

## **PERFIL DEL PROYECTO**

### **INTRODUCCION**

En Bolivia la homosexualidad no está penada por ley, siendo uno de los pocos países del mundo que constitucionalmente prohíben toda forma de discriminación de orientación sexual diferente o la identidad de género, aunque las personas del colectivo LGTB (Lesbianas, Gay, Trans, Bisexuales) aún pueden sufrir ciertas situaciones de discriminación. La Ley N° 807 de Identidad de Género fue promulgada el 21 de mayo de 2016, permite el reconocimiento del cambio de los datos del nombre, el sexo y la imagen de las personas transexuales y transgénero a través de un proceso personal-administrativo, esta ley se concretó luego de ocho años de gestión y lucha de distintas agrupaciones como la Organización de Travestis, transgénero y Transexuales femeninas de Bolivia.

La diversidad de orientaciones sexuales es aceptada por algunos sectores de la sociedad, mientras que otros todavía mantienen prejuicios homofóbicos por lo que en la actualidad se percibe un cambio en la composición social y en los valores.

Tarija al igual que otras ciudades cuenta con habitantes de diversa orientación sexual gay, lesbiana, bisexual, transexual (LGTB). En la actualidad existen discotecas dirigidas para el colectivo LGTB, pero son de precarias condiciones, son sitios de rumbas inclinados para personas con preferencias sexuales distintas a los heterosexuales, aunque no quiere decir que los “hétero” no puedan asistir a ellas, su público es el LGTB.

El presente trabajo pretende abarcar el potencial de un nuevo servicio en la ciudad de Tarija, mediante el uso de técnicas como el marketing dirigidos hacia el mercado con la búsqueda de datos, se tratará de definir el alcance de los objetivos propuestos de manera cuantificable, como también la esquematización de una organización con elementos para mayor eficiencia, a la vez se buscará la viabilidad del presente trabajo desde un enfoque financiero y económico.

Se pretende ofrecer la creación de una discoteca formal y organizada, donde se verá un panorama diferente que cuente con la seguridad, higiene, atención al cliente en ambientes generales, privados y personalizados con el mejor entretenimiento adecuado para cada evento, optando por nuevas alternativas que muchas personas buscan para

salir del estrés laboral o simplemente dar rienda suelta al gusto de socializar libremente en un ambiente diferente.

## **2. JUSTIFICACION**

Surge por la inexistencia de una discoteca para personas del colectivo LGTB con la necesidad de que en la ciudad de Tarija no existe un centro de entretenimiento nocturno de espacios amplios, cómodos y seguros acorde a sus expectativas para personas con orientación sexual diferente, donde no sienten que deben esconderse para mostrar su mejor vestimenta y aún más importante dar rienda suelta a sus preferencias sexuales de una manera diferente.

Este emprendimiento pretende ser un medio que promueva en las personas la diversión, la recreación en grupos de amigos(as), con la finalidad de afianzar aún más el nexo social, aumentar el ego o autoestima, sea una actividad anti-estresante, y busque avivar el espíritu competitivo, compartir vivencias divertidas e inolvidables con personas del colectivo LGTB, dejando todo en manos del personal de la discoteca ya que las personas del colectivo siempre van a necesitar un lugar seguro y de tranquilidad donde se sientan bien, para que los mismos se puedan relajar, conversar con privacidad, donde no haya personas que los molesten y se sientan incómodos.

Cabe mencionar que el sector de entretenimiento y diversión es un espacio que demanda mejoras e innovación constante, puestos que estos son solicitados para salir de la cotidianidad y experimentar un momento diferente.

También es cierto que en algunas discotecas la atención y servicio no es bueno, muchas veces existe discriminación y homofobia hacia este colectivo.

Este plan de negocios permitirá aplicar conceptos, teorías al tema central de plan de negocios los cuales son pre-inversión, investigación de mercados, etc. Dando lugar a ofertar un servicio distinto, aplicando conocimientos académicos y administrativos para el desarrollo eficaz y eficiente del emprendimiento, adaptando al entorno económico y socio-cultural de la ciudad de Tarija ya que la misma cuenta con 400 habitantes del colectivo LGTB, y de ese total se tomará en cuenta para la creación e innovación de la discoteca.

### **3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En Bolivia de acuerdo a los datos realizados uno de cada diez personas tiene una orientación sexual diferente, si bien no existen registros estadísticos confirmados, dichos datos se obtuvo por entrevistas al presidente J.V. Lo cual se obtendrá las 400 personas que están registradas en el colectivo LGTB de la población actual de la ciudad de Tarija.

