE PERSONAS

##### 4.1. Aspectos Generales de la Organización

##### 4.1.1. Organigrama

Para que exista un adecuado control y administración de los recursos que dispondrá la empresa, es necesario implementar diferentes puestos de trabajo a personas que cumplan con los requisitos necesarios para cubrir dichas vacantes, es en este contexto que es necesario definir un organigrama que establezca los diversos niveles de jerarquía, líneas de autoridad, responsabilidades y la comunicación entre las diversas áreas de la empresa.



**Fuente:** Elaboración Propia

##### 4.1.2. Funciones del personal

## **Administrador**

El administrador de la taberna “Balboa” es el responsable de llevar a cabo las actividades necesarias para alcanzar las metas organizacionales, debe mantener siempre una adecuada interacción entre los trabajadores y los clientes, con la finalidad de fomentar un clima laboral adecuado y al mismo tiempo ofrecer la mejor experiencia para los clientes. Entre las funciones que desempeñara el administrador tenemos:

Establecer los horarios de todo el personal de la empresa, detallando la hora de entrada, salida y los días de descanso

Supervisar los gastos en los que incurrirá la empresa.

Realizar inventarios de las áreas correspondientes

Pagar cada mes las remuneraciones correspondientes a los trabajadores.

Controlar el desempeño de los trabajadores en cada una de sus funciones y revisar que su presentación sea higiénica y con el uniforme de la empresa.

Elaborar presupuestos de ventas y gastos de la taberna.

Tener en regla todos los permisos y licencia de funcionamiento de la empresa.

Elaborar cierres de caja, controlar costos y estimaciones de demanda.

## **Contador externo**

Desempeñara las siguientes funciones:

Realizar el registro de compras y ventas de la taberna “Balboa”

Elaborar las planillas de los trabajadores

Llevar el libro diario y mayor de la empresa

Presentar los balances y análisis de los descuentos

Declarar los impuestos

## **Bartender**

La taberna “Balboa” contara con dos bartender que se encargarán de elaborar las bebidas alcohólicas y no alcohólicas que serán vendidas en el establecimiento para todos los clientes, además deberá registrar el consumo, organizar la barra, mantener el cuidado de la barra. Sus funciones serán:

Se encargará de elaborar la lista de insumos que se requieren para la taberna.

Apoyará al administrador en el inventario de su área.

Realizar las comprar previamente aprobadas por el administrador.

Mantener el orden y limpieza de la barra en la taberna

Preparar las bebidas que sean solicitadas por los clientes.

## **Azafatas**

Sus funciones serán:

Mantener las mesas de la taberna limpias y ordenas.

Realizar el montaje de las mesas

Manejar adecuadamente los materiales que se le entreguen para su desempeño.

Deberá conocer las características de las bebidas para brindar la información necesaria a los clientes.

Debe ser capaz de sugerir al cliente los mejores tragos preparados en la taberna.

Controlar las órdenes de los clientes para atender sus pedidos con rapidez.

Conocer la forma de servir bebidas en botellas como cerveza, vinos, etc.



Llevar las cuentas a las mesas de los clientes

### **Cajero**

Se encargará de recibir los pagos hechos por los clientes por las bebidas que estos hayan consumido en la taberna. Sus funciones serán:

Recepcionar los tickets de pago

Recepcionar el pago de los clientes

Otorgar comprobantes de pago por el consumo

Organizar las ventas del día

Cerrar caja y registrar las ventas del día.

### **Personal de seguridad**

Se encargará de brindar la seguridad en la taberna “Balboa”, tanto a los trabajadores como a los clientes. Sus funciones serán:

Auxiliar a las azafatas cuando se presenten inconvenientes con los clientes.

Brindar primeros auxilios en caso de emergencias.

### **Personal de limpieza**

La taberna “Balboa” contara con un personal de limpieza que se encargara de mantener el orden y la higiene en el local y en los baños. Sus funciones serán:

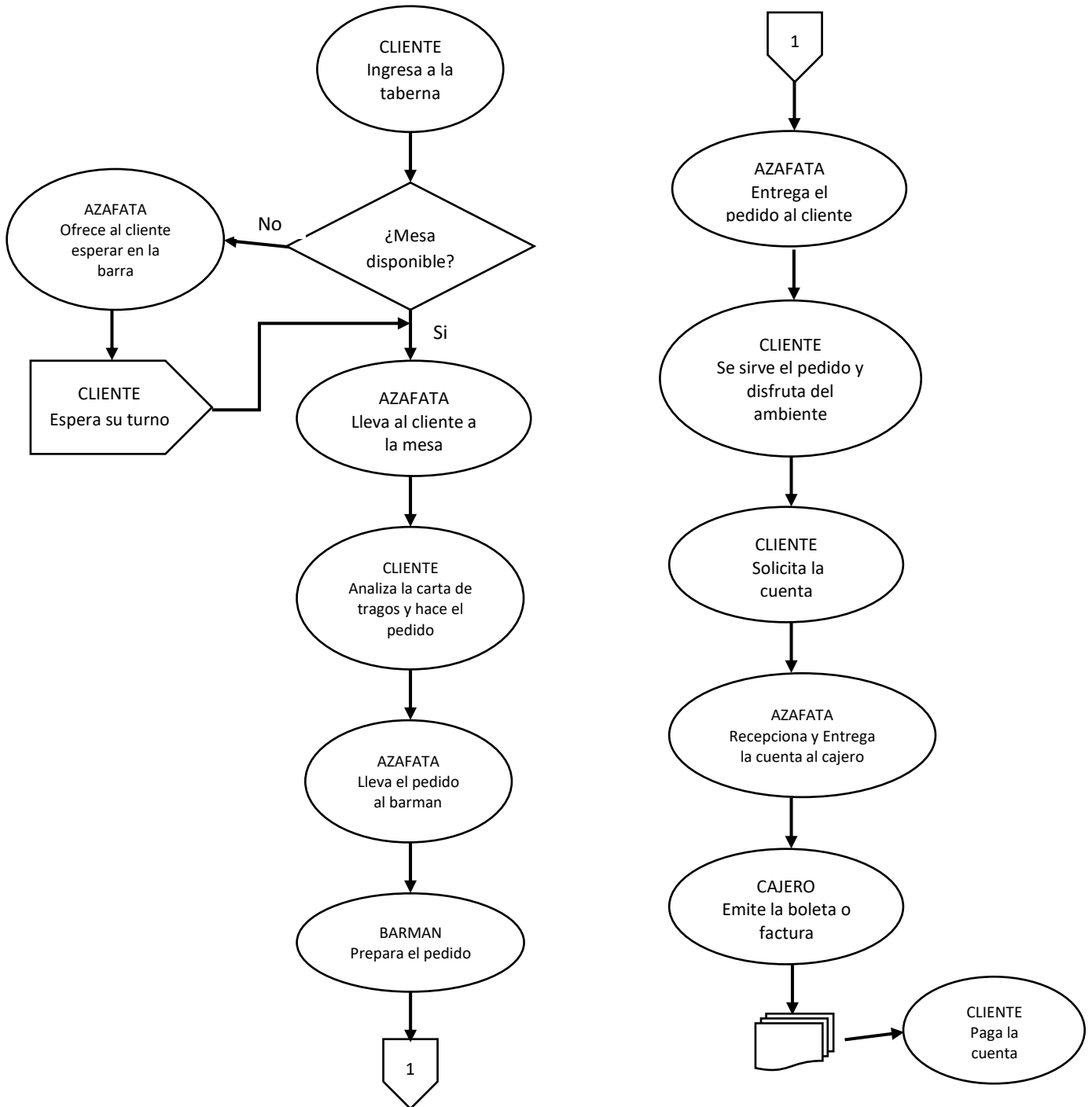
Limpiar el local luego de culminar la atención al público.

