

Universidad de Lima
Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Carrera de Ingeniería Industrial



ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA DISCOTECA DIRIGIDO AL ADULTO MAYOR EN LIMA METROPOLITANA

Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial

Christian Arturo Torres Villanueva

Código 20091926

Cesar Junior Vera Castillo

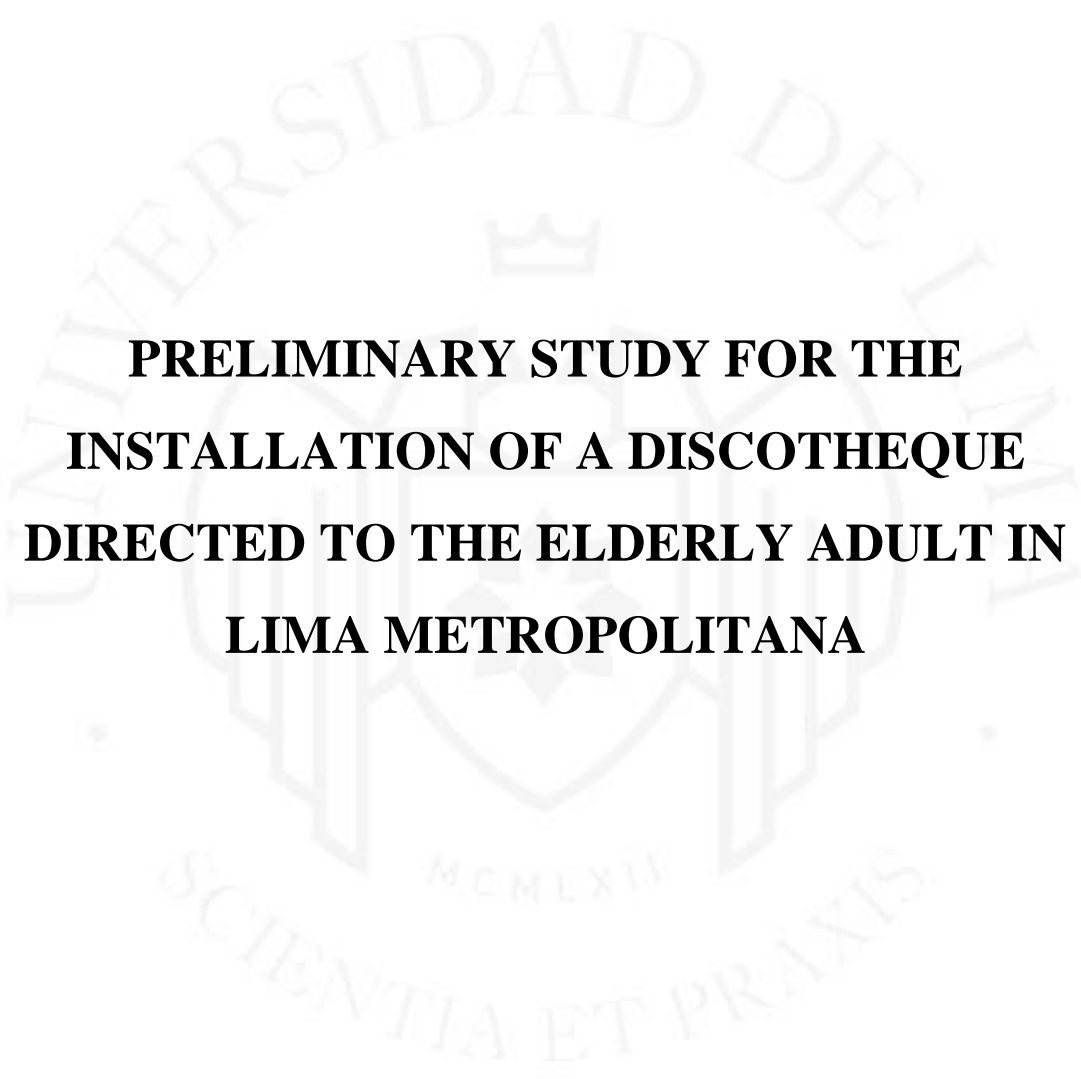
Código 20091960

Asesor

Luis Enrique Chávez Gurmendi

Lima – Perú

Diciembre 2021



**PRELIMINARY STUDY FOR THE
INSTALLATION OF A DISCOTHEQUE
DIRECTED TO THE ELDERLY ADULT IN
LIMA METROPOLITANA**

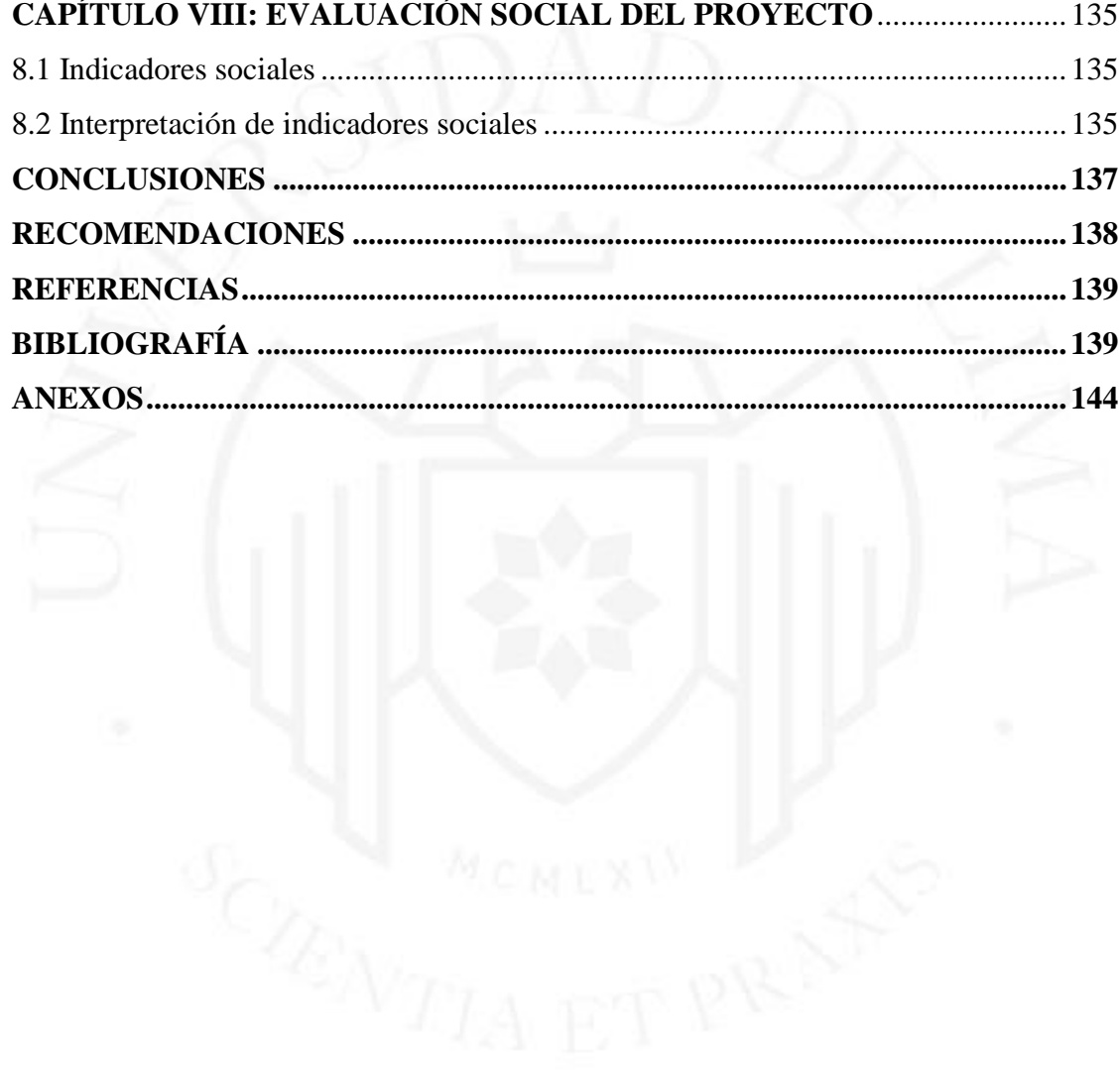
TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	XIV
ABSTRACT	XV
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES	1
1.1 Problemática	1
1.2 Objetivos de la investigación	8
1.3 Alcance de la investigación	8
1.4 Justificación del tema.....	9
1.5 Hipótesis de trabajo	9
1.6 Marco referencial	9
1.7 Marco conceptual.....	12
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	15
2.1 Aspectos generales del estudio de mercado.....	15
2.1.1 Definición del giro de negocio del servicio y tipo de servicio.....	15
2.1.2 Principales beneficios del servicio.....	16
2.1.3 Macro localización del servicio.....	17
2.1.4 Análisis del entorno.....	27
2.1.5 Modelo de negocio (Canvas).....	33
2.1.6 Determinación de la metodología en la investigación de mercado.....	33
2.2. Análisis de la demanda.....	34
2.2.1 Data histórica del consumidor y sus patrones de consumo.....	34
2.2.2 Demanda mediante fuentes primarias.....	36
2.2.3 Demanda Potencial.....	47
2.3 Análisis de la oferta	49
2.3.1 Análisis de la competencia.....	49
2.3.2 Beneficios ofertados por los competidores directos.....	49
2.3.3 Análisis competitivo y comparativo (Matriz EFE).....	51
2.4 Determinación de la demanda para el proyecto.....	53
2.4.1 Segmentación del mercado.....	53
2.4.2 Selección de mercado meta.....	54
2.4.3 Determinación de la participación de mercado para el proyecto.....	55
2.5 Definición de la estrategia de comercialización.....	56

2.5.1 Políticas de plaza.....	56
2.5.2 Publicidad y promoción.....	56
2.5.3 Análisis de precios.....	57
CAPÍTULO III: LOCALIZACIÓN DEL SERVICIO.....	59
3.1 Identificación y análisis detallado de los factores de micro localización.....	59
3.2 Identificación y descripción de las alternativas de micro localización.....	59
3.3 Evaluación y selección de localización	62
CAPÍTULO IV: DIMENSIONAMIENTO DEL SERVICIO	64
4.1 Relación tamaño-mercado	64
4.2 Relación tamaño-recursos.....	64
4.3 Relación tamaño-tecnología	65
4.4 Relación tamaño-inversión.	66
4.5 Relación tamaño-punto de equilibrio.....	66
4.6 Selección de la dimensión del servicio	68
CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	69
5.1. Proceso para la realización del servicio.....	69
5.1.1 Descripción del proceso del servicio.....	70
5.1.2 Diagrama de flujo del servicio.....	71
5.2 Descripción del tipo de tecnología a usarse en el servicio	72
5.3 Capacidad instalada	80
5.3.1 Identificación y descripción de los factores que intervienen en brindar el servicio.....	80
5.3.2 Determinación del factor limitante de la capacidad.....	80
5.3.3 Determinación del número de recursos del factor limitante.....	80
5.3.4 Cálculo de la capacidad instalada del servicio.....	81
5.4 Resguardo de la calidad	83
5.4.1 Calidad del proceso y del servicio.....	83
5.4.2 Niveles de satisfacción del cliente.....	84
5.4.3 Medidas de resguardo de la calidad.....	85
5.5 Impacto ambiental.....	88
5.6 Seguridad y salud ocupacional	88
5.7 Sistema de mantenimiento	89
5.8 Programa de operaciones del servicio	92
5.8.1 Consideraciones sobre la vida útil del proyecto.....	92

5.8.2 Programa de operaciones del servicio durante la vida útil del proyecto.....	92
5.9 Requerimiento de materiales, personal y servicios.....	93
5.9.1 Materiales para el servicio.....	93
5.9.2 Determinación del requerimiento de personal de atención al cliente.....	95
5.9.3 Servicios de terceros.....	96
5.9.4 Otros: energía eléctrica, agua, transportes, etc.....	97
5.10 Soporte físico del servicio.....	99
5.10.1 Factor edificio.....	99
5.10.2 El ambiente del servicio.....	103
5.11 Disposición de la instalación del servicio.....	104
5.11.1 Disposición general.....	104
5.11.2 Disposición de detalle.....	107
5.12 Cronograma de implementación del proyecto.....	108
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	109
6.1 Formación de la organización empresarial.....	109
6.2 Requerimientos de personal directivo, administrativo y de servicios; y funciones generales de los principales puestos.....	109
6.3 Esquema de la estructura organizacional.....	113
CAPÍTULO VII: PRESUPUESTOS Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	114
7.1 Inversiones.....	114
7.1.1 Estimación de las inversiones de largo plazo (tangibles e intangibles).....	114
7.1.2 Estimación de las inversiones de corto plazo (capital de trabajo).....	116
7.2 Costos de las operaciones del servicio.....	116
7.2.1 Costos de materiales del servicio.....	117
7.2.2 Costo de los servicios (energía eléctrica, agua, transporte, etc.).....	120
7.2.3 Costo de Personal.....	121
7.3 Presupuesto de ingresos y egresos.....	124
7.3.1 Presupuesto de ingreso por ventas.....	124
7.3.2 Presupuesto de costos del servicio.....	125
7.3.3 Presupuesto operativo de gastos generales.....	125
7.4 Presupuestos financieros.....	126
7.4.1 Presupuesto de servicio de deuda.....	126
7.4.2 Presupuesto de Estados Resultados.....	127
7.5 Flujo de fondos netos.....	127

7.5.1 Flujo de fondos económicos.....	127
7.5.2 Flujo de fondos financieros.....	128
7.6 Evaluación Económica y Financiera.....	128
7.6.1 Evaluación económica: VAN, TIR, B/C, PR.....	128
7.6.2 Evaluación financiera: VAN, TIR, B/C, PR.....	132
7.6.3 Análisis de los resultados económicos y financieros del proyecto.....	133
7.6.4 Análisis de sensibilidad del proyecto.....	133
CAPÍTULO VIII: EVALUACIÓN SOCIAL DEL PROYECTO.....	135
8.1 Indicadores sociales	135
8.2 Interpretación de indicadores sociales	135
CONCLUSIONES	137
RECOMENDACIONES	138
REFERENCIAS.....	139
BIBLIOGRAFÍA	139
ANEXOS.....	144



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Distribución del presupuesto de los peruanos	4
Tabla 2.1 Lima metropolitana 2019: Población por sexos y segmentos de edad	18
Tabla 2.2 Perú: Población estimada y proyectada, según sexo y departamento.....	19
Tabla 2.3 Lima metropolitana 2019: Estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas	20
Tabla 2.4 Distritos de Lima Metropolitana y población	21
Tabla 2.5 Valoración de factores	25
Tabla 2.6 Seguridad	25
Tabla 2.7 Cantidad de pobladores adultos mayores	26
Tabla 2.8 Costo Local	26
Tabla 2.9 Vida nocturna.....	26
Tabla 2.10 Documentación	27
Tabla 2.11 Método de ranking y factores	27
Tabla 2.12 Análisis Porter (Fuerza e Intensidad)	33
Tabla 2.13 Demanda mediante fuentes primarias (En miles de personas)	36
Tabla 2.14 Hogares y población por sexo y segmentos de edad según nivel socioeconómico	40
Tabla 2.15 Determinación de las visitas	47
Tabla 2.16 Consumo por visitas	48
Tabla 2.17 Demanda potencial para el proyecto.....	48
Tabla 2.18 Competencia Indirecta y sus ubicaciones	49
Tabla 2.19 Análisis competitivo y comparativo (Matriz EFE).....	52
Tabla 2.20 Características Psicográficas del público objetivo.	54
Tabla 2.21 Demanda para el proyecto	545
Tabla 3.1 Valoración de factores	59
Tabla 3.2 Seguridad	60
Tabla 3.3 Disponibilidad de locales.....	60
Tabla 3.4 Costo de los locales	61
Tabla 3.5 Cercanía a zona comercial	61
Tabla 3.6 Permiso municipal	62

Tabla 3.7 Estacionamiento público.....	62
Tabla 3.8 Evaluación y selección de localización.	63
Tabla 4.2 Proyección de la demanda para el proyecto	64
Tabla 4.3 Relación tamaño-tecnología	65
Tabla 4.4 Sueldos de los empleados	66
Tabla 4.5 Punto de equilibrio.....	68
Tabla 5.1 Especificación técnica	69
Tabla 5.2 LMP de decibeles	69
Tabla 5.3 Equipos y utensilios requeridos para el proyecto	82
Tabla 5.4 Análisis de los peligros en la recepción, almacenamiento y servicio de las botellas de vidrio.....	85
Tabla 5.5 Análisis de los peligros en el proceso de elaboración de piqueos	87
Tabla 5.6 Impacto ambiental	89
Tabla 5.7 Sistema de mantenimiento	91
Tabla 5.8 Años, personas y % de utilización.....	92
Tabla 5.9 Requerimiento de materiales para el servicio	94
Tabla 5.10 Requerimiento de Personal	96
Tabla 5.11 Consumo de agua promedio por persona.....	97
Tabla 5.12 Requerimiento anual de energía eléctrica.....	98
Tabla 5.13 Factor Edificio I.....	101
Tabla 5.14 Estimaciones de elementos móviles	102
Tabla 5.15 Estimación del área.....	102
Tabla 5.16 Motivos de relación	104
Tabla 5.17 Código de proximidades	104
Tabla 5.18 Cronograma de implementación del proyecto	108
Tabla 7.1 Distribución de la inversión.....	114
Tabla 7.2 Inversiones en activo fijo.....	114
Tabla 7.3 Inversiones en activo intangible	115
Tabla 7.4 Capital de trabajo.....	116
Tabla 7.5 Costos de materiales del servicio.....	117
Tabla 7.6 Requerimiento anual de energía eléctrica.....	120
Tabla 7.7 Personal de atención al cliente.....	121
Tabla 7.8 Servicios del soporte interno del servicio.....	122
Tabla 7.9 Servicios Terceros (Costo Mensual).....	122

Tabla 7.10 Costo anual de mano de obra directa.....	123
Tabla 7.11 Costo anual de mano de obra indirecta.....	124
Tabla 7.12 Costo mano de obra total.....	124
Tabla 7.13 Presupuesto de ingreso por ventas.....	125
Tabla 7.14 Presupuesto de costos del servicio.....	125
Tabla 7.15 Presupuesto operativo de gastos generales (Activo Intangible).....	126
Tabla 7.16 Servicio de la deuda.....	126
Tabla 7.17 Estado de Resultados (nuevos soles).....	127
Tabla 7.18 Flujo de fondos económicos.....	127
Tabla 7.19 Flujo de fondos financieros.....	128
Tabla 7.20 Costo de Oportunidad del inversionista (COK).....	129
Tabla 7.21 Flujo económico y VAN económico (nuevos soles).....	130
Tabla 7.22 Indicadores Financieros (Flujo económico).....	131
Tabla 7.23 Flujo financiero y VAN financiero (nuevos soles).....	132
Tabla 7.24 Indicadores Financieros (Flujo financiero).....	133
Tabla 7.25 Activos y capital (Inversión total).....	133
Tabla 7.26 Análisis de sensibilidad del proyecto.....	134
Tabla 8.1 Indicadores Sociales.....	135

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Crecimiento del PIB 2018-2019.....	1
Figura 1.2 Clases sociales en el Perú.....	5
Figura 1.3 Clase media a nivel nacional.....	6
Figura 1.4 Los 10 países latinos que consumen más alcohol.....	7
Figura 2.1 Interior de una discoteca.....	15
Figura 2.2 Lima Metropolitana.....	18
Figura 2.3 Población de Lima Metropolitana por generación.....	21
Figura 2.4 Distritos con la mayor cantidad de adultos mayores.....	23
Figura 2.5 Distritos con mayor índice de delincuencia Lima Metropolitana: denuncias por comisión de delitos, según distrito.....	24
Figura 2.6 Perú: Evolución del gasto real promedio per cápita mensual, 2007-2018 (Soles constantes base=2018 a precios de Lima Metropolitana).....	28
Figura 2.7 Modelo de negocio (Canvas).....	33
Figura 2.8 Crecimiento poblacional del adulto mayor (2005-2015).....	34
Figura 2.9 En los últimos 30 días consumieron alguna bebida alcohólica, según sexo y región natural.....	35
Figura 2.10 Perú: Hogares con algún miembro adulto/a mayor, según área de residencia.....	37
Figura 2.11 Detalles generales del adulto mayor en Lima Metropolitana.....	37
Figura 2.12 Rutinas generales del adulto mayor en Lima Metropolitana.....	38
Figura 2.13 Uso de las redes sociales en adulto mayor en Lima Metropolitana.....	38
Figura 2.14 Nivel educativo del adulto mayor.....	38
Figura 2.15 Perú: Población adulta mayor, por tipo de seguro de salud.....	39
Figura 2.16 Perú: Población adulta mayor por condición de actividad, según sexo.....	39
Figura 2.17 ¿Frecuenta o ha visitado un Bar/Discoteca?.....	42
Figura 2.18 ¿Con qué frecuencia visita estos establecimientos?.....	42
Figura 2.19 ¿Cuánto tiempo permanece en el establecimiento?.....	43
Figura 2.20 ¿Qué cree que le puede faltar a estos establecimientos?.....	43
Figura 2.21 ¿Estaría dispuesto a visitar una nueva discoteca que cumpla con las normas municipales y seguridad que se le exige?.....	44

Figura 2.22 Escala de intensidad de su visita (1: Probablemente visitaría, 10: De todas maneras, visitaría). Marque con una “X”.	44
Figura 2.23 ¿Cuánto máximo pagaría por la entrada?	45
Figura 2.24 ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en cada visita?	45
Figura 2.25 ¿Qué tipo de bebida consumiría dentro de una discoteca?	46
Figura 2.26 ¿Qué factores son determinantes para convertirse en un cliente regular de una discoteca?	46
Figura 2.27 ¿Asistiría a una discoteca en la cual también se priorice la interacción cultural?	47
Figura 2.28 Rústica	50
Figura 2.29 Barranco Bar	50
Figura 2.30 Antiqua Disco Club	51
Figura 2.31 Principal fuente de ingresos de los adultos y adultos mayores	53
Figura 5.1 Diagrama de flujo del servicio	71
Figura 5.2 Equipos de Discoteca I	75
Figura 5.3 Equipos de Discoteca II	76
Figura 5.4 Equipos de Discoteca III	77
Figura 5.5 Equipos de Discoteca IV	78
Figura 5.6 Equipos de Discoteca V	79
Figura 5.7 Cálculo de la capacidad de atención	83
Figura 5.8 Identificación de actividades	105
Figura 5.9 Tabla relacional de actividades	106
Figura 5.10 Diagrama Relacional	106
Figura 5.11 Plano de distribución de la discoteca para adulto mayor.	107
Figura 6.1 Esquema de la estructura organizacional	113

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta	145
-------------------------	-----



RESUMEN

El propósito del estudio fue determinar la viabilidad de mercado, técnica, económica y financiera para la instalación de una discoteca para el adulto mayor en Lima Metropolitana, para lograr este objetivo se realizó una evaluación de múltiples factores, como el sector de la población donde resultaría más adecuado de acuerdo a las características de la zona, en comparación con otras, para realizar un buen análisis se consideran aspectos como demanda, entorno, nivel de competencia, entre otros factores. Se empezó con una evaluación macro y micro del proyecto, donde se revisan aspectos de inversión, tiempo de vida útil, impacto ecológico, entre otros. La investigación se centró en la descripción de la realidad evaluada, en función de satisfacer la población, en este caso adultos mayores, teniendo presente la seguridad y calidad del servicio en base a los requerimientos de los clientes. Se ubicó la discoteca en Santiago de Surco, específicamente en Avenida Jorge Chávez se tomaron en cuenta los sectores A, B y C con respecto al nivel socioeconómico. En base al análisis económico se determinó que, desde la perspectiva de flujos financieros, los resultados muestran VAN = S/ 1 268 878,47, TIR = 178%, Periodo de Recupero = 0,7 año y Relación Beneficio/Costo = 7,04, además de considerar la cantidad de personas en el distrito 134 242, estos indicadores permiten comprender que la inversión es factible. Dentro de las recomendaciones se señala de tener un panorama claro del desenvolvimiento del mercado, para de esta manera garantizar posteriores actualizaciones en relación a las estrategias de posicionamiento.

Palabras claves: Adulto mayor; discoteca; lugar de entretenimiento; cerveza, 60 años

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine the market, technical, economic and financial viability for the installation of a nightclub for the elderly in Metropolitan Lima, to achieve this objective an evaluation of multiple factors was carried out, such as the sector of the population where it would result more appropriate according to the characteristics of the area, compared to others, to carry out a good analysis, aspects such as demand, environment, level of competition, among other factors are considered. It began with a macro and micro evaluation of the project, where investment aspects, useful life time, ecological impact, among others, are reviewed. The research focused on the description of the evaluated reality, based on satisfying the population, in this case older adults, keeping in mind the safety and quality of the service based on the clients' requirements. The nightclub was located in Santiago de Surco, specifically on Avenida Jorge Chávez, sectors A, B and C were taken into account with respect to socioeconomic level. Based on the economic analysis, it was determined that, from the perspective of financial flows, the results show, VAN = S / 1 268 878,47, IRR = 178%, Recovery Period = 0,7 year and Benefit / Cost Ratio = 7,04, in addition to considering the number of people in the district, 134 242, these indicators allow us to understand that the investment is feasible. Among the recommendations, it is indicated to have a clear panorama of the development of the market, in order to guarantee subsequent updates in relation to positioning strategies.

Keywords: Older person; discotheque; place of entertainment; beer; 60 years.

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES

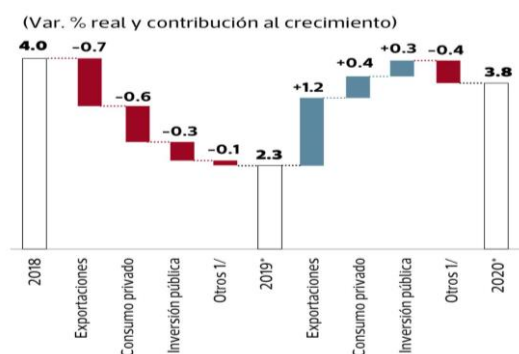
1.1 Problemática

En la actualidad, se evidencia un auge de la industria del entretenimiento saludable a consecuencia de los altos niveles de estrés que experimenta la sociedad. La rutina de trabajo, las responsabilidades obligatorias y afines promueven estas tensiones que sobrecargan y apesadumbran a las personas, sin excepción, y que buscan un espacio de diversión para, de alguna manera, aislarse del ritmo ajetreado y sobrecargado que siempre experimentan. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2020):

Actividades de servicio de bebidas reportó un avance de 8,88%, por los negocios de cafeterías, bar restaurantes, discotecas, juguerías y bares, impulsados por la temporada alta de verano, estrategias de marketing, lanzamiento de nuevos productos, shows artísticos, innovadora carta de bebidas y apertura de sucursales. (p.10)

Estas cifras permiten comprender que el sector servicios es uno de los más productivos y está creciendo constantemente. Es pertinente señalar que la inversión en el sector privado para el año 2020 se proyecta un crecimiento de 3,8 % con respecto al 2019 como se aprecia en la Figura 1.1. Esta situación tiene gran impacto para realizar nuevas inversiones.

Figura 1.1
Crecimiento del PIB 2018-2019



Nota. De “Crecimiento del PBI 2018-2020” por Banco Central de Reserva del Perú, en J. Terranova, 2019, BCR: PBI crecería 4.1% en primer trimestre del 2020 ¿por qué?. *Gestión*. (<https://gestion.pe/economia/bcr-recuperacion-de-las-exportaciones-y-de-la-inversion-publica-explican-el-incremento-de-la-tasa-de-crecimiento-del-pbi-a-38-en-2020-reporte-de-inflacion-noticia/>)

Todo lo referenciado previamente significa una gran oportunidad para los inversionistas, ya que por medio de la creación de negocios innovadores dinamizan el mercado y al mismo tiempo se satisfacen las necesidades del público objetivo. Dentro de estos servicios entran las discotecas, como un rubro en crecimiento, en términos generales se cree que estos establecimientos son sólo para personas de entre los 18 a 25 años de edad, por ejemplo, busca un tipo de diversión más dinámica y novedosa; sin embargo, existe una población referida a las personas de más de 60 años los cuales no están siendo considerados dentro de las actividades de entretenimiento.

Es preciso señalar que, el INEI (2020) “Al cuarto trimestre del año 2019, el 41,5% de los hogares del país tenía entre sus miembros al menos una persona de 60 y más años de edad. En Lima Metropolitana la proporción de hogares con algún miembro adulto/a mayor, alcanza el 44,9” (p.2). Asimismo, de acuerdo con INEI (2020):

Del total de hogares del país, el 28,2% tiene como jefe/a de hogar a un/a adulto/a mayor. Según sexo, existen más mujeres que hombres adultos/as mayores como cabeza de hogar. Así, del total de hogares que son conducidas por mujeres el 33,5% son adultas mayores, en el caso de los hogares con jefe hombre el 25,9% son adultos mayores. (p.2)

Todas estas cifras permiten comprender que no sólo hay una población no atendida, además está activa, que se mantiene trabajando y necesita un sitio para la diversión y bajar los niveles de estrés. Evidentemente, los sitios como discotecas en la actualidad están diseñados para atender a una demanda de personas entre 18 y 25 años. Dejando de lado, el diseño de sitios que atiendan las necesidades específica de otro tipo de población. Ante dicha realidad, se apertura un nicho de mercado dedicado a la inauguración de discotecas, bajo una perceptiva ingeniosa que permite dar respuesta a la población de adultos mayores, a través de un pequeño ambiente en donde pueda desterrar el estrés y los problemas cotidianos de sus pensamientos.

Llegado a este punto, se resalta la formación de una clase social importante que, consciente del ajetreo propio de la rutina, priorizan el placer, la satisfacción y el empoderamiento de instantes únicos con amigos en un ambiente de interacción jovial. Es decir, consideran las discotecas como un espacio saludable y de nuevas interacciones. En pocas palabras, se revalida la mina económica que representa dicho sector y que requiere de un mayor presupuesto económico para garantizar el goce, siendo alcanzable por parte

de los peruanos, en especial por las personas mayores, que tienen un sustento económico consolidado y poderoso (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2018).

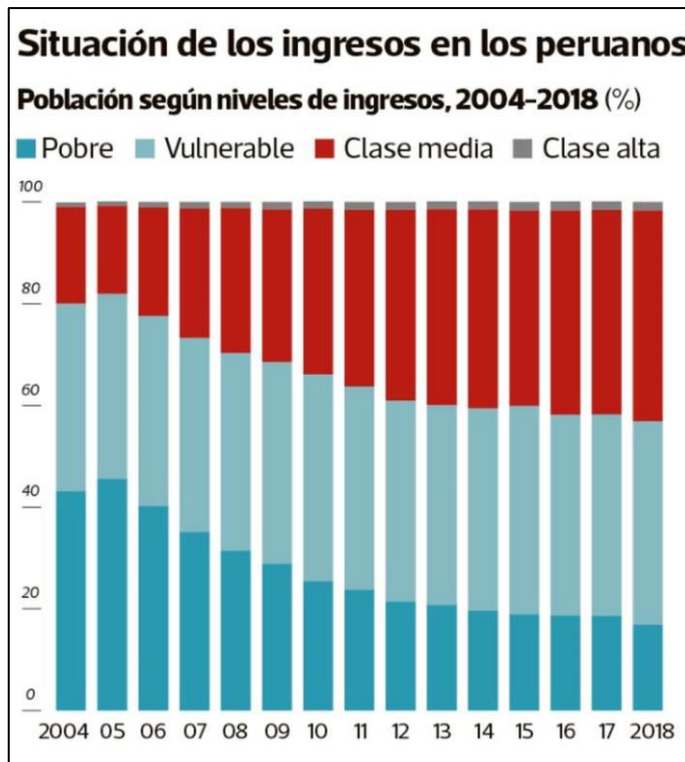
Tabla 1.1
Distribución del presupuesto de los peruanos

GRUPO	TOTAL	NSE AB	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE D
Grupo 01: Alimentos-gastos promedio	S/ 593,00	S/ 840,00	S/ 667,00	S/ 687,00	S/ 687,00	S/ 508,00	S/ 409,00
Grupo 02: Vestido y Calzado-gasto promedio	S/ 98,00	S/ 181,00	S/ 105,00	S/114,00	S/ 92,00	S/ 74,00	S/ 57,00
Grupo 03: Alquiler de vivienda, combustible, electricidad y conservación de la vivienda-gasto promedio	S/ 172,00	S/ 357,00	S/ 189,00	S/ 204,00	S/ 167,00	S/ 122,00	S/ 74,00
Grupo 04: Muebles, enseres y mantenimiento de la vivienda-gasto promedio	S/ 86,00	S/ 234,00	73,00	S/ 79,00	S/ 63,00	S/ 51,00	S/ 42,00
Grupo 05: Cuidado conservación de la salud y servicios médicos – gasto promedio.	S/ 122,00	S/ 244,00	S/ 137,00	S/ 153,00	S/ 112,00	S/ 88,00	S/ 55,00
Grupo 06: Transportes y Comunicaciones – gastos promedio	S/ 177,00	S/ 495,00	S/ 173,00	S/ 199,00	S/ 133,00	S/ 92,00	S/ 58,00
Grupo 07: Esparcimiento, diversión, servicios culturales y de enseñanza – gasto promedio	S/ 192,00	S/ 509,00	S/ 208,00	S/ 242,00	S/ 156,00	S/ 96,00	S/ 57,00
Grupo 08: Otros bienes y servicios-gastos promedio	S/ 97,00	S/ 180,00	S/ 104,00	S/ 112,00	S/93,00	S/ 72,00	S/ 56,00
PROMEDIO GENERAL DE GASTOS FAMILIARES MENSUALES	S/ 2 444,00	S/ 4 658,00	S/ 2 686,00	S/ 2 873,00	S/ 2 410,00	S/ 1 782,00	S/ 1 237,00

Nota: De Niveles Socioeconómicos 2019, por Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados, 2019. (<http://apeim.com.pe/informes-nse-antiores/nse-2019/>)

Ahora bien, partiendo de la Figura 1.2 se identifica que quienes mayor cantidad de dinero invierten en diversión son las personas de clase media, siendo, en este caso, el nicho económico.

