

UNIVERSIDAD ESAN



PLAN DE NEGOCIO PARA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL Y DE ENTRETENIMIENTO EN LA CIUDAD DE LIMA

**Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para
obtener el grado de Maestro en Administración por:**

Chang Paricela, Carlo Enrique – 0906103

Espinoza Huerta, Betzabé Sara – 1507459

Isla Matos Paul Davis – 0800939

Meléndez Quezada Carlos Eloy – 0905880

Programa Magister a Tiempo Parcial Weekend 2

Surco, 09 de Abril del 2018

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis corresponde a un plan de negocio, que consiste en implementación de un Centro Cultural y de Entretenimiento en la ciudad de Lima, cuyo nombre propuesto es Golden Perú In, y el cual está dirigido al turismo receptivo que llega a la ciudad de Lima y se queda aproximadamente más de 4 días, específicamente de las siguientes locaciones Sudamérica, Norte América y Europa; se ha determinado que el rango de las edades del público objetivo es de 35 a 65 años, los cuales son en su mayoría turistas vacacionistas y turistas de negocio. Asimismo, la afluencia de turistas en la ciudad de Lima durante los últimos 10 años ha mantenido un constante crecimiento, siendo uno de los factores del crecimiento, la elección de la ciudad de Lima para importantes eventos internacionales. Otro factor asociado es que el aeropuerto internacional “Jorge Chávez”, situado en la ciudad de Lima, es un centro de conexión para otras ciudades del Perú, sobre todo para las ciudades que son reconocidas a nivel internacional tales como la ciudad de Cusco, Madre de Dios, Iquitos, etc. Dada esta demanda, el estudio realizado ha determinado que la ciudad de Lima carece de alternativas de entretenimiento cultural, ya que no cuenta con suficiente infraestructura que brinde la calidad de servicios para que el turista receptivo que tiene como uno de sus motivos de viaje conocer la cultura peruana, pueda satisfacer sus expectativas. Para corroborar ello, se realizó una investigación de mercado, considerando como fuentes primarias, las entrevistas a expertos del sector turismo, hotelería y operadores turísticos, con la finalidad de obtener información para tomar en consideración los diversos factores que intervienen en el sector turismo con la finalidad de implementar el modelo de negocio. También se realizaron encuestas a turistas extranjeros, tomándose en total 310 encuestas de las cuales 274 fueron válidas, para conocer las características, comportamiento y motivaciones al visitar la ciudad de Lima, validando con ello las fuentes de información que proporciona Promperú y el Mincetur sobre el turismo receptivo. Al final de la investigación de mercado se llegó a la conclusión que la demanda potencial del mercado del turismo receptivo para el plan de negocio es de 2'382,083 proyectados al 2019, el cual corresponde a un 47.5% del total de turistas que arribaría al Perú ese año. En cuanto al mercado potencial, de acuerdo a los expertos y al análisis realizado se ha considerado en promedio un 8.5% del mercado potencial. Lo que permitió plantear la capacidad del local para 720 personas contrastándose con un benchmarking interno y externo. La ocupabilidad esperada en promedio se estima en 77.5% en un periodo de diez años. Finalmente, luego de desarrollar los planes operativos, comerciales y financieros, se puede

corroborar que este modelo de negocios es sustentable y se recomienda su implementación según los estándares descritos en esta tesis.