Limpiar y mantener los baños limpios para el uso de los clientes.

Controlar el uso de materiales de limpieza

### 4.1.3. Flujograma del proceso de atención

El proceso de atención a los clientes que acudan a la taberna “Balboa” se seguirá de acuerdo al flujograma presentado a continuación:



Fuente: Elaboración Propia

#### **4.1.4. Marco Legal**

La taberna “Balboa” será formalizada como una EIRL (Empresa Individual de Responsabilidad Limitada) para lo cual se seguirán los siguientes pasos:

Primero: Se deberá estudiar a fondo las características, ventajas y desventajas de formalizar la empresa como una EIRL.

Segundo: Una vez tomada la decisión de formalizar la empresa como una EIRL se debe identificar la razón social, de la siguiente manera:

Seleccionar el nombre de la empresa

Identificar el nombre propuesto: para este punto se debe tramitar la identificación de la razón social en la oficina de registros públicos, luego se otorgara la constancia de búsqueda, el certificado de búsqueda mercantil, el cual señala si no existe otra empresa con ese nombre, y el resultado puede ser negativo donde el nombre elegido procederá o positivo es decir se deberá escoger otro nombre y reiniciar con el tramite

Tercero: Se debe elaborar la minuta de constitución:

Se detalla los datos personales del titular, el domicilio legal de la empresa.

Se describe la actividad económica de la empresa

Se describe el capital de la empresa

Un abogado redacta la minuta con el fin de entender los términos del compromiso

Se aprueba la minuta

Se suscribe la minuta con la firma del notario

Cuarto: Se eleva a escritura pública

#### **4.1.5. Trámites Administrativos**

Licencia Municipal para trabajos de modificación

Licencia Municipal de funcionamiento  
Licencia de expendio de licores  
Permiso de Apdayc  
Carnets de sanidad  
Permiso de INDECI  
Registro de Marca en INDECOPI  
Permiso de EPSEL para modificaciones sanitarias  
Revisar normas de salubridad  
Seguro para local  
Adquirir libro de reclamaciones

## **5. VIABILIDAD OPERATIVA**

### **5.1. Plan de Marketing**

Un plan de inversión debe contar con un plan de mercadeo que le permita determinar las variables mix que son: precio, plaza, producto, promoción, participación en redes y posicionamiento, al desarrollar estos puntos la idea de inversión podrá tener éxito y cumplirá con las exigencias del cliente Chiclayano.

#### **5.1.1. Objetivos de Marketing**

- a) Establecer los precios generales de la Taberna
- b) Diseñar el slogan y logotipo de la Taberna
- c) Realizar estrategias de posicionamiento para la atracción de clientes

#### **5.1.2. Meta de Marketing**

Incrementar en un 6% las ventas cada año

Posicionar la marca en la mente de los pobladores Chiclayanos.

### **5.1.3. Producto**

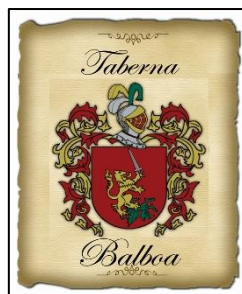
#### **5.1.3.1. Noción del servicio a ofrecer**

La Taberna Temática Medieval “Balboa”, presenta una idea innovadora en el mercado Chiclayano, puesto que sería una de las primeras tabernas en la ciudad que ofrece un servicio diferenciado con una temática medieval que se verá reflejada en el diseño y ambientación del local, así como en la presentación del personal que trabajará en la empresa.

#### **5.1.3.2. Marca de la Taberna**

El logotipo de la Taberna “Balboa” se diseñó de acuerdo a lo que se quiere transmitir a los clientes de la empresa, que es la temática medieval, se consideraron colores llamativos y un diseño fuera de lo común, centrado básicamente en la edad media que se caracterizó por ser dominada por el sistema feudal y el papel de los caballeros medievales. Cuando se piensa en la época media lo primero que se nos viene a la mente son los caballeros medievales y su coraje de lucha, además de sus poderosos caballos preparados para luchar, fue en base a esto que se diseñó el logotipo de la marca de la Taberna “Balboa”.

**Figura N°1. Logotipo de la Taberna “Balboa”**



**Fuente:** Elaboración Propia

#### **5.1.3.3. Slogan de la taberna “Balboa”**

El slogan se diseñó al igual que el logotipo, considerando la temática Medieval.

#### 5.1.3.4. Carta de la taberna “Balboa”

La taberna “Balboa” ofrecerá una diversidad de tragos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas, además de piqueos, a continuación, se describe el contenido de la carta de la taberna la cual se ofrecerá al cliente en el momento de su ingreso.



Producto	Presentación
Cerveza Rubia, Negra, Red Lager	 

<p>Cerveza Corona</p> <p>S/ 10.00</p>	
<p>Tragos a base de Pisco</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pisco Sour</li> </ul> <p>S/ 16.00</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Coctel de algarrobina</li> </ul> <p>S/ 16.00</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chilcano</li> </ul> <p>S/ 16.00</p>	

<p>- Machu Picchu</p> <p>S/ 16.00</p>	
<p>- Shot de Pisco</p> <p>S/ 12.00</p>	
<p>Sangría</p> <p>S/ 25.00</p>	
<p>Vino tinto, blanco, semi seco, rosé, dulce.</p> <p>S/ 20.00</p>	
<p>Tragos a base de vodka</p> <p>- Ruso blanco o negro</p> <p>S/ 20.00</p>	



<p>- Laguna azul</p> <p>S/ 20.00</p>	
<p>- Caipiroska</p> <p>S/ 20.00</p>	
<p>A base de ron</p> <p>- Cuba libre</p> <p>S/ 20.00</p>	
<p>- Daiquiri</p> <p>S/ 20.00</p>	

<p>- Piña colada</p> <p>S/ 16.00</p>	
<p>Trago a base de tequila</p> <p>- Shot de tequila</p> <p>S/ 12.00</p>	
<p>Bebidas no alcohólicas:</p> <p>Refrescos.</p> <p>S/ 10.00</p>	
<p>Piqueos variados</p> <p>S/ 35.00</p>	

**Fuente:** Elaboración Propia

#### **5.1.4. Precio**

Los precios de los productos que se ofrecerán en el mercado serán de acuerdo a los costos que se estimaran en el plan financiero-económico del proyecto, además se considerará nivelar los precios de acuerdo al mercado.

##### **5.1.4.1. Estrategia de Precios**

La elección de una adecuada estrategia de precios es un paso fundamental dentro del proceso de fijación de precios, porque establece las directrices y límites para: la fijación del precio inicial y los precios que se irán fijando a lo largo del ciclo de vida del producto, todo lo cual, apunta al logro de los objetivos. El tipo de estrategia de precio que se fijará para la Taberna “Balboa” será una estrategia de precios de penetración.