Figura 1.2
Clases sociales en el Perú

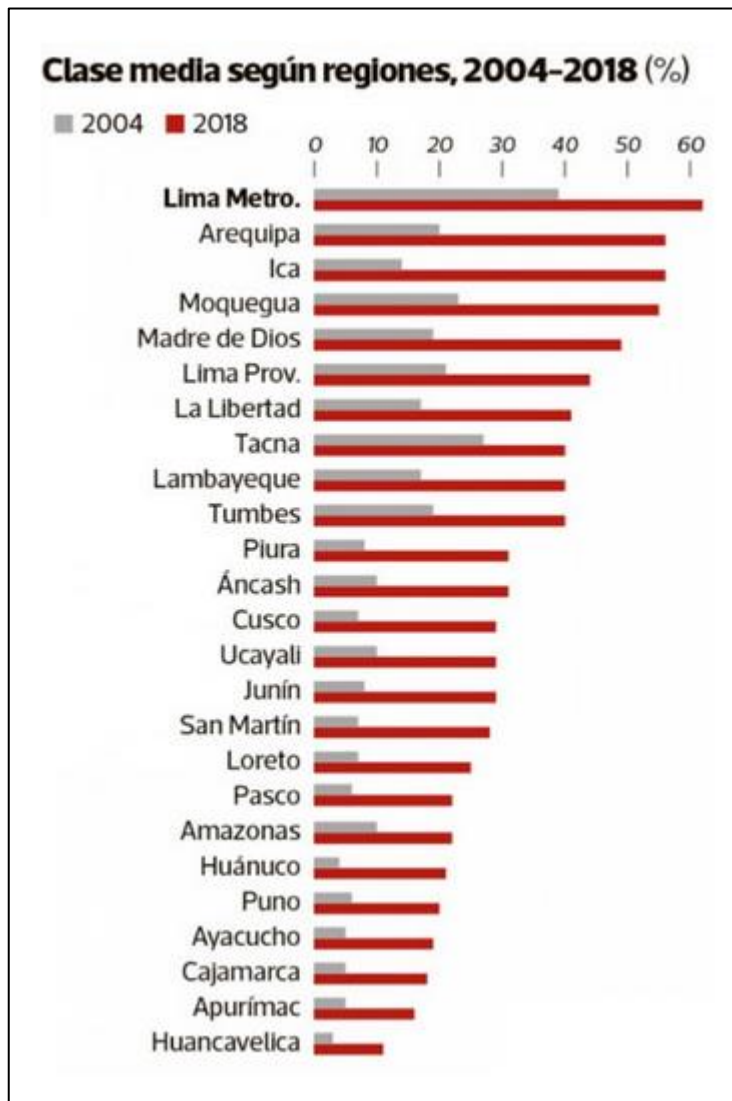


Nota. De Produce: Producción de pisco alcanzaría los 7,6 millones de litros en el 2019, por R. Guerra, 2019. (<https://elcomercio.pe/economia/peru/produce-produccion-pisco-alcanzaria-7-6-millones-litros-2019-noticia-603496-noticia/>)

Por otro lado, la identificación de la clase media a nivel nacional debe ser considerada como una oportunidad de crecimiento, aunque también como una problemática, siempre y cuando se analice la información desde un punto de vista retrospectivo. Es decir, de la cantidad de personas que configuran plenamente como una fuente de ingresos considerables pero que a la fecha no se ha podido recaudar dichos montos a causa de una falta de visión empresarial y estudios competentes.

Figura 1.3

Clase media a nivel nacional

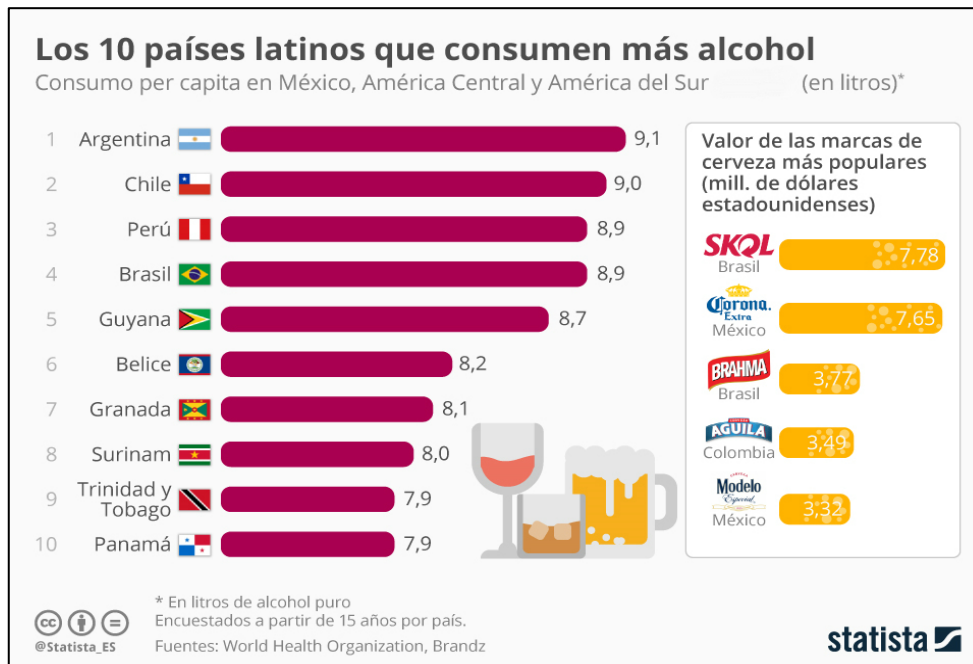


Nota. De *El PBI y los baches en el camino*, por Instituto Peruano de Economía, 2019.
(<https://www.lampadia.com/opiniones/instituto-peruano-de-economia-ipe/el-pbi-y-los-baches-en-el-camino/>)

Como un punto a favor que motiva la inversión, se considera la relación directa que existe entre las discotecas y la venta de cervezas, que siempre es rentable por la predisposición humana a la diversión. Es por eso que, debido al gran crecimiento del consumo de cerveza en el Perú y el mundo, el negocio de la diversión ha sido tomado en cuenta por los inversionistas. Los Bares, Resto-Bares, Karaokes, Pubs y Discotecas son en muchos casos la primera opción de inversión para los empresarios (Terranova, 2019).

Figura 1.4

Los 10 países latinos que consumen más alcohol



Nota. De “Los 10 países latinos que consumen más alcohol” [imagen], en Estos son los países que consumen más cerveza, ¿Perú está en la lista?, 2019. (<https://rpp.pe/economia/economia/estos-son-los-paises-que-consumen-mas-cerveza-peru-esta-en-la-lista-cerveza-dia-de-la-cerveza-peru-pilsen-cusquena-cristal-brasil-argentina-noticia-1212391?ref=rpp>)

En el Perú, se puede visualizar un crecimiento acelerado de estos establecimientos en todos los distritos y departamentos del Perú. Es importante acotar que, teniendo como base todo lo mencionado anteriormente, se puede evidenciar la necesidad de dar respuesta a un sector de la población que no está siendo considerada y atendida. En tal sentido la investigación tiene dentro de sus finalidades la instalación de una discoteca aplicando los métodos de la Ingeniería Industrial como: localización y distribución del local, la gestión de servicios, seguridad industrial, análisis económicos y financieros obteniendo información para ver si es viable este tipo de negocio. Cabe destacar que, para el desarrollo de la investigación se considerará el foco en donde se concentra la mayor cantidad de público objetivo, con la finalidad de garantizar el éxito del emprendimiento.

1.2 Objetivos de la investigación

Objetivo general

Determinar la viabilidad de mercado, técnica, económica y financiera para la instalación de una discoteca para el adulto mayor en Lima Metropolitana.

Objetivos específicos

- Realizar el estudio de mercado estableciendo la demanda para una discoteca dirigida al adulto mayor en Lima Metropolitana.
- Determinar los requerimientos necesarios para la selección de la ubicación y tamaño del local que demanda para una discoteca dirigida al adulto mayor en Lima Metropolitana.
- Determinar la inversión necesaria y los costos para la instalación de una discoteca para el adulto mayor en Lima Metropolitana.

1.3 Alcance de la investigación

Alcance:

- La presente investigación busca dar información para la implementación de una discoteca para el adulto mayor en Lima Metropolitana aprovechando el mercado tan amplio al que puede estar dirigido.
- Este trabajo se centrará en el mejor manejo en los servicios relacionado a una discoteca para el adulto mayor en Lima Metropolitana.

Limitaciones

- Para la investigación, no se puede conseguir información exacta sobre la demanda del negocio, ya que, esta depende de la cantidad de habitantes en el lugar de ubicación de la discoteca para el adulto mayor en Lima Metropolitana.
- No existen antecedente de trabajos de investigación en la Universidad que se puedan tomar como referencia para este trabajo.
- La información en general de una discoteca para el adulto mayor en Lima Metropolitana es muy difícil de conseguir, debido a que no existe una base de datos.

1.4 Justificación del tema

Técnica

El proyecto es técnicamente viable, ya que es posible conseguir el local, la materia prima, insumos, tecnología, mano de obra calificada y permisos para poder instalar una discoteca. Se busca que la maquinaria empleada sea óptima y con una proyección significativa al ahorro de energía.

Económica

En el ámbito económico, el estudio permite el emprendimiento en temas innovadores, además de generar ingresos y ganancias de acuerdo con los datos estadísticos referidos a este tema. Aun cuando el gasto inicial puede ser alto, esto se recuperaría a mediano plazo en el tiempo que la discoteca comienza a brindar sus servicios de entretenimiento y la venta de sus productos.

Social

Desde la perspectiva social, la investigación le dará respuesta a un sector de la población, creando un ambiente que le permita bajar los niveles de estrés, distraerse con sus amigos en un entorno acorde con las exigencias y necesidades de su edad. Las personas se sentirán activas socialmente, mejorando su autoestima y fortaleciendo las relaciones sociales. Asimismo, será una fuente de trabajo para otros de forma directa e indirecta.

1.5 Hipótesis de trabajo

La instalación de discoteca para el adulto mayor en Lima Metropolitana es viable debido a que existen las condiciones de mercado, técnica, económica y financiera.

1.6 Marco referencial

Para el presente proyecto se tomó de referencia trabajos de egresados de la Universidad, páginas web confiables y afines. Cabe destacar que estos son mencionados a continuación con el objetivo de nutrir la investigación, relacionado con la implementación de una discoteca:

Goñi y Parodi (2019) “Estudio de prefactibilidad para la instalación de un bar de hielo temático en Cusco”. Trabajo de investigación para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial. Perú. Universidad de Lima. Se concluyó que:

La ciudad de Cusco es la localidad óptima para el proyecto debido, principalmente, a un incremento anual mayor a 5% de turistas. El proyecto del bar de hielo temático es rentable desde el punto de vista económico, social y técnico. (p.76)

Quilumba (2018) “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de entretenimiento y diversión nocturna, en la modalidad de bar discoteca, “apoyando el plan nacional del buen vivir” en el sector de la concepción, norte del D. M. de Quito, 2017-2018”. Trabajo previo la obtención del título de Tecnólogo en Administración de Recursos Humanos y Personal. Quito: Centro Tecnológico Superior Cordillera. Dentro de las conclusiones se señaló:

Con un nivel de confianza del 95% con la cual se obtuvieron resultados favorables para la aceptación del proyecto. Luego de haber realizado las proyecciones, estados y balances, logramos valorar los índices de rentabilidad tales como TIR y VAN, demostrando resultados positivos que permiten deducir que el presente proyecto de investigación es viable además de tener una buena acogida en el mercado. (p.14)

En el presente trabajo de investigación tiene por objetivo identificar cuáles son las necesidades no satisfechas por parte de las discotecas. De esta manera, promover un registro detallado a fin de crear una discoteca que realmente satisfaga las exigencias del público objetivo y así garantizar su posicionamiento.

Jácome y Merchán (2013) “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa que ofrezca servicios de distracción y entretenimiento para jóvenes en la ciudad de Guayaquil”. Tesis presentada como requisito para optar por el título de Ingeniero Comercial. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Dentro de las conclusiones se indicó que al 95 % de nivel de confianza se alcanzaron resultados favorables para la aprobación de la hipótesis antes propuesta.

El presente trabajo va relacionado directamente con el estudio de pre factibilidad de una empresa dedicada al entretenimiento, guardando estrecha relación con la

investigación al preponderar sobre las características del negocio, que serán tomadas de referencia para el mejor planteamiento de los objetivos.

Anticona y Anticona (2014) “Estudio de prefactibilidad para la implementación de una discoteca basada en shows y espectáculos innovadores en la ciudad de Trujillo”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Trujillo: Universidad Peruana del Norte. Dentro de las conclusiones se señaló:

El presente proyecto es viable desde el punto de vista de mercado, tecnológico, legal, administrativo y económico; evaluado mediante un Costo de Oportunidad de Capital del 8,66%. Obviamente esta proyección se enmarca de acuerdo al análisis contable de nuestro VAN proyectado que es de S/ 1 656 006 y ajustado al TIR de 62,64% como se precisa en nuestro plan contable. (p.13)

El estudio tiene por objetivo identificar las características del mercado referenciado para proponer estrategias de captación de clientes. Esta investigación es muy útil ya que bosqueja cuales son los gustos y/o preferencias del público meta peruano a fin de satisfacerlo con ideas ingeniosas y así garantizar la fidelidad.

Merchán y Pulgarín (2013). “Estudio de Factibilidad para la creación de una Discoteca temática de múltiples ambientes en el departamento de Risaralda para el año 2014”. Tesis para optar el título de Ingeniero Industrial. Risaralda: Universidad Pereira. Se concluyó que, para el primer año, el punto de equilibrio es de 4064 personas en el mes, teniendo una capacidad de más de 1000 asistentes por evento.

El valor actual neto (VNA) de la discoteca es de \$ 2 768 592 507, hallada con una tasa mínima aceptable de retorno (TMR) del 20%, y una tasa interna de retorno (TIR) del 45% aproximadamente, esto indica que al ser la TIR mayor al TMR, valida la viabilidad del plan de negocios, brindando seguridad a los posibles inversionistas haciendo que el proyecto de inversión sea factible. (p.141)

Este trabajo fue creado para demostrar la factibilidad de negocio en la creación de una discoteca en Colombia con diferentes ambientes aplicando herramientas de la Ingeniería Industrial.

Martínez y Tabango (2010) “Estudio de factibilidad para un proyecto de inversión para una discoteca para adolescentes”. Trabajo de graduación previo a la obtención de título de Ingeniero Comercial. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Esta investigación se ampara en la identificación de características propias de los adolescentes con el objetivo de brindarles una propuesta adecuada y personalizada. Ahora, si bien dicho trabajo se encuentra direccionada al público adolescente, siendo la investigación dirigida a adultos mayores, resulta significativa su especificación ya que brinda las herramientas necesarias para evaluar la lógica de análisis y emplearla en el público de edad opuesta, considerando que la mayoría de investigaciones se direcciona a un público de edad intermedia, de 18 a 25 años.

1.7 Marco conceptual

¿Qué es una discoteca?

Una discoteca puede ser vista como, un local público donde se sirven bebidas y se baila al son de música de discos (Martínez & Tabango, 2010). Es un ambiente en el cual los clientes satisfacen su necesidad de diversión al ritmo de música que mezcla un Disc-jockey, se venden cervezas y cocteles preparado por un Barman. Normalmente, la asistencia de público se da los fines de semana en horario nocturno (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2020). Dentro de una discoteca se pueden realizar conciertos, fiestas temáticas, shows en vivo para la captación de mayor clientela. No debe faltar la seguridad y el cumplimiento de todos los reglamentos municipales (Falcón et al, 2015).

¿Qué edad comprende el adulto mayor?

De acuerdo con la Ley de la persona adulta mayor (Ley N°. 30490, 2018) en el artículo 2 señala: “Entiéndase por persona adulta mayor a aquella que tiene 60 o más años de edad” (p.10).

Proceso de atención

Es el mecanismo por el cual un establecimiento, entidad o empresas garantiza en trato adecuado a sus clientes, a su público objetivo, con la finalidad de maximizar la consagración de expectativas previas, los grados de satisfacción, motivando la fidelidad y el posicionamiento en el mercado (Díaz & Soto , 2018).

En el caso de una discoteca el proceso de atención no varía. Es decir, se maneja el mismo procedimiento para todo rubro. Desde la llegada del cliente al local hasta el momento que le llega su pedido, la atención es recibida por un mesero y este lleva la orden a la barra, aquí es donde se prepara el pedido y el mesero es encargado de llevarlo al cliente en el menor tiempo posible, siempre imperando el buen trato (Falcón *et al.*, 2015).

Materia prima (Proveedores)

A continuación, se detalla las materias primas e insumos principales para brindar el servicio:

- Cerveza: Backus y Johnson es el principal proveedor de cerveza del país, dado que tiene los productos de mayor consumo para el mercado de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Cuenta en su cartera con marcas como Pilsen Callao, Cristal, Cuzqueña en todas sus variedades, Corona, Agua San Mateo, Guaraná, entre otros. Además, este proveedor te da mayores facilidades para el trabajo con sus productos, ya que prestan sus envases, el pago se hace por medio bancario, te brindan ofertas mensuales y existen incentivos para los trabajadores del negocio.
- Tragos: Las empresas Armendáriz y Diageo son distribuidores autorizados de estos productos. Además, en el Mercado Central (Jirón Puno) existen muchas tiendas autorizadas que se dedican al mismo rubro de venta de tragos, sus precios son relativamente más baratos que la competencia.
- El resto de insumos (jugos, limón, sal, gaseosas, frutas, entre otros) presentan muchas opciones para escoger el lugar de compra.

Enfoque Administrativo

La implementación de una discoteca requiere no únicamente de la ejecución de una lista de materiales, maquinarias y afines. Se debe considerar la dinamización actual del negocio para según ello poder tomar decisiones adecuadas, ya sea en tiempos favorables o adversos, con la finalidad de maximizar los resultados a futuro por medio de gestiones administrativas competentes.

Enfoque de Marketing

Para Stanton et al. (2007) “Marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización” (p. 6). De allí que, la implementación de una discoteca requiere también de proyecciones comerciales que permitan dinamizar el “producto” y garantizar su venta o afluencia.

Enfoque Técnico

Resulta imperativo conocer exactamente el lugar donde se va a implementar las ideas corroboradas que darán a concretar la discoteca. Es decir, una discoteca no se puede inaugurar en cualquier zona geográfica. De lo contrario, no se garantiza el éxito. Es por ello que se requiere de un estudio previo con la finalidad de determinar la ubicación más adecuada, en donde se cuente con mayor cantidad de público asistente, en donde se garanticen medidas de seguridad adecuadas, y se priorice considerablemente la recolección efectiva de dinero (Merchán & Pulgarín, 2013).

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Aspectos generales del estudio de mercado

2.1.1 Definición del giro de negocio del servicio y tipo de servicio

El servicio que la presente investigación propone va relacionado con el rubro del entretenimiento. Por tanto, el principal objetivo de su implementación consiste en brindar un ambiente de diversión saludable a los adultos mayores por medio de la propalación de música a fin de motivar el baile, la interacción y el consumo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, configurando un espacio exclusivo en donde impera la seguridad, calidad y bienestar.

Figura 2.1

Interior de una discoteca



Nota. Produce: Producción de pisco alcanzaría los 7,6 millones de litros en el 2019, por R. Guerra, 2019. (<https://elcomercio.pe/economia/peru/produce-produccion-pisco-alcanzaria-7-6-millones-litros-2019-noticia-603496-noticia/>)

De acuerdo con varios expertos se deben ofrecer una diversidad de servicios dentro de ellos se tienen los servicios base, real, aumentado y potencial, los cuales se explican a continuación:

Servicio base:

Discoteca para adultos mayores que dará el servicio de música para bailar y buscará que la clientela satisfaga su necesidad de diversión.

Servicio real:

Discoteca para adultos mayores que brindará un agradable ambiente con una distribución de equipos y mobiliarios que faciliten el tránsito y brinden comodidad a los clientes, ubicada en una zona comercial y segura. Además, el servicio se acompañará con la venta de bebidas tradicionales (cervezas, tragos y cocteles) y piqueos clásicos (chicharrón de pollo, tequeños, tablas de quesos, jamón y cabanosi) como acompañamiento. Los géneros musicales a ofrecer serán: música criolla, salsa, rock y merengue.

Se contará con todos los permisos obligatorios que exige la Municipalidad (Licencia de Funcionamiento y Certificado de Defensa Civil) para garantizar la seguridad de los clientes.

Servicio aumentado:

Discoteca para adulto mayor que ofrecerá el servicio de seguridad interna y externa del local para mantener la tranquilidad necesaria para los clientes y se contará con personal médico asistencial para cualquier emergencia. Además, se brindará orquestas en vivo y clases magistrales de baile dirigido al público objetivo. Asimismo, los asistentes frecuentes obtendrán beneficios como ingresos libres y descuentos en barra.

2.1.2 Principales beneficios del servicio

Usos y características del servicio

- Se ofrecerá las principales marcas de bebidas alcohólicas y no alcohólicas del mercado.
- El servicio de atención al cliente será personalizado.
- La discoteca contará con un Disc Jockey encargado de poner la música para que la clientela pueda bailar y divertirse.
- Presentación de orquestas en vivo y clases magistrales de baile.
- Existirá un espacio destinado para todas las personas que quieran bailar.
- Se contará con un Barman especializado en la preparación de los mejores

tragos.

- El local debe estar ambientado con tecnología especializada en discotecas como láser, cortadoras, luces leds, equipo de sonido, entre otros.
- Seguridad interna y externa para salvaguardar la integridad del público objetivo.
- Se contará con todos los permisos exigidos por la Municipalidad de Lima como Certificado de Defensa Civil y Licencia de Funcionamiento.
- Personal de salud asistencial en caso de emergencias.
- Socios estratégicos que brindarán el servicio de taxi particular

B. Servicio principal

Discoteca dirigida al adulto mayor que brinda música, venta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas y de piqueos con la finalidad de buscar el entretenimiento del público en mención. Para ello, la discoteca debe contar con toda la infraestructura y personal calificado configurado para este segmento exclusivo.

Servicios complementarios

- Personal médico asistencial ante cualquier contingencia.
- Estacionamiento particular tercero.
- Compañías de servicio de Taxi seguro para todos los adultos mayores que lo requieran.
- Presentaciones de orquestas en vivo acorde al público objetivo.
- Clases magistrales de baile.

2.1.3 Macro localización del servicio

El área geográfica en estudio fue Lima Metropolitana debido a que cuenta con la mayor concentración poblacional. De acuerdo con las cifras del INEI (2018): “De acuerdo con las estimaciones y proyecciones de población, la Provincia de Lima tiene una población de 9 millones 320 mil habitantes, al año 2018” (p.1).

Figura 2.2

Lima Metropolitana



Nota. De *Una mirada a Lima Metropolitana*, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2014. (https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1168/libro.pdf)

Tabla 2.1

Lima metropolitana 2019: Población por sexos y segmentos de edad

GRUPO DE EDAD	Total		HOMBRES		MUJERES	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
00-05 años	941,7	8,9	481,3	9,2	460,4	8,6
06-12 años	1 102,1	10,4	561,9	10,7	540,2	10,1
13-17 años	828,5	7,8	420,4	8,0	408,1	7,7
18-24 años	1 357,4	12,8	692,2	13,2	665,2	12,5
25-39 años	2 683,4	25,5	1 348,8	25,7	1 334,6	25,0
40-55 años	2 086,5	19,7	1 020,1	19,4	1 066,4	20,0
56-+ años	1 581,3	14,9	722,7	13,8	858,6	16,1
TOTAL	10 580,09	100,0	5 247,4	100,0	5 333,5	100,0

Nota. De *Perú: Población 2019*, por Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública S.A.C., 2019. (http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf)

Se debe destacar que, de acuerdo con las proyecciones de CPI, (2019). Lima metropolitana, la población es de 10 580 900 personas, siendo uno de los sectores más poblados de Lima. Estas proyecciones concuerdan con lo señalado por INEI (2019), las cuales se muestran a continuación en la figura 2.4.

Tabla 2.2

Perú: Población estimada y proyectada, según sexo y departamento

Departamento/ Sexo	1995	2000	2005	2013	2015	2016	2017	2018	2020
Lambayeque									
Mujeres	506	554	589	637	648	654	659	665	675
Hombres	489	531	562	603	612	617	622	626	635
Lima									
Mujeres	3 548	3 946	4 320	4 889	5 046	5 126	5 207	5 289	5 453
Hombres	3 460	3 822	4 154	4 652	4 792	4 863	4 936	5 009	5 156

Nota. De “Evolución de la pobreza monetaria 2077-2018. Informe técnico”, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019.
(https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1646/libro.pdf)

Asimismo, se señala la estructura socioeconómica especificando cada zona, en la Tabla 2.3 se explica en forma detallada.

Tabla 2.3

Lima metropolitana 2019: Estructura socioeconómica de la población por zonas geográficas

Zonas	Distritos	Población		Estructura socioeconómica (%)			
		Miles	% sobre total	AB	C	D	E
LIMA NORTE	Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres	2 627,6	24,8	22,9	44,1	27,6	5,4
LIMA CENTRO	Breña, La Victoria, Lima, Rimac, San Luis	828,4	7,8	33,1	43,3	20,2	3,5
LIMA MODERNA	Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo	1 416,0	13,4	76,8	17,4	4,5	1,3
LIMA ESTE	Ate, Chaclayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita	2 616,4	24,7	17,7	45,7	29,6	7,0
LIMA SUR	Chorillos, Lurín, Pachacamac, San Juan de Miraflores, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo	1 839,8	17,4	13,3	53,4	27,4	5,9
CALLAO	Bellavista, Callao, Carmen de la Legua Reynoso, La Perla, La Punta, Mi Perú, Ventanilla	1 100,4	10,4	21,7	45,9	23,6	8,8
BALNEARIOS	Ancón, Pucusana, Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Santa María del Mar, Santa Rosa	152,4	1,4	9,7	39,9	37,7	12,7
TOTAL, LIMA METROPOLITANA		10 580,9	100,0	27,7	42,6	24,1	5,6

Nota. De Perú: Población 2019, por Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública S.A.C., 2019. (http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf).

Es importante resaltar la necesidad de mencionar la población de Lima Metropolitana por generación, lo cual permite al investigador determinar la población por edades en términos porcentuales, como se observa en la Figura 2.3.

Figura 2.3

Población de Lima Metropolitana por generación

GENERACIÓN Z - CENTENIALS	GENERACIÓN Y - MILLENNIALS	GENERACIÓN X	BABY BOOMERS	SILENCIOSA
(MENORES 18 años)	(18 a 35 años)	(36 a 55 años)	(56 a 71 años)	(72 a + años)
Hombres 1,463.6 Mujeres 1,408.7 TOTAL 2,872.3	Hombres 1,718.5 Mujeres 1,673.4 TOTAL 3,391.9	Hombres 1,342.6 Mujeres 1,392.8 TOTAL 2,735.4	Hombres 545.4 Mujeres 623.1 TOTAL 1,168.5	Hombres 177.3 Mujeres 235.5 TOTAL 412.8
27.1%	32.1%	25.9%	11.0%	3.9%

Nota. De Perú: Población 2019, por Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública S.A.C., 2019. (http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf).

Existe otro aspecto importante a señalar, el índice de consumo en la zona de Lima Metropolitana, lo que implica la disposición de las personas a consumir. Como se muestra en la Tabla 2.4.

Tabla 2.4

Distritos de Lima Metropolitana y población

Región	Distritos	Población
Lima Centro	Breña	85 315
	La Victoria	173 630
	Centro de Lima	268 352
	Lince	54 711
	Rímac	174 785
Lima Residencial	Barranco	34 378
	Jesús María	75 359
	La Molina	140 679
	Magdalena	60 290
	Miraflores	99 337
	Pueblo Libre	83 323
	San Borja	113 247
	San Isidro	60 735
	San Luis	52 082
	San Miguel	155 384
Santiago de Surco	329 152	
Surquillo	91 023	

Continúa

Continuación

Región	Distritos	Población
Lima Este	Ate	599 196
	Cieneguilla	34 684
	Chaclacayo	42 912
	San Juan de Lurigancho	1 038 495
	El Agustino	198 862
	Lurigancho – Chosica	240 814
	Santa Anita	196 214
Lima Norte	Ancón	62 928
	Carabaylo	333 045
	Comas	520 450
	Independencia	211 360
	Los Olivos	325 884
	Puente Piedra	329 675
	San Martín de Porres	654 083
Santa Rosa	27 863	
Lima Sur	Chorrillos	314 241
	Lurín	89 195
	Pachacamac	110 071
	Pucusana	14 891
	Punta Hermosa	15 874
	Punta Negra	7 074
	San Bartolo	7 482
	San Juan de Miraflores	355 219
	Santa María del Mar	999
	Villa el Salvador	393 254
Villa María del Triunfo	398 433	

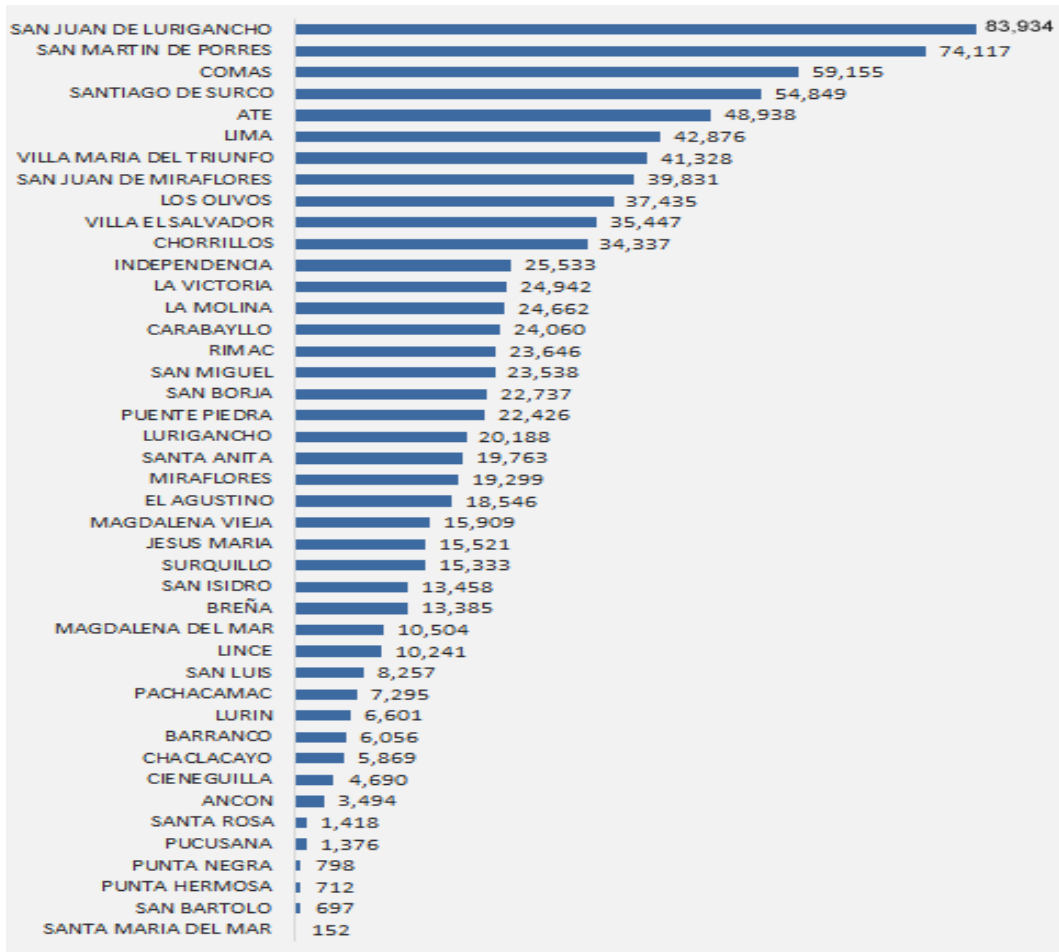
Nota. De *Evolución de la pobreza monetaria 2077-2018. Informe técnico*, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019.

(https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1646/libro.pdf)

A continuación, se detallan los distritos con la mayor cantidad de adultos mayores:

Figura 2.4

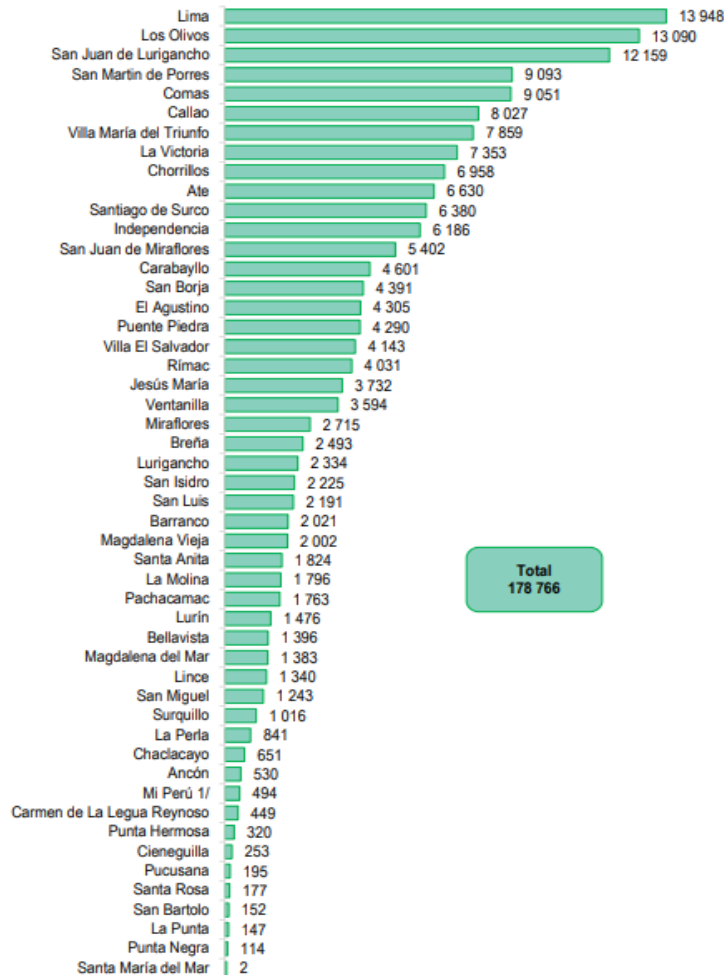
Distritos con la mayor cantidad de adultos mayores



Nota. De *Lima Metropolitana*, por Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2020. (https://www.mimp.gob.pe/adultomayor/regiones/Lima_Metro2.html)

Figura 2.5

Distritos con mayor índice de delincuencia Lima Metropolitana: denuncias por comisión de delitos, según distrito



Nota. De Perú: Anuario Estadístico de la Criminalidad y Seguridad Ciudadana, 2011-2017. Por Instituto Nacional de Estadística e Informática., 2017b. (https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib1534/libro.pdf)

Es importante determinar las opciones más adecuadas para la ubicación de la discoteca, en función ello, se determinan tres sitios tentativos Santiago de Surco (A), Lima Moderna, Breña (B), Lima centro y los Olivos (C) Lima Norte, para poder realizar una buena selección se aplicará el método conocido como Ranking de factores. Se han considerado varios aspectos como: seguridad, cantidad de pobladores adultos mayores, vida nocturna, costo local, lo cuales se detallan en la Tabla 2.5 a continuación en orden de importancia de mayor a menor.

Tabla 2.5

Valoración de factores

Indicadores	Seguridad	Adultos mayores	Costo local	Vida nocturna	Documentación	Total	Valor (%)
Seguridad	x	1	1	1	1	4	33
Adultos mayores	0	X	1	1	1	3	25
Costo local	0	0	X	1	1	2	17
Vida nocturna	0	0	1	X	1	2	17
Documentación.	0	0	1	0	X	1	8
Total						12	100%

En esta sección se establecerá la calificación de los factores identificados anteriormente, especificando cada uno de ellos, en función de los tres sectores seleccionado, se inicia con la seguridad como se aprecia en la Tabla 2.6.

