

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**PLAN DE NEGOCIO PARA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA
DISCOTECA LGTB (LESBIANA, GAY, TRANSEXUAL, BISEXUAL) EN LA
CIUDAD DE TARIJA**

Por:

ABAN VILLA GISELA ANABELL
RIOS ORDOÑEZ MARIANA EVELIN
DOCENTE GUÍA: ADRIAN SILISQUE MAMANI

Tesis presentada a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
“JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el grado académico de
Licenciatura en Administración de Empresas.

TARIJA - BOLIVIA
Diciembre de 2018

DEDICATORIA

Este proyecto, lo dedicamos a
nuestros padres por su amor,
trabajo y sacrificio en todos estos
años, gracias a ustedes que nos
enseñaron a cumplir promesas y
alcanzar nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTO:

Nuestros agradecimientos especiales a:

En primer lugar, a Dios por sus bendiciones que cada día nos da y por el don de la vida, a nuestros padres por su constante apoyo, amor y confianza, al Lic. Adrián Silisque, Docente de la carrera de Administración de empresas; que sin su ayuda y conocimiento no hubiese sido posible realizar este proyecto; y finalmente al Lic. Luis Araoz M. y Lic. Daniela Rios M. por su valiosa retroalimentación para mejorar el trabajo.

PENSAMIENTO:

“Nunca consideres el estudio
como un deber, sino como una
oportunidad para penetrar en el
maravilloso mundo del saber”

Mahatma Gandhi

Contenido

INTRODUCCION	1
2. JUSTIFICACION	¡Error! Marcador no definido.
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
3.1. FORMULACION DEL PROBLEMA	3
4. OBJETIVOS.....	3
4.1. OBJETIVO GENERAL	3
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
5. NECESIDADES A SATISFACER CON LA IDEA DE NEGOCIO	4
6. MARCO METODOLÒGICO	5
6.1. NIVEL DE INVESTIGACIÒN	5
6.2. DISEÑO DE INVESTIGACION.....	6
CAPÍTULO I: ANALISIS DEL CONTEXTO.....	7
1.1. Análisis del entorno mediato	7
1.1.1. Factor político – legal y ambiental.....	7
1.1.2. Factor económico	10
1.1.3. Factor social – cultural	14
1.1.4. Factor tecnológico	15
1.2. Análisis del entorno inmediato	15
1.2.1. Clientes	15
1.2.2. Proveedores	15
1.2.3. Competidores	16
1.2.4. Servicios sustitutos	17
1.3. Conclusiones del análisis del contexto	17
CAPITULO II: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	19
2.1. Planteamiento del problema.....	19
2.1.1. Problema De Decisión Gerencial	19
2.1.2. Problema De Investigación De Mercados.....	19
2.2. Preguntas De Investigación De Mercados.....	20
2.3. Planteamiento De La Hipótesis	20
2.4. Objetivos De La Investigación De Mercados	¡Error! Marcador no definido.0
2.4.1. Objetivo General.....	20
2.4.2. Objetivos Específicos	20

2.5.	Metodología De Investigación De Mercados	20
2.6.	Determinación de la población y el tamaño de la muestra	21
2.6.1.	Población	21
2.6.2.	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADO	24
2.7.	Conclusiones de la investigación de mercados	41
CAPITULO III: NATURALEZA DEL NEGOCIO		42
3.1.	Idea del negocio	42
3.2.	Justificación	42
3.3.	Propuesta de valor	42
3.4.	Descripción de la empresa	44
3.4.1.	Tipo de empresa	44
3.5.	Misión y Visión	44
CAPÍTULO IV: PLAN DE MARKETING		46
4.1.	Objetivos del marketing	46
4.2.	Segmentación de mercado	46
4.2.1.	Segmentación	46
4.3.	Cálculo del mercado potencial	46
4.4.	Logotipo	47
4.5.	Planificación de estrategias de marketing para el mercado meta	48
4.6.	Posicionamiento en el mercado	49
4.7.	Marketing mix	50
4.7.1.	Producto - servicio	50
4.7.2.	Precio	50
4.7.3.	Promoción	51
4.7.4.	Plaza	53
CAPITULO V: PLAN ORGANIZACIONAL – FUERZA DE TRABAJO		54
5.1.	ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	54
5.2.	Manual de funciones para la organización	57
CAPÍTULO VI: PLAN DE OPERACIONES		67
6.1.	Diagrama de flujo del proceso de prestación de servicio	67
6.2.	Ubicación	69
6.3.	Distribución De Las Instalaciones	70
6.4.	Requerimientos de inversión	72

6.4.1. Equipamiento Requerido	73
CAPÍTULO VII: PLAN FINANCIERO	78
7.1. Inversión	78
7.2. Activo Fijo Activos Fijos Tangibles	79
7.3. Activo Diferido.....	79
7.4. Capital De Trabajo.....	80
7.4. Fuentes De Financiamiento	88
7.5. Depreciación	89
Costo unitario	90
7.6. FLUJO DE CAJA.....	101
7.7. VALOR ACTUAL NETO (VAN)	102
CONCLUSIONES	106

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1:

INDICADORES DE EMPLEO, SEGÚN DEPARTAMENTO, 2017-2018.....	1
--	---

CUADRO N° 2 :

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	17
---	----

CUADRO N°3:

POBLACION LGTB POR EDADES.....	22
--------------------------------	----

CUADRO N°4:

COSTOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	52
---------------------------------------	----

CUADRO N°5:

CAPACIDAD DE LA EMPRESA.....	72
------------------------------	----

CUADRO N°6:

EQUIPAMIENTO REQUERIDO.....	73
-----------------------------	----

CUADRO N°7 :