#### **5.1.5. Promoción**

Las estrategias de promoción, son las habilidades, las destrezas a utilizar para dar a conocer, informar o recordar el producto o servicio a los consumidores y a los no consumidores. En el caso de la Taberna “Balboa”, la promoción deberá ser ardua para lograr atraer la mayoría de clientes e ir generando posicionamiento de marca.

El propósito principal de la promoción o de cualquier otro punto de la mercadotecnia es el aumento de la demanda, y el resultado se verá reflejado dependiendo de la forma en que se emplea, a quien va dirigido, atreves de que y como se realiza dicha demanda

##### **5.1.5.1. Estrategia de promoción**

La estrategia de promoción que se utilizará para atraer clientes a la Taberna “Balboa” se centrará en una estrategia para crear demanda, además se diseñará campañas de marketing en redes sociales, afiches y volantes.

###### *Estrategia para crear demanda*

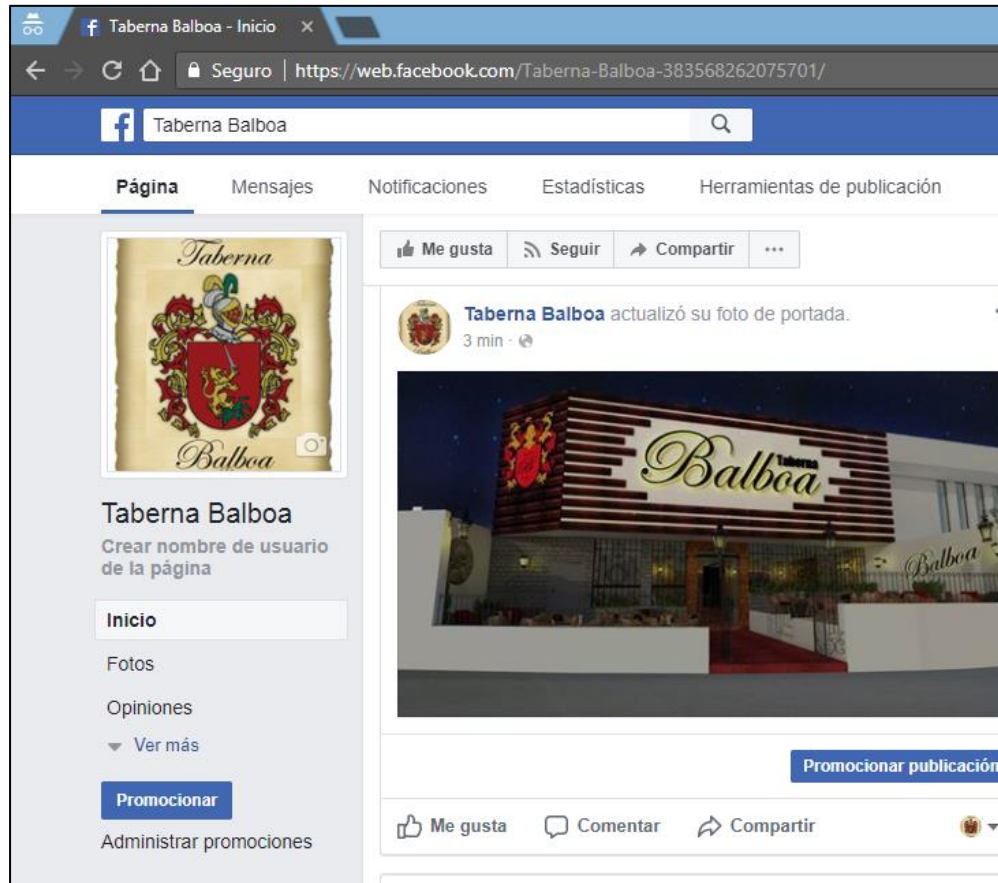
Implica ofrecer una promoción por tiempo limitado (ejemplo; en la compra de un producto en la Taberna, el segundo es a mitad de precio), un

descuento porcentual o demostrar a los consumidores que las bebidas y piqueos son mejores que de la competencia.

### *Diseño de una fan page*

En el caso de la Taberna “Balboa” contará con una fan Page en Facebook, por ser la red social de mayor uso en la ciudad de Chiclayo, la cual será administrada de forma permanente por un Community Manager que se encargará de lanzar contenido promocional que influyan en la decisión de compra del cliente.





### *Volantes*

Previo a la apertura de la taberna “Balboa” se distribuirán volantes en diversos puntos estratégicos de Chiclayo, donde exista mayor tránsito de personas. También se repartirán volantes en las afueras de las principales discotecas de Chiclayo los fines de semana. Esta estrategia Promocional estará alineada a las publicaciones lanzadas en Facebook, pero no con la misma continuidad.

#### **5.1.6. Plaza**

##### *Localización*

La taberna medieval “Balboa” se encontrará ubicada en la calle Andrés Avelino Cáceres #310, Santa Victoria, Chiclayo.



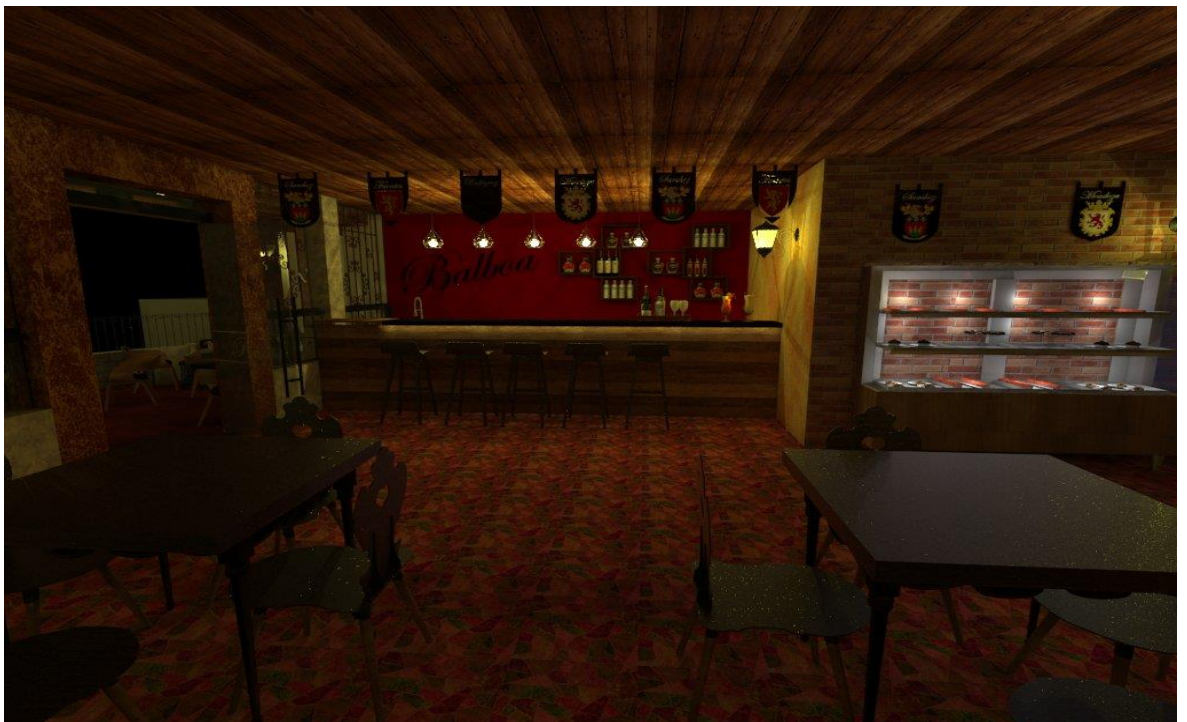


**Figura N°1. Diseño Interno de la taberna “Balboa”**



**Fuente:** Elaboración Propia

**Figura N°2. Diseño Interno de la taberna “Balboa”**



**Fuente:** Elaboración Propia

## 6. VIABILIDAD FINANCIERA

### 6.1. Detalle de inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL (S/.)		
Inversión Capital de Trabajo	27,600.00	
Inversión Materiales Auxiliares	8,320.00	Otros gastos adicionales
Inversión Activos Fijos	34,089.60	
Inversión Intangibles	2,000.00	
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>72,009.60</b>	