Tabla 2.6

Seguridad

Ubicación	Seguridad	Calificación
Santiago de Surco	6380	Media (8)
Breña	2493	Alta (10)
Los Olivos	13090	Baja (2)

Nota. De Perú: Anuario Estadístico de la Criminalidad y Seguridad Ciudadana, 2011-2017. Por Instituto Nacional de Estadística e Informática., 2017b. (https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1534/libro.pdf)

Se observa que, de acuerdo a los datos de INEI, Breña es el sitio con mayor seguridad seguido de Santiago de Surco y Los Olivos en último lugar. Seguidamente, se aborda el tema de la cantidad de adultos mayores de la zona. De acuerdo a los datos del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2020, señalando que Santiago de Surco cuenta con el más alto índice, seguido de Los Olivos y finalmente Breña, como se muestra en la Tabla 2.7.

Tabla 2.7

Cantidad de pobladores adultos mayores

Ubicación	Adulto mayor	Calificación
Santiago de Surco	54,849	Alta (10)
Breña	13,385	Baja (2)
Los Olivos	37,435	Media (4)

Nota. De *Lima Metropolitana*, por Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2020. (https://www.mimp.gob.pe/adultomayor/regiones/Lima_Metro2.html)

En relación al costo, se considerará la opción de alquiler, se evidencia que Los Olivos contaría con la mejor cotización, seguida de Santiago de Surco y finalmente Breña. También se consideró la vida nocturna de la zona, considerando la cantidad de sitios nocturnos registrados legalmente, Los Olivos presenta la mayor cantidad, seguida de Santiago de Surco y Breña, como se muestra en las Tablas 2.5, 2.6 y 2.7. Cabe recalcar, el área comercial de locales que hay para alquilar en el mercado son de aproximadamente 500 metros cuadrados.

Tabla 2.8

Costo Local

Ubicación	Costo local (Aprox.)	Calificación
Santiago de Surco	25 000 soles	Medio (8)
Breña	35 000 soles	Baja (2)
Los Olivos	12 000 soles	Alta (10)

Nota. De *Discoteca de Lima*, por Adonde.com, 2020. (<https://adonde.com/peru-peru/discoteca-de-lima.html>)

Tabla 2.9

Vida nocturna

Ubicación	Calificación
Santiago de Surco	Medio (8)
Breña	Baja (5)
Los Olivos	Alta (8)

Nota. De *Discotecas y Pubs*, por Páginas Amarillas, 2020. (<https://www.paginasamarillas.com.pe/los-olivos/servicios/discotecas-y-pubsDe PáginasAmarillas>)

Tabla 2.10

Documentación

Ubicación	Calificación
Santiago de Surco	Bajo (4)
Breña	Alto (7)
Los Olivos	Media (5)

Nota. En *Estadísticas Municipales 2016*, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017b. (https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1417/libro.pdf)

Considerando los valores obtenidos en la identificación y descripción de las alternativas de micro localización. Las posibles ubicaciones son las siguientes: Santiago de Surco (A), Lima Moderna, Breña (B), Lima centro y los Olivos (C) Lima Norte.

Tabla 2.11

Método de ranking y factores

Factores	Peso relativo	Alternativas		
		A	B	C
Seguridad	33%	8	10	2
Habitantes (Adultos mayores)	25%	10	2	4
Costo Local	17%	8	2	10
Vida nocturna	17%	8	5	8
Probabilidad de gestionar permisos	8%	4	7	5
Puntuación total		8	5	5

Es importante resaltar que, el método de ranking y factores como se aprecia en la Tabla 2.8 determinó que Santiago de Surco es la ubicación más apropiada para la discoteca dirigida al adulto mayor.

2.1.4 Análisis del entorno

Análisis del macro entorno (PESTEL)

En esta sección se utilizará la herramienta denominada PESTEL, la cual permite el análisis de factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, mismo que se detallan a continuación.

P (Político)

El país se encuentra en un período de controversia producto de la corrupción en el ámbito político, que generan cierto tipo de incertidumbre en la economía. Por ende, esto puede generar que los clientes sean más conservadores con sus gastos y los inversionistas se puedan ver afectados por el posible incremento de los precios de insumos.

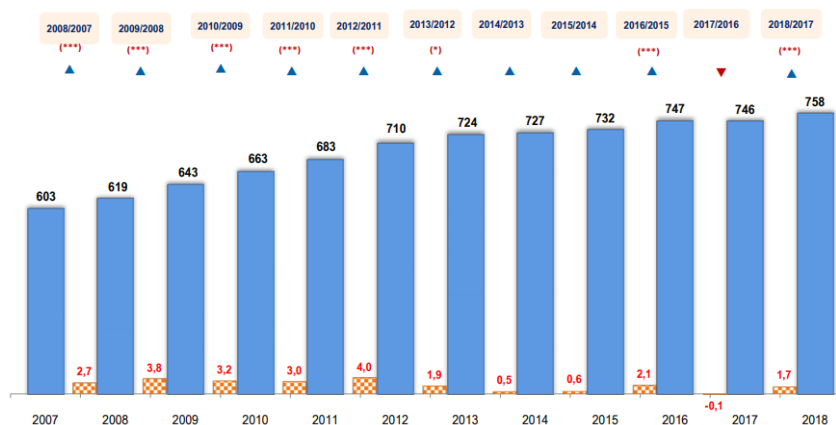
Por otro lado, las condiciones de apertura de este tipo de negocios se ven limitados por las normas municipales que rigen dentro de la jurisdicción del local. Tales como Licencia de Funcionamiento, Certificado de Defensa Civil, horarios de atención, niveles de ruido y aforo del establecimiento.

E (Económico)

Según estimaciones del Fondo Monetario Internacional, en el año 2019 el crecimiento del PBI peruano fue de 2,5%, con un PBI per cápita de 7 046 788 dólares. Además, registró una inflación de 2,19% y una tasa de desempleo de 6,68%. Asimismo, de acuerdo con INEI (2019): Según área de residencia, se observa que el gasto real promedio per cápita en el área urbana alcanzó a 855 soles, mientras que en la zona rural se ubicó en 415 soles. Al comparar los resultados del año 2018 con el 2017, se observa un incremento de 1,3% en el área urbana y 2,1% en el área rural. Esas proyecciones de la situación económica permiten comprender que, los peruanos cuentan con poder adquisitivo.

Figura 2.6

Perú: Evolución del gasto real promedio per cápita mensual, 2007-2018 (Soles constantes base=2018 a precios de Lima Metropolitana)



Nota. De *Evolución de la pobreza monetaria 2007-2018. Informe técnico*, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019.

(https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1646/libro.pdf)

S (Sociocultural)

La sociedad peruana ha experimentado un cambio radical en la forma de desenvolverse dentro de sí misma. Es decir, se dedica mucho más a divertirse como escapatoria a la rutina. Se observa de acuerdo con el INEI (2019) que:

Para el año 2016, según grupos de gasto, se observa un incremento en educación en 10,8%, bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes en 8,3%, comunicaciones en 6,6%, transporte en 5,2% y salud en 5,1%. Por el contrario, los grupos del gasto que han disminuido son: prendas de vestir y calzado en 1,2%, recreación y cultura en 1,4% y alimentos consumidos dentro del hogar en 0,2%. Lo que implica que la sociedad peruana tiene dentro de la distribución de sus gastos familiares el consumo de alcohol. Considerándose un buen indicio para la creación de una discoteca (p.20).

Al hablar también de la disposición de gasto, se menciona que la discoteca va dirigida a un público que cuenta con la disponibilidad de dinero para realizar estos gastos, la mayoría está pasando por la etapa de vivir sólo o con su pareja, pues están en una edad, donde sus hijos, ya tienen sus propios hogares. La seguridad se convierte en una norma social, los altos índices delictivos, obligan a las personas a incluirlo en su estilo de vida, de allí que, se seleccionará una zona con bajo índice delictivo y se contratará personal de seguridad dentro y fuera de la discoteca, garantizándole a las personas, no sólo diversión también seguridad para retornar a sus hogares.

T (Tecnológico)

Existen nuevas tecnologías que se encargan de la maximización del servicio y, por ende, siempre se debe estar en constante renovación. Claro está, dicha renovación significa un plus, una ventaja competitiva que permite el posicionamiento. Es importante destacar que, dentro de las tecnologías se encuentra en el área de entretenimiento el tema de la acústica, para lo cual, se piensan tomar las medidas modernas de aislamiento de sonido, teniendo presente los niveles adecuados, que garanticen la tranquilidad de las personas que viven cerca. Asimismo, en el área de la iluminación se considera utilizar luces que no afecten a las personas.

E (Ecológico)

En lo que respecta al rubro ecológico, no se observan mayores impactos. Aunque siempre se debe considerar el mantener el ruido dentro del establecimiento por medio de

materiales especiales, con la finalidad de no provocar contaminación sonora. Efectivamente, para evitar lo mencionado se tomará en cuenta los 70db planteados por la Organización Mundial de la Salud (OMS). Otro aspecto relevante, es la disposición final de los residuos o desperdicios que se generarían dentro del local, los cuales serán desechados de forma correcta siguiendo los protocolos de higiene y salud ambiental.

Por otro lado, es de vital importancia, seguir los parámetros establecido por la Ley N° 30884, ley que regula el plástico de un solo uso y los recipientes o envases descartables, dado que el rubro puede generar un alto uso de este tipo de artículos utilizados para la atención en el local; por ello, se podría optar por el uso de recursos biodegradables.

L (Legal)

En este factor, las municipalidades cumplen un rol importante debido a que ellos definen las reglas y/o disposiciones para garantizar un normal desarrollo de los negocios dentro del rubro del entretenimiento, en especial de las discotecas. De acuerdo a la ubicación definida del proyecto, la ordenanza N° 579-MSS es la que regula el otorgamiento de Licencias de Funcionamiento en el Área de Tratamiento normativo I, II, IV y parte del III del Distrito de Santiago de Surco, (El Peruano, 2018), en donde se detalla procedimientos respecto al acondicionamiento acústico, los horarios de funcionamiento, y el no abarcar la vía pública.

Después de realizar análisis PESTEL, se puede concluir que, en lo político, las condiciones actuales inciden directamente en el desarrollo del proyecto; asimismo, en lo económico, el poder adquisitivo y de gastos presente aumentos, así como las proyecciones del PBI, para el 2019-2020, siendo este un excelente indicador de inversión. En el área sociocultural, las familias invierten dinero en el entretenimiento y consumo de alcohol, además existir una tendencia hacia la diversión y la distracción como norma social, así como los gustos en música, ambientes de bailes, entre otros. En lo tecnológico y ecológico se cumplirán con las normas establecidas, en relación al sonido y disposición de basura, y finalmente en lo legal el municipio cuenta con una normativa que delimita el funcionamiento de los establecimientos. Teniendo de referencia el análisis realizado anteriormente, se puede inferir que, las condiciones para crear la discoteca son las indicadas.

Análisis del sector

Para el análisis del sector se utilizó las cinco fuerzas de Porter que se detallan a continuación:

Poder de negociación de los proveedores

Esta fuerza está representada por las empresas que brindan los productos que más adelante se venderán dentro de la discoteca para el adulto mayor.

- Proveedores de alimentos que se necesitan para la preparación de los piqueos que se ofrecerán a diario a los visitantes.
- Los proveedores de bebidas alcohólicas.
- La cantidad de proveedores.
- Disponibilidad de sustituto de los insumos.
- Capacidad de diferenciar los insumos.
- Costo.
- Relevancia del volumen para los proveedores.

Al realizar el análisis, se concluye que la fuerza competitiva es baja, motivado a la gran cantidad de proveedores que existen en el sector, referente a la venta y distribución de bebidas. Para los proveedores de alimentos que se necesitan, también se cuenta con muchas alternativas, las cuales puede ser analizadas y seleccionadas garantizando la calidad del producto y los mejores precios.

Poder de negociación de los clientes.

Con respecto a este poder, la empresa se centra en conformar una fuerza dirigida a los consumidores finales, lo cual implica considerar los siguientes factores:

- Cantidad de clientes.
- Volumen de compras.
- Características de diferenciación.
- Calidad de la atención.
- Seguridad.

Al realizar el análisis se puede decir que esta fuerza competitiva es baja, motivado a que no existe un lugar que tenga las mismas características y ofrezca servicios dirigidos a este sector de la población. La frecuencia de las visitas se estima que sean semanales o

quincenales, de allí que la publicidad ira dirigida para catar la mayor cantidad de clientes. Otros aspectos favorables y diferenciadores, está referido a la calidad de la atención, con empatía y sensibilidad hacia el público objetivo.

Amenaza de productos sustitutos

Existen negocios que buscan cumplir total o parcialmente la necesidad de diversión que tiene el público objetivo que se quiere captar, por ejemplo: Peñas, Bares, Karaoke, Restaurantes, Resto-Bares. Los factores que determinan la preferencia de estos lugares son: venta de los mismos productos, la tranquilidad del lugar y los horarios de atención más amplios (día y noche).

Por otro lado, existen municipios que manejan programas de entretenimiento dirigidos al adulto mayor, en los cuales se imparte clases de bailes, gimnasia, entre otras actividades, que en muchas oportunidades pueden ser totalmente gratuitos. Por todo lo mencionado, esta fuerza es considerada alta.

Amenaza de nuevos ingresos

La amenaza de ingreso en el sector está determinada por dos factores:

- El nivel de barreras existente puede verse influenciadas por trámites burocráticos para tramitar una licencia, la elevada inversión de capital para la implementación de este proyecto y la ubicación del negocio.
- No se conoce negocio que se enfoque a este público objetivo.

Se puede concluir que, la amenaza de ingreso es una fuerza de nivel bajo.

Rivalidad de los competidores existentes

En relación al tema se puede decir que la gran cantidad de competidores en este negocio son diferenciados por la calidad del servicio y el precio que ofrecen. La competencia aplica sus estrategias en búsqueda de captar mayor clientela y poder mantenerse vigente en el rubro. Sin embargo, no existe un sitio que reúna todas las características de la discoteca para adultos mayores, lo que implica que la fuerza es baja.

Una vez realizado el análisis de las cinco fuerzas de Porter se determina que las cuatro son relativamente bajas y sólo una representaría una fuerza mayor, sería amenaza de productos sustitutos. Como se evidencia en la Tabla 2.12, a continuación.

Tabla 2.12

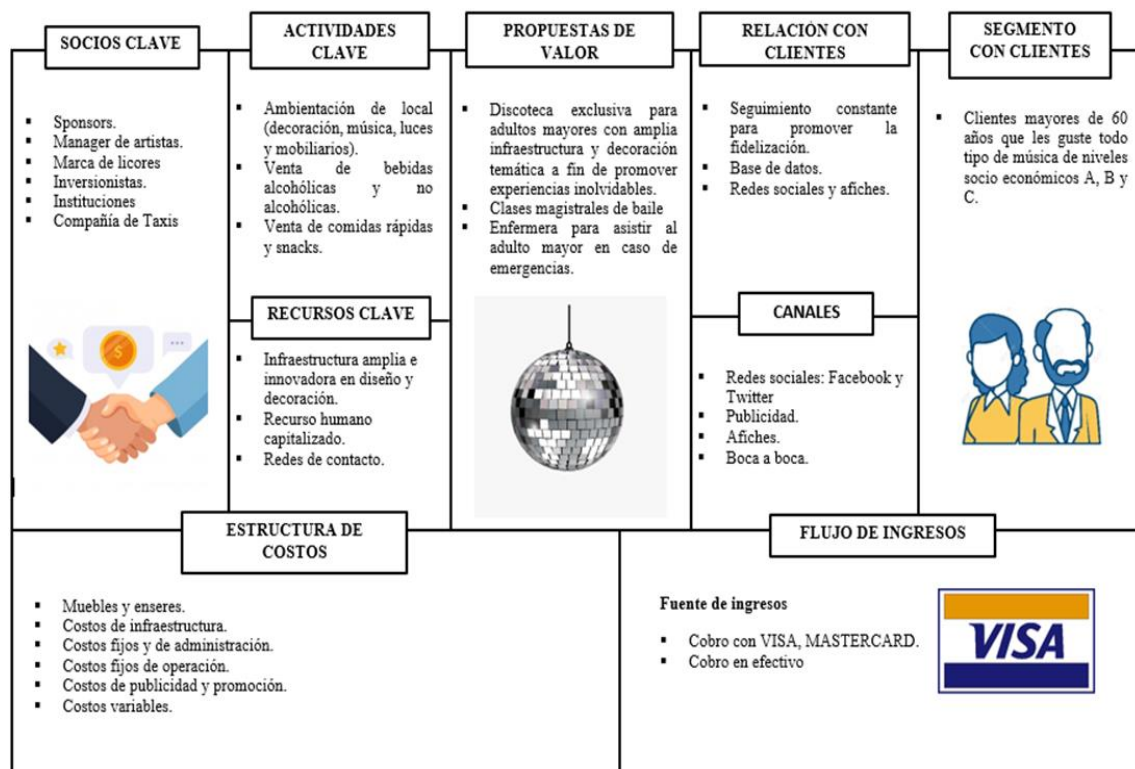
Análisis Porter (Fuerza e Intensidad)

Fuerza	Intensidad
Poder de negociación de los proveedores.	Baja
Poder de negociación de los clientes.	Baja
Amenaza de productos sustitutos.	Alta
Amenaza de nuevos ingresos.	Baja
Rivalidad de los competidores existentes.	Baja

2.1.5 Modelo de negocio (Canvas)

Figura 2.7

Modelo de negocio (Canvas)



2.1.6 Determinación de la metodología en la investigación de mercado

Se emplearán principalmente dos metodologías (fuentes primarias y secundarias):

- Fuente primaria: La encuesta, la cual serán dirigida hacia el público objetivo, buscando información de la demanda potencial, los precios que podemos manejar para el éxito del negocio y algunos servicios adicionales que se puedan brindar.

- Fuentes secundarias: Información obtenida de bases de datos electrónicas referidas a población de adultos mayor por zona, disposición de compra.

2.2. Análisis de la demanda

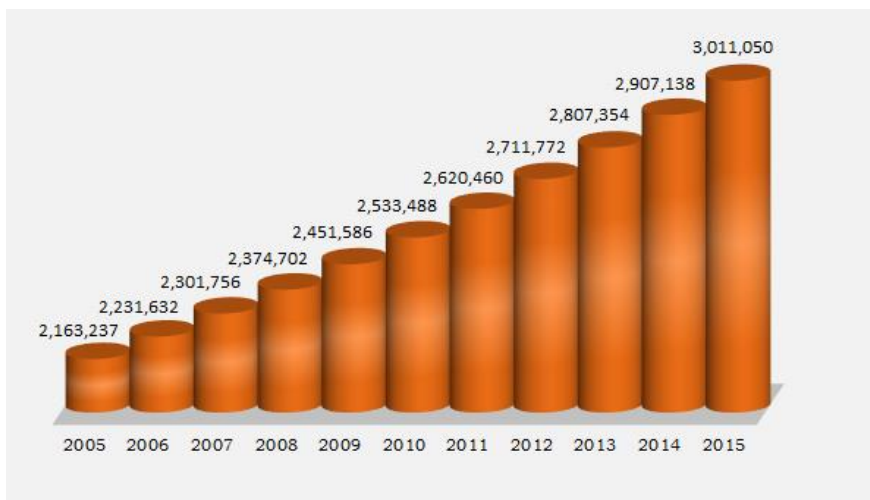
Es importante resaltar que el análisis de la demanda se centrará en función de la población objeto de estudio, es decir, adultos mayores y los diversos locales nocturnos.

2.2.1 Data histórica del consumidor y sus patrones de consumo

Es pertinente señalar que no hay datos que reflejen la demanda o el consumo per cápita debido a que no existen discotecas para adultos mayores. Pero se trabajó con la data histórica del crecimiento de la población de adulto mayor. Esto se refleja en la Figura 2.8.

Figura 5.8

Crecimiento poblacional del adulto mayor (2005-2015)



Nota. De Lima Metropolitana, por Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, 2020. (https://www.mimp.gob.pe/adultomayor/regiones/Lima_Metro2.html)

Estos datos permiten comprender que la demanda histórica aumenta de acuerdo al aumento de la población de adultos mayores que serían los clientes objetivos.

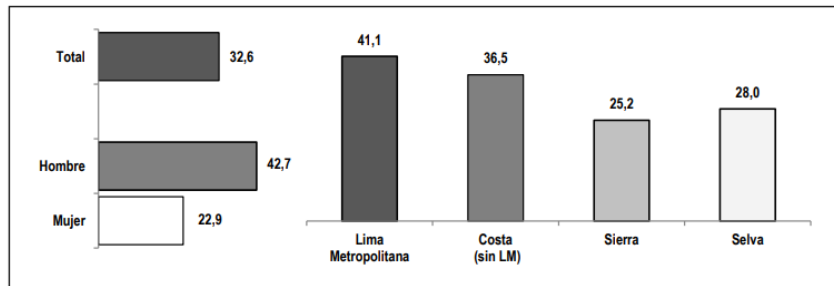
Patrones de consumo: incremento poblacional, consumo per cápita, estacionalidad

Es necesario acotar que este patrón permite establecer la frecuencia con la que las personas consumen el producto, además de la forma como les gusta adquirirlo. Estos

factores ayudan a elaborar las tendencias que pueden esperarse de un producto, bien o servicio. En este caso, se utiliza de referencia el consumo de alcohol de Lima Metropolitana en función de otras zonas, como se puede apreciar en la Figura 2.9.

Figura 2.9

En los últimos 30 días consumieron alguna bebida alcohólica, según sexo y región natural



Nota. De Perú: *Enfermedades No Transmisibles y Transmisibles 2015*, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2016.
(https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1357/libro.pdf)

Se observa entonces que el consumo en Lima Metropolitana es bastante significativo, al ser comparado con otras regiones. Asimismo, al realizar la entrevista a los adultos mayores de 60 años o más, se les realizaron varias preguntas que puede ayudar a establecer la tendencia de visitas al sitio o consumo. Otro aspecto relevante del consumo los señala Roca et al. (2018).

El mercado de las discotecas, la gente consume mucho las cervezas nacionales como Pilsen y Cusqueña; y en el caso de Internacionales las cervezas como Corona, Budweiser, Peroni, etc. El consumo de bebidas en las discotecas limeñas es muy alto, ya que los precios de las diferentes bebidas son asequibles para el público. (p.16)

Estas afirmaciones coinciden con los datos del INEI, que indican grandes consumos de bebidas alcohólicas en Lima Metropolitana.

Consumo per cápita

Según el análisis de la información recogida de las ventas de distintas discotecas tradicionales, el promedio de consumo por persona es de 2 bebidas alcohólicas (cerveza

o coctel). Este dato se calcula de acuerdo al número de entradas vendidas y el consumo total de bebidas alcohólicas en un día.

Estacionalidad

- La afluencia a una discoteca principalmente se da los fines de semana en horario nocturno (viernes y sábado) desde las 7 PM en adelante.
- La mejor época para una discoteca o bar es en la temporada de verano, desde el mes diciembre ya que el consumo de bebidas se asocia mucho al calor.
- Además, los meses de Julio y diciembre, la gran mayoría de personas reciben sus gratificaciones e incrementan sus gastos.
- Existen días festivos en todo el año en el que aumentan las ventas como Día de los Enamorados, Día del Trabajador, 28 de Julio, Semana Santa, Día de la canción criolla y Año nuevo.

2.2.2 Demanda mediante fuentes primarias

Para emprender el análisis, resulta imperativo conocer la cantidad de personas adultos mayores que habitan en Lima; sin embargo, por la disponibilidad de datos, se analiza la cantidad de hogares que exista al menos un adulto mayor según el nivel socioeconómico del valor resultante. Se prioriza los NSE A, B y C, ya que tienen la capacidad económica de asumir los gastos planteados. De acuerdo al INEI (2019), la cantidad porcentual de hogares que tengan al menos un adulto mayor de 60 a 79 años y el NSE del total de hogares de Lima metropolitana, se aprecia en la siguiente Tabla 2.13.

Tabla 2.13

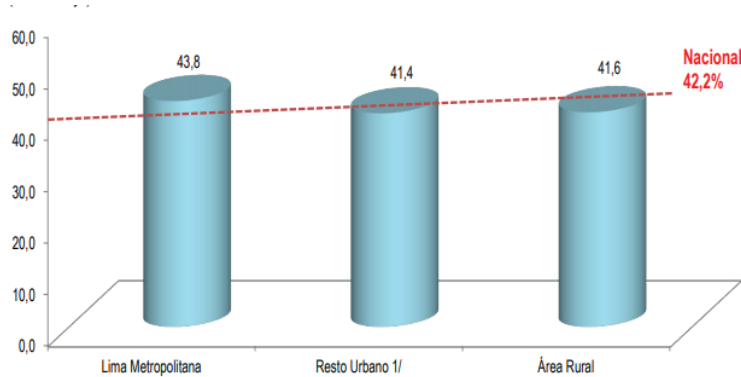
Demanda mediante fuentes primarias (Porcentaje)

Hogares con personas de 60 a 79 años	NSE
36,6	A (4,4), B (22) y C (42,8)

En Lima Metropolitana, la proporción de hogares con algún miembro adulto/a mayor alcanza el 43,8%. Los hogares del área rural con un/a adulto/a mayor registran el 41,6%. En tanto en el resto urbano, el 41,4% de los hogares, tienen una persona de este grupo etario (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019).

Figura 2.10

Perú: Hogares con algún miembro adulto/a mayor, según área de residencia



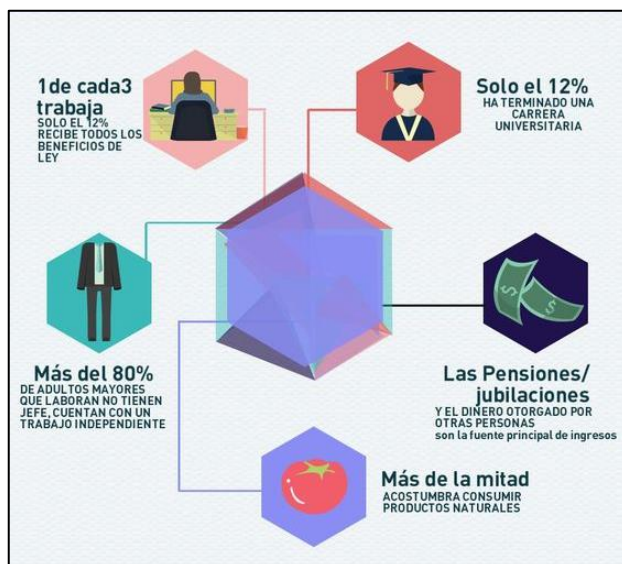
Nota. De *Evolución de la pobreza monetaria 2077-2018. Informe técnico*, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019.

(https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1646/libro.pdf)

Asimismo, se muestran detalles generales referentes al adulto mayor en Lima Metropolitana, como se muestra a continuación.

Figura 2.11

Detalles generales del adulto mayor en Lima Metropolitana



Nota. De *Perfil del adulto peruano 2018*, por Ipsos, 2019. (<https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-adulto-peruano-2018>)

Figura 2.12

Rutinas generales del adulto mayor en Lima Metropolitana



Nota. De Perfil del adulto peruano 2018, por Ipsos, 2019. (<https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-adulto-peruano-2018>)

Figura 2.13

Uso de las redes sociales en adulto mayor en Lima Metropolitana

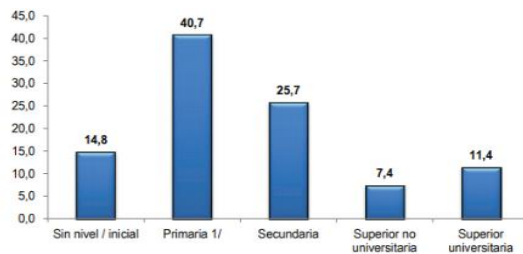


Nota. De Perfil del adulto peruano 2018, por Ipsos, 2019. (<https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-adulto-peruano-2018>)

Perfil del adulto mayor en Lima Metropolitana (927 mil adultos mayores de todos los niveles socioeconómicos).

Figura 2.14

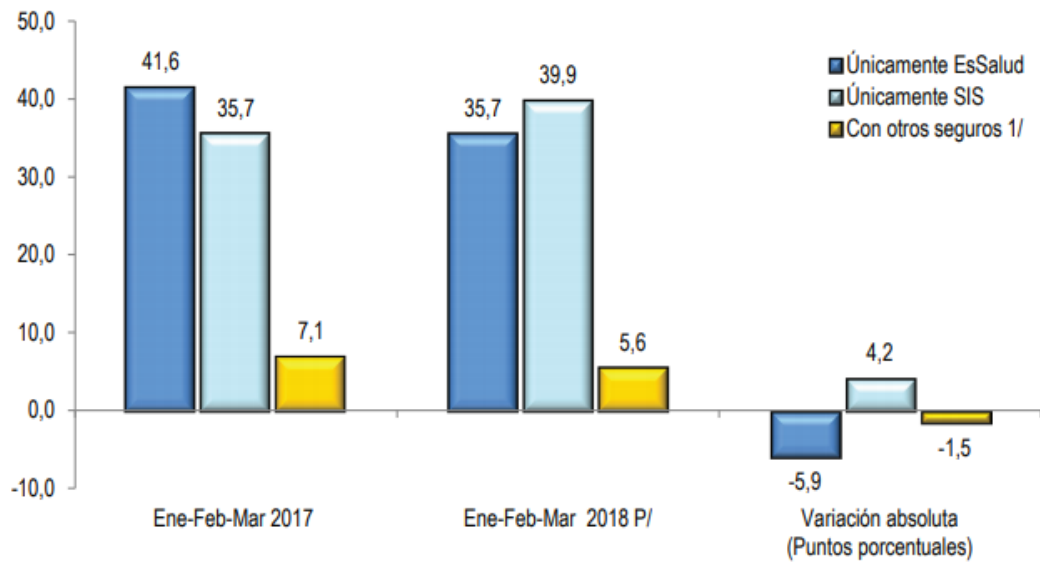
Nivel educativo del adulto mayor



Nota. De Situación de la Población Adulta, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020b. (https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_adulto_mayor_oct_nov_dic2019.pdf)

Figura 2.15

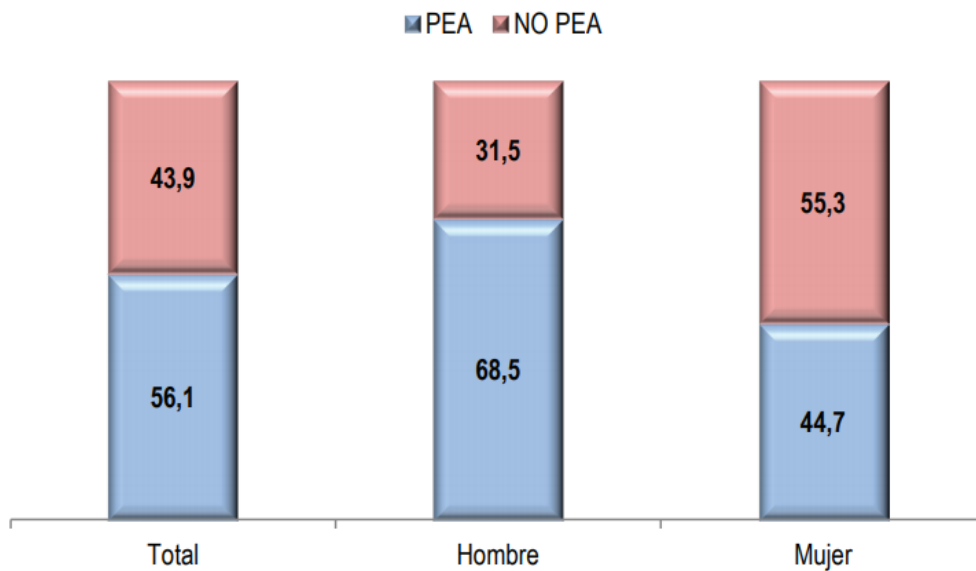
Perú: Población adulta mayor, por tipo de seguro de salud



Nota. De Situación de la Población Adulta, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020b. (https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_adulto_mayor_oct_nov_dic2019.pdf)

Figura 2.16

Perú: Población adulta mayor por condición de actividad, según sexo



Nota. De Situación de la Población Adulta, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020b. (https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_adulto_mayor_oct_nov_dic2019.pdf)

Ahora bien, con el objetivo de validar los datos previos, se determina la cantidad de hogares dentro del rango de edad a dirigirse (60 a 79 años) según NSE, esto se calcula en base a 36,6 % (Porcentaje de hogares con presencia de algún adulto mayores de 60 a 79 años) y el total de hogares de todo Lima Metropolitana. La cantidad total de hogares de Lima Metropolitana según INEI (2019) es 2,883,764. Este cálculo se muestra en la siguiente Tabla 2.14.

Tabla 2.14

Hogares con presencia de algún adulto mayor de 60 a 79 años según NSE

Hogares con presencia de algún adulto mayor de 60 a 79 años según NSE			
	NSE	Hogares que exista al menos un adulto mayor de 60 a 79 años	Hogares que exista al menos un adulto mayor de 60 a 79 años, según NSE
	%	Hogares	Hogares
A	4.4		46,440
B	22		232,201
C	42.8	1,055,458	451,736
D	24.8		261,753
E	6		63,327
TOTAL LIMA METROPOLITANA 2019		100.00	1,055,458

La cantidad total de hogares que tengan como mínimo un adulto mayor de 60 a 79 años según NSE A, B y C es 730,377. Para efectos de cálculos, se considerará que un hogar representa un adulto mayor.

Diseño y aplicación de encuestas u otras técnicas

El método a usar en esta sección del trabajo será la aplicación de encuestas a adultos mayores para determinar la aprobación del proyecto. Por ello, se requiere conocer la frecuencia de visitas a estos establecimientos, el tiempo de permanencia, las carencias de este tipo de negocio, la disposición a visitar un nuevo lugar de entretenimiento para adulto mayor que cumpla con las normas municipales y seguridad que se le exige, la capacidad de gasto, los tipos de bebida de preferencia y los factores que son determinantes para convertirse en un cliente regular de una discoteca.

Para realizar la encuesta se requiere definir el tamaño de la muestra a aplicar; para ello, se utiliza la siguiente fórmula estadística de población infinita puesto que el universo de habitantes supera las 100 000 unidades de análisis:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

p: Probabilidad de ocurrencia

q: Probabilidad de no ocurrencia

z: Valor de la tabla normal para un nivel de 95% de confianza

e: Error muestral

En la aplicación del muestreo para hallar la probabilidad de ocurrencia (p) y la de no ocurrencia (q) se realizó una pregunta de respuesta binaria a 50 personas, que fue la siguiente: “¿Estaría dispuesto a visitar una nueva discoteca para adulto mayor que cumpla con las normas municipales y seguridad que se le exige?”. Se consiguieron los siguientes resultados: Si: 45 personas que equivale a un 90 % y No: 5 personas que equivale a un 10 %.

Con estos datos obtenidos y considerando un error muestral de 5 % y valor Z de 1,96, se calcula el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,9)(0,1)}{(0,05)^2} = 139 \text{ personas}$$

Figura 2.17

¿Frecuenta o ha visitado un Bar/Discoteca?