MOVILIARIO REQUERIDO.....	75
---------------------------	----

CUADRO N° 8:

EQUIPO DE TECNOLOGIA.....	76
---------------------------	----

CUADRO N°9:

INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA (CON IVA)	78
---	----

CUADRO N°10:

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES.....	79
------------------------------	----

CUADRO N° 11:

INVERSIÓN DIFERIDA.....	80
-------------------------	----

CUADRO N° 12:

PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	82
---------------------------------	----

CUADRO N° 13:

PROYECCIÓN DE GASTOS DE VARIABLES CON IVA.....	83
--	----

CUADRO N° 14:

PROYECCIÓN ANUAL DE COSTOS SIN IVA.....	85
---	----

CUADRO N° 15:

IVA DE COMPRAS.....	87
---------------------	----

CUADRO N° 16:

FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	88
--------------------------------	----

CUADRO N° 17:

DEPRECIACIÓN.....	89
-------------------	----

CUADRO N°18:

COSTO UNITARIO DE LOS SERVICIOS.....	91
--------------------------------------	----

CUADRO N°19:

INGRESOS.....	92
---------------	----

CUADRO N°20:

PRECIO UNITARIO CON FACTURA.....	97
----------------------------------	----

CUADRO N° 21:

INGRESOS PROYECTADOS CON IVA	98
------------------------------------	----

CUADRO N°22:

ESTADO DE RESULTADO SIN IVA.....	99
----------------------------------	----

CUADRO N° 23:

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO AUXILIAR.....	100
--	-----

CUADRO N°24:

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (incluye IVA)	101
---	-----

CUADRO N°25:

ESCENARIO.....	105
----------------	-----

ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO N° 1:

PRODUCTO INTERNO BRUTO DE BOLIVIA 2018.....11

GRÁFICO N°2:

TASA DE INFLACIÓN DE BOLIVIA – AÑO 2018.....12

GRÁFICO N°3

SALARIO MÍNIMO NACIONAL DE BOLIVIA 2018.....13

GRÁFICO N°4:

EDAD DE PERSONAS LGTB.....24

GRÁFICO N°5:

¿ACTUALMENTE VISITA SITIOS NOCTURNOS COMO DISCOTECAS
LGTB?.....25

GRÁFICO N°6:

¿CON QUE FRECUENCIA VISITA ESTE TIPO DE DISCOTECA LGTB?.....26

GRÁFICO N°7:

SE PRESENTA UN LISTADO DE BEBIDAS SELECCIONE LAS MISMAS SEGÚN SU
GRADO DE PREFERENCIA.....27

GRÁFICO N°8:

¿QUÉ GÈNERO DE MÙSICA PREFIERE ESCUCHAR EN UNA DISCOTECA
LGTB?.....28

GRÁFICO N°9:

¿CÓMO SE ENTERO DE LAS FIESTAS DE UN ESTABLECIMIENTO NOCTURNO
ORIENTADO A LAS PERSONAS LGTB?.....29

GRÁFICO N°10:

ASISTIRÍA A UNA NUEVA DISCOTECA CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE USTED BUSCA EN UN CENTRO DE ENTRETENIMIENTO NOCTURNO?.....30

GRÁFICO N°11:

EN CUANTO A INGRESOS ¿EN QUE CATEGORÍA SE ENCUENTRA MENSUALMENTE?.....31

GRÁFICO N°12:

DE LAS CARACTERÍSTICAS QUE SE MENCIONAN A CONTINUACIÓN ¿CUAL PREFIERE USTED A LA HORA DE ASISTIR A UNA DISCOTECA LGTB?.....32

GRÁFICO N°13:

CUAL ES EL MONTO DE DINERO QUE GASTA APROXIMANDAMENTE POR NOCHE CUANDO ASISTE A UNA DISCOTECA LGTB?.....33

GRÁFICO N°14:

¿CUANTAS HORAS PROMEDIO SUELE ESTAR EN UNA DISCOTECA LGTB?.....34

GRÁFICO N°15:

¿CON QUÉ LE GUSTARIA ACOMPAÑAR SUS BEBIDAS, MIENTRAS PERMANECE EN LA DISCOTECA?.....35

GRÁFICO N°16:

LE GUSTARIA RECIBIR NOTIFICACIONES Y/O INVITACIONES DE LA DISCOTECA A TRAVES DE: (PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES)36

GRÁFICO N°17:

¿QUÉ PRECIO DE ENTRADAS ESTA DISPUESTO A PAGAR?.....37

GRÁFICO N°18:

A CONTINUACIÓN, SE PRESENTA ASPECTOS PERSONALES AL MOMENTO DE ASISTIR A UNA DISCOTECA LGTB, SELECCIONE SEGÚN EL GRADO DE IMPORTANCIA.....38

GRÁFICO N°19:

QUÈ SERVICIOS ADICIONALES LE GUSTARIA QUE OFRESCA LA DISCOTECA LGTB?.....39

GRÁFICO N°20:

¿EN QUÈ BARRIO DE LA CIUDAD DE TARIJA LE GUSTARIA QUE SE ENCUENTRE UBICADA LA DISCOTECA LGTB?.....40

GRÁFICO N°21:

ORGANIGRAMA PARA LA EMPRESA.....55

GRÁFICO N°22:

FLUJOGRAMA PARA LA EMPRESA.....68

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N°1:

LOGOTIPO.....47

IMAGEN N° 2:

CANAL DIRECTO.....53

IMAGEN N°3:

UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LA DISCOTECA.....69

IMAGEN N°4:

DISTRIBUCIÓN E INSTALACIÓN DE LA DISCOTECA.....71