#### Inversión materiales auxiliares

INVERSIÓN MATERIALES AUXILIARES (S/.)		
Materiales	Costo Unitario Promedio	Costo Total
Materiales de limpieza	100.00	3,000.00
Repisas	500.00	1,500.00
Decoración temporal	1,005.00	2,010.00
Promociones de cortesía	452.65	1810.6
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>2,057.65</b>	<b>8,320.60</b>

#### Activos fijos

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CENTRO DE COSTO: ADMINISTRACION Y VENTAS			
CANT.	CONCEPTO	COSTO UNIT(S/.)	COSTO TOTAL (S/.)
2	Refrigeradoras dos puertas	2,500.00	5,000.00
2	Congelador	2,200.00	4,400.00
2	Aire acondicionado	1,800.00	3,600.00
<b>TOTAL</b>		<b>6,500.00</b>	<b>13,000.00</b>
EQUIPOS DE TRANSPORTE			
CENTRO DE COSTO: VENTAS			
CANT.	CONCEPTO	COSTO UNIT. (S/.)	COSTO TOTAL (S/.)
01	Bar de madera (modelo antiguo)	5,150.00	5,150.00
<b>TOTAL</b>		<b>5,150.00</b>	<b>5,150.00</b>
MUEBLES Y ENSERES			
CENTRO DE COSTO: ADMINISTRACIÓN Y VENTAS			
CANT.	CONCEPTO	COSTO UNIT. (S/.)	COSTO TOTAL (S/.)
1	Silla Gerencial Giratoria	270.00	270.00
2	Escritorios de Melamine	310.00	620.00



6	Sillas de Oficina	65.00	390.00
60	Sillas de madera modelo antiguo	45.00	2,700.00
15	Mesas modelo antiguo	120.00	1,800.00
10	Sillas para bar	125.00	1,250.00
18	Botellas de licores antiguos	10.00	180.00
4	Estantes para licores	142.40	569.60
20	Artículos para decoración medieval	184.80	3,696.00
<b>TOTAL</b>		<b>1,272.20</b>	<b>11,475.60</b>
<b>EQUIPOS DE PROCESAMIENTO DE INFORMACION</b>			
<b>CENTRO DE COSTO: ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO UNIT. (S/.)</b>	<b>COSTO TOTAL (S/.)</b>
2	Computadora y Accesorios	1,800.00	3,600.00
1	Impresora Multifuncional	700.00	700.00
1	Calculadora Científica	35.00	35.00
1	Teléfono	129.00	129.00
<b>TOTAL</b>		<b>2,664.00</b>	<b>4,464.00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>34,089.60</b>

Detalle de intangibles

<b>INTANGIBLES</b>			
<b>CENTRO DE COSTO: ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO UNIT. (S/.)</b>	<b>COSTO TOTAL (S/.)</b>
01	Registro de la marca	800.00	800.00
01	Software Administrativo	1,200.00	1,200.00
<b>TOTAL</b>		<b>2,000.00</b>	<b>2,000.00</b>

Detalle de inversión inicial (5 socios)

<b>FINANCIAMIENTO</b>			
<b>N°</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>APORTE(S/.)</b>	<b>TOTAL(S/.)</b>
5	Aporte de Socios (Depósito en Cta. Cte.)	5,000.00	25,000.00
5	Aporte de Socios (Efectivo)	520.00	2,600.00
<b>TOTAL</b>			<b>27,600.00</b>

Gastos pre operativos de constitución

<b>GASTOS PRE OPERATIVOS</b>	
<b>CENTRO DE COSTO: ADMINISTRACIÓN</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO TOTAL(S/.)</b>
Minuta de Constitución	150.00
Escritura de Constitución	350.00
Inscripción Registros Públicos	2,700.00

Documentos Registrales	120.00
Registro de Marca INDECOPI	750.00
Libro de Actas y Legalización	50.00
Libros Contables	400.00
Legalización de Libros Contables	250.00
Licencias de Funcionamiento	4,600.00
Apertura de Cuentas Bancos	600.00
Pago por Derecho de Inscripción Municipalidad (Por cada Socio)	450.00
<b>TOTAL</b>	<b>10,420.00</b>

Depreciación y amortización

MAQUINARIA Y EQUIPO						
CENTRO DE COSTO: ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
CANT.	CONCEPTO	COSTO UNIT. (S/.)	COSTO TOTAL(S/.)	TASA DEP. (%)	DEP. ANUAL (S/.)	DEP. MENSUAL(S/.)
2	Refrigeradoras dos puertas	2,500.00	5,000.00	25	1,250.00	104.17
2	Congelador	2,200.00	4,400.00	25	1,100.00	91.67
2	Aire acondicionado	1,800.00	3,600.00	10	360.00	30.00
<b>TOTAL</b>		<b>6,500.00</b>	<b>13,000.00</b>		<b>2,710.00</b>	<b>225.83</b>
EQUIPOS DE TRANSPORTE						
CENTRO DE COSTO: VENTAS						
CANT.	CONCEPTO	COSTO UNIT. (S/.)	COSTO TOTAL(S/.)	TASA DEP. (%)	DEP. ANUAL(S/.)	DEP. MENSUAL(S/.)
01	Bar de madera (modelo antiguo)	5,150.00	5,150.00	20	1,030.00	85.83
<b>TOTAL</b>		<b>5,150.00</b>	<b>5,150.00</b>		<b>1,030.00</b>	<b>85.83</b>
MUEBLES Y ENSERES						
CENTRO DE COSTO: ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
CANT.	CONCEPTO	COSTO UNIT. (S/.)	COSTO TOTAL(S/.)	TASA DEP. (%)	DEP. ANUAL(S/.)	DEP. MENSUAL(S/.)
1	Silla Gerencial Giratoria	270.00	270.00	10	27.00	2.25
2	Escritorios de Melamine	310.00	620.00	10	62.00	5.17
6	Sillas de Oficina	65.00	390.00	10	39.00	3.25
60	Sillas de madera modelo antiguo	45.00	2,700.00	10	270.00	22.50
15	Mesas modelo antiguo	120.00	1,800.00	10	180.00	15.00
10	Sillas para bar	125.00	1,250.00	10	125.00	10.42
18	Botellas de licores antiguos	10.00	180.00	10	18.00	1.50
4	Estantes para licores	142.40	569.60	10	56.96	4.75
20	Artículos para decoración medieval	184.80	3,696.00	10	369.60	30.80
<b>TOTAL</b>		<b>1,272.20</b>	<b>S/.11,475.60</b>		<b>1,147.56</b>	<b>95.63</b>