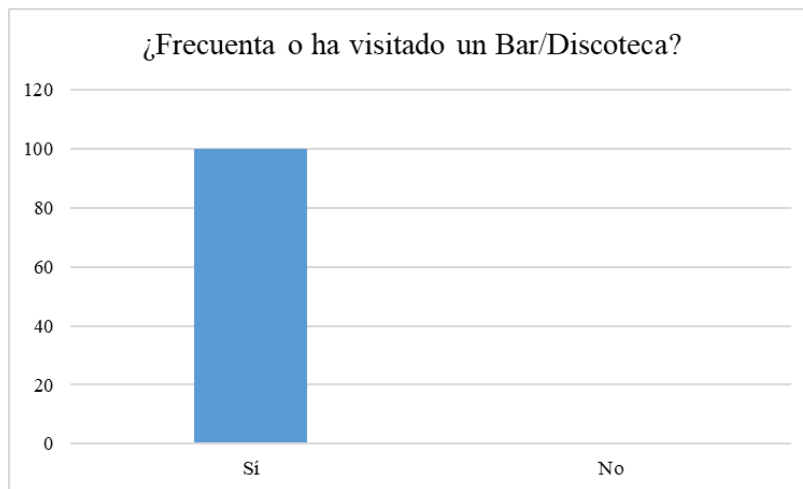


Figura 6.18

¿Con qué frecuencia visita estos establecimientos?

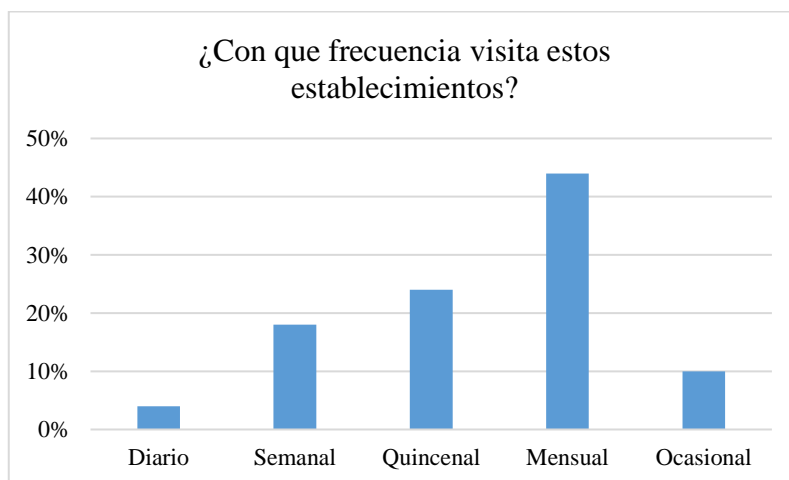


Figura 2.19

¿Cuánto tiempo permanece en el establecimiento?

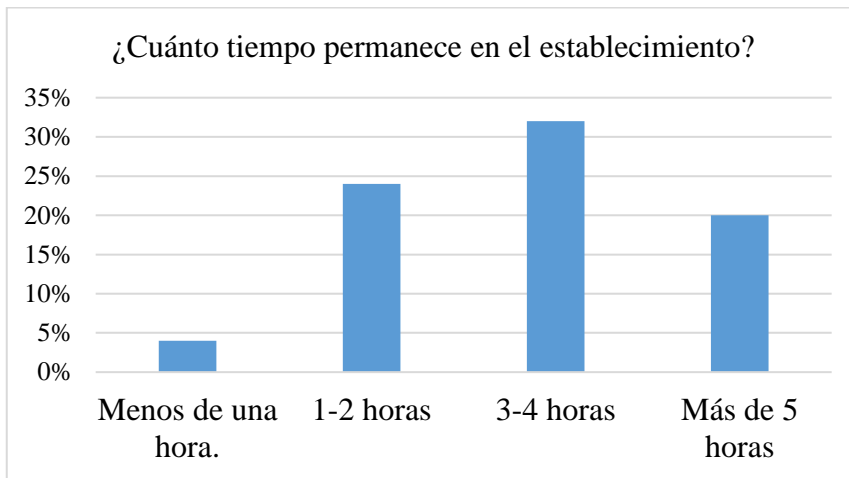


Figura 2.20

¿Qué cree que le puede faltar a estos establecimientos?

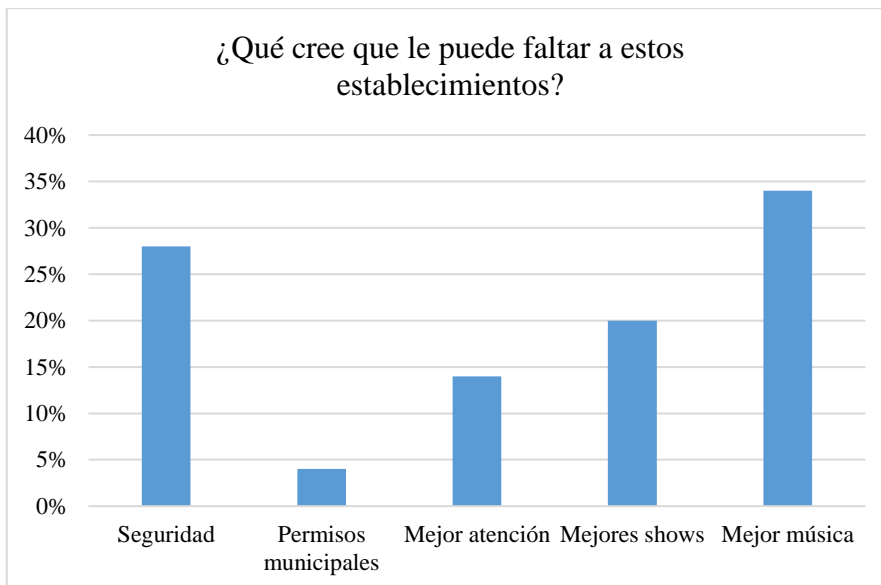


Figura 2.21

¿Estaría dispuesto a visitar una nueva discoteca que cumpla con las normas municipales y seguridad que se le exige?

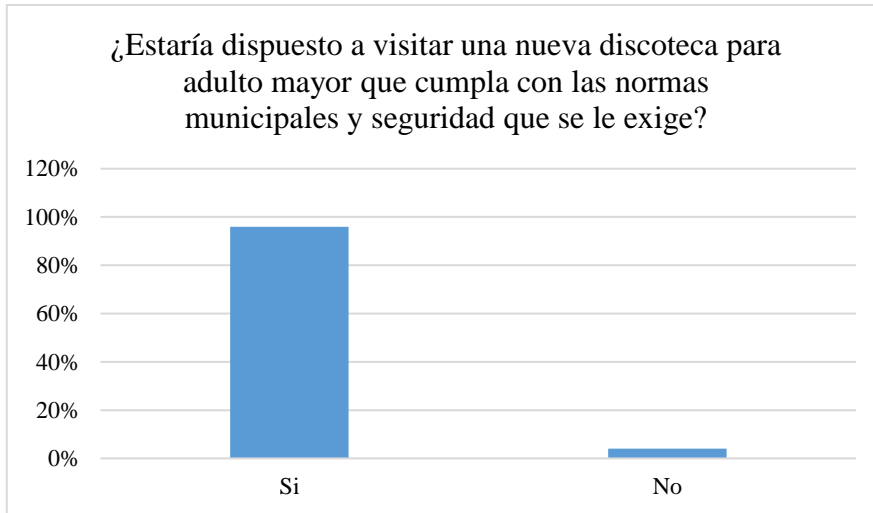


Figura 2.22

Escala de intensidad de su visita (1: Probablemente visitaría, 10: De todas maneras, visitaría). Marque con una "X".

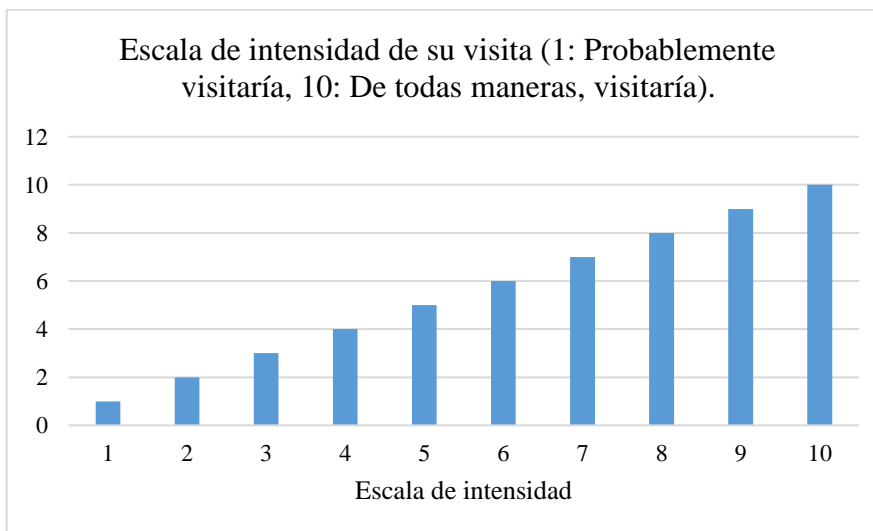


Figura 2.23

¿Cuánto máximo pagaría por la entrada?

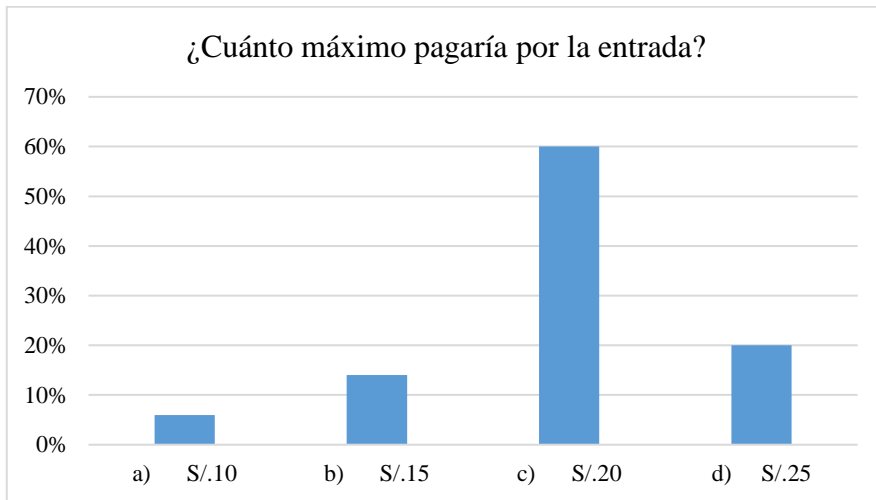


Figura 2.24

¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en cada visita?

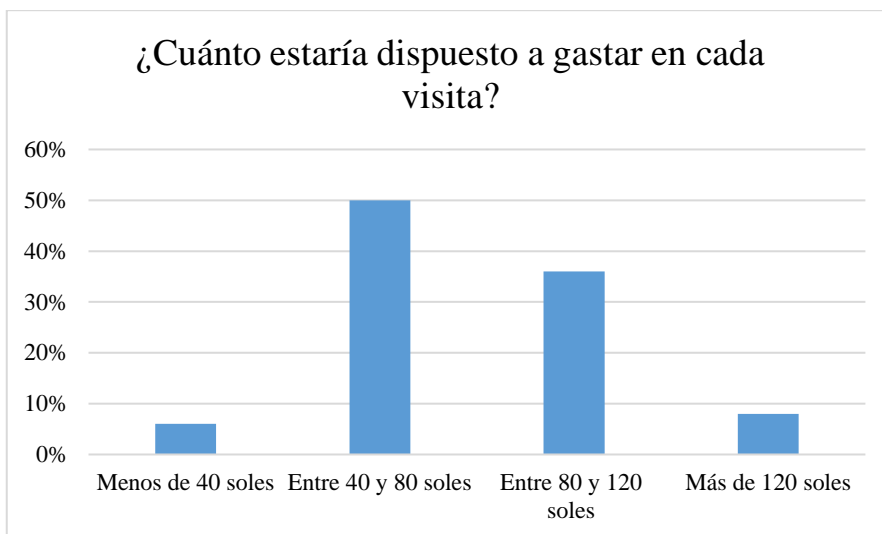


Figura 2.25

¿Qué tipo de bebida consumiría dentro de una discoteca?

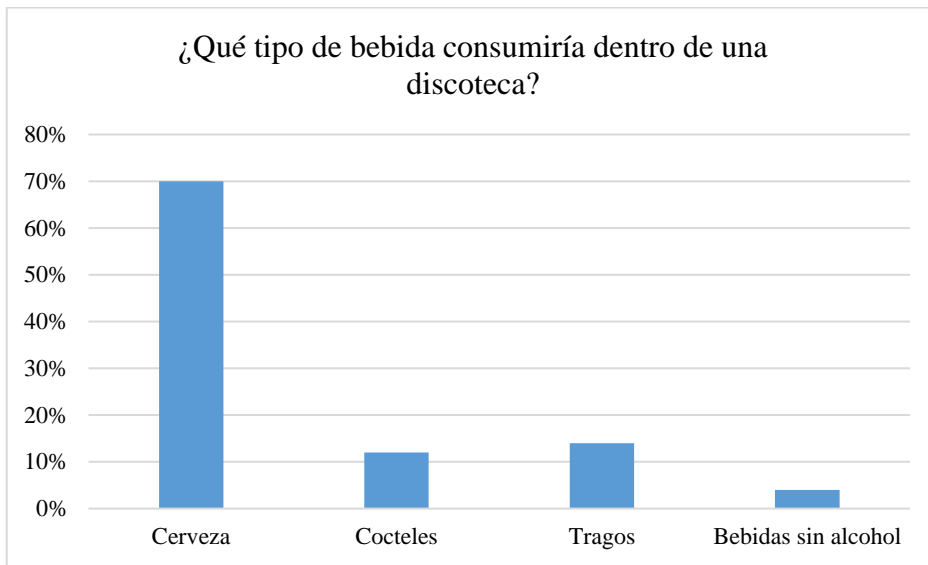


Figura 2.26

¿Qué factores son determinantes para convertirse en un cliente regular de una discoteca?

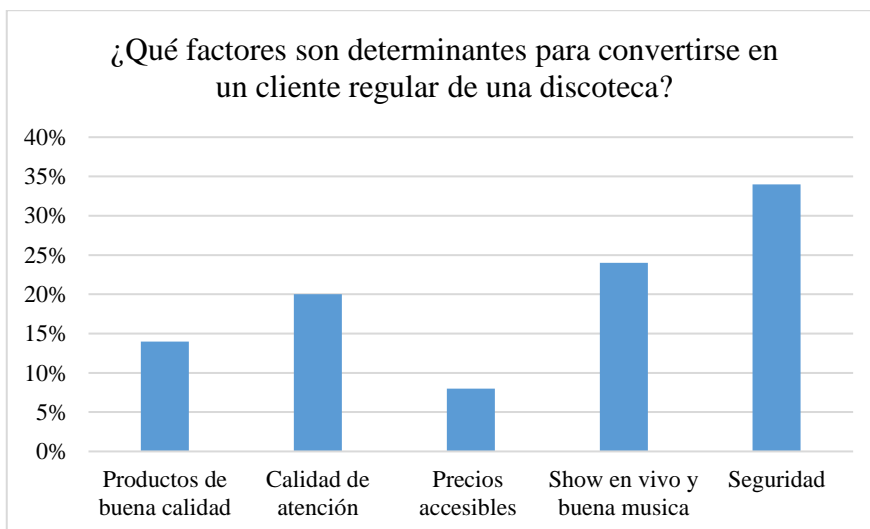


Figura 2.27

¿Asistiría a una discoteca en la cual también se priorice la interacción cultural?



2.2.3 Demanda Potencial

Es necesario comprender que para proyectar la demanda se utilizará el número de adultos mayores que se espera que asistan, el consumo que están dispuestos a pagar y la frecuencia de las visitas, la cual se refleja en la Tabla 2.15.

Los datos de la encuesta permitieron determinar la intención de visitar la discoteca diario y semanal asciende a 50% de la población encuestada; mientras que el 40% está dispuesto a gastar en el sitio desde 80 soles a más de 120 en algunas de sus visitas.

Tabla 2.15

Determinación de las visitas

Determinación de las visitas	
Tipo	Porcentaje
Diario	5%
Semanal	45%
Quincenal	20%
Mensual	5%
Ocasional	5%

Asimismo, se les pregunto a los adultos mayores: ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en cada visita?, las respuestas permiten determinar un estimado como se aprecia en la Tabla 2.16.

Tabla 2.16

Consumo por visitas

Consumo por visitas	
Tipo	Porcentaje
Menos de 40 soles	10%
Entre 40 y 80 soles	50%
Entre 80 y 120 soles	30%
Más de 120 soles	10%

Determinación de la demanda potencial

Para determinar este número se toma la población adulto mayor de Lima Metropolitana 2019 equivalente a 730 377 personas, de los estratos A, B y C. La tasa de crecimiento poblacional 2019 fue de 1.04%. Para el cálculo de la demanda potencial se utiliza la frecuencia de visita, en este caso es 2 veces por año por persona y el ticket promedio de consumo, que en este caso es S/ 80 por cliente, el resultado se detalla en la siguiente Tabla 2.17.

Tabla 2.17

Demanda potencial del proyecto

Demanda potencial del proyecto				
Año	Demanda Potencial (en miles de personas)	Frecuencia de visita (veces por persona)	Ticket promedio (soles por persona)	Demanda Potencial (en millones de soles)
2019	730.377	2	80	116.86032

2.3 Análisis de la oferta

2.3.1 Análisis de la competencia

Lima Metropolitana cuenta con una gran cantidad de discotecas principalmente dirigida a los jóvenes; sin embargo, existe algunas que están enfocadas a una población mayor de 40 años, debido al tipo de servicio que ofrecen. Bajo este criterio y considerando discotecas que mantienen un público más cercano al proyecto, se detalla la siguiente lista en la Tabla 2.18.

Tabla 2.18

Competencia Indirecta y sus ubicaciones

Competencia directa y sus ubicaciones	
Discoteca	Ubicación
La Choza Náutica	Los Olivos
Karamba Latin Disco	Los Olivos
La Casa de la Salsa	La Victoria
Banana Discoteca	San Juan de Lurigancho
Kimbara Vip	Lince
Barranco Bar	Barranco
Antiqua	Barranco
Rustica	Miraflores

Nota. De *Discoteca de Lima*, por Adonde.com, 2020. (<https://adonde.com/peru-peru/discoteca-de-lima.html>)

Finalmente, se detalla que los principales competidores ascienden a 8 discotecas. Siendo, en este caso, de recurrencia superior las personas adultas mucho más que las adultas mayores. Sin embargo, de todas maneras, resulta un nicho vulnerado ante la falta de proyección empresarial.

2.3.2 Beneficios ofertados por los competidores directos

Es importante acotar que, los competidores más evidentes serían las cadenas de discotecas como Rustica, debido a que se encuentran ubicados en sitios estratégicos como Barranco y otros distritos, lo que permite a las personas establecer una conexión directa, además de fácil accesibilidad por diferentes vías. A continuación, se detallan los negocios más relevantes:

Rústica

Cadena de restaurantes, bar, karaoke y discoteca que cuenta con mucha concurrencia de público que ofrece música variada y conciertos en vivo, amplia carta de bebidas y piqueos.

Figura 7.28

Rústica



Nota. De Estrategias de marketing relacional y fidelización de los clientes en la empresa JDC Consorcio de restaurantes S.A.C. Rústica Pachacamac, por C. Mercado, 2018. (<http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/589>)

Otro que debe ser mencionado, debido a la población objeto de estudio sería, Barranco Bar y Antiqua.

Barranco Bar

Es un centro de diversión altamente concurrido y popular. Cuenta con una alta fidelidad por parte de su público objetivo y con una infraestructura moderna. Brinda show en vivo con artistas nacionales e internacionales.

Figura 2.29

Barranco Bar



Nota. De Estrategias de marketing relacional y fidelización de los clientes en la empresa JDC Consorcio de restaurantes S.A.C. Rústica Pachacamac, por C. Mercado, 2018. (<http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/589>)

Antigua Disco Club

Discoteca ubicada en el distrito de Barranco, frente al mar. Cuenta con gran afluencia de público principalmente por su ubicación estratégica. Local con infraestructura moderna. Además, ofrece shows en vivo.

Figura 2.30

Antiqua Disco Club



Nota. De Estrategias de marketing relacional y fidelización de los clientes en la empresa JDC Consorcio de restaurantes S.A.C. Rústica Pachacamac, por C. Mercado, 2018. (<http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/589>)

Es necesario explicar que, estas discotecas fueron seleccionadas, debido a que tiene precios accesibles, buenos shows y buena ubicación.

2.3.3 Análisis competitivo y comparativo (Matriz EFE)

La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite analizar las oportunidades y amenazas en contextos económicos, sociales, políticos y tecnológicos según corresponda como se aprecia en la Tabla 2.19.

Tabla 2.19

Análisis competitivo y comparativo (Matriz EFE)

Matriz EFE				
Factores externos clave		Importancia ponderación	Clasificación evaluación	Valor
Oportunidades				
1	Ubicación céntrica y exclusiva.	10%	4	0,4
2	Gran asistencia de persona debido a los límites del distrito.	10%	3	0,3
3	Comportamiento de consumo diferente.	10%	2	0,2
4	Diversificación de la industria del entretenimiento.	5%	3	0,15
5	Gran porcentaje económico destinado para el entretenimiento por parte del público objetivo.	15%	2	0,3
Amenazas				
1	Pocas empresas dedicadas al entretenimiento de adultos y adultos mayores (discotecas).	20%	2	0,4
2	Negocio existente cuenta con alta fidelidad.	10%	4	0,4
3	La competencia se encuentra posicionada en el mercado.	5%	1	0,05
4	Diferentes gustos y/o preferencia por parte del público asistente respecto a la diversión.	5%	3	0,15
5	Poco interés debido a un público deseoso de experimentar siempre nuevas proyecciones.	10%	4	0,4
Total		100%	-	2,75

2.4 Determinación de la demanda para el proyecto

2.4.1 Segmentación del mercado

Con el objetivo de promover una adecuada segmentación del mercado, se dividirá la información en 5 criterios: demográficos, Psicográficas y conductual:

Geográfico

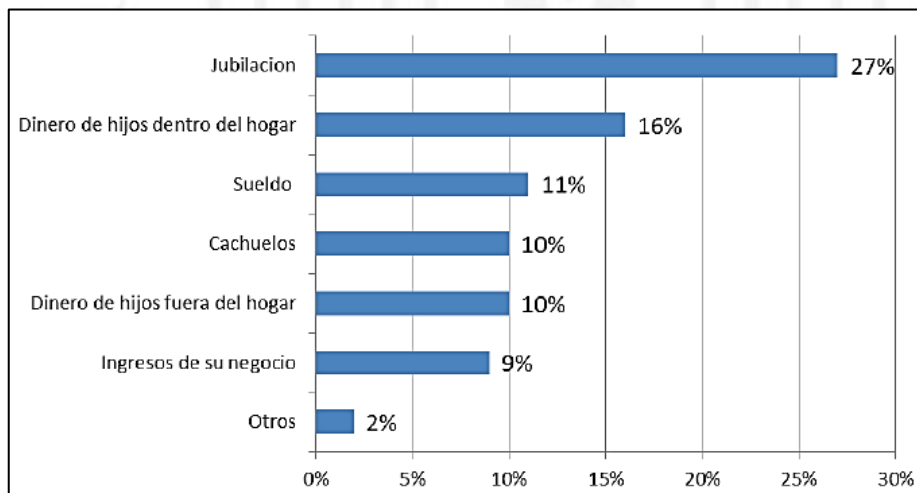
Se considerarán las siguientes zonas Santiago de Surco Ate Vitarte, San Borja, La Molina, San Juan de Miraflores, Surquillo, Miraflores, Barranco y Chorrillos.

Demográfico

Se contemplarán los hombres y mujeres de 60 a 79 años, que tienen predisposición de gastar en una Discoteca. Principalmente personas que tengan un sueldo mayor al mínimo para que puedan gastarlo en el establecimiento.

Figura 2.31

Principal fuente de ingresos de los adultos y adultos mayores



Nota. De Evolución de la pobreza monetaria 2077-2018. Informe técnico, por Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019.

(https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1646/libro.pdf)

Psicográficas

En esta sección se imperan los estilos de vida con la finalidad de identificar cual tipo de público tiene mayor predisposición de asistencia como se aprecia en la Tabla 2.20.

Tabla 2.20

Características Psicográficas del público objetivo.

Características Psicográficas del público objetivo	
Detalle	Descripción
Modernos	Compran productos light o saludables, pasean por tiendas por departamento, valoran la experiencia en el punto de venta, usan marcas como referente de calidad y valor social. Ascenden al 23% de la población.

Nota. De Castillo y Silva (2015).

Conductual

En este rubro se toma en consideración los hábitos de los adultos y adultos mayores respecto a su predisposición de asistencia a las discotecas.

2.4.2 Selección de mercado meta

La discoteca va dirigida a adultos mayores modernos entre 60 a 79 años de edad de niveles socioeconómicos A, B y C en el distrito de Santiago de Surco y zonas aledañas; que tengan la predisposición de asistir, valoren la experiencia, la calidad y el valor social del establecimiento. El mercado meta se calculó de la siguiente forma:

Población de Lima metropolitana 2019 (miles): 10580.9

% Lima Moderna: 13.40

% NSE (A, B y C): 94.2

% Edad (60 a 79 años): 36.60

% Modernos: 23

Mercado meta: 112, 431 personas

2.4.3 Determinación de la participación de mercado para el proyecto

Para la determinación de la demanda se utilizaron los resultados de la encuesta realizada:

¿Estaría dispuesto a visitar una nueva discoteca que cumpla con las normas municipales y seguridad que se le exige?:

Si: 90%

Escala de intensidad de su visita:

Promedio: $6/10 = 60\%$

Demanda susceptible = $90\% * 0,6 = 54\%$

Entonces la demanda por año se calcula en la siguiente tabla:

Tabla 2.21

Demanda para el proyecto

Demanda para el proyecto					
Año	Mercado meta (personas)	Factor de estudio	Público objetivo (personas)	Frecuencia de visita (veces)	Demanda (personas)
2019	112,431	54%	60,713	2	121,426
2020	113,600	54%	61,344	2	122,688
2021	114,781	54%	61,982	2	123,964
2022	115,975	54%	62,627	2	125,254
2023	117,181	54%	63,278	2	126,556

En la actualidad no existe competencia directa que esté dirigida al público objetivo y que ofrezca el mismo tipo de servicio.

2.5 Definición de la estrategia de comercialización

2.5.1 Políticas de plaza

Estrategias de distribución

De acuerdo al tipo de negocio se da una política de venta directa al consumidor; es decir, no hay intermediarios. Esto se da debido a que el cliente visita directamente el local del servicio.

La venta directa de los productos y/o servicios se dan mediante la atención del siguiente personal:

- **Mozos:** Personal encargado de ofrecer los productos, tomar el pedido y hacer las cobranzas respectivas.
- **Cajeros:** Personal encargado de las cobranzas y la gestión de entradas al local.
- **Canal online:** Lo que se busca es llegar cada vez más a los usuarios. Para lo cual, se toma en consideración que no todos los adultos y adultos mayores emplean métodos rudimentarios para el logro de sus necesidades. Existen quienes usan las redes sociales. Es por eso que mediante dicho canal se promoverá la compra de entradas desde puntos de ventas geográficos específicos, como Teleticket. De esta manera también se garantiza la asistencia del público en general, ya que será ampliamente reconocible, abarcando los dos universos.

2.5.2 Publicidad y promoción

Publicidad

- **Volantes:** Se repartirán en toda la zona de Santiago de Surco, principalmente a las afueras de los centros de estudios y de trabajo ya que es donde existen mayor afluencia de gente y cantidad de personas del mercado objetivo.
- **Anfitrionas:** Para la recepción de la clientela, se contará con anfitrionas que ayudarán en la captación de las personas que están interesadas en ingresar al local principalmente al público masculino.
- **Redes sociales:** Se creará un fan Page en Facebook y Twitter, donde se informará sobre todas las promociones, ofertas y eventos que se va a realizar dentro de la discoteca.

Promoción

- Ingreso libre para las personas que cumplan años el día del evento y para todos sus invitados. Además, se le regalará algún producto de la barra dependiendo de la cantidad de asistentes.
- Descuento en barra de un 10% para cualquier compra hecha antes de las 11 de la noche.

2.5.3 Análisis de precios

Tendencia histórica de los precios

Para realizar el análisis de precios, es preciso comparar con los de otros establecimientos similares a por ejemplo en Barcelona España se encuentra la discoteca para adultos mayores, donde existen promociones de 20€ por entrar con dos bebidas incluidas, al cambio 21,89 dólares, en moneda local, serían 72,67 soles; sin embargo, al equiparar estos importes con discotecas en Lima Metropolitana se tiene que algunas tienen precios entre 20 soles para hombres y 15 para mujeres; asimismo, incluyen bebidas dentro de la oferta. Estos costos para el consumidor servirán como marco referencial para la investigación.

- Estrategia de precios (precio inicial)

Aspectos generales

- Para el proyecto se estima un precio de venta de entrada de 25 soles, de bebidas de 40 soles y de piqueos de 15 soles. Comparando con la competencia más cercana al negocio propuesto, el valor es de 20, 40 y 15 soles, respectivamente. Bajo esta comparación, se tendría una estrategia de precio promedio.
- Este ticket promedio puede aumentar de acuerdo al local, al distrito en el que se encuentra ubicado la discoteca y a los shows que se presentan.
- El ticket promedio es la suma del costo de la venta de entradas, bebidas y piqueos.

Niveles de Servicio

- El negocio busca brindar el mejor servicio de atención al cliente ya que buscamos ser el más destacado centro de diversión en Lima Metropolitana para el público objetivo.
- Se buscará contar con la mejor música del momento para que la gente pueda divertirse toda la noche sin aburrirse.
- Se contará con una gran cantidad de productos de la mejor calidad: Cerveza, ron, vodka, whisky, tequila, entre otros.
- Los trabajadores estarán debidamente capacitados en su área y/o función correspondiente para brindar el mejor servicio de atención al cliente. Desde el barman hasta el personal de seguridad serán especializados cada uno en sus labores.
- El local estará acondicionado con la mejor tecnología de luces y muebles para la comodidad del cliente.
- Además, se contará con todos los permisos legales como Licencia de Funcionamiento y Defensa Civil para la tranquilidad de todas las personas y estas no puedan verse interrumpidas en plena fiesta.
- El nivel de servicio buscará la completa satisfacción del cliente, buscando que en otra oportunidad esta propuesta de diversión sea la primera en elegir.
- Se contará con una enfermera y un tóxico para un auxilio rápido, ya que el público al que se dirige el proyecto es más sensible, por ser un adulto mayor

CAPÍTULO III: LOCALIZACIÓN DEL SERVICIO

3.1 Identificación y análisis detallado de los factores de micro localización

Es necesario señalar que, después de realizar la macro localización, se seleccionó el distrito de Santiago de Surco como la mejor opción. Ahora bien, de acuerdo a un análisis en campo, se escogió tres lugares más adecuados para el proyecto, dentro del perímetro del referido distrito: altura de la cuadra 7 de la Avenida Jorge Chávez, cerca de la avenida Primavera una vía que conecta Miraflores, Surquillo y Surco, y zonas aledañas a la Plaza Mayor de Surco. En la Tabla 3.1, se realizó el estudio de micro localización en función a los siguientes factores más importantes:

Tabla 3.1

Valoración de factores

	Seguridad	Disponibilidad Local	Costo Local	Zona comercial	Permiso Municipal	Estacionamientos	Conteo	Ponderación
Seguridad	1		1	1	1	1	3	17%
Disponibilidad Local	1		1	0	0	1	3	17%
Costo Local	0	0		0	0	1	1	5%
Zona comercial	1	1	1		1	1	5	28%
Permiso Municipal	1	1	1	1		1	5	28%
Estacionamientos	0	0	0	0	1		1	5%
							18	100%

3.2 Identificación y descripción de las alternativas de micro localización

Es necesario señalar que, en esta sección de la investigación, la información se recabó mediante un trabajo de campo, los cuáles se detallan a continuación:

Seguridad

La seguridad en la cuadra 7 de la Avenida Jorge Chávez y cerca de la avenida Primavera es buena, ya que este alrededor de calles con mucha iluminación, hay presencia de serenazgo y policías rondando la zona. Además, los distintos negocios como Restaurantes, Bares, Hoteles y las distintas cadenas departamentales también tienen seguridad particular por lo que mejoran aún más la seguridad de la zona. Las zonas aledañas a la Plaza Mayor de Surco están cercana a calles con menos iluminación y con menos cuidado policial y de serenazgo en las noches, la seguridad es regular. Por lo mencionado, la calificación se concluirá en la siguiente Tabla 3.2.

Tabla 3.2

Seguridad

Ubicación	Calificación
Plaza de Armas de Surco	Media (8)
Avenida Jorge Chávez	Alta (10)
Avenida Primavera	Baja (2)

Disponibilidad de locales

Se observó que los tres lugares seleccionados cuentan con locales disponibles para alquiler y venta, motivado a ello, se toma la decisión de alquilar un local. Se notó que en la Plaza de Armas de Surco existen tres locales con las características indicadas, en la cuadra 7 de la Avenida Jorge Chávez existen cinco y en la avenida Primavera se cuenta con seis, como se muestra en la Tabla 3.3.

Tabla 3.3

Disponibilidad de locales

Ubicación	Cantidad	Calificación
Plaza de Armas de Surco	3	Baja (2)
Avenida Jorge Chávez	5	Media (8)
Avenida Primavera	6	Alta (10)

Costo de los locales

Con relación a la seguridad se observó que, en la avenida Primavera, los costos de alquiler de locales son más elevados motivado a que, presentan mayor flujo de personas en el sector, en la cuadra 7 de la Avenida Jorge Chávez está incrementando sus costos, debido a la cantidad de locales comerciales. En cambio, la Plaza Mayor de Surco es el más barato, ya que, es una zona que está empezando a ser comercial. En la Tabla 3.4 se presentan los valores referenciales de los posibles lugares de localización.

Tabla 3.4

Costo de los locales

Ubicación	Costo	Calificación
Plaza de Armas de Surco	13 dólares/m ²	Baja (6)
Avenida Jorge Chávez	15 dólares/m ²	Media (8)
Avenida Primavera	17 dólares/m ²	Alta (10)

Cercanía a zona comercial

La avenida Primavera es una zona muy comercial para el tipo de negocio que se desea crear, cuenta con muchos locales nocturnos y aglomeración de personas, existen también muchas empresas, esta situación resulta muy beneficiosa. En cambio, la avenida Jorge Chávez es bueno, presenta gran afluencia de personas, pero al llegar la noche, la cantidad de personas en la zona va disminuyendo. Por otro lado, en la Plaza Mayor de Surco está empezando a ser una zona concurrida, debido a que, recién están abriendo establecimientos comerciales, es regular. Por lo mencionado, la calificación se concluirá en la siguiente:

Tabla 3.5

Cercanía a zona comercial

Ubicación	Calificación
Plaza de Armas de Surco	Baja (6)
Avenida Jorge Chávez	Media (8)
Avenida Primavera	Alta (10)

Permiso municipal

En los tres posibles lugares para implementar el proyecto, se observan muchos trámites burocráticos, motivado al nivel de exigencias y las normativas de la municipalidad. Sin embargo, en la avenida Jorge Chávez es menos dificultoso sacar estos permisos legales, debido a que, es una zona en expansión. Por lo mencionado, la calificación se concluirá en la siguiente Tabla 3.6.