En nuestra ciudad actualmente existen alternativas de discotecas que atienden demandas de entretenimiento de la población con una orientación sexual diferente (LGTB). En muchos de los centros nocturnos locales que se prestan a brindar esta clase de servicio lo realizan de manera improvisada, mostrando un espectáculo trillado, llevado a cabo en ambientes precarios puesto que algunos centros nocturnos o locales en barrios periurbanos donde la privacidad entre amigos o amigas no existe, y la seguridad es mínima tanto para los clientes que frecuentan estos centros nocturnos como para los vecinos que viven aledaños, circundantes a estos locales ya que en esas zonas existe vandalismo, personas que sufren lesiones físicas por robo.

Actualmente, el sector correspondiente a los negocios relacionados con diversión tiene dificultades en la recuperación de su inversión por la falta de su segmentación de mercado, organización del servicio y su personal. En algunos casos la falta de liderazgo, conocimientos, implementación de estrategias nuevas hacia un nuevo fin hace que un negocio se maneje a un bajo nivel obviando el gran potencial que tiene una empresa al tener una misión, visión de su entorno y sus necesidades para buscar soluciones óptimas a muchas cuestiones de nuestra realidad.

Por tanto, se pretende con este plan de negocio buscar nuevas alternativas de entretenimiento para las personas con orientación sexual diferente, optimizando los recursos, y promoviendo la diversión anti estresante a la población local mediante una elaborada logística y planificación acorde a los parámetros del mercado meta, buscando el mayor beneficio para los potenciales clientes obteniendo así utilidades para la empresa.

#### **3.1. FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Cuál es el escenario económico y financiero para la creación e implementación de un centro de entretenimiento nocturno para el segmento L.G.T.B. en la ciudad de Tarija?

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar mediante un plan de negocios la viabilidad y factibilidad económica, financiera para la creación e implementación de la discoteca LGTB en la ciudad de Tarija.

### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar las oportunidades y riesgos del macro entorno y micro entorno para el mejoramiento constante en entretenimiento nocturno a través de un análisis PEST.
- Determinar los gustos y preferencias, del colectivo LGTB, a través de una investigación de mercado.
- Desarrollar un plan financiero para determinar la viabilidad económica y financiera del presente negocio.
- Establecer una estructura organizacional acorde a las características del servicio que se pretende brindar.

## **5. NECESIDADES A SATISFACER CON LA IDEA DE NEGOCIO**

Con la creación de la discoteca se pretende satisfacer las siguientes necesidades:

- Seguridad
- Evitar las confrontaciones entre los clientes asistentes.
- Normalmente el alcohol utilizado en barras libres es baja calidad, ello puede traer consigo algunas reacciones secundarias como alergia, alteración de los nervios, etc. Por ello es importante no beber en barra libre.
- Los trabajadores del lugar contarán con la capacitación básica en primeros auxilios, para caso de accidentes expuestos día con día.
- La discoteca tendrá una excelente iluminación en la entrada del inmueble, pues éste puede ser un lugar donde los delincuentes pueden acosar y estudiar a las víctimas mientras esperan entrar al lugar.
- Comprobar la edad de las personas que pretendan acceder al local cuando sea procedente.

- Supervisión de lugares respecto a los procedimientos, salidas de emergencia y señalizaciones correctas.
- Ofrecer a sus clientes que no lleven vehículo y si lo desean ofrecerles el servicio de taxis supervisados por el mismo establecimiento.
- Higiene
- La discoteca mantendrá un ambiente con higiene estricta y segura para el cliente.
- Infraestructura atractiva
- Con un diseño exclusivo y una pista de baile amplia.
- Barra
- Extensa con variedad de licores a gusto y preferencia del cliente.
- Salas vip
- Ambientes privados con selección de personas a pedido del cliente.
- Atención al cliente
- Atención de primera con personal capacitado y buena actitud para atender y tratar adecuadamente a los clientes.
- Programación de música
- El DJ realizará prueba de audio antes del horario de atención, nuestro equipamiento técnico dispone de las últimas novedades tecnológicas del mercado para ofrecer un servicio de calidad con las máximas prestaciones tanto en sistema de audio como iluminación.
- Show
- Espectáculos en vivo adecuados a las fechas festivas del calendario anual.