EQUIPOS DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN						
CENTRO DE COSTO: ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
CANT.	CONCEPTO	COSTO UNIT. (S/.)	COSTO TOTAL (S/.)	TASA DEP. (%)	DEP. ANUAL(S/.)	DEP. MENSUAL(S/.)
2	Computadora y Accesorios	1,800.00	3,600.00	25	900.00	75.00
1	Impresora Multifuncional	700.00	700.00	25	175.00	14.58
1	Calculadora Científica	35.00	35.00	25	8.75	0.73
1	Teléfono	129.00	129.00	25	32.25	2.69
<b>TOTAL</b>		<b>2,664.00</b>	<b>4,464.00</b>		<b>1,116.00</b>	<b>93.00</b>

<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>	<b>S/.6,003.56</b>
---------------------------	--------------------

INTANGIBLES						
CENTRO DE COSTO: ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
CANT.	CONCEPTO	COSTO UNIT. (S/.)	COSTO TOTAL(S/.)	TASA AM. (%)	AM. ANUAL(S/.)	AM. MENSUAL(S/.)
01	Registro de la marca	800.00	800.00	10	80.00	6.67
01	Software Administrativo	1,200.00	1,200.00	10	120.00	10.00
<b>TOTAL</b>		<b>2,000.00</b>	<b>2,000.00</b>		<b>200.00</b>	<b>16.67</b>

<b>TOTAL AMORTIZACIÓN</b>	<b>200.00</b>
---------------------------	---------------

Planilla

**CENTRO DE COSTO: ADMINISTRACIÓN**

<b>N° DE TRAB.</b>	<b>CARGO Y/O OCUPACIÓN</b>	<b>REMUNERACIÓN BÁSICA(S/.)</b>	<b>TOTAL REM. MENSUAL</b>
01	Gerente	1,200.00	1,200.00
1	Contador(a)	,000.00	1,000.00
1	Cajero(a)	850.00	850.00
1	Mantenimiento	850.00	850.00
<b>TOTAL PLANILLA</b>			<b>3,900.00</b>

**PLANILLA DE TRABAJADORES**

**CENTRO DE COSTO: VENTAS**

<b>N° DE TRAB.</b>	<b>CARGO Y/O OCUPACIÓN</b>	<b>REMUNERACIÓN BÁSICA (S/.)</b>	<b>TOTAL REM. MENSUAL(S/.)</b>
1	Vigilante	900.00	900.00
1	Barman	1,000.00	1,000.00
1	Disyóquey	850.00	850.00
3	Meseros(as)	850.00	2,550.00
<b>TOTAL PLANILLA</b>			<b>5,300.00</b>

Gastos de administración

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MESES											
	ENE (S/.)	FEB(S/.)	MAR(S/.)	ABR(S/.)	MAY(S/.)	JUN(S/.)	JUL(S/.)	AGO(S/.)	SEP(S/.)	OCT(S/.)	NOV(S/.)	DIC(S/.)
Remuneración Personal	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00	3,900.00
Beneficios Sociales (ESSALUD)	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00	351.00
Depreciación	201.97	201.97	201.97	201.97	201.97	201.97	201.97	201.97	201.97	201.97	201.97	201.97
Amortización	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
Gastos de Constitución	10,420.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Análisis Potencial de mercado	505.60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento y Reparación de Maquinaria y Equipo	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00
Gastos de Publicidad	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00
Gastos de Capacitación al Personal	550.00	-	-	550.00	-	-	550.00	-	-	550.00	-	-
Asesoría Profesional	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00
Gastos de Servicios Básicos (Luz, agua, internet y teléfono)	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00
Gastos Varios	175.40	175.40	175.40	175.40	175.40	175.40	175.40	175.40	175.40	175.40	175.40	175.40
<b>TOTAL</b>	<b>17,682.96</b>	<b>6,207.36</b>	<b>6,207.36</b>	<b>6,757.36</b>	<b>6,207.36</b>	<b>6,207.36</b>	<b>6,757.36</b>	<b>6,207.36</b>	<b>6,207.36</b>	<b>6,757.36</b>	<b>6,207.36</b>	<b>6,207.36</b>

Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS	MESES											
	ENE(S/.)	FEB(S/.)	MAR(S/.)	ABR(S/.)	MAY(S/.)	JUN(S/.)	JUL(S/.)	AGO(S/.)	SEP(S/.)	OCT(S/.)	NOV(S/.)	DIC(S/.)
Remuneración Personal	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00	5,300.00
Beneficios Sociales (ESSALUD)	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00	477.00
Depreciación	298.33	298.33	298.33	298.33	298.33	298.33	298.33	298.33	298.33	298.33	298.33	298.33
Amortización	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67	6.67
Mantenimiento y Reparación de Maquinaria y Equipo	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00	220.00
Alquiler de vehículos de Transporte	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de Servicios Básicos (Luz, agua y teléfono)	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00	679.00
Gastos Suministros Diversos (Mantenimiento de maquinaria y equipos)	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Gastos Envases y Embalajes	175.00	120.00	85.00	43.00	215.00	253.00	275.00	102.30	57.00	298.55	326.00	271.09
Gastos Varios	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00
<b>TOTAL</b>	<b>7,806.00</b>	<b>7,751.00</b>	<b>7,716.00</b>	<b>7,674.00</b>	<b>7,846.00</b>	<b>7,884.00</b>	<b>7,906.00</b>	<b>7,733.30</b>	<b>7,688.00</b>	<b>7,929.55</b>	<b>7,957.00</b>	<b>7,902.09</b>

Cálculo de ventas

	META DE UNIDADES DE BOTELLAS DE LICOR VENDIDAS	TOTAL BOTELLAS POR MES
Pisco Biondi	5.00	5.00
Pisco Queirolo	5.00	5.00
Pisco Tabernero	5.00	5.00
Pisco Porton	5.00	5.00
Whisky etiqueta roja	11.00	11.00
Whisky etiqueta negra	10.00	10.00
Ron Apelon	10.00	10.00
Ron flor de caña 4 años	10.00	10.00
Ron flore de caña 5 años	10.00	10.00
Ron solera 12 años	10.00	10.00
Tequila José Cuervo	5.00	5.00
Casillero del Diablo	8.00	8.00
Anís del mono	4.00	4.00
Tacama Semisecco	4.00	4.00
Gran tinto Tacama	5.00	5.00
Santiago Queirolo	5.00	5.00
Nubo	2.00	2.00
Vodka	10.00	10.00
Baileys	3.00	3.00
Tabernero	5.00	5.00
Inti Palka	5.00	5.00
Swigg	5.00	5.00
	105.00	35.00

TOTAL BOTELLAS	PRECIO x BOTELLA	TOTAL BOTELLAS POR MES
5.00	150.00	750.00
5.00	150.00	750.00
5.00	150.00	750.00
5.00	150.00	750.00
11.00	110.00	1,210.00
10.00	150.00	1,500.00
10.00	150.00	1,500.00
10.00	150.00	1,500.00
10.00	150.00	1,500.00
10.00	150.00	1,500.00
5.00	120.00	600.00
8.00	60.00	480.00
4.00	100.00	400.00
4.00	40.00	160.00
5.00	40.00	200.00
5.00	40.00	200.00
2.00	160.00	320.00
10.00	90.00	900.00
3.00	60.00	180.00
5.00	40.00	200.00
5.00	40.00	200.00
5.00	40.00	200.00
105.00	150.00	15,750.00