Tabla 3.6

Permiso municipal

Ubicación	Calificación
Plaza de Armas de Surco	Baja (5)
Avenida Jorge Chávez	Media (8)
Avenida Primavera	Alta (5)

Estacionamiento público

En la ubicación de la Plaza Mayor de Surco y la avenida Jorge Chávez es posible encontrar estacionamiento muy cercano (5 estacionamientos por ubicación) y que puedan quedarse hasta altas horas de la madrugada. En cambio, en avenida primavera es nulo por su excesiva afluencia. La siguiente Tabla 3.7 se calificará la cantidad de aparcamientos.

Tabla 3.7

Estacionamiento público

Ubicación	Calificación
Plaza de Armas de Surco	Alta (8)
Avenida Jorge Chávez	Alta (8)
Avenida Primavera	Baja (1)

3.3 Evaluación y selección de localización

Luego de realizar el análisis de los factores (seguridad, costo de locales, disponibilidad de locales, cercanía a zona comercial, permiso municipal y estacionamiento público) que determinan la micro localización del proyecto como se puede apreciar en la Tabla 3.8.

Tabla 3.8

Evaluación y selección de localización.

Factores	Peso	Plaza de Armas de Surco		Avenida Jorge Chávez		Avenida Primavera	
		Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje
Seguridad	17%	8	1,36	10	1,7	2	0,34
Disponibilidad							
Local	17%	2	0,34	5	0,85	6	1,02
Costo Local	5%	6	0,3	8	0,4	10	0,5
Zona Comercial	28%	6	1,68	8	2,24	10	2,8
Permiso							
Municipal	28%	5	1,4	8	2,24	5	1,4
Estacionamientos	5%	8	0,4	8	0,4	1	0,05
		Total	5,48		7,83		5,11

La micro localización del proyecto, de acuerdo al Método de Ranking de Factores, será en la Avenida Jorge Chávez, ya que obtuvo el puntaje más alto de 7,83.

CAPÍTULO IV: DIMENSIONAMIENTO DEL SERVICIO

4.1 Relación tamaño-mercado

Esta se encontrará definida por el aforo de la referida discoteca, que es de 200 personas. Dicho aforo se determinó por la disponibilidad de local en el distrito de Surco. Como se mencionó anteriormente, el mercado al cual se va dirigir es el comprendido por los adultos mayores de nivel socioeconómico “A, B y C”, los cuales cuentan con una mejor predisposición a gastar.

Tabla 4.1

Proyección de la demanda para el proyecto

Proyección de la demanda para el proyecto		
Año	Tasa de crecimiento	Demanda (en miles de personas)
2019	1,04%	394.404
2020	1,01%	398.387
2021	0,99%	402.331
2022	0,97%	406.234
2023	0,95%	410.093
2024	0,93%	413.907

4.2 Relación tamaño-recursos

Se tiene el soporte requerido tanto a nivel físico, como de consumo, de allí que, se considera que una de las bebidas más consumidas es el pisco, se estima que para el 2019 la cifra crecería entre 7% y 10% este año, proyectando un nivel de producción que estaría entre los 7,4 millones y 7,6 millones de litros (Guerra, 2019). Asimismo, empresas como UCP Backus & Johnston y Ambev Perú, reportan incremento en su producción, este dato resulta importante, partiendo de lo (“Sector licores crecería 10% en el 2018”, 2018):

En el Perú el consumo per cápita es de 22 tragos al mes, explicó que de los 22 tragos de bebidas alcohólicas que consume el peruano, la cerveza es la de mayor preferencia con 18,3 tragos de 335 ml; le siguen los licores con 2,3 tragos de 63 ml y el vino con 1,4 tragos de 125 ml al mes”. (p.1)

Evidentemente, con respecto al consumo, se cuenta con la producción nacional, tanto de cerveza como de pisco y otras bebidas. Con respecto a los alimentos, se cuenta con muchas alternativas para adquirir lo necesario para elaborar el piqueo. Asimismo, existe una gran demanda de empleos en este sector, de allí que, se realizaran entrevistas para seleccionar, el personal de acuerdo al perfil requerido y las exigencias del puesto de trabajo que ocupará.

4.3 Relación tamaño-tecnología

Utilizando el cuello de botella del proceso que se planificó para atender al cliente, el cual cuenta con seis etapas, dentro de las cuales están 1. Compra del ticket de ingreso. 2. Ingreso 3. Hace el pedido (cobro). 4. El mesonero toma el pedido. 5. Pedido de bebida y preparación en la barra. 6. Entrega de bebida y el cambio. En proceso comienza cuando el cliente, compra el ticket para entrar a la discoteca, este proceso demora aproximadamente 1 minuto, después el cliente ingresa (1 minuto) y realiza el pedido (2 minutos), el mesero toma el pedido (cobro) de 1 minuto y como última parte del proceso, la preparación del pedido, entrega de pedido y cambio (3 minutos). La discoteca contará con 1 anfitriona para la recepción de los clientes.

Tabla 4.2

Relación tamaño-tecnología

Etapa	Min/cliente	Personal/capacidad	Clientes/hora
1. Compra del ticket de ingreso.	1	1	8 clientes
2. Ingreso.	1	2	
3. Hace el pedido	2	1*	
4. El mesero toma el pedido. (cobro)	1	1*	
5. Pedido de bebida y preparación en la barra. (Adicionar 3 para preparación de un trago y 8 minutos para preparación de piqueos)	2	2	
6. Entrega de bebida y el cambio.	1	1*	
Total	8	6	

Tiempo	Número de clientes
8 minutos	1
60 minutos	X

$$X = \frac{60 \text{ minutos} * 1 \text{ cliente}}{8 \text{ minutos}} = 7,5 \sim 8 \text{ clientes} * \text{hora}$$

4.4 Relación tamaño-inversión.

Se resalta que, si bien para la implementación de una discoteca se requiere de cantidades considerables de dinero, el 50% del proyecto configurará un aporte propio; y el otro 50% será financiado por una entidad bancaria. Por lo tanto, no sería un limitante para el negocio.

4.5 Relación tamaño-punto de equilibrio.

Se conforma por las personas totales que pueden ser albergadas dentro del establecimiento, es decir, la cantidad máxima que configura el foro. En este caso, se auspicia un total de 200 personas. Ahora bien, dicho número, se procede a especificar el número de clientes a las cuales deberán llevarse a cabo para que no represente ninguna pérdida al proyecto. La inversión dependerá del alquiler en la zona.

Costos fijos estimados

En esta sección del trabajo se realiza el estimado de gastos que se consideran fijos, como sueldo de los empleados, alquiler, luz, agua, entre otros.

Tabla 4.3

Sueldos de los empleados

Puestos	Remuneración Básica	Cantidad	Remuneración Básica Total	Tipo de Contrato	Gratificación	Essalud	CTS	Costo mensual (S/)
Seguridad	1 200	4	S/ 4 800,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 4 800,00
Anfitriona	1 200	1	S/ 1 200,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1 200,00
Barman	1 500	1	S/ 1 500,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1 500,00
Cajero Principal	2 000	1	S/ 2 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2 000,00
Mozo	1 000	8	S/ 8 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 8 000,00

Enfermera	2 000	1	S/ 2 000,00	Planilla	S/ 363,33	S/ 212,70	S/ 196,87	S/ 2 772,90
Profesor de Baile	1 000	2	S/ 2 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2 000,00

Continua

Continuación

Puestos	Remuneración Básica	Cantidad	Remuneración Básica Total	Tipo de Contrato	Gratificación	Essalud	CTS	Costo mensual (S/)
Cocinero	1 500	1	S/ 1 500,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 500,00
Ayudante de cocina	1 000	1	S/ 1 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1 000,00
Community Manager	1 200	1	S/ 1 200,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1 200,00
Personal de Limpieza	1 000	2	S/ 2 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2 000,00
Animador	2 000	1	S/ 2 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2 000,00
Dj	2 000	1	S/ 2 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2 000,00
Jefe de Operaciones	2 000	1	S/ 2 000,00	Planilla	S/ 363,33	S/ 212,70	S/ 196,87	S/ 2 772,90
Gerente	3 500	1	S/ 3 500,00	Planilla	S/ 635,83	S/ 372,23	S/ 344,51	S/ 4 852,57

El costo promedio anual de personal se estima en S/ 524 680,42. El costo de alquiler se estima en función del costo del local encontrado en la investigación que equivale a 15 dólares/m², lo cual se determinó un costo anual de alquiler aproximado de S/306 000,00. Para determinar el consumo de energía eléctrica se tomará en cuenta la tarifa de 32,54 centavos de sol/ /kW.h, establecida por el tarifario de Luz del Sur, lo que implica un gasto aproximado anual de S/ 30 154,82, el consumo promedio anual de agua se estima en S/4 897,08 y el consumo anual de teléfono, TV e internet se estima en S/ 2 400.

Otros costos a considerar son la depreciación y amortización anual, y los servicios de terceros equivalente a suma de S/ 139 186,57.

Costos Variables estimados

Los costos variables del proyecto están relacionados directamente a los insumos que se utilizan para brindar el servicio. Para determinar el costo variable unitario por cliente se utiliza el costo de insumos promedio anual equivalente a S/ 629 728,8 considerando 12 meses de operación, 16 funciones por mes, 200 personas por función (aforo del local).

$$X = \frac{S/629,728.8}{12*16*200} = S/ 16,4 * persona$$

Precio de Venta unitario

Se determinó un ticket promedio por persona equivalente a S/ 80, lo cual incluye: pago de la entrada y consumo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas y piqueos, dicho valor se calculó en base a los resultados de las encuestas.

Después de calcular los costos fijos y variables, y teniendo en cuenta el ticket promedio de venta, se obtuvo un punto de equilibrio como se aprecia en la Tabla 4.4, para el cálculo se dividió los costos fijos entre la diferencia del precio de venta y el costo variable unitario.

Tabla 4.4

Punto de equilibrio

Valores	Unidad
Costos Fijos anual	S/ 1 007 318,89
Costos Variable anual unitario	S/ 16,40
Ticket promedio por venta unitaria	S/ 80
Punto de equilibrio	15 838 personas por año

4.6 Selección de la dimensión del servicio

En lo que respecta a la selección de la dimensión del servicio, los recursos no son limitantes, pues estos serán compensados para satisfacer las necesidades de los clientes bajo una política de exclusividad. La inversión tampoco es una causa que limite el proyecto, ya que se cubre económicamente toda implementación y posterior mejora. Ya que, partiendo desde otro punto de vista, las propias ganancias permitirán fortalecer la marca mediante estrategias comerciales innovadoras y más complejas. Si bien el mercado se encuentra abarrotado de discotecas, la focalización a un sector exclusivo de la población permite una diferenciación efectiva. Por lo tanto, el factor limitante sería el tamaño- tecnología, que está definido por la capacidad de atención, que se estima que es 200 personas.

CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.1 Proceso para la realización del servicio

Es necesario señalar que el servicio debe estar centrado en la calidad, atención y satisfacción del cliente, de esta manera se busca la fidelización y además recomiende el lugar a otras personas. Dentro de estos aspectos que se tomaran en cuenta se puede mencionar: la norma de requisitos de seguridad del Ministerio de Vivienda, donde detalla lo siguiente:

Tabla 5.1

Especificación técnica

Zona Pública	Factor (m ² /persona)
Discotecas (Pista de baile)	0,65
Discotecas	1

Asimismo, la OEFA menciona que los seres humanos a partir de los 60 dB pueden empezar a sentir molestias en la audición, esto coincide con la disposición municipal como límite permisible en una zona comercial. El límite máximo permisible de decibeles afuera de una discoteca es la siguiente:

Tabla 5.2

LMP de decibeles

Zona de Aplicación	Valor Máximo
Comercial	60 Decibeles

Nota. Decreto Supremo N° 085-2003-PCM, Reglamento de los Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para Ruido.

5.1.1 Descripción del proceso del servicio

Para el servicio

- Se describirá el proceso que el cliente llega a la discoteca hasta que pasa a retirarse.

Cliente llega a la discoteca:

- El cliente se dirige a hacer la cola para pagar la entrada, en la caja se encontrará una persona encargada del cobro de la misma y se le dará el ticket de ingreso.

Revisión antes del ingreso:

- Comprado el ticket de ingreso, se le entrega a la seguridad disponible para que este haga una revisión por si el cliente puede tener algún objeto peligroso que pueda ocasionar un accidente.

Ingreso a la discoteca:

- El cliente entra a la discoteca y pasa a ocupar unos de los muebles o acercarse a la barra para hacer un pedido.

Mozo atiende al cliente:

- El mozo se acerca al cliente para darle la bienvenida, este le presenta la carta de productos precios, el asistente se dispone a escoger y a pagar.
- El mozo se dirige a la barra con el pedido y el dinero para pagar en caja.

Mozo espera pedido en la barra:

- El mozo hace el pedido en la barra y se dirige a pagar en caja. Terminado la preparación del requerimiento, el mozo se conduce hacia la mesa donde está ubicado el cliente.

Mozo entrega pedido y vuelto al cliente:

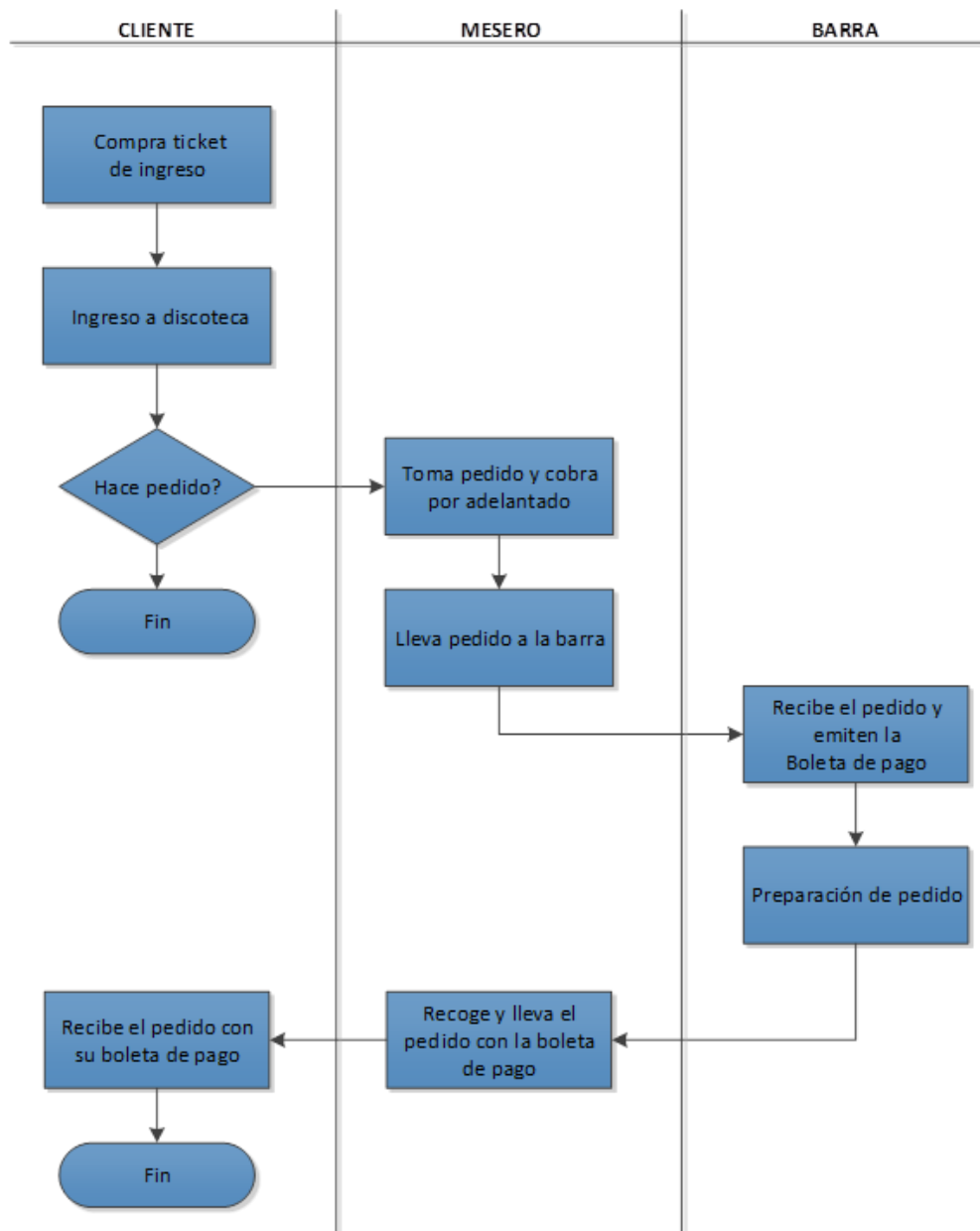
- El mozo llega con el pedido y el vuelto al cliente, luego se procede a retirar.

- Terminado este proceso, el cliente se sirve las bebidas que pidió o puede dirigirse a la pista de baile. Este proceso se puede dar en distintas oportunidades en una misma noche hasta que el asistente pasa a retirarse.
- El proceso puede acortarse si es que el cliente se dirige directamente a barra a hacer su pedido y el mismo hace el pago en caja.

5.1.2 Diagrama de flujo del servicio

Figura 5.1

Diagrama de flujo del servicio



5.2 Descripción del tipo de tecnología a usarse en el servicio

Antes de proceder con la descripción, se detalla lo siguiente:

Muebles Lounge

- Elemento fabricado con base de madera y recubierto de ultra cuero de color decorativo. Diseño cómodo y ergonómico para la comodidad del cliente.

Televisores

- Los televisores serán con pantalla plana y con tecnología LED aprovechando su gran nitidez de resolución y el ahorro de energía. Equipos usados para proyectar promociones y publicidad de la discoteca

Utensilios para barra

- Los distintos utensilios usados en barra como coctelera y sacacorchos serán de material acero. Se usará este tipo de insumo debido a que es más duradero, no se rompe y es fácil de lavar.

Barras

- La barra estará hecha de madera en todas sus partes, tendrá decoración de plástico o acrílico. Esta dependerá mucho del proveedor de cerveza o tragos con el que trabajemos.

Sistema Punto de Venta

- Este sistema es necesario para negocios de ventas al por mayor o menor. La implementación de este equipo ayuda al dueño y al usuario de este quipo a administrar y manejar mejor las cuentas del local. Además, se incluye el terminal POS para poder realizar pagos con tarjeta de crédito o débito.

POS

- Equipo inalámbrico usado para poder hacer pagos con tarjeta de crédito o débito.

Cabezal Móvil y Tachos LED

- Estos equipos serán usados para darle decoración al local, ambos tendrán distintos efectos, colores y serán manejados por un equipo especial. Además, su movimiento dependerá de la música.
- Estos equipos están fabricados con luces LED aprovechando su larga vida de duración y el bajo costo consumo de energía.

Parlantes y Subwoofer Amplificados

- Estos equipos serán usados para reproducir la música en vivo de las orquestas y del dj. Se usarán Subwoofer de piso para darle fuerza a la música, los parlantes con medios y agudos darán el brillo y la voz a cada canción. Al ser Parlantes/Subwoofer Amplificados mejoran la potencia de los parlantes. Además, controlan la calidad de sonido.

Micrófono Profesional

- Equipo que se usa para la reproducción de sonido de la orquesta y del animador.

Monitor

- Parlantes usados para amplificar el retorno en la reproducción de música de la orquesta y dj.

Pantalla LED

- Pantalla LED de gran tamaño y nitidez ubicada en el escenario para proyectar promociones y publicidad de la discoteca. Además, para proyección en vivo de fútbol y algún evento que pueda generar afluencia de público.

Visicooler

- Usado para refrigerar y mantener la temperatura que se requiere para los productos. Este equipo es de una puerta y cuenta con cuatro niveles para el llenado de las botellas. Dentro y fuera del Visicooler hay luces LED que sirven como iluminación y decoración. Se tiene que cuidar el tiempo de refrigerado para poder obtener el nivel de temperatura requerido.
- Este equipo, principalmente es prestado por Backus sin costo alguno. Solo exigen la compra de sus productos.

Consola de sonido

- Dispositivo electrónico al cual se conectan diversos elementos emisores de audio, como micrófonos, parlantes, controlador de dj e instrumentos musicales para darle el correcto funcionamiento a los equipos.

Equipos de Cocina

- Mesa de Trabajo, Cocina, Freidora de Papá y Campana Extractora fabricadas de acero para mayor duración y facilidad de limpieza.

Licuadaora

- Electrodoméstico usado para la preparación de cocteles, fabricado de vidrio y acero inoxidable.

Congelador

- Electrodoméstico usado para congelar alimentos y guardarlos congelados.

Sistema de Aire Acondicionado

- Un sistema que se utiliza para refrescar los ambientes de la discoteca cuando las temperaturas son muy altas y calurosas.

Sistema de Alarma contra Incendio

- Un sistema de alarma contra incendios está diseñado para detectar la presencia no deseada de fuego. Esto es solicitado por los Municipios para otorgar autorización para la apertura de los negocios.

Sistema de Cámaras de Seguridad

- Sistema de Cámaras de Seguridad implementados para controlar el trabajo realizado en la discoteca y como monitoreo ante posibles robos.

Lámparas de Emergencia

- Previsto para garantizar la seguridad de las personas que evacuen la discoteca ante una posible falta de iluminación en la discoteca.
- Diseñado con luces LED de bajo consumo de energía eléctrica y de larga vida útil.
- De uso obligatorio solicitado en las inspecciones Municipales.

Extintores

- Aparato portátil para apagar fuegos o incendios dentro de la discoteca. De uso obligatorio solicitado en las inspecciones Municipales.

Figura 5.2

Equipos de Discoteca I

EQUIPOS	DESCRIPCIÓN TÉCNICA
<p style="text-align: center;">TELEVISOR 50"</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: LG PERÚ</p>	<p>Marca: LG</p> <p>Voltaje: 220 voltios</p> <p>Potencia: 0.3 kw</p> <p>Otras características: *Panel IPS 4K *Procesador Quad Core4K *Active HDR *Sonido Ultra Surround *LG AI: Inteligencia Artificial</p>
<p style="text-align: center;">SISTEMA PUNTO DE VENTA</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: MEMORY KINGS</p>	<p>Marca: MEMORY KINGS</p> <p>Voltaje: 220 voltios</p> <p>Potencia: 0.2 kw</p> <p>Otras características: *Terminal Táctil de 14" widescreen Windows *Pantalla bezel free (sin marco) *Permite la conectividad de otros periféricos *Impresora térmica integrada</p>
<p style="text-align: center;">VISICOOLER</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: ELECTROLUX</p>	<p>Marca: ELECTROLUX</p> <p>Voltaje: 220 voltios</p> <p>Potencia: 0.58 kw</p> <p>Otras características: *Capacidad: 350 Litros *Dimensiones del equipo: 615x590x1790 mm. *Peso del equipo: 65 Kg. *Temperatura de trabajo: 0°C - 10°C"</p>
<p style="text-align: center;">MICRÓFONO PROFESIONAL</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: ZOLADI</p>	<p>Marca: SHURE</p> <p>Voltaje: 220 voltios</p> <p>Potencia: 0.04 kw</p> <p>Otras características: *Tipo de micrófono: dinámico *Patrón polar: cardioide *Formato: de mano *Línea de modelos: PG ALTA</p>

Figura 5.3

Equipos de Discoteca II

EQUIPOS	DESCRIPCIÓN TÉCNICA
<p style="text-align: center;">TACHO LED</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: ZOLADI</p>	<p>Marca: BIG DEEPER Voltaje: 220 voltios Potencia: 0.1 kw Otras características: *Color de la luz: RGB *Ángulo de haz: 25 ° cas: *Material: metal *Color: Negro</p>
<p style="text-align: center;">CABEZAL MÓVIL</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: ZOLADI</p>	<p>Marca: BEAM Voltaje: 220 voltios Potencia: 0.4 kw Otras características: *Incluye Lámpara Descarga 7R de 2000 horas aprox. cas: *Peso: 21 Kg. *Dimensiones: 480x405x550 mm. *Compatible con cualquier controlador DMX-512.</p>
<p style="text-align: center;">CONSOLA - MEZCLADOR</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: ALTEC</p>	<p>Marca: Soundcraft Voltaje: 220 voltios Potencia: 0.1 kw Otras características: *Mezclador de 22 canales. cas: *Preamplificadores Ghost Mic de ruido ultra-bajo diseñados por Soundcraft *EQ Sapphyre de 4 bandas *Procesador de efectos Lexicon</p>
<p style="text-align: center;">MONITOR PRX 815</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: ALTEC</p>	<p>Marca: JBL Voltaje: 220 voltios Potencia: 0.875 kw Otras características: *Altavoz autoamplificado con woofer de 15 pulgadas cas: *Amplificador digital *Ecuación mediante WiFi.</p>

Figura 5.4

Equipos de Discoteca III



EQUIPOS	DESCRIPCIÓN TÉCNICA
<p style="text-align: center;">BARRA</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: DISCO DESIGNER</p>	<p>Marca: DISCO DESIGNER</p> <p>Voltaje: 220 voltios</p> <p>Potencia: 0.001 kw</p> <p>Otras características: *Material - Madera MDF *Decoración: Luz LED</p>
<p style="text-align: center;">PANTALLA LED</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: MERCADO LIBRE</p>	<p>Marca: AMERICAN LED</p> <p>Voltaje: 220 voltios</p> <p>Potencia: 1 kw</p> <p>Otras características: *Tamaño Pixel: 5 mm *Luminosidad: 6000 nit *Material de Panel: Acero</p>
<p style="text-align: center;">MESA DE TRABAJO</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: NOVOTEC</p>	<p>Marca: NOVOTEC</p> <p>Voltaje: No aplica</p> <p>Potencia: No aplica</p> <p>Otras características: *Materia: Acero Inoxidable C-304 *Peso: 20 kg. • Soldado con Proceso TIG - Acabado Púldo Sanitario</p>
<p style="text-align: center;">COCINA INDUSTRIAL</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: NOVOTEC</p>	<p>Marca: NOVOTEC</p> <p>Voltaje: No aplica</p> <p>Potencia: No aplica</p> <p>Otras características: *3 hornillas *Fabricada en acero inoxidable calidad 304 *Parillas de 40x40 cm *3 Quemadores de 5"</p>





Figura 5.5

Equipos de Discoteca IV

EQUIPOS	DESCRIPCIÓN TÉCNICA
<p data-bbox="304 353 778 385">SISTEMA DE AIRE ACONDICIONADO</p>  <p data-bbox="411 600 619 631">Fuente: CARRIER</p>	<p data-bbox="815 353 1107 385">Marca: CARRIER</p> <p data-bbox="815 389 1107 421">Voltaje: 220 voltios</p> <p data-bbox="815 425 1059 456">Potencia: 20 kw</p> <p data-bbox="815 461 1187 492">Otras características: *Diseño compacto</p> <p data-bbox="815 497 1155 528">*Multi posición</p> <p data-bbox="815 533 1273 564">Ventilador de 3 velocidades</p> <p data-bbox="815 568 1155 600">*Control remoto</p> <p data-bbox="815 604 1139 636">* 60000 BTU</p>
<p data-bbox="373 645 703 676">CAMPANA EXTRACTORA</p>  <p data-bbox="411 891 635 922">Fuente: NOVOTEC</p>	<p data-bbox="815 645 1123 676">Marca: NOVOTEC</p> <p data-bbox="815 680 1107 712">Voltaje: 220 voltios</p> <p data-bbox="815 716 1043 748">Potencia: 4 kw</p> <p data-bbox="815 752 1315 784">Otras características: *Fabricado de acero inoxidable</p> <p data-bbox="815 788 1203 819">*Extractor de Acero</p> <p data-bbox="815 824 1187 855">*Módulo Industrial</p>
<p data-bbox="405 936 667 967">FREIDORA DE PAPA</p>  <p data-bbox="389 1182 603 1214">Fuente: NOVOTEC</p>	<p data-bbox="815 936 1123 967">Marca: NOVOTEC</p> <p data-bbox="815 972 1107 1003">Voltaje: 220 voltios</p> <p data-bbox="815 1008 1043 1039">Potencia: 3 kw</p> <p data-bbox="815 1043 1315 1075">Otras características: *Fabricado en acero inoxidable.</p> <p data-bbox="815 1079 1394 1137">*Válvulas de regulación para llama alta y llama baja.</p> <p data-bbox="815 1142 1394 1200">*Perilla regulador de llama, ubicado en la parte interna.</p>
<p data-bbox="443 1227 635 1258">CONGELADOR</p>  <p data-bbox="421 1473 628 1505">Fuente: HIRAOKA</p>	<p data-bbox="815 1227 1082 1258">Marca: MIRAY</p> <p data-bbox="815 1263 1107 1294">Voltaje: 220 voltios</p> <p data-bbox="815 1299 1075 1330">Potencia: 0.22 kw</p> <p data-bbox="815 1335 1273 1366">Otras características: *Control de temperatura: Sí</p> <p data-bbox="815 1370 1378 1402">*Sistema de enfriamiento: Frío directo</p> <p data-bbox="815 1406 1225 1438">*Capacidad total: 500 l</p>
<p data-bbox="453 1518 619 1550">LICUADORA</p>  <p data-bbox="437 1765 644 1796">Fuente: HIRAOKA</p>	<p data-bbox="815 1518 1075 1550">Marca: OSTER</p> <p data-bbox="815 1554 1107 1585">Voltaje: 220 voltios</p> <p data-bbox="815 1590 1059 1621">Potencia: 0.3 kw</p> <p data-bbox="815 1626 1394 1657">Otras características: *Material de la jarra: Vidrio refractario</p> <p data-bbox="815 1662 1315 1720">*Material de la cuchillas Acero: inoxidable</p> <p data-bbox="815 1724 1362 1756">*Material de la estructura: Baquelita</p>

Figura 5.6

Equipos de Discoteca V

EQUIPOS	DESCRIPCIÓN TÉCNICA
<p style="text-align: center;">LÁMPARA DE EMERGENCIA</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: SODIMAC</p>	<p>Marca: OPALUX</p> <p>Voltaje: 220 voltios</p> <p>Potencia: 0.0044 kw</p> <p>Otras características: *Tiempo de vida: 20000 - 25000 horas *Tipo de foco: LED *Lúmenes: 170</p>
<p style="text-align: center;">SISTEMA DE ALARMA CONTRA INCENDIOS</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: OPALUX</p>	<p>Marca: OPALUX</p> <p>Voltaje: 220 voltios</p> <p>Potencia: 0.05 kw</p> <p>Otras características: *Sistema de Alarmas contra incendio centralizado que cumple con INDECI</p>
<p style="text-align: center;">EXTINTOR</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: INDEXSA</p>	<p>Marca: INDEXSA</p> <p>Voltaje: No aplica</p> <p>Potencia: No aplica</p> <p>Otras características: *Color: Rojo *Material: Polvo químico seco ABC *Usos: Ideal para proteger áreas que contengan riesgos de fuego clase A (sólidos), B (líquidos) y C (combustibles)</p>
<p style="text-align: center;">SISTEMA DE CÁMARA DE SEGURIDAD</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: HIKVISION</p>	<p>Marca: HIKVISION</p> <p>Voltaje: 220 voltios</p> <p>Potencia: 0.5 kw</p> <p>Otras características: *Cámaras de seguridad FULL HD 1080P *Podrá visualizar sus cámaras desde una computadora conectada a internet o desde un dispositivo móvil como un celular o tablet.</p>

5.3 Capacidad instalada

La capacidad instalada está relacionada con la cantidad de personas, el aforo, el equipamiento del lugar, teniendo presente que debe existir una distancia entre un cliente y otro, se estima que puedan estar dentro de la discoteca en forma cómoda la cantidad de 200 clientes.

5.3.1 Identificación y descripción de los factores que intervienen en brindar el servicio

Dentro de los factores que intervienen en brindar el servicio, se encuentran el local amplio, cómodo y bien distribuido, calculando la capacidad de desplazamiento por cliente. Asimismo, la caja registradora, se convierte en un factor indispensable para prestar un buen servicio debido a que está dentro del ciclo y al final del mismo. La capacidad de atención que define el cuello de botella se calculó en el capítulo anterior, de la misma manera, la disponibilidad de bebidas alcohólicas, determinando que se cuenta con la disponibilidad nacional para cubrir la demanda.

5.3.2 Determinación del factor limitante de la capacidad

Después de analizar la situación en el capítulo anterior, se determinó como factor limitante la capacidad de atención de los trabajadores en base al aforo de 200 personas que se tiene contemplado. Los resultados indicaron que, en promedio un mozo se tardaría 8 minutos en atender un cliente, obteniendo como resultado la atención de aproximadamente 8 clientes en una hora por mozo, de allí que se presume la necesidad de contratar 8 mozos para cubrir la demanda diaria. Entonces, 8 clientes en una hora por mozo, la discoteca abre un promedio de 5 horas diarias sería 40 clientes por mozo, los ocho atenderían 320 personas.

5.3.3 Determinación del número de recursos del factor limitante.

En esta parte, se consideran los recursos disponibles de acuerdo a lo mencionado anteriormente, el tamaño de la discoteca, condiciones ambientales espacio físico y capacidad máxima permitida y de atención. La agilidad de atención en función del número de clientes y la capacidad de respuesta, siendo este de 8 minutos por cliente.

5.3.4 Cálculo de la capacidad instalada del servicio

La capacidad instalada seguirá siendo la de tamaño de planta, lo define el aforo, es decir 200 personas. A continuación, se detallarán los equipos más representativos en base a la capacidad del servicio:

Cálculo del número de muebles lounge

Tiempo promedio: 4 horas por mueble

Cientes por mueble: 4 clientes

Nº Muebles = 4 Clientes/Mesa = 200 clientes

Nº Muebles = 50 muebles

Cálculo del número de barras

Tiempo promedio de atención de la barra: 5 clientes por 7.5 minutos

$$\text{Nº Barras} = \left(\left(x \text{ Barra} \times \frac{5 \text{ Clientes}}{7,5 \text{ min}} \times \frac{60 \text{ min}}{1 \text{ hora}} \right) \times 8 \text{ horas} \right) = 200 \text{ clientes}$$

Nº Barras = 0,625 barras

Nº Barras = 1 barra

Cálculo del número de cajas registradoras y POS:

En la barra, se instalará una caja que ocupará un espacio dentro de la barra, por lo tanto, se necesitará 1 caja registradora. Por otro lado, se instalará 1 caja registradora a la entrada del local.

Por caja registradora se contará con un POS fijo, adicional se contará con dos POS móviles para el uso de los mozos.

Cálculo del número de Visicooler

- Capacidad máxima: 14 cajas de cerveza
- Tiempo de refrigerado: 4 horas
- La demanda máxima se calcula en base al:
- Consumo promedio por persona: 3 cervezas por persona

- Aforo: 200 personas
- Demanda: $200 * 3 = 600$ cervezas / 12 cervezas = 50 cajas / 14 cajas = 4 cargas.
- Por lo tanto, sería 4 cargas/ 2 cargas por Visicooler = 2 *Visicooler*, que se distribuirán detrás de la barra.