## **6. MARCO METODOLÓGICO**

Con el propósito de establecer el proceso de investigación del presente trabajo, se aplicará métodos de investigación de acuerdo a dos niveles:

### **6.1. NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

De acuerdo al nivel de investigación en el presente plan de negocio se aplicó:

- Investigación Exploratoria: Este tipo de investigación se utilizó porque no se tenía conocimiento de cierta información que no se dispone, para un primer acercamiento al problema que se pretende estudiar y conocer.

- Investigación descriptiva: Para el análisis de la situación del entorno se utilizará la investigación descriptiva porque nos permite determinar el entorno donde se desarrollará el modelo de negocio y se busca especificar las características que poseen los posibles consumidores.
- Investigación explicativa: por otra fase en base de investigación de mercado se utilizará la investigación explicativa debido a que intenta dar cuenta de un aspecto de la realidad del porqué de los hechos mediante el establecimiento de las causas y efecto de la instalación de una discoteca LGTB.

## **6.2. DISEÑO DE INVESTIGACION**

Para realizar una investigación tanto también descriptiva y explicativa se utilizará:

- Investigación documental: consiste en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documento.

Se recurrirá a fuentes primarias y secundarias para obtener información por medio de textos documentos, revistas, internet, y en general cualquier material bibliográfico que se considere útil en la realización del plan de negocio.

- Investigación de campo: consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos.

La investigación de campo se realizará en la ciudad de Tarija provincia Cercado mediante fuentes primarias con la utilización de encuestas y entrevistas con expertos.

## **CAPÍTULO I**

### **ANÁLISIS DEL CONTEXTO**

El análisis del contexto es fundamental para descubrir oportunidades y riesgos que dificultarían el ingreso de la empresa en el mercado, como también podría dar una ventaja competitiva, por tanto, el análisis de contexto definirá si la empresa ingresara al mercado o deberá cambiar de rumbo, es decir adaptarse al medio en que la rodea.

Con el fin de determinar un escenario de riesgos y oportunidades que puedan existir en el País y en la ciudad de Tarija, se realizó un análisis de las variables internas y externas las mismas que se mencionan a continuación:

#### **1.1. Análisis del entorno mediato**

Con el propósito de precisar el escenario de oportunidades y riesgos es pertinente efectuar el análisis del entorno, específicamente de aquellos factores o variables como ser:

- Factor Político – Legal y Ambiental
- Factor Económico
- Factor Social – Cultural
- Factor Tecnológico.

##### **1.1.1. Factor político – legal y ambiental**

Al respecto podemos señalar que en el país, departamento y municipio el análisis del factor político comprende aquellas normas y políticas de orden legal establecidas por

órgano de gobierno Nacional, Departamental y Local, siendo así que la Constitución Política Del Estado.

- **FACTOR POLÍTICO**

El actual gobierno cuenta con un Plan Nacional de Desarrollo “Bolivia Digna, Soberana, Productiva y Democrática para Vivir Bien”, implica la concepción, políticas, estrategias y programas del desarrollo del país en todos los ámbitos sectoriales y territoriales. El Plan Nacional de Desarrollo busca la construcción de una nueva sociedad y del Estado Plurinacional y comunitarios se encuentra orientado a conseguir el vivir bien. Ello mediante la implementación de cuatro estrategias nacionales:

- Estrategia Económica: Bolivia productiva basada en los sectores que conforman la matriz productiva y los que coadyuvan a su funcionamiento.
- Estrategia Socio comunitaria: Bolivia digna incluye los sectores distribuidores de factores y medios de producción y servicios sociales.
- Estrategia de relacionamiento Internacional: Bolivia soberana, comprende las relaciones económicas, políticas y culturales e incluye a los sectores vinculados con el comercio e intercambio de bienes, servicios y capitales.
- Estrategias del poder social: Bolivia democrática, comprende a los sectores que promueven el poder social territorialidad.

El objetivo dinamizador de las políticas gubernamentales está dado por dinamizar la economía interna de los actores económicos y brindar todas las condiciones necesarias para dinamizar la economía del país

- **FACTOR LEGAL**

El entorno legal es un factor determinante para cualquier empresa, al tener que cumplir necesariamente las leyes vigentes en el país. El gobierno de Bolivia tiene una política diferente a la que se manejó durante muchos años, por lo que actualmente existen nuevas leyes, normas y decretos que pueden afectar de forma positiva o negativa al desempeño y crecimiento de la empresa, pudiendo generar oportunidades y riesgos. Para analizar este factor, se toma en cuenta las diferentes normas y obligaciones, las cuales se someten al sector de los servicios:

## **LEY CONTRA EL RACISMO Y TODA FORMA DE DISCRIMINACIÓN LEY 045 (8-OCTUBRE-2010)**

El objetivo de la Ley contra el Racismo y toda forma de Discriminación es establecer mecanismos y procedimientos para la prevención y sanción de este tipo de actos en el marco de la Constitución Política del Estado y Tratados Internacionales de Derechos Humanos.