Presupuesto del efectivo

	MESES												TOTAL
	ENE(S/.)	FEB(S/.)	MAR(S/.)	ABR(S/.)	MAY(S/.)	JUN(S/.)	JUL(S/.)	AGO(S/.)	SEP(S/.)	OCT(S/.)	NOV(S/.)	DIC(S/.)	
<b>SALDO INICIAL</b>	27,600.00	13,846.04	13,651.68	14,649.83	17,626.97	18,423.61	20,491.75	23,225.89	25,743.23	29,745.38	30,869.97	32,967.61	27,600.00
<b>INGRESOS</b>													0.00
Ventas	12,285.00	11,025.00	10,867.50	13,230.00	13,072.50	12,600.00	12,285.00	12,757.50	11,970.00	12,757.50	14,017.50	14,175.00	151,042.50
Cuentas por Cobrar	-	3,465.00	4,725.00	4,882.50	2,520.00	4,252.50	5,827.50	4,410.00	6,615.00	3,780.00	2,992.50	1,890.00	45,360.00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>12,285.00</b>	<b>14,490.00</b>	<b>15,592.50</b>	<b>18,112.50</b>	<b>15,592.50</b>	<b>16,852.50</b>	<b>18,112.50</b>	<b>17,167.50</b>	<b>18,585.00</b>	<b>16,537.50</b>	<b>17,010.00</b>	<b>16,065.00</b>	<b>196,402.50</b>
<b>EGRESOS</b>													
Compra de Mat. Auxiliares para la extracción	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00	6,600.00
Cuentas por Pagar	-	176.00	121.00	154.00	192.50	143.00	165.00	159.50	137.50	176.00	198.00	132.00	1,754.50
Gastos de Administración	17,682.96	6,207.36	6,207.36	6,757.36	6,207.36	6,207.36	6,757.36	6,207.36	6,207.36	6,757.36	6,207.36	6,207.36	87,613.94
Gastos de Ventas	7,806.00	7,751.00	7,716.00	7,674.00	7,846.00	7,884.00	7,906.00	7,733.30	7,688.00	7,929.55	7,957.00	7,902.09	93,792.90
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>26,038.96</b>	<b>14,684.36</b>	<b>14,594.36</b>	<b>15,135.36</b>	<b>14,795.86</b>	<b>14,784.36</b>	<b>15,378.36</b>	<b>14,650.16</b>	<b>14,582.86</b>	<b>15,412.91</b>	<b>14,912.36</b>	<b>14,791.45</b>	<b>189,761.34</b>
<b>SALDO</b>	<b>13,846.04</b>	<b>13,651.68</b>	<b>14,649.83</b>	<b>17,626.97</b>	<b>18,423.61</b>	<b>20,491.75</b>	<b>23,225.89</b>	<b>25,743.23</b>	<b>29,745.38</b>	<b>30,869.97</b>	<b>32,967.61</b>	<b>34,241.16</b>	<b>34,241.16</b>

## Financiamiento

La empresa plantea la posibilidad de adquirir un préstamo después del primer año de iniciadas sus actividades.

El préstamo será de S/. 45,000.00 con una TEA de 18.50% con pagos trimestrales (con cuota fija).

Convertimos la TEA = 18.50% a Tasa Efectiva Trimestral

$$TET = (1 + 0.1850)^{90/360} - 1$$

$$TET = 0.04334896$$

$$TET = 4.33$$

Determinamos el valor de la cuota fija:

$$CUOTA FIJA = 45,000 \left[ \frac{0.120029718}{1.768918048} \right]$$

$$CUOTA FIJA = S/3,053.47$$

CRONOGRAMA DE PAGOS				
N°	SALDO DEUDOR (S/.)	AMORTIZACIÓN(S/.)	INTERES(S/.)	CUOTA(S/.)
00	45,000.00			
01	43,897.23	1,102.77	1,950.70	3,053.47
02	42,746.66	1,150.57	1,902.90	3,053.47
03	41,546.22	1,200.45	1,853.02	3,053.47
04	40,293.73	1,252.48	1,800.99	3,053.47
05	38,986.96	1,306.78	1,746.69	3,053.47
06	37,623.53	1,363.43	1,690.04	3,053.47
07	36,201.00	1,422.53	1,630.94	3,053.47
08	34,716.81	1,484.19	1,569.28	3,053.47
09	33,168.28	1,548.53	1,504.94	3,053.47
10	31,552.62	1,615.66	1,437.81	3,053.47
11	29,866.92	1,685.70	1,367.77	3,053.47
12	28,108.15	1,758.77	1,294.70	3,053.47
13	26,273.14	1,835.01	1,218.46	3,053.47
14	24,358.58	1,914.56	1,138.91	3,053.47
15	22,361.03	1,997.55	1,055.92	3,053.47
16	20,276.89	2,084.14	969.33	3,053.47
17	18,102.40	2,174.49	878.98	3,053.47
18	15,833.65	2,268.75	784.72	3,053.47
19	13,466.56	2,367.10	686.37	3,053.47
20	10,996.85	2,469.71	583.76	3,053.47
21	8,420.08	2,576.77	476.70	3,053.47
22	5,731.61	2,688.47	365.00	3,053.47
23	2,926.60	2,805.01	248.46	3,053.47

24	0.00	2,926.60	126.87	3,053.47
<b>TOTAL</b>		<b>45,000.00</b>	<b>28,283.27</b>	<b>73,283.27</b>

### VAN-TIR

#### CALCULO VALOR ACTUAL NETO (VAN) Y CALCULO TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

##### Datos para el análisis

	<b>INVERSION</b>					
<b>Inversión</b>	<b>S/.72,009.60</b>					
				<b>AÑOS</b>		
	<b>INVERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Flujo de caja (neto anual)</b>	<b>-S/.72,009.60</b>	<b>S/.34,241.16</b>	<b>S/.40,746.98</b>	<b>S/.48,488.91</b>	<b>S/.57,701.80</b>	<b>S/.68,665.14</b>
	<b>%</b>					
<b>Tasa de descuento</b>	<b>21.20%</b>					
<b>V.A.N a CINCO AÑOS</b>	<b>64,213.34</b>	<b>Valor positivo, inversión (en principio) factible</b>				
<b>T.I.R. a CINCO AÑOS</b>	<b>53.03%</b>	<b>Valor superior a la tasa, inversión (en principio) factible</b>				

## IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones:

- Se ha determinado la viabilidad comercial para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, se tuvo respecto a cuán interesante sería para el encuestado visitar en Chiclayo una taberna con temática medieval el 68% manifiesta que sería muy interesante. Además, se tuvo que el 87% suele asistir con mucha frecuencia a establecimientos como bares, de esta manera la viabilidad comercial era aceptable.
- Se ha determinado la viabilidad comercial para la taberna con temática Medieval de la ciudad de Chiclayo, donde los principales factores a considerar son la frecuencia de asistencia a tabernas, además del interés que se muestra en visitar una taberna con temática medieval en Chiclayo.
- En cuanto a la viabilidad técnica para la taberna con temática Medieval de la ciudad de Chiclayo, se tiene los siguientes factores: la música, la ambientación, el uniforme de los trabajadores (un modelo según la época medieval).
- En cuanto a la viabilidad económica financiera para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, se tiene resultados positivos respecto al TIR, por ser mayor a la tasa de descuento, y al VAN, de esta manera se puede decir que el proyecto de la taberna con temática medieval es económicamente viable.