A continuación, en la Tabla 5.3 se detalla el resumen de equipos requeridos para el proyecto, calculados anteriormente.

Tabla 5.3

Equipos y utensilios requeridos para el proyecto

Equipos	Vida útil	Cantidad
Muebles Lounge	3	50
Caja de entrada	5	1
Barra	5	1
Televisor LED	5	4
Pantalla LED	3	1
Parlantes Amplificados	5	4
Mezcladora digital	3	1
Subwoofer	5	2
Sistema de Aire acondicionado	5	1
Equipos de cocina (campana extractora, freidora, cocina, licuadora, mesa de trabajo, congeladora, lavadero)	5	1
Monitor para DJ	5	4
Micrófono	3	5
Menaje y utensilios	2	1
Luces y efectos especiales (Cabezal Móvil y Tacho LED)	3	8
Acondicionamiento del local (cableado, remodelaciones, decoraciones, baños, infraestructura acústica)	5	1
Sistema de Punto de Venta	5	2
POS	3	4
Extintor	5	20
Luz de Emergencia	2	15
Sistema Contra Incendios	1	1
Equipamiento de Tópico	3	1
Sistema de Cámaras de Seguridad	5	1

Cálculo de la capacidad de atención

La capacidad de una discoteca no solo se limita al número de personas que pueden ingresar al establecimiento, conociéndose como aforo, sino que va relacionado también

a la cantidad de personas que éstas pueden ser atendidas de forma efectiva. El promedio de atención por cliente es de 8 minutos, ya que se requiere tomar los pedidos que el invitado, en este caso, solicite una vez que acceda a una mesa. A su vez, el tiempo de preparación que en promedio son minutos debido a que se maximiza la venta de cervezas, whiskies y también tragos de elaboración rápida. Considerando, además, el tiempo en la entrega del producto y el cobro ya sea en efectivo, VISA o MasterCard.

Figura 5.7

Cálculo de la capacidad de atención



5.4 Resguardo de la calidad

5.4.1 Calidad del proceso y del servicio

La calidad del servicio va a depender mucho de la propuesta que ofrecemos y de la inspección necesaria que debemos darle a cada uno de los productos e insumos.

- Cerveza:

El pedido de cerveza, gaseosa y agua mineral llegará una vez a la semana en camiones distribuidores de Backus. Se debe realizar inspección por cada botella de vidrio ya que esta puede estar rota y ocasionar accidentes al contacto con el trabajador o el cliente. El almacenamiento y el llenado de las cámaras de refrigeración deben ser muy cuidadosos porque al apilarse puede romperse las botellas o destaparse por contacto con las cajas que se encuentran arriba y pueden causar la pérdida de gas y características de la cerveza. Se debería considerar que todas las cervezas se deben servir entre 3,5 y 13 °C (Del grano a la copa, 2018).

El mozo tiene que cuidar que la cerveza no se rompa al momento de ser destapada.

- Tragos y cocteles:

Los tragos deben estar almacenados a temperatura ambiente y bien tapado luego de ser abierto ya que puede perder el nivel de alcohol y sus demás características. Al momento del preparado de cualquier coctel se debe tener cuidado que no se introduzca

ningún objeto que malogre la preparación o el consumo del cliente. Los tragos son los whiskys, las cervezas, vinos, entre otros; y los cocteles pueden ser diferentes sabores como algarrobina, fresa, entre otros.

- Insumos:

Mientras se realice la compra de los insumos como limón y manzana debe haber una inspección visual y olfativa ya que estos pueden estar malogrados dando un producto de mala calidad.

5.4.2 Niveles de satisfacción del cliente

El cliente debe irse con la mejor impresión de la discoteca desde la atención brindada hasta de la calidad de espectáculo que brindaremos.

- Atención al cliente:

El personal estará apto para la calidad de servicio que nosotros queremos brindar y para que el cliente se vaya satisfecho de la discoteca.

El personal de seguridad estará atento a cualquier problema dentro y fuera de la discoteca. Revisaran a todas las personas que pretendan ingresar al local con algún objeto peligroso y así poder ocasionar peleas y daños en los clientes. Cuidaremos la integridad de todos.

Los mozos estarán capacitados constantemente para brindar un servicio de calidad y a la vez ser rápidos para aumentar el consumo del cliente.

- Espectáculo:

Se busca que el cliente guste del espectáculo brindado por la discoteca y que no dude en volver. Contaremos con un Dj experimentado para que arme la fiesta tocando la mejor música. Además, en fechas especiales se contratará Djs de renombre que ayuden a brindar un mejor show y aumentar la afluencia de gente. La fiesta estará amenizada por un animador, este en varias oportunidades durante la noche realizará sorteos, concursos para animar al público. En determinadas ocasiones, se contratará a orquestas del momento para aumentar el público en esas fechas.

5.4.3 Medidas de resguardo de la calidad

Para el resguardo de la calidad de los servicios y productos, se usó el análisis de peligros para ver los posibles problemas en cada etapa del proceso.

Tabla 5.4

Análisis de los peligros en la recepción, almacenamiento y servicio de las botellas de vidrio

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE PELIGROS Y EVALUACIÓN DE RIESGOS														
N°	Proceso	Actividad	Peligro	Riesgo	Probabilidad						Probabilidad x Severidad	NR: Nivel de Riesgo	Riesgo Significativo SI/NO	Medidas de Control
					Índice de personas expuestas (A)	Índice de procedimientos existentes (B)	Índice de capacitación ©	Índice de exposición al riesgo (D)	IP: Índice de probabilidad (A+B+C+D)	IS: Índice de severidad				
1	RECEPCION Y ALMACENAMIENTO DE	La persona encargada recibe las cajas de cerveza para almacenarlas	Botellas de vidrio rotas	Cortaduras	1	1	1	2	5	1	5	Tolerable	NO	Uso de guantes y lentes protectores al momento de cajas de botellas vidrio
2		La persona encargada apila la cerveza y/o tragos en los depósitos	Botellas	Cortaduras	1	1	1	2	5	1	5	Tolerable	NO	Uso de guantes y lentes protectores al momento de cajas de botellas vidrio

Continúa

Continuación

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE PELIGROS Y EVALUACIÓN DE RIESGOS

4	ATENCIÓN AL CLIENTE	Llenado de bebidas al visicoler	Botellas	Cortaduras	1	1	1	3	6	1	6	Tolerable	NO	Uso de lentes protectores al momento del llenado de los refrigeradores
5		Destapado de botellas	Botellas	Cortaduras	2	1	1	3	7	1	7	Tolerable	NO	Uso del destapador adecuado y capacitación al personal
6		Elaboración de tragos y/o coctéles	Insumos orgánicos, vaso de vidrio, calidad del trago	Lesiones y disgustos al cliente	3	1	1	3	8	1	8	Tolerable	NO	Capacitación de Buenas Prácticas de Manufactura
7		Funcionamiento de los equipos en genetal	Fallas eléctricas	Incendio	3	1	1	3	8	3	24	Importante	SI	Mantenimiento preventivo de los equipos, contar con un sistema de protección contra incendios y evacuación

Tabla 5.5
Análisis de los peligros en el proceso de elaboración de piqueos

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE PELIGROS Y EVALUACIÓN DE RIESGOS														
N°	Proceso	Actividad	Peligro	Riesgo	Probabilidad						Probabilidad x Severidad	NR: Nivel de Riesgo	Riesgo Significativo SI/NO	Medidas de Control
					Índice de personas expuestas (A)	Índice de procedimientos existentes (B)	Índice de capacitación ©	Índice de exposición al riesgo (D)	IP: Índice de probabilidad (A+B+C+D)	IS: Índice de severidad				
1		Freido	Sartén encendido, aceite caliente	Quemadura	1	1	1	3	6	2	12	Moderado	NO	Señales de peligro visibles Capacitación al personal Uso de EPP (Guantes, mascarillas y uniformes)
2	Preparación de piqueos	Pelado	Herramientas manuales, cuchillos afilados	Cortaduras, golpes	1	1	1	3	6	1	6	Tolerable	NO	Señales de peligro visibles Capacitación al personal Uso de EPP (Guantes, mascarillas y uniformes)
2		Cortado	Herramientas manuales, cuchillos afilados	Cortaduras, golpes	1	1	1	3	6	1	6	Tolerable	NO	Señales de peligro visibles Capacitación al personal Uso de EPP (Guantes, mascarillas y uniformes)

5.5 Impacto ambiental

El proyecto estará enfocado en la minimización y la correcta disposición de los desechos que genere el servicio. Los residuos del proyecto principalmente serán: plásticos, vidrios, papeles, chapas. Para la disposición parcial de estos residuos se colocarán tachos con bolsas de plástico en su interior, de acuerdo al tipo de residuo; y para la disposición final de estos desechos se dispondrá en un depósito común para que sea retirado por la entidad municipal, en este caso, por la ubicación del proyecto, le competiría a la Municipalidad de Surco. Ver Tabla 6.6

Por otro lado, con respecto a los clientes, el sistema acústico respetará el límite máximo permisible de decibeles que pueda soportar una persona en un tiempo de exposición de 8 horas de estadía en una discoteca, esto se basará en la cantidad de parlantes que ubiquemos en el local. Según la Agencia de Protección Ambiental (EPA) de Estados Unidos, el nivel seguro para no sufrir afecciones auditivas permanentes, no debe exceder un valor promedio de 70 dB durante 24 horas, o de 75 dB durante 8 horas. Asimismo, se presentan otros problemas referidos a la generación de residuos sólido los cuales se muestran a continuación (Organización Mundial de la Salud , 2020).

5.6 Seguridad y salud ocupacional

El organismo fiscalizador en cuestiones de seguridad del establecimiento es el Instituto Nacional de Defensa Civil, INDECI, lo cual, se debe cumplir con una serie de requisitos para obtener el permiso de dicho organismo, dentro de esos requisitos está elaborar un plan de seguridad de Defensa Civil del establecimiento, incluyendo señalización, extintores, luces de emergencias, detectores de humo y plan de evacuación, con el objetivo de proteger la salud y seguridad de los que laboren y concurran a la discoteca, los bienes y activos del negocio: así mismo, establecer medidas de control y prevención que permiten minimizar los riesgos.

Los empleadores tienen el deber de identificar, evaluar, prevenir y comunicar los riesgos en el trabajo a sus colaboradores; como lo determina la ley de la Seguridad y Salud en el Trabajo; además, los trabajadores tienen el derecho a estar informados de los riesgos de las actividades que prestan, entre otros. Unos de los requisitos para laborar en el negocio será un examen médico ocupacional de entrada y carnet de sanidad vigente.

Tabla 5.6

Impacto ambiental

Actividades del proyecto	del Aspecto ambiental	Impacto ambiental	Medidas correctivas	
INSTALACIÓN	Infraestructura de la discoteca	Ruido por la instalación de los equipos luces, la barra, etc.	Molestia a los demás negocios del entorno	Se trabajaría a partir de las 7 pm, hora que los establecimientos comerciales comienzan a cerrar.
	Manejo de residuos	Desechos de la instalación de toda la infraestructura del proyecto	Contaminación del suelo	Disposición y clasificación de residuos en bolsas para que la Municipalidad de Surco lo recoja.
DESINSTALACIÓN		Desechos propios durante la operación del negocio: plásticos, vidrios, papeles, chapas, etc.	Contaminación del suelo	Disposición y clasificación de residuos en bolsas para que la Municipalidad de Surco lo recoja.
	CIERRE	Desinstalación de equipos y reparación del negocio y la reparación del mismo	Contaminación del suelo y molestia a los demás negocios	Se trabajaría a partir de las 7 pm, hora que los establecimientos comerciales comienzan a cerrar.
	Manejo de residuos	Desechos de la instalación de toda la infraestructura del proyecto	Contaminación del suelo	Disposición y clasificación de residuos en bolsas para que la Municipalidad de Surco lo recoja.

5.7 Sistema de mantenimiento

- Se implementará un sistema de mantenimiento de los equipos y maquinas con la finalidad de reducir el costo de ciclo de vida, evitar los desperfectos en estos.

- El personal de mantenimiento debidamente capacitado será el encargado de la gestión de mantenimiento con la empresa que nos dará el servicio. Asimismo, el personal de limpieza debe ser capacitado para labores de mantenimiento diario.
- Se aplicará el mantenimiento preventivo y correctivo de acuerdo a cada equipo y máquina. Ejecutar un programa de mantenimiento, evitará sobrecostos a causa de un mantenimiento reactivo (correctivo).
- La limpieza del local y los equipos utilizados diariamente para los servicios tendrán una frecuencia de limpieza por cada día de funcionamiento, asimismo esto permitirá tener buenas prácticas sanitarias y por tanto esto evitará ser multado o clausurado por una entidad pública por tema de salubridad.

En siguiente Tabla 6.7, se detalla el programa de mantenimiento de los equipos.

Tabla 5.7

Sistema de mantenimiento

Equipo	Actividad	Objetivo	Tipo de Mantenimiento	Frecuencia
Luces LED, Maquina de Humo, Parlantes, Laser, Proyector, Pantalla LED, Mezcladora, Subwoofer, Monitor, Micrófono, Sistema de punto de venta	Limpieza Exterior	Evitar que se acumule tierra, polvo o residuos en la parte exterior de los equipos.	Preventivo	Semanal
	Verificación	Verificar el buen funcionamiento de los equipos	Preventivo	Semanal
	Limpieza General	Limpieza exterior e interior de los equipos previniendo las posibles fallas	Preventivo	Trimestral
	Reparar	Arreglar los equipos al momento de presentar fallas	Correctivo	Según requerimiento
Sistema contra incendios y seguridad	Verificación, Limpieza y Puesta a prueba	Verificar el buen funcionamiento de los equipos	Preventivo	Mensual
Aire acondicionado	Inspección y limpieza	Verificar el buen funcionamiento del equipo	Preventivo	Mensual
Muebles Lounge y Barra	Inspección y limpieza	Verificar estado de las patas y del tablero	Preventivo	Semanal
Visicooler	Limpieza	Verificar que el interior de se mantenga limpio.	Preventivo	Diario
	Reparar	Arreglar el equipo al presentar fallas	Correctivo	Según requerimiento
	Limpieza	Se debe mantener limpio.	Preventivo	Diario
Baños, Cocina y lavaderos	Reparar	Arreglar la ruptura o malogro de lavaderos, etc.	Correctivo	Según requerimiento

5.8 Programa de operaciones del servicio

5.8.1 Consideraciones sobre la vida útil del proyecto

La vida útil del proyecto estará definida por el tiempo que necesita el negocio para poder alcanzar todos los objetivos pactados al inicio del mismo, para estimar este periodo se tomará en cuenta los siguientes factores:

- Periodo de recupero de la inversión.
- Depreciación de los equipos.

Los activos fijos principales se depreciación constante anual en base a la vida útil del producto, se concluye que luego de 5 años estos no tendrán un valor de recupero en libro, por lo que depende de una reinversión para renovar los equipos necesarios en la discoteca. En la práctica, estos equipos pueden ser vendidos a un valor de 30% o 20%. En relación con el periodo de recupero de la inversión, esta se recuperará antes de los 2 años de operación, pero se optará, por alargar la operación del servicio a 5 años, ya que las utilidades aumentarán pasando los años.

5.8.2 Programa de operaciones del servicio durante la vida útil del proyecto

Este programa estará definido en función del tamaño del servicio al final de la vida útil del proyecto. A partir del primer año, se pondrá foco en la publicidad, la calidad y propuesta del servicio para cubrir el aforo total de la discoteca. Tomando en cuenta que el aforo es de 200 personas, el ticket unitario promedio es de S/ 80 soles y la atención son de jueves a domingo, determinaremos el siguiente programa de operaciones según se muestra en la tabla 6.8.

Tabla 5.8

Años, personas y % de utilización

Año	Personas	% de utilización
2020	31 200	75%
2021	35 360	85%
2022	35 360	85%
2023	35 360	85%
2024	35 360	85%

5.9 Requerimiento de materiales, personal y servicios

5.9.1 Materiales para el servicio

Se desarrollará una estrategia de abastecimientos de productos e insumos necesarios para la preparación de los distintos cocteles que se ofrecerán en la carta cumpliendo con los niveles de calidad, stock, distribución y costos. Backus será el único proveedor de cerveza aprovechando que ellos prestarán los Visicooler necesarios para las barras y decorarán muchos espacios de la discoteca. La variedad de cervezas que ofrecen son los que mayor consumo tienen a nivel nacional, nos proveerán de sus productos una vez a la semana.

Debido a la cercanía del local con distintos supermercados (Metro, Tottus y Plaza Vea), estos serán el principal centro de compras de insumos. La mayoría de productos e insumos se comprarán para ser usado para una semana de trabajo de la discoteca (jueves a domingo). El administrador será el encargado de la planificación de abastecimiento y compras debidamente coordinada con el personal de barra y los cajeros.

A continuación, se nombran los materiales para el servicio:

- Cervezas.
- Tragos.
- Utensilios.
- Insumos (limón, gaseosas, agua mineral, jugos envasados, hielo).
- Cigarros.
- Encendedores.
- Destapador.
- Sacacorchos.
- Vasos de plásticos y de vidrio.
- Cartas.
- Artículos de limpieza.
- Uniformes (seguridad, limpieza y mozos).
- Boletas.
- Ticket.
- Posavasos.

- Papel higiénico.
- Jabón líquido.
- Detergente.
- Lejía.

Tabla 5.9

Requerimiento de materiales para el servicio

Insumo	Unidades	2020	2021	2022	2023	2024
		Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
Cerveza	Botella	43 680	49 504	49 504	49 504	49 504
Pisco Queirolo	Botella	676	676	728	728	728
Pisco Porton	Botella	416	416	728	728	728
Pisco 4 gallos	Botella	416	416	728	728	728
Whisky Johnnie Walker Roja	Botella	416	416	728	728	728
Whisky Johnnie Walker Negra	Botella	416	416	728	728	728
Vodka Absolut	Botella	156	156	208	208	208
Vodka Smirnoff	Botella	156	156	208	208	208
Tequila José Cuervo	Botella	156	156	156	156	156
Ron Habana Club	Botella	260	260	312	312	312
Ron Bacardi	Botella	260	260	312	312	312
Ron Cartavio	Botella	260	260	312	312	312
Ron Flor de Caña	Botella	260	260	312	312	312
Ron Barceló	Botella	260	260	312	312	312
Cognac Covousier	Botella	104	104	312	312	312
Anisado	Botella	260	260	312	312	312
Jarabe de Goma	Botella	208	208	208	208	208
Jugo de Naranja	Botella	312	312	364	364	364
Jugo de Piña	Botella	312	312	364	364	364
Jugo de Durazno	Botella	312	312	364	364	364
Evervess 1.5L	Botella	676	676	728	728	728
Guaraná 0.5 L	Botella	520	520	624	624	624
Coca Cola 0.5 L	Botella	2 288	2 288	2 964	2 964	2 964
Agua Mineral 0.5 L	Botella	7 800	7 800	8 840	8 840	8 840
Coca Cola 3 L	Botella	312	312	312	312	312
Huevo	Kg	312	312	364	364	364
Leche 410 g.	Tarro	416	416	624	624	624

Continuación

Continuación

Insumo	Unidades	2020	2021	2022	2023	2024
		Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
Masa de wantan	kg	520	520	832	832	832
Palta	kg	884	884	1 040	1 040	1 040
Cebolla	kg	104	104	208	208	208
Condimentos	kg	52	52	208	208	208
Tomate	kg	104	104	208	208	208
Queso Fresco	kg	104	104	832	832	832
Queso Edam	kg	104	104	1 248	1 248	1 248
Cabanosi	Unidad de 25 gr	1 040	1 040	5 200	5 200	5 200
Jamón	kg	104	104	1 248	1 248	1 248
Papa prefrita	kg	1 560	1 560	3 640	3 640	3 640
Aceite	Litro	104	104	1 040	1 040	1 040
Limón	kg	312	312	364	364	364
Algarrobina	Botella	104	104	156	156	156
Crema de Coco	Frasco	156	156	208	208	208
Hielo 3 kg	Bolsa	1 040	1 040	780	780	780
Papel Higiénico	Rollo	624	624	1 248	1 248	1 248
Papel Toalla	Rollo	624	624	1 248	1 248	1 248
Lejía 1 L	Botella	208	208	208	208	208
Jabón líquido	Botella	416	416	416	416	416
Detergente 1 kg	kg	104	104	104	104	104
Tickets de Ingreso	Millar	52	52	208	208	208

5.9.2 Determinación del requerimiento de personal de atención al cliente

De acuerdo con una fuente primaria, la cantidad de mesas que atiende un mozo es 6 mesas, teniendo en cuenta, el número de mesas hallado anteriormente. El número de mozos se calcula de la siguiente manera:

$$X = \left(50 \text{ Mesas} \times \frac{1 \text{ mozo}}{6 \text{ mesas}} \right) = 8,33 \sim 8 \text{ MOZOS}$$

De lo calculado, se obtuvo que se requiere 8 mozos de atención al cliente para el proyecto. Por otro lado, se necesita 2 bármanes, 2 cajeros, uno para la entrada al local y otro para la barra y, por último, el personal de seguridad, la cantidad será variable dependiendo del tipo de evento que se realice cada día de atención.

Tabla 5.10

Requerimiento de Personal

Puestos	Cantidad
Seguridad	4
Anfitriona	1
Barman	1
Ayudante de Barra	1
Cajero Principal	1
Cajero Auxiliar	1
Mozo	8
Enfermera	1
Profesor de Baile	2
Cocinero	1
Ayudante de cocina	1
Community Manager	1
Personal de Limpieza	2
Animador	1
Dj	1
Jefe de Operaciones	1
Gerente	1

5.9.3 Servicios de terceros

El servicio de terceros que se usará en la discoteca será principalmente para el mantenimiento de los equipos y se usarán las mismas empresas que proveen estos elementos:

Visicooler

- El mantenimiento que se le darán a los visicooler serán hechos por el mismo proveedor de estos equipos (Backus). Cuando este equipo deje de refrigerar o empiece a tener fallas eléctricas nosotros llamaremos al proveedor correspondiente y le informaremos los desperfectos. Ellos son los encargados de enviar a las personas que solucionaran los problemas.

Equipos de luces y música

- Para el mantenimiento y arreglo de cualquier equipo como luces, controlador, máquina de humo, parlantes y luces LED se necesitar el servicio de los mismos proveedores al que compramos estas máquinas.

Gasfitería/Carpintería/Otros servicios

- Para el arreglo del baño, lavaderos, mesas, sillas y otros equipos se necesitará el servicio de personas especializadas como gasfiteros y carpinteros que serán necesitados cada instante en los que se malogren estos equipos.

Orquestas y grupos musicales

- Se contratará para eventos especiales, orquestas y grupos musicales del momento con intención de aumento la clientela.

Otro servicio tercero, sería la consultoría contable para la gestión respectiva del negocio.

5.9.4 Otros: energía eléctrica, agua, transportes, etc.

A continuación, se nombran otro tipo de gastos a considerar:

Consumo de agua

Para calcular la cantidad de agua que se requiere para el funcionamiento adecuado del proyecto, se utilizarán datos de consumo promedio obtenidos tanto de fuentes primarias y secundarias. Se utilizará la tarifa comercial de Sedapal.

Los consumos promedios de agua por cliente se muestran en la Tabla 5.11.

Tabla 5.11

Consumo de agua promedio por persona

Actividad	Consumo	Tiempo de Uso	N° veces	Total
Lavamanos	12 L/min	0.25 min	2	6
Inodoro	8 L/descarga	-	2	16
Lavado de vasos	0,5 L/vaso	-	1	0,5
Limpieza de local	100 L	-	-	0,5
Otros	20%			4,6
			Total	27,6 L / persona

Con base en la información anterior, se determina para una demanda anual de 38 400 clientes lo siguiente:

Consumo de agua total = # clientes x consumo/cliente = 38 400 clientes x 27,6 L / cliente = 1 059,840 L / año = 1 059,840 L x (1m³ / 1000L) = 1 059,84 m³/año.

Consumo de energía eléctrica

Para calcular el consumo de energía eléctrica del proyecto, se basa en los kilowatts usados por los equipos. Se tomará en cuenta las horas usadas por cada equipo en un año. Para el consumo de energía adicional a los equipos principales se ha considerado un consumo adicional del 20% del consumo de los equipos. Estos consumos adicionales incluyen aquellos por iluminación, equipos con bajo consumo, entre otros. Se utilizará la tarifa comercial de Luz del Sur por la ubicación del proyecto.

La tabla 5.12 muestra el requerimiento de energía eléctrica al año para el local.

Tabla 5.12
Requerimiento anual de energía eléctrica

Elemento	Cantidad	Potencia (kW)	Tiempo de operación (H)	Tiempo de operación (H/año)	Consumo anual (kWh)
Televisor LED 50"	4	0.3	8	1 536	1 843,20
Pantalla LED	1	1	8	1 536	1 536,00
Luces LED	2	0,001	8	1 536	3,07
Parlantes Amplificados	4	0,875	8	1 536	5 376,00
Subwoofer	2	0,875	8	1 536	2 688,00
Sistema de A/C	1	20	8	1 536	30 720,00
Campana extractora	1	4	4	768	3 072,00
Freidora	1	3	4	768	2 304,00
Licuadaora	1	0,3	2	384	115,20
Congeladora	1	0,22	24	8 064	1 774,08
Visicooler	2	0,58	24	4 608	5 345,28

Continua

Continuación

Elemento	Cantidad	Potencia (kW)	Tiempo de operación (H)	Tiempo de operación (H/año)	Consumo anual (kWh)
Monitor	4	0,875	8	1 536	5 376,00
Micrófono Orquesta	4	0,004	2	384	6,14
Micrófono Animador	1	0,004	8	1 536	6,14
Tacho LED	4	0,1	8	1 536	614,40
Cabeza Móvil	8	0,4	8	1 536	4 915,20
POS	4	0,005	8	1 536	30,72
Sistema Punto de Venta	2	0,2	8	1 536	614,40
Sistema de Alarmas Contraincendios	1	0,05	24	8 064	403,20
Sistema de Cámaras de Seguridad	1	0,5	24	8 064	403,00
Luz de emergencia	15	0,0044	24	8 064	532,22
Otros	20%				1 4292,17
Total					85 753,04

Transporte

En el caso de la cerveza y los tragos el mismo proveedor se encarga de la logística del pedido. En otros casos, el jefe de operaciones se ocupa de comprar y traer los materiales, el asume el transporte de estos insumos.

5.10 Soporte físico del servicio

5.10.1 Factor edificio

Se trata del soporte material que es necesario para la producción del servicio, el local habilitado para el proyecto estará dividido en diferentes ambientes de manera óptima:

- Pista de baile.
- Zona de mueble.
- Cabina de Dj.
- Escenario.
- Tópico
- Barra.
- Baños.
- Almacén.

Para determinar el área de servicios, se utilizó el método de Guerchet, donde se calculó previamente los elementos móviles y estáticos que ocuparán en el local. Cabe recalcar, que se tomaron datos aproximados sobre las medidas de los componentes para los siguientes cálculos:

Tabla 5.13

Factor Edificio I

Elementos Estáticos	L(m)	A(m)	H(m)	N	n	SS	Sg	SSxn	SSxnxh	k	Se	Ss+Sg+Se	(Ss+Sg+Se) *n
Visicooler	0,8	0,72	2,1	1	2	0,58	0,58	1 152	2,4192	1.1	1,25	2,41	4,81
Mueble Lounge	1,5	1,5	0,68	0	50	2,25	0,00	112,5	76,5	1.1	2,45	4,70	234,96
Cabina de DJ	2	1	1,8	1	1	2	2,00	2	3,6	1.1	4,35	8,35	8,35
Barra (incluye caja)	5	3	1,1	2	1	15	0,00	15	16.5	1.1	16,33	31,33	31,33
							Suma=	130 652	99 019			Área=	279,46 m2
								Hee	0,7579				

Tabla 5.14

Estimaciones de elementos móviles

Elementos Móviles	Área(m ²)	Altura(m)	n	Axn	Axnxh
Mozos	0,5	1,65	8	4	6.6
Barman	0,5	1,65	2	1	1,65
			SUM	5	8,25 m ²
				hem	1,65

Tabla 5.15

Estimación del área

Área	Estimación del área
Área (Guerchet)	279,46
Área de 1 depósito	8
Área de 3 baños	33
Área de Oficina	12
Área de Pista de Baile	100
Área de Escenario	24
Área de Tópico	4
Área de Cocina	8
Área de hall de entrada y otros	30
Área total	498,46 m ²

La discoteca contará con puerta y paredes acústicas que ayudarán a mantener el sonido dentro del local y no generar fastidio en el exterior y posibles problemas con la municipalidad. Asimismo, tendrá salida de emergencia a de acuerdo con la normativa.

Los baños estarán debidamente equipados y a disposición de los clientes (varones y damas).

5.10.2 El ambiente del servicio

Los ambientes se dividen en:

Pista de baile

- Esta área estará habilitada para toda persona que quiera bailar. Contará con una barra para que puedan hacerse los pedidos

Zona de mesas

- Contará con 50 mesas de 4 asientos cada una. Estarán debidamente separadas para el fácil transitar de los clientes y se ubicarán de acuerdo al plano del local.

Cabina de dj

- Área destinada para el dj, en la que tendrá espacio para ubicar el controlador y un monitor.

Escenario

- Espacio que podrán contar con algún grupo u orquesta. Estará debidamente equipado con parlantes, micrófonos, instrumentos y luces.
- Tendrá dos escaleras para que los músicos puedan ingresar, salir y mover instrumentos.

Barra

- La barra será de 5 metros de largo por 2.5 metros de ancho.
- Estarán decoradas con publicidad del principal proveedor de productos y con luces LED. Una barra estará ubicada en la zona de mesas para que puedan hacerse los pedidos y otra en la zona de pista de baile en la que cada persona se acercará a barra para realizar su pedido.

Baños

- Contaremos con 2 baños amplios: uno para varones y otra para damas. Adicional, un baño para el personal.

5.11 Disposición de la instalación del servicio

5.11.1 Disposición general

Después de realizar el cálculo de las áreas requeridas para el proyecto mediante el método de Guerchet, se procederá a definir la distribución de dichas áreas mediante el análisis relacional utilizando la tabla relacional, el diagrama relacional, la tabla de valor de proximidad y la lista de razones o motivos que se detallarán a continuación:

Tabla 5.16

Motivos de relación

Motivo de relación
1. Flujo de insumos
2. Flujo de personal
3. Flujo de clientes
4. Higiene


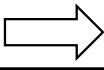



Tabla 5.17

Código de proximidades

Código	Proximidad	Color	N° de líneas
	Absolutamente		
A	necesario	Rojo	4 rectas
	Especialmente		
E	necesario	Amarillo	3 rectas
I	Importante	Verde	2 rectas
O	Normal	Azul	1 recta
U	Sin Importancia		
X	No deseable	Plomo	1 zig-zag
	Altamente	no	
XX	deseable	Negro	2 zig-zag

Figura 5.8

Identificación de actividades

Simbolo	Color	Actividad
	Rojo	Operación (montaje o submontaje)
	Verde	Operación, proceso o fabricación
	Amarillo	Transporte
	Naranja	Almacenaje
	Azul	Control
	Azul	Servicios
	Pardo	Administración

Nota. Diapositivas de clase de Disposición de Planta – Profesor Lincoln Betalleluz

Considerando las tablas 6.15 y 6.16, y figura 6.6 se obtiene la siguiente Figura 6.9 para determinar la relación de actividades que permitirá la elaboración del diagrama relacional como se aprecia en la Figura 6.9, para después de emplear este método y el Método de Guerchet, diseñar el plano para la distribución de la discoteca.

Figura 5.9

Tabla relacional de actividades

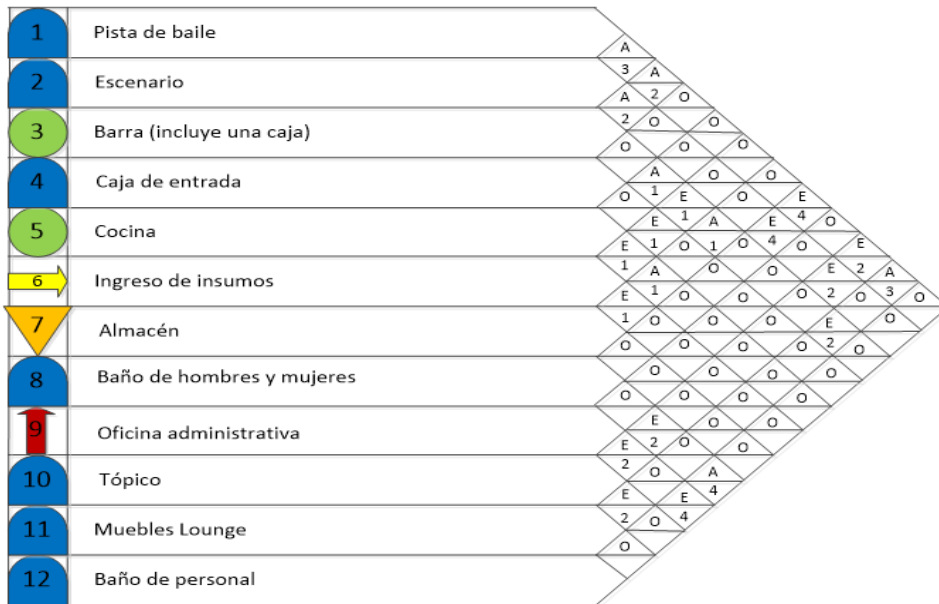
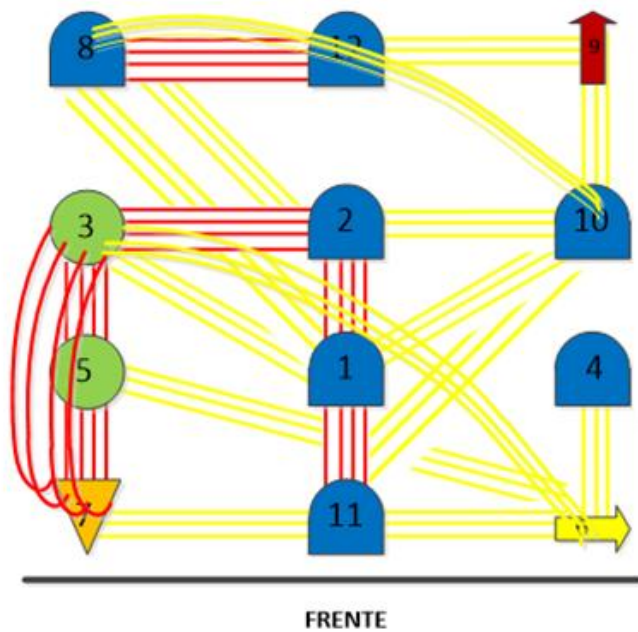


Figura 5.10

Diagrama Relacional

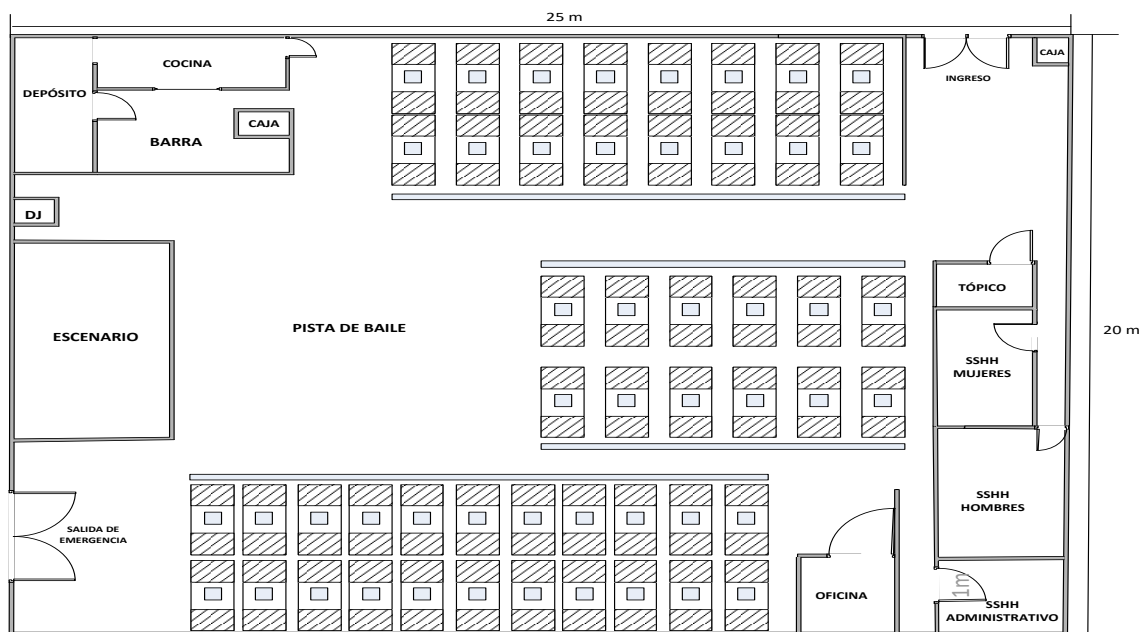


5.11.2 Disposición de detalle

Luego de utilizar las dos herramientas: Diagrama Relacional de Espacios y el Método Guerchet, se logró obtener el plano tentativo de la distribución de las instalaciones de la discoteca, este puede apreciarse en la Figura 6.11. Cabe recalcar, que de acuerdo a los estudios de los locales que hay para arrendar en el mercado, existen generalmente establecimientos de aproximadamente 500 metros cuadrados.