### Recomendaciones:

- Es importante que las marcas de las bebidas alcohólicas para preparar los tragos sean reconocidas a nivel nacional, ya que esto genera confianza en los consumidores, esto se debe complementar con una oferta de tragos variada y una presentación de los mismos que sea agradable a la vista.
- Las bebidas que se deben ofrecer por una mayor preferencia en las encuestas son la cerveza, bebidas preparadas, destilados o vinos y bebidas refrescantes.
- Los elementos tecnológicos que la empresa debe contar para acelerar el proceso de atención al cliente deben ser las tablets para los pedidos y la PC en caja.



## REFERENCIAS

- Amaro, G., & Ortiz, C. (2015). *Propuesta para la viabilidad de un bar tipo americano en la ciudad de Chiclayo*. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/86824>
- Anticona, S., & Tafur, E. (2017). *Viabilidad económica y financiera del proyecto de inversión para la producción y comercialización de una bebida dietética de linaza en la ciudad de Cajamarca*. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/114585>
- Barrow, P. (2014). *Cómo preparar y poner en marcha planes de Negocio* (2da Edición ed.). Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Bernal, C. (2012). *Metodología de la Investigación. Tercera Edición*. Colombia: Pearson Educacion.
- Calderon, M., & Galindo, A. (2017). *Plan de negocios para la implementación de un café bar para jóvenes y adultos en la ciudad de Trujillo: Chill Out Café Bar*. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/123666>
- Cegarra, J. (2012). *Los metodos de investigacion*. Madrid: Diaz de Santos.
- Chero, A. (2015). *Plan de negocio para determinar la viabilidad de instalar un restaurante de comida saludable en la ciudad de Chiclayo*. Obtenido de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/172>
- Cuatrecasas, L. (2013). *Gestión por proyectos. Producción por puestos fijos. Metodología PMBOK*. Madrid: Diaz de Santos.
- Fiallos, R. (2013). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SPORT - BAR ESPECIALIZADO EN SNACKS, BEBIDAS MODERADAS Y FUTBOL EN VIVO UBICADO EN LA AV. DE LOS SHYRIS DE LA CIUDAD DE QUITO*. Obtenido de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1981/1/40718\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1981/1/40718_1.pdf)
- Flores, J. (2015). *Proyectos de Inversión* (3era Edición ed.). Bogotá: ECOE Ediciones.

- Gaspar, J. (2015). *El plan de continuidad de negocio* (2da Edición ed.). Madrid: Diaz de Santos.
- Heredia, F. (2016). *Proyecto de inversión a nivel de prefactibilidad para una empresa de artículos decorativos personalizados y catering temático para eventos infantiles*, Chiclayo 2016. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/87285>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- INEI. (2017). *Encuesta Mensual del Sector Servicios*. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-estadistico-del-sector-servicios-n-08-agosto-2017.pdf>
- Juarez, P. (2014). *ANÁLISIS DE MERCADO PARA LA APERTURA DE UN BAR CULTURAL CON TEMATICA EUROPEA EN LA CIUDAD DE AREQUIPA.* AÑO 2014. Obtenido de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/2002/53.0784.AE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Maitland, I. (2013). *Cómo confeccionar un plan de negocio en una semana* (3era Edición ed.). Madrid: Ediciones Gestión 2000.
- Montes, A. (2014). *ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA CEREAL BAR, DEDICADO A LA VENTA DE SNACKS SALUDABLES* . Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/106929>
- Montiel, H. (2015). *De la idea de negocio a la alerta empresarial. Precursores del plan de negocio*. México: Grupo Editorial Patria.
- Muñiz, L. (2015). *Guía práctica para mejorar un plan de negocio* (3era Edición ed.). Barcelona: PROFIT Editorial.
- Noreña, Alcaraz, & Rojas. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor éticos y científicos de la investigación*. Obtenido de <http://arquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/view/2323/pdf>

- Oviedo, A. (2013). *Proyecto de factibilidad para la creación de un bar temático tipo Español, con aplicación de la cocina fusión en la ciudad de Ambato*. Obtenido de <https://prezi.com/yatau49jbyzo/proyecto-de-factibilidad-para-la-creacion-de-un-bar-tematico/>
- Pacheco, C., & Pérez, G. (2015). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. México: IMCP Editores.
- Posdeley, Z., & Vásquez, N. (2015). *Proyecto de inversión de un bar temático Pasión por el Fútbol, en el microcentro de la ciudad de Encarnación*. Obtenido de <http://www.unae.edu.py/biblio/index.php/servicios/columns-3/ciencias-empresariales/administracion-de-empresas/item/422-cadena-del-valor-del-cuero-en-paraguay>
- Ramírez, E., & Cajigas, M. (2013). *Proyectos de inversión competitiva* (3era Edición ed.). Colombia: Editores University Colombia.
- Rodas, M., & Vega, S. (2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN DISCO BAR EN EL CANTÓN NARANJITO*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/478/3/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20UN%20DISCO%20BAR%20EN%20EL%20CANT%C3%93N%20NARANJITO..pdf>
- Rodríguez, A., & Trillo, V. (2014). *ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANTE BAR EN LA ALAMEDA TINGO, AREQUIPA*. Obtenido de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/24183>
- Sainz, J. (2016). *Crear una empresa en la práctica*. Madrid: ESIC Editores.
- Sapag, N. (2015). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación* (3era Edición ed.). México: PEARSON Ediciones.
- Stettinius, W., Wood, D., & Doyle, J. (2013). *Plan de Negocio, cómo diseñarlo e implementarlo* (3era edición ed.). Barcelona: PROFIT Editores.
- Vargas, A. (2016). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Madrid: IC Editores.



Zorita, E., & Huarte, S. (2014). *El plan de Negocio: Herramienta para analizar la viabilidad de una iniciativa emprendedora*. Madrid: ESIC Editores.

## **ANEXOS**

**Anexo 1: Matriz de consistencia**

<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
<p>Problema general: ¿Cuál es la viabilidad del proyecto de inversión de una taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, 2017?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuál es la viabilidad comercial para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo? ¿Cuál es la viabilidad técnica para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo? ¿Cuál es la viabilidad económica financiera para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la viabilidad del proyecto de inversión de una taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, 2017.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la viabilidad comercial para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo. Definir la viabilidad técnica para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo. Determinar la viabilidad económica financiera para la taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo.</p>	<p>Es viable un proyecto de inversión de una taberna con temática Medieval en la ciudad de Chiclayo, 2017.</p>	<b>Viabilidad</b>	Viabilidad comercial	Clientes potenciales
					Competidores
					Características del producto
					Calificación de precios
					Preferencias de promoción
					Calificación de la distribución
				Viabilidad técnica	Localización
					Equipamiento
					Personal
					Tecnología
			<b>Proyecto de inversión</b>	Viabilidad económica financiera	VAN
TIR					

## Anexo 2: Encuesta

- 1. ¿Con qué frecuencia asiste a tabernas en Chiclayo?**
  - a) Siempre
  - b) Casi siempre
  - c) Algunas veces
  - d) Casi nunca
  - e) Nunca
- 2. ¿Con quién suele frecuentar las tabernas de Chiclayo?**
  - a) Amigos
  - b) Familiares
  - c) Pareja
  - d) Solo
- 3. ¿Alguna vez ha escuchado sobre una taberna con temática medieval?**
  - a) Sí
  - b) No
- 4. ¿Cuán interesante sería para usted visitar en Chiclayo una taberna con temática medieval?**
  - a) Muy interesante
  - b) Interesante
  - c) Poco interesante
  - d) Nada interesante
- 5. ¿Cómo califica el servicio en las tabernas que ha visitado?**
  - a) Muy bueno
  - b) Bueno
  - c) Regular
  - d) Malo
  - e) Muy malo
- 6. ¿Por qué razón suele visitar las tabernas que frecuenta?**
  - a) Música
  - b) Ambiente
  - c) Atención
  - d) Relajación
  - e) Otro
- 7. ¿Cómo califica la calidad de los tragos servidos en las tabernas de Chiclayo?**
  - a) Muy bueno
  - b) Bueno
  - c) Regular
  - d) Malo
  - e) Muy malo
- 8. ¿Qué tragos suele pedir cuando acude a una taberna en Chiclayo?**
  - a) Bebidas preparadas

- b) Refresco
  - c) Cerveza
  - d) Destilados o vinos
- 9. ¿Cuánto dinero acostumbra gastar en una taberna de Chiclayo cuando la visita?**
- a) Menos de S/. 100
  - b) De S/. 100 a S/. 200
  - c) De S/. 200 a S/. 300
  - d) De S/. 300 a S/. 400
  - e) Más de S/. 400
- 10. ¿Cómo califica los precios de los tragos en las tabernas de Chiclayo que usted suele frecuentar?**
- a) Muy bajos
  - b) Bajos
  - c) Regular
  - d) Altos
  - e) Muy altos
- 11. ¿En los bares que visita suelen realizar promociones?**
- a) Siempre
  - b) Casi siempre
  - c) Algunas veces
  - d) Casi nunca
  - e) Nunca
- 12. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por sus compras en un bar de Chiclayo?**
- a) Descuentos
  - b) Dos por uno
  - c) Un trago gratis por cumpleaños
  - d) Recuerdos
- 13. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría conocer sobre las características y novedades de un bar con temática medieval en Chiclayo?**
- a) Radio
  - b) Medios impresos
  - c) TV
  - d) Internet
  - e) Otro: .....
- 14. ¿En qué lugar le gustaría que se ubique la taberna con temática medieval?**
- a) Centro de Chiclayo
  - b) A los alrededores de Chiclayo
  - c) Santa Victoria
  - d) Otro: .....

- 15. ¿Para usted qué factor sería importante en una taberna con temática medieval?**
- a) Música
  - b) Servicio
  - c) Ambientación
  - d) Variedad de tragos
- 16. ¿La ambientación del local es un factor importante para que usted visite una taberna?**
- a) Total acuerdo
  - b) Acuerdo
  - c) Indiferente
  - d) Desacuerdo
  - e) Total desacuerdo
- 17. ¿Sería interesante para usted que el personal de un bar con temática medieval tenga un uniforme representativo de los bares de la época medieval?**
- a) Muy interesante
  - b) Interesante
  - c) Indiferente
  - d) Poco interesante
  - e) Nada interesante
- 18. ¿Los elementos tecnológicos (Tablet, PC) son importantes para usted para agilizar el proceso de atención al cliente?**
- a) Siempre
  - b) Casi siempre
  - c) Algunas veces
  - d) Casi nunca
  - e) Nunca

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
RESOLUCIÓN N° 1190- FACEM-USS-2018**

Chiclayo, 04 de octubre del 2018.

**VISTO:**

El oficio N° 0770-2018/FACEM-DA-USS, de fecha 04 de octubre del 2018, en donde la Directora de la EAP de Administración, solicita la aprobación del proyecto de tesis de la estudiante CECILIA CAROL VERA GARCIA, y;

**CONSIDERANDO:**

Que, la investigación constituye una función esencial y obligatoria de la Facultad de Ciencias Empresariales de la USS; ya que a través de la producción del conocimiento se desarrollan propuestas de solución a las necesidades de la sociedad; con especial énfasis en la realidad nacional.

Que, el trabajo de investigación: tesis, es un estudio que debe denotar rigurosidad metodológica, originalidad, relevancia social, utilidad teórica y/o práctica en el ámbito empresarial.

Que, según el artículo 29° del Reglamento de Grados y Títulos Especifico de la FACEM, una vez aprobado el título del trabajo de investigación: Tesis, por parte del comité de Investigación de la escuela profesional; éste será registrado en el catálogo virtual de trabajos de investigación de la Facultad, a cargo del coordinadora de investigación de la escuela profesional de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Estado a lo expuesto y en el uso de las atribuciones conferidas,

**SE RESUELVE**

**ARTÍCULO ÚNICO:** APROBAR el Proyecto de Tesis de la estudiante CECILIA CAROL VERA GARCIA, de la EAP de Administración, cuyo es el siguiente:

**VIABILIDAD DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA TABERNA CON TEMÁTICA MEDIEVAL EN LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2017**

REGÍSTRASE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

 UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC  
  
Dra. Carmen Elvira Rosas Prado  
Decana  
Facultad de Ciencias Empresariales

 UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN  
Facultad de Ciencias Empresariales  
  
Mg. Sandra Mory Guzmán  
SECRETARIA ACADEMICA

Cc.: Archivo, escuela.

**ADMISIÓN E INFORMES**

074 481610 - 074 481632

**CAMPUS USS**

Km. 5, carretera a Pimentel  
Chiclayo, Perú

[www.uss.edu.pe](http://www.uss.edu.pe)

**FORMATO Nº T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)**  
(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 26 de mayo 2021

Señores  
Vicerrectorado de Investigación  
Universidad Señor de Sipán  
Presente.-

El suscrito:

**CECILIA CAROL VERA GARCÍA**


con DNI **47596339**

En mí calidad de autor exclusivo de la investigación titulada:

**VIABILIDAD DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA TABERNA CON TEMÁTICA MEDIEVAL EN LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2017**, presentado y aprobado en el año **2017** como requisito para optar el título de Licenciada en Administración, de la Facultad de Ciencias empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
VERA GARCIA CECILIA CAROL	47596339	



# VIABILIDAD DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA TABERNA CON TEMÁTICA MEDIEVAL DE LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2017

INFORME DE ORIGINALIDAD

24%

INDICE DE SIMILITUD

23%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

[repositorio.uss.edu.pe](http://repositorio.uss.edu.pe)

Fuente de Internet

6%

2

[tesis.usat.edu.pe](http://tesis.usat.edu.pe)

Fuente de Internet

2%

3

[www.bvsde.paho.org](http://www.bvsde.paho.org)

Fuente de Internet

1%

4

[ri.ues.edu.sv](http://ri.ues.edu.sv)

Fuente de Internet

1%

5

Submitted to Universidad Señor de Sipan

Trabajo del estudiante

1%

6

[bdigital.uncu.edu.ar](http://bdigital.uncu.edu.ar)

Fuente de Internet

1%

### ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración - Contabilidad y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N°1190 – FACEM – USS - 2018, presentado por el/la Bachiller, **Cecilia Carol Vera García**, con su tesis Titulada **Viabilidad del Proyecto de inversión de una Taberna con temática medieval en la ciudad de Chiclayo, 2017**.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **24 %** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 26 de mayo de 2021



Dr. Abraham José García Yovera  
DNI N° 80270538  
Escuela Académico Profesional de Administración.