Figura 5.11

Plano de distribución de la discoteca para adulto mayor.



5.12 Cronograma de implementación del proyecto

Se programarán las actividades necesarias mediante el diagrama de Gantt. Se tiene previsto iniciar la implementación del proyecto con los estudios previos el 1 de setiembre del marzo y culminar con la puesta en marcha a finales del año 2020.

Tabla 5.18

Cronograma de implementación del proyecto

Nombre de la tarea	MAR	ABRIL	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Estudios previos e ingeniería	■	■								
Constitución de la empresa			■							
Financiamiento		■	■							
Alquiler del local				■						
Contratación de los servicios			■	■	■					
Adquisición e importación de los equipos				■	■	■				
Compra de mobiliario						■	■			
Instalación y pruebas de los equipos							■	■	■	
Selección y capacitación de personal								■	■	■
Puesta en marcha										■

CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

6.1 Formación de la organización empresarial

La razón social del referido proyecto es de entretenimiento, ya que, valga la redundancia, se direcciona a divertir a los adultos mayores dentro de un espacio saludable en donde la música cobra el rol fundamental, el eje. La discoteca contará con personal competente para la administración, encargado de marketing, contador, jefatura de operaciones, sonidista y jefatura administrativa. El local se encontrará ubicado en Santiago de Surco. Para el proyecto se requiere personal competente a fin de cubrir los puestos previamente especificados. Cabe destacar que para la contratación solo se requerirá formación técnica, según aplique.

6.2 Requerimientos de personal directivo, administrativo y de servicios; y funciones generales de los principales puestos

Se contará con personal calificado en planilla los siguientes puestos: Gerencia general, Jefatura de Operaciones y Enfermería. Cabe destacar que los demás puestos de trabajo serán contratados bajo la modalidad de recibos por honorarios debido a que es personal altamente rotativo y por el tipo de servicio que brindan.

Ahora bien, partiendo de la demanda ocupacional, se tomarán en cuenta los siguientes requerimientos de personal para poder brindar y gestionar el negocio eficientemente:

Gerente:

- Supervisar y administrar el personal bajo su cargo
- Asegurar la continuidad del negocio
- Verificar el flujo de caja y capital del negocio
- Maximizar la rentabilidad del negocio.

Jefe de Operaciones:

- Supervisar y administrar el personal, los proveedores, los productos, insumos y la caja.
- Contratar personal de todas las áreas.

- Hacer los pedidos a los proveedores de cerveza y tragos.
- Mantener el inventario de acuerdo a la demanda diaria.
- Ordenar la compra de los insumos.
- Gestionar y mantener vigentes: las licencias, el certificado de Defensa Civil y todos los permisos necesarios.
- Pago oportuno de agua, luz, internet, POS y otros servicios.
- Pago al personal.
- Compra de uniformes para el personal.

Barman:

- Conocimiento en la preparación de cocteles.
- Comunicación constante con el Jefe de Operaciones.
- Preparación de la barra antes de ser aperturada.
- Preparación de tragos y apoyo en la atención al cliente en barra.
- Dar información y mantenerse comunicado con los mozos.
- Mantener barra ordenada y limpia.
- Dar información al jefe de Operaciones sobre las necesidades de tragos e insumos.
- Comunicación con cajero al cierre de caja, para corroborar los ingresos sobre ventas.

Cajero:

Responsable del flujo de entrada y salida de dinero. Mantiene contacto directo con el Administrador.

- Recibe dinero de pago del consumo de clientes.
- Brinda boleta/factura al cliente
- Realiza las transacciones de POS
- Contacto directo con el jefe de Operaciones. Rinde cuentas.
- Contacto directo con personal de barra y mozos.
- Cuadre de caja con el Gerente y el jefe de Operaciones.

Personal de limpieza:

Responsable de mantener la limpieza del local en óptimas condiciones.

- Inspeccionar que todos los ambientes estén en perfecto orden y limpieza.
- Comunicación directo con el jefe de Operaciones

Community Manager

Encargado de la organización de los eventos, publicidad y marketing.

- Realiza la publicidad semanal de la discoteca
- Manejo de redes sociales.

Dj:

Encargado de poner la música que hará bailar a la clientela.

- Conocimiento amplio de música.
- Uso de cabinas.
- Coordinación con el Jefe de Operaciones y Community Manager sobre los eventos semanales.

Mozos:

Responsables de la atención al cliente. Llevaran los pedidos a barra y estos los realizaron el menos tiempo posible.

- Capacitados para atención al cliente de la forma más cordial y rápida
- Estarán debidamente uniformados
- Comunicación directa con Jefe de Operaciones, recibiendo indicaciones.
- Conocimiento de la preparación de los cocteles para dar información a los clientes.
- Deben mantener limpio las mesas y su área de trabajo.

Seguridad:

Responsables de mantener el orden y la seguridad dentro y fuera del local.

- Mantenerse atentos ante cualquier problema.
- Ubicación estratégica dentro del todo el local.
- Experiencia en el rubro de seguridad.

- Apoyo en barra, ante cualquier necesidad de productos del almacén.
- Mantener el cuidado directo a la barra ante cualquier robo.

Animador:

Encargado de la animación y diversión del cliente.

- Conocimiento del ambiente de la animación
- Facilidad de dirigirse al público
- Ayudar en la promoción de ventas.
- Informar a los clientes de los próximos eventos.
- Realiza sorteos y concursos en el escenario.
- Presentar a los artistas invitados.

Enfermera:

- Brindar asistencia a todas las personas dentro de la discoteca ante cualquier posible emergencia de salud.
- Monitorear y registrar la temperatura, presión arterial, ritmo respiratorio y pulso del paciente.
- Suministrar cuidados adecuados y rentables a los clientes del local con emergencias de salud, prestando atención a su comodidad y seguridad.
- Aplicar medicación prescrita y tratamientos vía oral o intravenosa.
- Fomentar medidas de salud preventivas y hacerles el seguimiento necesario a los pacientes.
- Velar por el cumplimiento de los estándares de seguridad y medidas para la prevención de infecciones y contaminación dentro del local.

Cocinero:

- Preparar los piqueos propuestos en la carta de la discoteca.
- Mantener la cocina en condiciones higiénicas sanitarias.
- Cuidado de los alimentos en las condiciones higiénicas sanitarias adecuadas.
- Coordinar las compras de los alimentos.
- Comunicación y Coordinación con el Jefe de Operaciones.

Ayudante de Cocina:

- Limpieza y picado de alimentos.
- Lavado de platos y cubiertos.
- Mantener los estándares de bioseguridad y calidad.
- Mantener limpia su área de trabajo.
- Comunicación y Coordinación con el Cocinero.

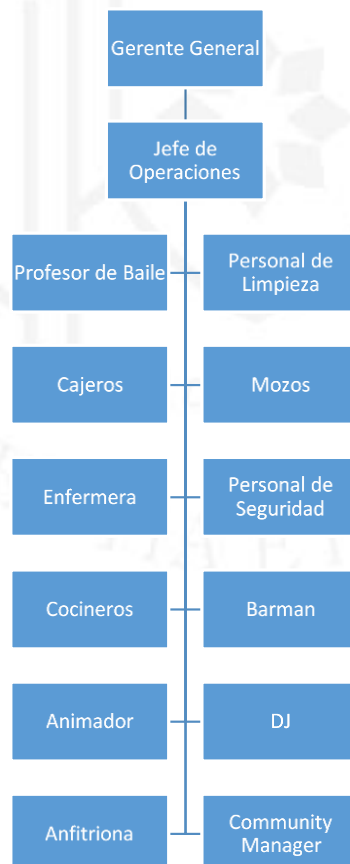
Profesor de Baile:

- Dictado de clases de baile a los clientes del local.
- Coordinación con Jefe de Operaciones sobre las temáticas semanales.

6.3 Esquema de la estructura organizacional

Figura 6.1

Esquema de la estructura organizacional



CAPÍTULO VII: PRESUPUESTOS Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO

7.1 Inversiones

El proyecto será financiado tanto por los gestores del presente negocio, así como por las empresas que se beneficiarán también con la colocación de publicidad efectiva. La financiación es de mediano y largo plazo, dirigido a la adquisición de activo fijo, maquinaria y equipo, además de capital de trabajo asociación al proyecto descrito. Cabe destacar que el préstamo tiene un plazo no mayor a 3 años. Se definió una estructura de 50 % aporte propio y 50 % préstamo (TEA: 25.99%):

Tabla 7.3

Distribución de la inversión

Capital	% Distribución	Monto (S/)
Aporte propio	50	S/ 210 167,55
Préstamo	50	S/ 210 167,55
Inversión total	100	S/ 420 335,10

7.1.1 Estimación de las inversiones de largo plazo (tangibles e intangibles)

En esta parte se debe considerar lo tangible e intangible a fin de tener una proyección acertada. A continuación, se detalla las estimaciones de bienes tangibles.

Tabla 7.4

Inversiones en activo fijo

Maquinaria y Equipos					
Equipos	Vida útil	Cantidad	Costo Unitario S/	Costo Total S/	
Muebles Lounge	3	50	S/ 800	S/	40 000
Caja de entrada	5	1	S/ 2 500	S/	2 500
Barra	5	1	S/ 8 000	S/	8 000
Televisor LED	5	4	S/ 1 500	S/	6 000

Continúa

Continuación

Equipos	Vida útil	Cantidad	Costo Unitario S/	Costo Total S/
Parlantes Amplificados	5	4	S/ 6 500	S/ 26 000
Mezcladora digital	3	1	S/ 4 000	S/ 4 000
Subwoofer	5	2	S/ 6 500	S/ 13 000
Sistema de Aire acondicionado	5	1	S/ 20 000	S/ 20 000
Equipos de cocina (campana extractora, freidora, cocina, licuadora, mesa de trabajo, congeladora, lavadero)	5	1	S/ 20 000	S/ 20 000
Monitor para DJ	5	4	S/ 2 500	S/ 10 000
Micrófono	3	5	S/ 500	S/ 2 500
Menaje y utensilios	2	1	S/ 10 000	S/ 10 000
Luces y efectos especiales (Cabezal Móvil y Tacho LED)	3	8	S/ 2 000	S/ 16 000
Acondicionamiento del local (cableado, remodelaciones, decoraciones, baños)	5	1	S/ 80 000	S/ 80 000
Sistema de Punto de Venta	5	2	S/ 3 500	S/ 7 000
POS	3	4	S/ 500	S/ 2 000
Extintor	5	20	S/ 100	S/ 2 000
Luz de Emergencia	2	15	S/ 500	S/ 7 500
Sistema Contra Incendios	1	1	S/ 5 000	S/ 5 000
Equipamiento de Tópico	3	1	S/ 5 000	S/ 5 000
Sistema de Cámaras de Seguridad	5	1	S/ 10 000	S/ 10 000
TOTAL (No incluye IGV)				S/ 263 983.05

A continuación, se detalla las estimaciones de bienes intangibles:

Tabla 7.5

Inversiones en activo intangible

Activo intangible	Costo (S/)
Registro de marca en INDECOPI	S/ 535,00
Organización y constitución	S/ 1 850,00
Obtención de RUC	S/ 50,00
Obtención de Licencia de Funcionamiento por Municipalidad de Surco	S/ 245,00
Certificado de Defensa Civil	S/ 175,00
TOTAL	S/ 2 855,00

7.1.2 Estimación de las inversiones de corto plazo (capital de trabajo)

El monto necesario para cubrir los gastos ordinarios como insumos, sueldos, servicios, materiales, entre otros gastos que se generan antes de que la empresa perciba ingresos por ventas, el cual será calculado en un periodo de un mes:

Tabla 7.6

Capital de trabajo

Rubro	Costo 2020	Capital de trabajo (1 mes)
Costo de insumos y materiales	S/ 417 560,00	S/ 34 796,67
Costo de servicios adicionales	S/ 288 614,06	S/ 24 051,17
	S/ 42 372,88	S/ 42 372,88
Costo por garantía de alquiler local	S/ 5 677,97	S/ 5 677,97
Gastos administrativos	S/ 559 180,46	S/ 46 598,37
Costo de mano de obra		
	TOTAL (No incluye IGV)	S/ 153 497,06

7.2 Costos de las operaciones del servicio

Los costos de las operaciones del servicio serán presentados de forma anual, el cual tendrá una proyección a partir del 2020 hasta el 2024.

7.2.1 Costos de materiales del servicio

Tabla 7.7

Costos de materiales del servicio

Insumo	Unidades	Precio	2020		2021		2022		2023		2024	
			Cantidad	Costo 2020	Cantidad	Costo 2021	Cantidad	Costo 2022	Cantidad	Costo 2023	Cantidad	Costo 2024
Cerveza	Botella	S/ 4,89	43 680	S/ 213 595,20	49 504	S/ 243 284,93	49504	S/277 101,54	49 504	S/ 315 341,55	49 504	S/ 315 618,65
Pisco Queirolo	Botella	S/ 23,00	676	S/ 15 548,00	676	S/ 17 709,17	728	S/ 20 170,75	728	S/ 22 954,31	728	S/ 22 974,48
Pisco Porton	Botella	S/ 70,00	416	S/ 29 120,00	416	S/ 33 167,68	728	S/ 37 777,99	728	S/ 42 991,35	728	S/ 43 029,13
Pisco 4 gallos	Botella	S/ 45,00	416	S/ 18 720,00	416	S/ 21 322,08	728	S/ 24 285,85	728	S/ 27 637,30	728	S/ 27 661,58
Whisky Johnnie Walker Roja	Botella	S/ 45,00	416	S/ 18 720,00	416	S/ 21 322,08	728	S/ 24 285,85	728	S/ 27 637,30	728	S/ 27 661,58
Whisky Johnnie Walker Negra	Botella	S/ 80,00	416	S/ 33 280,00	416	S/ 37 905,92	728	S/ 43 174,84	728	S/ 49 132,97	728	S/ 49 176,15
Vodka Absolut	Botella	S/ 40,00	156	S/ 6 240,00	156	S/ 7 107,36	208	S/ 8 095,28	208	S/ 9 212,43	208	S/ 9 220,53
Vodka Smirnoff	Botella	S/ 30,00	156	S/ 4 680,00	156	S/ 5 330,52	208	S/ 6 071,46	208	S/ 6 909,32	208	S/ 6 915,40
Tequila Jose Cuervo	Botella	S/ 40,00	156	S/ 6 240,00	156	S/ 7 107,36	156	S/ 8 095,28	156	S/ 9 212,43	156	S/ 9 220,53
Ron Habana Club	Botella	S/ 25,00	260	S/ 6 500,00	260	S/ 7 403,50	312	S/ 8 432,59	312	S/ 9 596,28	312	S/ 9 604,72
Ron Bacardi	Botella	S/ 30,00	260	S/ 7 800,00	260	S/ 8 884,20	312	S/ 10 119,10	312	S/11 515,54	312	S/ 11 525,66
Ron Cartavio	Botella	S/ 17,00	260	S/ 4 420,00	260	S/ 5 034,38	312	S/ 5 734,16	312	S/ 6 525,47	312	S/ 6 531,21
Ron Flor de Caña	Botella	S/ 30,00	260	S/ 7 800,00	260	S/ 8 884,20	312	S/ 10 119,10	312	S/ 11 515,54	312	S/ 11 525,66
Ron Barceló	Botella	S/ 38,00	260	S/ 9 880,00	260	S/ 11 253,32	312	S/ 12 817,53	312	S/14 586,35	312	S/ 14 599,17

Continua

Continuación

Insumo	Unidades	Precio	Costo 2020		Costo 2021		Costo 2022		Costo 2023		Costo 2024	
			2020	Cantidad	2021	Cantidad	2022	Cantidad	2023	Cantidad	2024	Cantidad
Cognac Covousier	Botella	/180,00		S/18 720,00		S/ 21 322,08		S/24 285,85		S/27 637,30		S/27 661,58
Anisado	Botella	S/ 25,00	260	S/ 6 500,00	260	S/ 7 403,50	312	S/ 8 432,59	312	S/ 9 596,28	312	S/ 9 604,72
Jarabe de Goma	Botella	S/ 30,00	208	S/ 6 240,00	208	S/ 7 107,36	208	S/ 8 095,28	208	S/ 9 212,43	208	S/ 9 220,53
Jugo de Naranja	Botella	S/ 5,00	312	S/ 1 560,00	312	S/ 1 776,84	364	S/ 2 023,82	364	S/ 2 303,11	364	S/ 2 305,13
Jugo de Piña	Botella	S/ 5,00	312	S/ 1 560,00	312	S/ 1 776,84	364	S/ 2 023,82	364	S/ 2 303,11	364	S/ 2 305,13
Jugo de Durazno	Botella	S/ 5,00	312	S/ 1 560,00	312	S/ 1 776,84	364	S/ 2 023,82	364	S/ 2 303,11	364	S/ 2 305,13
Evervess 1.5L	Botella	S/ 4,00	676	S/ 2 704,00	676	S/ 3 079,86	728	S/ 3 507,96	728	S/ 3 992,05	728	S/ 3 995,56
Guaraná 0.5 L	Botella	S/ 1,20	520	S/ 624,00	520	S/ 710,74	624	S/ 809,53	624	S/ 921,24	624	S/ 922,05
Coca Cola 0.5 L	Botella	S/ 1,80	2 288	S/ 4 118,40	2 288	S/ 4 690,86	2964	S/ 5 342,89	2 964	S/ 6 080,21	2 964	S/ 6 085,55
Agua Mineral 0.5 L	Botella	S/ 1,20	7 800	S/ 9 360,00	7 800	S/10 661,04	8840	S/12 142,92	8 840	S 13 818,65	8 840	S/ 13 830,79
Coca Cola 3 L	Botella	S/ 7,50	312	S/ 2 340,00	312	S/ 2 665,26	312	S/ 3 035,73	312	S/ 3 454,66	312	S/ 3 457,70
Huevo	kg	S/ 5,00	312	S/ 1 560,00	312	S/ 1 776,84	364	S/ 2 023,82	364	S/ 2 303,11	364	S/ 2 305,13
Leche 410 g.	Tarro	S/ 3,00	416	S/ 1 248,00	416	S/ 1 421,47	624	S/ 1 619,06	624	S/ 1 842,49	624	S/ 1 844,11
Pollo	kg	S/ 5,00	1 040	S/ 5 200,00	1 040	S/ 5 922,80	3640	S/ 6 746,07	3 640	S/ 7 677,03	3 640	S/ 7 683,77
Masa de wantán	kg	S/ 7,00	520	S/ 3 640,00	520	S/ 4 145,96	832	S/ 4 722,25	832	S/ 5 373,92	832	S/ 5 378,64
Palta	kg	S/ 6,00	884	S/ 5 304,00	884	S/ 6 041,26	1040	S/ 6 880,99	1 040	S/ 7 830,57	1 040	S/ 7 837,45
Cebolla	kg	S/ 2,00	104	S/ 208,00	104	S/ 236,91	208	S/ 269,84	208	S/ 307,08	208	S/ 307,35
Condimentos	kg	S/ 20,00	52	S/ 1 040,00	52	S/ 1 184,56	208	S/ 1 349,21	208	S/1 535,41	208	S/ 1 536,75

Continúa

Continuación

Insumo	Unidades	Precio	2020	Costo 2020 Cantidad	2021	Costo 2021 Cantidad	2022	Costo 2022 Cantidad	2023	Costo 2023 Cantidad	2024	Costo 2024 Cantidad
Queso Fresco	kg	S/ 20,00	104	S/ 2 080,00	104	S/ 2 369,12	832	S/ 2 698,43	832	S/ 3 070,81	832	S/ 3 073,51
Queso Edam	kg	S/ 30,00	104	S/ 3 120,00	104	S/ 3 553,68	1 248	S/ 4 047,64	1 248	S/ 4 606,22	1 248	S/ 4 610,26
Cabanosi	Unidad de 25 gr	S/ 3,20	1 040	S/3 328,00	1 040	S/ 3 790,59	5200	S/ 4 317,48	5 200	S/ 4 913,30	5 200	S/ 4 917,61
Jamón	kg	S/ 30,00	104	S/ 3 120,00	104	S/ 3 553,68	1248	S/ 4 047,64	1 248	S/ 4 606,22	1 248	S/ 4 610,26
Papa prefrita	kg	S/ 4,50	1560	S/ 7 020,00	1 560	S/ 7 995,78	3640	S/ 9 107,19	3 640	S/10 363,99	3 640	S/ 10 373,09
Aceite	Litro	S/ 15,00	104	S/ 1 560,00	104	S/ 1 776,84	1040	S/ 2 023,82	1 040	S/ 2 303,11	1 040	S/ 2 305,13
Limón	kg	S/ 2,50	312	S/ 780,00	312	S/ 888,42	364	S/ 1 011,91	364	S/ 1 151,55	364	S/1 152,57
Algarrobina	Botella	S/ 8,00	104	S/ 832,00	104	S/ 947,65	156	S/ 1 079,37	156	S/ 1 228,32	156	S/1 229,40
Crema de Coco	Frasco	S/ 5,0	156	S/ 780,00	156	S/ 888,42	208	S/ 1 011,91	208	S/1 151,55	208	S/ 1 152,57
Hielo 3 kg	Bolsa	S/ 5,00	1 040	S/5 200,00	1 040	S/ 5 922,80	780	S/ 6 746,07	780	S/ 7 677,03	780	S/7 683,77
Papel Higiénico	Rollo	S/ 0,80	624	S/ 499,20	624	S/ 568,59	1248	S/ 647,62	1 248	S/ 736,99	1 248	S/ 737,64
Papel Toalla	Rollo	S/ 4,00	624	S/2 496,00	624	S/ 2 842,94	1248	S/ 3 238,11	1 248	S/ 3 684,97	1 248	S/ 3 688,21
Lejía 1 L	Botella	S/ 2,50	208	S/ 520,00	208	S/ 592,28	208	S/ 674,61	208	S/ 767,70	208	S/ 768,38
Jabón liquido	Botella	S/ 4,00	416	S/1 664,00	416	S/ 1 895,30	416	S/ 2 158,74	416	S/2 456,65	416	S/ 2 458,81
Detergente 1 kg	kg	S/ 2,50	104	S/ 260,00	104	S/ 296,14	104	S/ 337,30	104	S/ 383,85	104	S/ 384,19
Tickets de Ingreso	Millar	S/ 60,00	52	S/ 3 120,00	52	S 3 553,68	208	S 4 047,64	208	S/ 4 606,22	208	S/ 4 610,26
TOTAL				S/ 492 720,80		S/ 561 208,99		S/ 639 217,04		S/727 428,99		S/728 068,21

7.2.2 Costo de los servicios (energía eléctrica, agua, transporte, etc.).

Tabla 7.8

Requerimiento anual de energía eléctrica.

Elemento	Cantidad	Potencia (kW)	Tiempo de operación (H)	Tiempo de operación (H/año)	Consumo anual (kWh)	Costo Anual (S/)
Televisor LED 50"	4	0,3	8	1 536	1 843,20	S/ 599,78
Pantalla LED	1	1	8	1 536	1 536,00	S/ 499,81
Luces LED	2	0,001	8	1 536	3,07	S/ 1,00
Parlantes Amplificados	4	0,875	8	1 536	5 376,00	S/ 1 749,35
Mezcladora Digital	1	0,1	8	1 536	153,60	S/ 49,98
Subwoofer	2	0,875	8	1 536	2 688,00	S/ 874,68
Sistema de A/C	1	20	8	1 536	30 720,00	S/ 9 996,29
Campana extractora	1	4	4	768	3 072,00	S/ 999,63
Freidora	1	3	4	768	2 304,00	S/ 749,72
Licuadora	1	0,3	2	384	115,20	S/ 37,49
Congeladora	1	0,22	24	8 064	1 774,08	S/ 577,29
Visicooler	2	0,58	24	4 608	5 345,28	S/ 1 739,35
Monitor	4	0,875	8	1 536	5 376,00	S/ 1 749,35
Micrófono Orquesta	4	0,004	2	384	6,14	S/ 2,00
Micrófono Animador	1	0,004	8	1 536	6,14	S/ 2,00
Tacho LED	4	0,1	8	1 536	614,40	S/ 199,93
Cabeza Móvil	8	0,4	8	1 536	4 915,20	S/ 1 599,41
POS	4	0,005	8	1 536	30,72	S/ 10,00
Sistema Punto de Venta	2	0,2	8	1 536	614,40	S/ 199,93
Sistema de Alarmas Contraincendios	1	0,05	24	8 064	403,20	S/ 131,20
Sistema de Cámaras de Seguridad	1	0,5	24	8 064	4 032,00	S/ 1 312,01
Luz de emergencia	15	0,0044	24	8 064	532,22	S/ 173,19
Otros			20%		14 292,17	S/ 4 650,67
TOTAL					85 753,04	S/ 27 904,04

7.2.3 Costo de Personal

La composición del personal de atención al cliente como el personal de soporte interno del servicio estarán bajo la modalidad de contrato por planilla y por recibo por honorarios.

Personal de atención al cliente

Está comprendido por la mano de obra directa (MOD) e indirecta (MOI), excepto el personal administrativo que está en planilla.

Tabla 7.9

Personal de atención al cliente

Puestos	Remuneración Básica	Cantidad	Remuneración Básica Total	Tipo de Contrato	Gratificación	Essalud	CTS	Costo mensual (S/)
Seguridad	1 200	4	S/ 4 800,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 4 800,00
Anfitriona	1 200	1	S/ 1 200,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1 200,00
Barman	1 500	1	S/ 1 500,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1 500,00
Ayudante de Barra	1 000	1	S/ 1 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1 000,00
Cajero Principal	2 000	1	S/ 2 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2 000,00
Cajero Auxiliar	1 500	1	S/ 1 500,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1 500,00
Mozo	1 000	8	S/ 8 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 8 000,00
Profesor de Baile	1 000	2	S/ 2 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2 000,00
Cocinero	1 500	1	S/ 1 500,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1 500,00
Ayudante de cocina	1 000	1	S/ 1 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1 000,00
Community Manager	1 200	1	S/ 1 200,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 1 200,00
Personal de Limpieza	1 000	2	S/ 2 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2 000,00
Animador	2 000	1	S/ 2 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2 000,00
Dj	2 000	1	S/ 2 000,00	Honorarios	S/ -	S/ -	S/ -	S/ 2 000,00

Personal del soporte interno del servicio

El costo de la mano de obra administrativa que figura en planilla está definido en la siguiente tabla:

Tabla 7.10

Servicios del soporte interno del servicio

Puestos	Suel do	Canti dad	Tipo de contrat o	Remunera ción Básica	Gratificaci ón	Essalud	CTS	Costo mensual
Enfermera	200 0	1	Planilla	S/ 2 000,00	S/ 363,33	S/ 212,70	S/196.87	S/ 2 772,90
Jefe de Operaciones	200 0	1	Planilla	S/ 2 000,00	S/ 363,33	S/ 212.70	S/196.87	S/ 2 772,90
Gerente	350 0	1	Planilla	S/ 3 500,00	S/ 635,83	S/ 372,23	S/ 344,51	S/ 4 852,57

Adicional, se contará con un servicio externo de soporte como se detalla a continuación:

Tabla 7.11

Servicios Terceros (Costo Mensual)

Puesto	Costo mensual (S/)
Contador	S/ 1 000,00
Mantenimiento	S/ 2 000,00
Sonidista	S/ 1 500,00
	S/ 4 500,00

En la Tabla 7.10 y Tabla 7.11, se realizó el cálculo anual de la mano de obra directa e indirecta de cada puesto de trabajo.

Tabla 7.112

Costo anual de mano de obra directa.

Año	Seguridad	Anfitriona	Barman	Ayudante de barra	Cajero Principal	Cajero auxiliar	Mozo	Enfermera	Profesor de baile	Cocinero	Ayudante de cocina	Comunity Manager	Personal de limpieza	Animador	Dj	Jefe de operaciones	Gerente	TOTAL MOD
2020	57 600,00	14 400,00	18 000,00	12 000,00	24 000,00	18 000,00	96 000,00	33 274,79	24 000,00	18 000	12 000	14 400	24 000	24 000	24 000	33 275	58 231	505 180,46
2021	57.600,00	14 400,00	18 000,00	12 000,00	24 000,00	18 000,00	96 000,00	33 274,79	24 000,00	18 000	12 000	14 400	24 000	24 000	24 000	33 275	58 231	505 180,46
2022	57 600,00	14 400,00	18 000,00	12 000,00	24 000,00	18 000,00	96 000,00	33 274,79	24 000,00	18 000	12 000	14 400	24 000	24 000	24 000	33 275	58 231	505 180,46
2023	57 600,00	14 400,00	18 000,00	12 000,00	24 000,00	18 000,00	96 000,00	33 274,79	24 000,00	18 000	12 000	14 400	24 000	24 000	24 000	33 .275	58 231	505 180,46
2024	57 600,00	14 400,00	18 000,00	12 000,00	24 000,00	18 000,00	96 000,00	33 274,79	24 000,00	18 000	12 000	14 400	24 000	24 000	24 000	33 275	58 231	505 180,46

Tabla 7.113

Costo anual de mano de obra indirecta.

Costo anual de mano de obra indirecta				
Año	Contador	Mantenimiento	Sonidista	Total
2020	S/ 12 000	S/ 24 000	S/ 18 000.00	S/ 54 000
2021	S/ 12 000	S/ 24,000	S/ 18 000.00	S/ 54 000
2022	S/ 12 000	S/ 24 000	S/ 18 000.00	S/ 54 000
2023	S/ 12 000	S/ 24 000	S/ 18 000.00	S/ 54 000
2024	S/ 12 000	S/ 24 000	S/ 18 000.00	S/ 54 000

El costo total de mano de obra, como se aprecia en la Tabla 7.12, se determina sumando el costo de la mano de obra directa (MOD) e indirecta (MOI).

Tabla 7.14

Costo mano de obra total.

Año	Costo mano de obra total
2020	S/ 559 180,46
2021	S/ 559 180,46
2022	S/ 559 180,46
2023	S/ 559 180,46
2024	S/ 559 180,46

7.3 Presupuesto de ingresos y egresos

7.3.1 Presupuesto de ingreso por ventas

Para elaboración del presupuesto se contempla 5 años de vida útil del proyecto. Considerando 4 días de operación por semana; es decir, 192 días al año. Según las personas entrevistadas, el consumo por medio POS es en promedio el 10% de los pagos totales, este servicio de pago electrónico consume 5% de comisión del total de ingresos. El ticket unitario promedio incluye IGV.

En la Tabla 7.13 se muestra el presupuesto por cada año.

Tabla 7.15

Presupuesto de ingreso por ventas

Año	Personas Promedio por día	Ticket unitario promedio	Comisión POS	Ingresos totales	Ingreso con inflación (No incluye IGV)
2020	150	S/ 80,00	5%	S/ 2 292 480,00	S/ 1 942 779,66
2021	170	S/ 80,00	5%	S/ 2 598 144,00	S/ 2 201 816,95
2022	170	S/ 80,00	5%	S/ 2 598 144,00	S/ 2 201 816,95
2023	170	S/ 80,00	5%	S/ 2 598 144,00	S/ 2 201 816,95
2024	170	S/ 80,00	5%	S/ 2 598 144,00	S/ 2 201 816,95

7.3.2 Presupuesto de costos del servicio

El presupuesto de costos mostrado en la Tabla 7.14, se calcula considerando los costos de insumos y/o materiales, el valor de la depreciación de los equipos, el costo de consumo de energía eléctrica y de la mano de obra directa para operar el proyecto.

Tabla 7.16

Presupuesto de costos del servicio

Año	Costo por insumos	Depreciación	Energía eléctrica	Mano de obra directa	Total (No incluye IGV)
2020	S/ 417 560,00	S/ 58 998,85	S/ 27 904,04	S/ 559 180,46	S/ 1 063 643,34
2021	S/ 475 600,84	S/ 55 407,93	S/ 27 904,04	S/ 559 180,46	S/ 1 118 093,26
2022	S/ 541 709,36	S/ 49 123,81	S/ 27 904,04	S/ 559 180,46	S/ 1 177 917,66
2023	S/ 616 465,25	S/ 29 373,74	S/ 27 904,04	S/ 559 180,46	S/ 1 232 923,48
2024	S/ 617 006,96	S/ 29 373,74	S/ 27 904,04	S/ 559 180,46	S/ 1 233 465,19

7.3.3 Presupuesto operativo de gastos generales

El presupuesto de gastos generales mostrado en la Tabla 7.15 se calcula considerando el valor de amortización de intangibles, el gasto de consumo de agua, el gasto por alquiler del local, el gasto por telefonía, internet y TV, y el gasto de la mano de obra indirecta para operar el proyecto. Por otro lado, se considera un presupuesto de Marketing, que comprende: Publicidad de Facebook e Instagram, Volantes/Afiches y Decoración de local

por eventos especiales. En el año 1 (2020), se contempla un gasto adicional de S/ 4000 de diseño de la marca, redes y decoraciones en general.

Tabla 7.17

Presupuesto operativo de gastos generales (Activo Intangible)

Año	Amortización de intangibles	Agua	Marketing	Alquiler de local	Teléfono, internet y TV	Mano de obra indirecta	Total (No incluye IGV)
2020	S/ 241,95	S/ 4 260,56	S/ 26 924,80	S/ 302 542,37	S/ 2 033,90	S/ 54 000,00	S/ 390 003,58
2021	S/ 241,95	S/ 4 828,63	S/ 25 981,44	S/ 259 322,03	S/ 2 033,90	S/ 54 000,00	S/ 341 13,67
2022	S/ 241,95	S/ 4 828,63	S/ 25 981,44	S/ 259 322,03	S/ 2 033,90	S/ 54 000,00	S/ 341 132,67
2023	S/ 241,95	S/ 4 828,63	S/ 25 981,44	S/ 259 322,03	S/ 2 033,90	S/ 54 000,00	S/ 341 132,67
2024	S/ 241,95	S/ 4 828,63	S/ 25 981,44	S/ 259 322,03	S/ 2 033,90	S/ 54 000,00	S/ 341 132,67

7.4 Presupuestos financieros

7.4.1 Presupuesto de servicio de deuda

Se escogió un financiamiento del 50% de la inversión total, con un plazo de pago de 3 años, en cuotas constantes y con una TEA referencial: 25.99%. Se presenta a continuación el cuadro de la deuda:

Tabla 7.118

Servicio de la deuda

Años	Deuda	Interés	Amortización	Cuota
2020	S/ 210 167,55	S/ 54 622,55	S/ 54 628,02	S/ 109 250,57
2021	S/ 155 539,53	S/ 40 684,06	S/ 68 825,85	S/ 109 250,57
2022	S/ 86 713,68	S/ 22 681,47	S/ 86 713,68	S/ 109 250,57

7.4.2 Presupuesto de Estados Resultados

Tabla 7.19

Estado de Resultados (nuevos soles)

RUBRO	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESO POR VENTAS	S/ 1 942 780	S/2 201 817	S/ 2 201 817	S/ 2 201 817	S/ 2 201 817
(-) COSTO DE VENTA	S/1 063 643	S 1 118 093	S/ 1,177,918	S/ 1 232 923	S/ 1 233 465
(=) UTILIDAD BRUTA	S/ 879 136	S/1 083 724	S/1,023,899	S/968 893	S/ 968 352
(-) GASTOS GENERALES	S/390003,58	S/346407,95	S/346 407,95	S/346407,95	S/346407,95
(-) GASTOS FINANCIEROS	S/ 54 622,55	S/40 424,72	S/ 22 53,89	S/ 0,00	S/ 0,00
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/434510.19	S/696891,01	S/654 954,45	S/622485,51	S/621943,80
(-) IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	S/ 128 180,51	S/205582,85	S/193 211,56	S/183633,23	S/183473,42
(=) UTILIDAD DISPONIBLE	S/306 329,69	S/491308,16	S/461 742,88	S/438852,29	S/438470,38

7.5 Flujo de fondos netos

7.5.1 Flujo de fondos económicos

Se considera que la inversión total es aportada por el inversionista. A continuación, se detalla en la tabla:

Tabla 7.20

Flujo de fondos económicos

RUBRO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
INVERSIÓN TOTAL	S/ 420335,11					
UTILIDAD NETA (+)		S/306 329,69	S/491 308,16	S/461 742,88	S/ 438 852,29	S/ 438 470,38
AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES (+)		S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50
DEPRECIACION (+)		S/69618,64	S/65381,36	S/5796,10	S/34661,02	S/34661,02
GASTOS FINANCIEROSx(1-t) (+)		S/38508,90	S/28499,43	S/15888,50	S/ 0,00	S/ 0,00
VALOR RESIDUAL (RECUPERO)						S/ 156 193,61

FLUJO NETO DE FONDOS ECONÓMICO	-S/ 420335,11	S/ 414 742,73	S/ 585 474,45	S/ 535,882.99	S/ 473 798,80	S/ 629 610,51
--------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

7.5.2 Flujo de fondos financieros

Se considera que la inversión total considera un préstamo bancario. A continuación, se detalla en la tabla:

Tabla 7.19

Flujo de fondos financieros

RUBRO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
INVERSIÓN TOTAL	S/ 420 335,11					
PRÉSTAMO	S/ 210 167,55					
UTILIDAD NETA		S/ 306	S/ 491	S/ 461	S/ 438 852,29	S/ 438 470,38
(+) DEPRECIACIÓN		S/ 69 618,64	S/ 65 381,36	S/ 57 966,10	S/ 34 661,02	S/ 34 661,02
(+) AMORTIZACION DE INTANGIBLES		S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50
(-) AMORTIZACION DE PRÉSTAMOS		-S/ 54 628,02	-S/ 68 825,85	-S/ 86 713,68	S/ 0,00	S/ 0,00
(+) VALOR RESIDUAL (RECUPERO)						S/ 156 193,61
FLUJO NETO DE FONDOS FINANCIERO	-210 167,55	S/ 321 606	S/ 488 149	S/ 433 281	S/ 473 799	S/ 629 611

7.6 Evaluación Económica y Financiera

En la presente sección se determinará si el proyecto es factible en su implementación tanto económica como financieramente.

7.6.1 Evaluación económica: VAN, TIR, B/C, PR

En la evaluación económica se tendrá como tasa de descuento para trasladar los flujos al presente, el costo de oportunidad del inversionista (COK) como base del proyecto y para determinar el CPPC, se calculará mediante la siguiente fórmula:

$$COK = R_f + \beta (R_m - R_f) + R_{\text{país}}$$

Donde:

R_f: tasa libre de riesgo

R_m: tasa riesgo de mercado

β: el coeficiente de riesgo del sector (β)

R. país: el grado de riesgo para las inversiones extranjeras llamado Riesgo País.

Tabla 7.20

Costo de Oportunidad del inversionista (COK)

Indicador	Dato
Tasa libre de riesgo	5,79%
Riesgo del sector (β)	1,05
Tasa de riesgo de mercado	13,88%
Riesgo país	1,72%
COK	16,00%

Nota. De Scotiabank - JP Morgan - S&P 500 – NYU

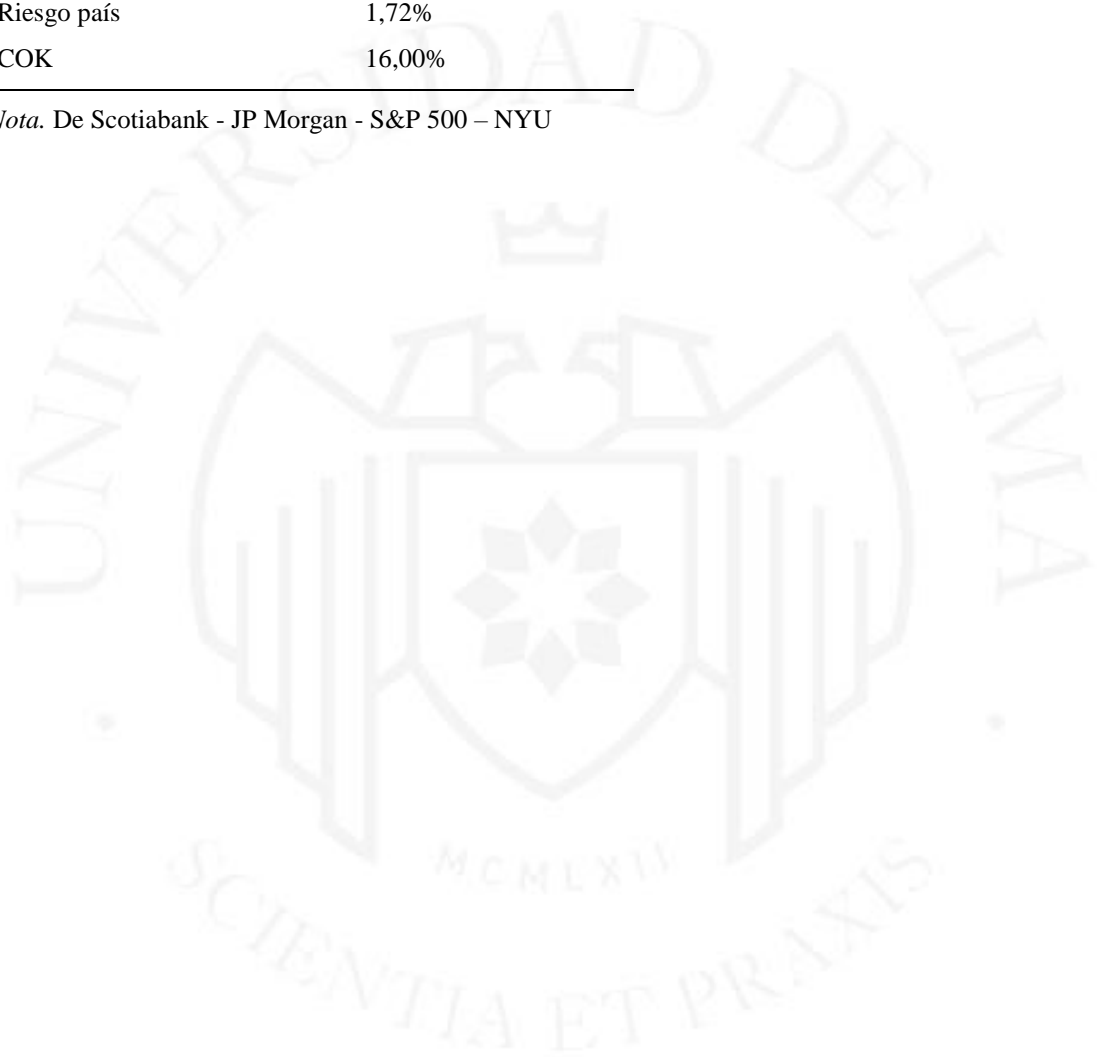


Tabla 7.21

Flujo económico y VAN económico (nuevos soles)

RUBRO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
INVERSIÓN TOTAL	S/ 420 335,11					
UTILIDAD NETA		S/306 329,69	S/ 491 308,16	S/ 461,742,88	S/ 438 852,29	S/ 438 470,38
(+) AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES		S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50
(+) DEPRECIACIÓN		S/ 69 618,64	S/ 65 381,36	S/ 57 966,10	S/ 34 661,02	S/ 34 661,02
(+) GASTOS FINANCIEROS $\times(1-t)$		S/ 38 508,90	S/ 28 499,43	S/ 15 888,50	S/ 0,00	S/ 0,00
(+) VALOR RESIDUAL (RECUPERO)						S/ 156 193,61
FLUJO NETO DE FONDOS ECONÓMICO	-S/ 420 335,11	S/ 14 742,73	S/585 474,45	S/ 535 882,99	S/ 473,798.80	S/ 629 610,51
FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	1,00	0,85	0,73	0,62	0,53	0,45
VA AL Kc	-420 335,11	S/ 353 997	S/ 426 530	S/ 333 221	S/ 251 464	S/ 285 217
VALOR ACTUAL NETO ACUMULADO		-S/ 66 338	S/ 360 191	S/ 693 412	S/ 944 876	S/1 230 093

Tabla 7.22

Indicadores Financieros (Flujo económico)

Indicador	Resultado
CPPC	17,16%
VAN	S/ 1 230 093,26
TIR	112 %
R(B/C)	3,93
PERIODO DE RECUPERO	1,3 año

Cabe recalcar, que para el descuento de los flujos económicos se utilizará el CPPC (Costo de Promedio Ponderado de Capital), debido a que el 50% de la inversión total del proyecto será financiado con un préstamo, el resto es aporte de capital propio. El cálculo del CPPC se calcula de la siguiente forma:

$$\text{COK} = 16 \%$$

$$\text{Costo de la deuda} = \text{Kd} = 18,32 \%$$

$$\text{TEA} = 25,99\%$$

$$\text{IR} = 29,50\%$$

$$\text{Wd} = \text{Composición porcentual de deuda}$$

$$\text{We} = \text{Composición porcentual del aporte de capital propio}$$

$$\text{CPPC} = \text{Wd} * \text{Kd} * (1-t) + \text{We} * \text{COK} = 17.16 \%$$

7.6.2 Evaluación financiera: VAN, TIR, B/C, PR

Para el cálculo de flujos de caja financiero se considera el costo de oportunidad (COK) de 16% debido a que este flujo solo tiene en cuenta el aporte de capital propio, para lo cual se debe analizar el VAN, TIR, B/C y el periodo de retorno de dinero.

Tabla 7.23

Flujo financiero y VAN financiero (nuevos soles)

RUBRO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
INVERSIÓN TOTAL	S/ 420 335,11					
PRÉSTAMO	S/ 210 167,55					
UTILIDAD NETA		S/ 306 329,69	S/ 491 308,16	S/ 461 742,88	S/ 438 852,29	S/ 438 470,38
(+) DEPRECIACIÓN		S/ 69 618,64	S/ 65 381,36	S/ 57 966,10	S/ 34,661,02	S/ 34 661,02
(+) AMORTIZACION DE INTANGIBLES		S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50	S/ 285,50
(-) AMORTIZACION DE PRÉSTAMOS		-S/ 54 628,02	-S/ 68 825,85	-S/ 86 713,68	S/ 0,00	S/ 0,00
(+) VALOR RESIDUAL (RECUPERO)						S/ 156 193,61
FLUJO NETO DE FONDOS FINANCIERO	-210 167,55	S/ 321 606	S/ 488 149	S/ 433 281	S/ 473 799	S/ 629 611
FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	1,00	0,86	0,74	0,64	0,55	0,48
VA AL Kc	-210 167,55	S/ 277 246	S/ 362 774	S/ 277 585	S/ 261 675	S/ 299 766
VALOR ACTUAL NETO ACUMULADO		S/ 67 079	S/ 429 853	S/ 707 438	S/ 969 113	S/ 1 268 878

Tabla 7.24

Indicadores Financieros (Flujo financiero)

Indicador	Resultados
COK	16%
VAN	S/ 1 268 878,47
TIR	178 %
R(B/C)	7,04
PERIODO DE RECUPERO	0,7 año

Tabla 7.25

Activos y capital (Inversión total)

Rubro	Monto
Activos fijos tangibles	S/ 263 983,05
Activos fijos intangibles	S/ 2 855,00
Capital de trabajo	S/ 153 497,06
Total	S/ 420 335,11

7.6.3 Análisis de los resultados económicos y financieros del proyecto

Partiendo de la información publicada se entiende que la implementación y posterior ejecución del referido proyecto resulta 100% viable. Esto, porque en los valores obtenidos se tiene que el VAN es positivo y el TIR es mayor al COK. Es decir, empezando de una interpretación directa, se tiene que la relación costo-beneficio es mayor a 1 y el periodo de recuperación es de menor a 1 año.

Por otro lado, se acota que el referido proyecto también es viable desde el punto económico, ya que el VAN es positivo y el TIR es mayor al COK. Es decir, partiendo de una interpretación directa, se tiene que la relación costo-beneficio es mayor a 1 y el periodo de recuperación es menor a 1 año.

7.6.4 Análisis de sensibilidad del proyecto

Cabe destacar que para el análisis de sensibilidad del proyecto se considerará pesimista determinar un mercado objetivo al 50 % de aforo y de forma optimista que funcione el proyecto al 100% de aforo, esto se aprecia en el Tabla 8.26.

Tabla 7.26

Análisis de sensibilidad del proyecto

ESCENARIO PESIMISTA		ESCENARIO ESPERADO		ESCENARIO OPTIMISTA	
Consumo al 50 % de aforo		Consumo del proyecto		Consumo al 100 % de aforo	
EVALUACIÓN ECONÓMICA		EVALUACIÓN ECONÓMICA		EVALUACIÓN ECONÓMICA	
VAN	- S/ 48 910,16	VAN	S/ 1 230 093,26	VAN	S/ 2 047 778,12
TIR	12 %	TIR	112 %	TIR	187 %
B/C	0,88	B/C	3,93	B/C	5,87
PR	5,7 años	PR	1,3 año	PR	0,9 año
EVALUACIÓN FINANCIERA		EVALUACIÓN FINANCIERA		EVALUACIÓN FINANCIERA	
VAN	- S/ 46 315,51	VAN	S/ 1 268 878,47	VAN	S/ 2 106 210,81
TIR	9 %	TIR	178 %	TIR	332 %
B/C	0,78	B/C	7,04	B/C	11,02
PR	6,4 años	PR	0,7 año	PR	0,5 año



CAPÍTULO VIII: EVALUACIÓN SOCIAL DEL PROYECTO

8.1 Indicadores sociales

Desde el punto de vista social, se puede evaluar el impacto del proyecto mediante los siguientes indicadores:

- **Densidad de Capital**
Este indicador relaciona el activo fijo neto con el personal ocupado; es decir, es la inversión necesaria que se requiere para generar un puesto de trabajo.
- **Intensidad de Capital**
Este indicador mide la cantidad de inversión, en activos fijos, que se requiere durante un período determinado, para producir un dólar de ingresos por ventas.
- **Relación Producto-Capital**
Este indicador mide la relación entre el capital invertido en el proyecto y el producto derivado de ella
- **Productividad de la mano de obra**
Este indicador mide relación entre las ventas del servicio y el número de trabajadores; es decir, lo que produce cada trabajador en términos de ingresos.

8.2 Interpretación de indicadores sociales

Para los cálculos de los indicadores se tomará como referencia una tasa social de descuento de 9%, aprobada por la Resolución Directoral del Ministerio de Economía y Finanzas N° 006-2012-EF/63.01 donde se establecen disposiciones especiales para proyectos de inversión pública.

Tabla 8.1

Indicadores Sociales

Indicador	Valor
Densidad de Capital	S/ 9 201,31
Intensidad de Capital	0,04
Relación Producto-Capital	14,96
Productividad de mano de obra	S/ 216 801,18

- El indicador de Densidad de Capital relaciona la inversión con la creación de puestos de trabajo, y en este caso indica que por cada S/ 9 201,31 invertidos se genera un puesto de trabajo.
- El indicador de Intensidad de capital está definido por la inversión entre el valor agregado del proyecto, que este caso equivale a 0,04. Es decir, mide la capacidad de la empresa para utilizar eficazmente sus activos.
- El indicador de Relación producto-capital es de 14,96, el cual indica que cada sol invertido en el proyecto genera S/ 14,96 a la sociedad.
- La Productividad de mano de obra es la relación entre el valor agregado del proyecto y el número de trabajadores, lo cual indica que se genera S/ 216 801,18 por cada trabajador.

Por otro lado, es necesario resaltar que, la cantidad de personas en la zona del proyecto es suficiente, sin embargo, se esperan asistentes de otras zonas aledañas. Los servicios permiten disminuir los niveles de estrés a los cuales están expuestos los ciudadanos, debido a los altos índices de depresiones a los cuales están sometidos los adultos mayores de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017). El poder compartir con amigos y familiares en un sitio que les ofrece un ambiente adecuado ayudará también incrementar sus relaciones interpersonales. Asimismo, la discoteca permitirá crear nuevos empleos en la zona, incrementa la seguridad debido a que cuenta con su propio personal de ampliará hasta las 3 am la vigilancia. En síntesis, promoverá lo siguiente:

- Satisfacción de las necesidades de la sociedad mediante la diversificación del entretenimiento.
- Generación de empleos por contratación de personal competente.
- Contribución a la sostenibilidad y minimización del impacto ambiental de la zona de influencia del proyecto.
- Fomento de diversión sana y adecuada.

CONCLUSIONES

- La apertura de una discoteca para adultos mayores resulta una propuesta viable a nivel económico y financiero. Desde la perspectiva de flujos financieros, los resultados muestran, VAN = S/ 1 268 878,47, TIR = 178%, Periodo de Recupero = 0,7 año y Relación Beneficio/Costo = 7,04. Desde la visión de Flujo económico (nuevos soles), VAN = S/ 1 230 093,26, TIR = 112%, Periodo de Recupero = 1,3 años y Relación Beneficio/Costo = 3,93. Esto se ha determinado mediante un análisis de mercado respecto al rubro entretenimiento. Cabe destacar que para la implementación del proyecto se toma en consideración los objetivos de estudio.
- El estudio emprendido se desarrollará en Santiago de Surco debido a que, cuenta con un nivel alto de adultos mayores. Cabe destacar que, si bien el distrito de San Juan de Lurigancho en este sentido cuenta con una población mayor, el distrito seleccionado tiene un nivel de seguridad alto y, por ende, es el viable para la implementación.
- El presente proyecto tiene una mejor adaptación en el distrito de Santiago de Surco debido a que garantiza la mayor cantidad de adultos mayores, niveles altos de seguridad y, sobre todo, se encuentra ubicado entre distritos populosos. De esta manera resulta un distrito enfoque que permite la reunión global de Lima Metropolitana.
- Para la implementación del proyecto se considerará un apoyo monetario de parte de los inversionistas. Cabe destacar que el porcentaje que resta, el 40%, corresponde a la inversión de los interesados.
- Si bien los montos para la implementación del referido establecimiento de entretenimiento tienen costos altísimos a nivel de alquiler del local, reestructuración y adaptación, los valores generados dentro del rubro de valor, permiten garantizar una mejor proyección.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda tener un panorama claro del desenvolvimiento del mercado para de esta manera garantizar posteriores actualizaciones respecto a las estrategias de posicionamiento. Y, según esto, considerar una referencia directa de evaluaciones técnicas, económicas y financieras.
- Se recomienda promover estudios de mercado partiendo de competencias tanto directas como indirectas. De esta manera, se puede nutrir el referido proyecto o también prevenir acciones ajenas que lo perjudiquen.
- Se recomienda analizar constantemente el comportamiento de la sociedad, con el objetivo de estudiar, cuál es su postura, frente al referido proyecto. De esta manera, se garantiza un mejor posicionamiento y estrategias de captación de público efectivas.
- Se recomienda que, los montos trabajados sean en moneda nacional, ya que, el alza o caída del dólar puede afectar las inversiones. Más aún, no resulta viable endeudarse en dólares. Todo en moneda local.
- Se recomienda estructurar constantemente, tanto los ingresos como los egresos y según ello, evaluar la contratación del personal siempre competente para mejorar el status del proyecto.

REFERENCIAS

- Adonde.com. (2020). *Discoteca de Lima*. <https://adonde.com/peru-peru/discoteca-de-lima.html>
- Anticona, S., y Anticona, S. (2014). *Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una discoteca basada en shows y espectáculos innovadores en la ciudad de Trujillo*. [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional de Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/6499>
- Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados. (2019). Niveles Socioeconómicos 2019. <http://apeim.com.pe/informes-nse-anteriores/nse-2019/>
- Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública S.A.C. (2019). *Perú: Población 2019*. http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf
- Decreto Supremo N° 085-2003-PCM (2003, 30 de octubre). Reglamento de los Estándares Nacionales de Calidad Ambiental para Ruido. <https://sinia.minam.gob.pe/normas/reglamento-estandares-nacionales-calidad-ambiental-ruido>
- Del grano a la copa. (2018, 03 de mayo). *La temperatura ideal para la cerveza*. <https://www.delgranoalacopa.com/la-temperatura-ideal-para-cada-cerveza/>
- Díaz, M., y Soto, K. (2018). *La atención y la satisfacción del cliente en la discoteca Magno, en la ciudad de Chiclayo, 2016*. [Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio institucional de Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/1174>
- Estos son los países que consumen más cerveza, ¿Perú está en la lista? (2019, 2 de agosto). *RPP Noticias*. <https://rpp.pe/economia/economia/estos-son-los-paises-que-consumen-mas-cerveza-peru-esta-en-la-lista-cerveza-dia-de-la-cerveza-peru-pilsen-cusquena-cristal-brasil-argentina-noticia-1212391>
- Falcón, S., Garriques, S., y Torres, N. (2015). *Discoteca-Pub para jóvenes mayores con experiencia*. [Tesis para optar el grado académico de Magister en Administración de empresas, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/592727>
- Goñi, C., y Parodi, L. (2019). *Estudio de prefactibilidad para la instalación de un bar de hielo temático en Cusco*. [Trabajo de investigación para optar el título profesional de Ingeniero Industrial, Universidad de Lima]. Repositorio

institucional de Universidad de Lima.
<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10621>

Guerra, R. (2019, 01 de febrero). Produce: Producción de pisco alcanzaría los 7,6 millones de litros en el 2019. *El Comercio*.
<https://elcomercio.pe/economia/peru/produce-produccion-pisco-alcanzaria-7-6-millones-litros-2019-noticia-603496-noticia/>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2014). *El perfil del consumidor en Lima Metropolitana y Callao: Un enfoque de protección*.
https://www.indecopi.gob.pe/documents/51084/126949/Informe_Perfil_Consumidor_2017/3f3bafa5-d931-4437-bdfa-432907fc7ebc

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2014). *Una mirada a Lima Metropolitana*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1168/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). *Perú: Enfermedades No Transmisibles y Transmisibles, 2015*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1357/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017a). *Estadísticas Municipales 2016*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1417/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017b). *Perú: Anuario Estadístico de la Criminalidad y Seguridad Ciudadana, 2011-2017*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1534/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Lima alberga 9 millones 320 mil habitantes al 2018*. <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/lima-alberga-9-millones-320-mil-habitantes-al-2018-10521/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *Evolución de la pobreza monetaria 2007-2018. Informe técnico*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1646/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020a). *Encuesta mensual del sector servicios*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_del_sector_servicios_feb2020.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020b). *Situación de la Población Adulta*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_adulto_mayor_oct_nov_dic2019.pdf

- Instituto Peruano de Economía. (2019, 07 de agosto). *El PBI y los baches en el camino*. <https://www.lampadia.com/opiniones/instituto-peruano-de-economia-ipe/el-pbi-y-los-baches-en-el-camino/>
- Ipsos. (2019, 15 de junio). *Perfil del adulto peruano 2018*. <https://www.ipsos.com/es-pe/perfil-del-adulto-peruano-2018>
- Jácome, E., y Merchán, T. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa que ofrezca servicios de distracción y entretenimiento para jóvenes en la Ciudad de Guayaquil*. [Tesis para obtener el título profesional de Ingeniero Comercial, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional de Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/11283>
- Ley N°. 30490. (2018, 6 de agosto). Ley orgánica de la persona adulta mayor. <http://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2019/03/Reglamento-ley-30490.pdf>
- Martínez, M., y Tabango, C. (2010). *Estudio de factibilidad para un proyecto de inversión para una discoteca para adolescentes*. [Trabajo de graduación para optar el título de Ingeniero Comercial, Universidad del Azuay]. Repositorio institucional de Universidad del Azuay. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/1805>
- Mercado, C. (2018). *Estrategias de marketing relacional y fidelización de los clientes en la empresa JDC Consorcio de restaurantes S.A.C. Rústica Pachacamac*. [Tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio Universidad Autónoma del Perú. <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/589>
- Merchán, C., y Pulgarín, D. (2013). *Estudio de Factibilidad para la creación de una Discoteca temática de múltiples ambientes en el departamento de Risaralda para el año 2014*. [Trabajo de grado para obtener el título profesional de Ingeniero Industrial, Universidad Tecnológica de Pereira]. Repositorio Universidad Tecnológica de Pereira. <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/4013/6581186132M554.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2020). *Lima Metropolitana*. https://www.mimp.gob.pe/adultomayor/regiones/Lima_Metro2.html
- Organización Mundial de la Salud . (2020). *Escuchar sin riesgos* . https://www.who.int/pbd/deafness/activities/MLS_Brochure_Spanish_lowres_for_web.pdf
- PáginasAmarillas. (2020). *Discotecas Y Pubs*. <https://www.paginasamarillas.com.pe/los-olivos/servicios/discotecas-y-pubs>
- Quilumba, F. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de entretenimiento y diversión nocturna, en la modalidad de bar discoteca*. [Trabajo para obtener el título de Tecnólogo en Administración de Recursos Humanos y Personal, Tecnológico Superior Cordillera]. Repositorio

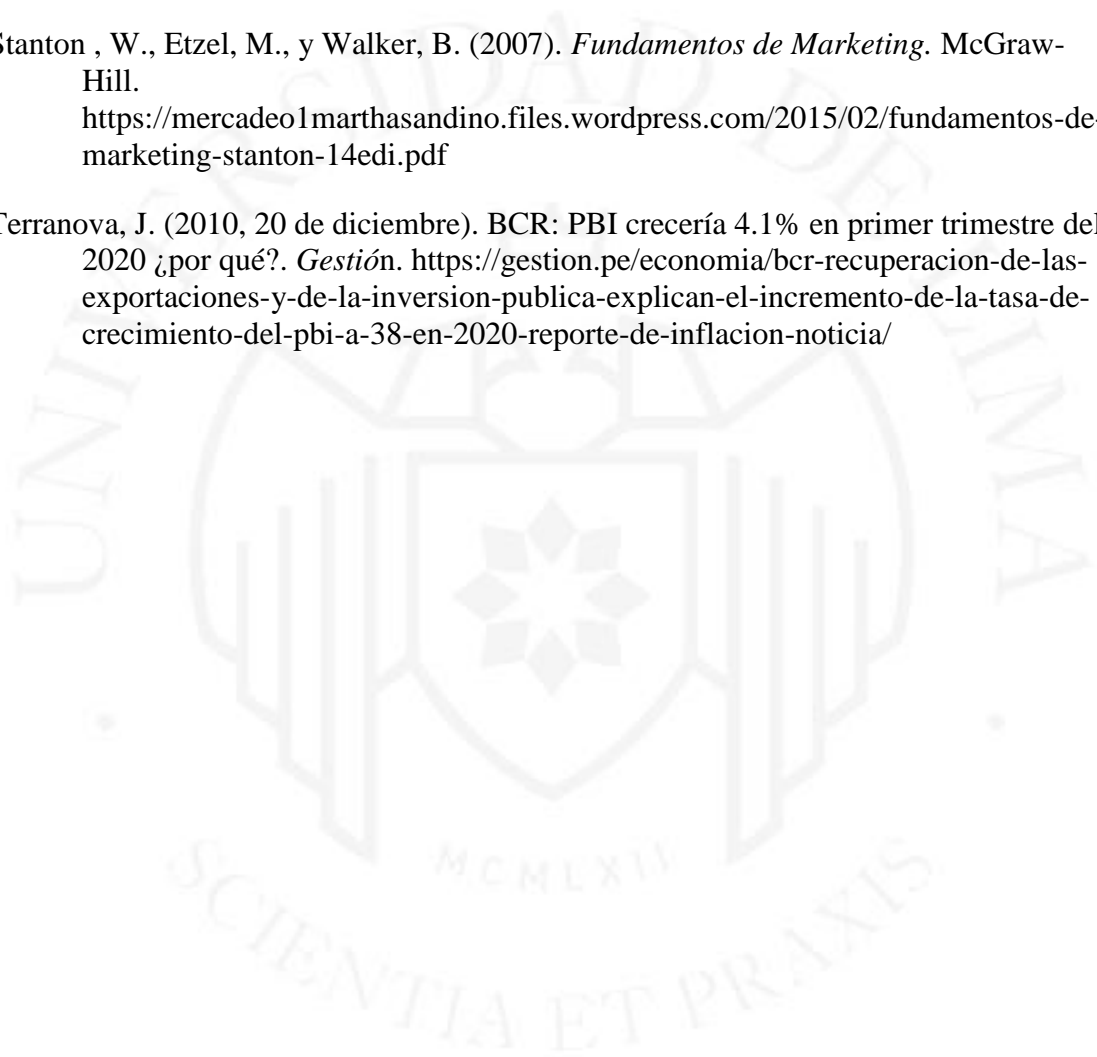
institucional de Tecnológico Superior Cordillera.
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec:8080/xmlui/handle/123456789/4312>

Roca, J., Vásquez, H., Castañeda, A., Huamán, L., & Parodi, C. (2018). *Apertura de un centro de entretenimiento nocturno*. [Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio institucional de Universidad San Ignacio de Loyola.
http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3943/3/2018_Roca-Alvarez.pdf

Sector licores crecería 10% en el 2018. (2018, 09 de mayo). *El Economista América*.
<https://www.eleconomistaamerica.pe/mercados-eAm-peru/noticias/9127353/05/18/Sector-licores-creceria-10-en-el-2018.html>

Stanton , W., Etzel, M., y Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill.
<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

Terranova, J. (2010, 20 de diciembre). BCR: PBI crecería 4.1% en primer trimestre del 2020 ¿por qué?. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/bcr-recuperacion-de-las-exportaciones-y-de-la-inversion-publica-explican-el-incremento-de-la-tasa-de-crecimiento-del-pbi-a-38-en-2020-reporte-de-inflacion-noticia/>



BIBLIOGRAFÍA

- Arana, K., y Galarza, A. (2015). *Diseño de Estrategias con enfoque en el Marketing 3.0 para incrementar*. [Tesis para obtener el título profesional de Ingeniero Comercial, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio institucional de Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10447/1/UPS-GT001556.pdf>
- Concejo municipal del distrito de Santiago de Surco. (2018, 30 de abril). Ordenanza que regula la Campaña de Facilitación. *Para el otorgamiento de Licencias de Funcionamiento en el Área de Tratamiento normativo I, II, IV y parte del Área de Tratamiento Normativo III del Distrito de Santiago de Surco*. Diario El Peruano. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ordenanza-que-regula-la-campana-de-facilitacion-para-el-otor-ordenanza-no-579-mss-1644357-1/>





ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

Encuesta realizada a 50 personas (hombres y mujeres) adultos mayores de Santiago de Surco.

1. ¿Frecuenta o ha visitado un bar/discoteca?
 - a) Sí
 - b) No

2. ¿Con que frecuencia visita estos establecimientos?
 - a) Diario
 - b) Semanal
 - c) Quincenal
 - d) Mensual
 - e) Ocasional

3. ¿Cuánto tiempo permanece en el establecimiento?
 - a) Menos de una hora.
 - b) 1-2 horas
 - c) 3-4 horas
 - d) Más de 5 horas
 - e) Otro: _____

3. ¿Qué cree que le puede faltar a estos establecimientos?
 - a) Seguridad
 - b) Permisos municipales

c) Mejor atención

d) Mejores shows

e) Mejor música

4. ¿Estaría dispuesto a visitar una nueva discoteca que cumpla con las normas municipales y seguridad que se le exige?

a) Si

b) No

5. Escala de intensidad de su visita (1: Probablemente visitaría, 10: De todas maneras, visitaría). Marque con una "X".

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. ¿Cuánto máximo pagaría por la entrada?

a) S/10

b) S/15

c) S/20

d) S/25

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en cada visita?

8. ¿Cuál es la principal razón por la cual asistiría a la discoteca?

a) Diversión

b) Interacción

c) Espacios temáticos

d) Multiculturalidad

e) Seguridad

9. ¿Qué tipo de bebida consumiría dentro de una discoteca?

a) Cerveza

b) Cocteles

c) Tragos

d) Bebidas sin alcohol

10. ¿Asistiría a una discoteca en la cual también se priorice la interacción cultural?

a) Sí

b) No