De igual forma pretende eliminar conductas de racismo, toda forma de discriminación y consolidar políticas públicas de protección y prevención de estos delitos.

La ley se aplicará en todo el territorio nacional y en los lugares sometidos a su jurisdicción, sin reconocimiento de inmunidad, fuero o privilegio alguno a todos los bolivianos y bolivianas de origen o nacionalizados y a todo habitante en territorio nacional que se encuentre bajo la jurisdicción del Estado.

También busca acabar con actos de discriminación, racismo, xenofobia y homofobia o toda distinción y exclusión determinados por motivos de raza, religión, nacionalidad, ideología, opinión política o gremial, sexo, posición económica, condición social o caracteres físicos.

Esta ley trata sobre la “discriminación” a toda forma de distinción, exclusión, restricción o preferencia fundada en razón de sexo, color, edad, orientación sexual e identidad de géneros, origen, cultura, nacionalidad, ciudadanía, idioma, credo religioso, ideología, lo cual es una oportunidad que puede ayudar al negocio ya que muchas personas con la ley se sienten más protegidas y seguras de mostrarse ante los demás.

## **CÓDIGO TRIBUTARIO, LEY 2492**

Esta norma trata del derecho tributario en nuestro país y regula la relación jurídica entre el fisco y los contribuyentes. Para nuestro negocio esta ley viene a ser un riesgo porque el gobierno no ayuda a las empresas privadas bolivianas y los impuestos cada vez son más altos lo cual pone en riesgo la economía del negocio.

## **LA LEY 259 DE CONTROL AL EXPENDIO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS**

El anteproyecto de Ley establece algunas medidas de restricción respecto del expendio, comercialización y consumo de licores, vinos y cervezas en el país. Esta

medida emitida por el gobierno nacional de Bolivia se estableció por el comportamiento inadecuado y excesivo tanto de vendedores como de consumidores, y la pérdida de valores en la ciudadanía en todo el país, la ley se hará respetar las 24 horas, penalizado con mayor rigor en los horarios de 03:00 am. a 9 am. La Ley solo está facultada para regular la administración de bebidas dentro de los centros de entretenimiento, lo cual tiene como objeto regular el expendio y consumo de bebidas alcohólicas.

El emprendimiento está estipulado en las normas municipales de la provincia cercado de la ciudad de Tarija (ordenanzas y resoluciones) decididas por el honorable consejo municipal que brinda la licencia respectiva para la apertura y el funcionamiento de este tipo de empresa, y todo permiso tiene que obtenerse de la dirección de ingresos de la Honorable Alcaldía Municipal de la ciudad de Tarija.

### **SEGÚN LA LEY N°1333 LEY DEL MEDIO AMBIENTE**

Esta ley regula la reglamentación ambiental, en nuestra ciudad todos los centros de eventos de recreación como las discotecas, karaokes y otros, infringen normas u ordenanzas ya que muy pocos cuentan con el revestimiento en las paredes necesarios para no dejar que las vibraciones del sonido de los equipos de música se dispersen más allá del local u otro sitio donde se está dando uso tal equipo de audio.

Muchas veces no respetan el límite estándar de audio que es de 85 db (decibeles) ya que a partir del mismo si existe exceso llega a causar daños al oído humano en un perímetro de 50 metros a la redonda, ocasionando a mediano y largo plazo prejuicios irreparables a la salud de sus mismos clientes y de las personas aledañas, algunos contrarios a las ordenanzas municipales que se encuentran cerca de colegios institutos, iglesias, cuando deberían estar a más de 100 metros de distancia de los mismos y sus ambientes son en la mayoría de los casos muy estrechos.

Los puntos mencionados anteriormente respaldan la actividad de este emprendimiento, y tanto las leyes como normas la protege, y existen el cumplimiento de las obligaciones y normas.

### **1.1.2. Factor económico**

Conocer, entender la actividad dinámica del entorno económico es importante para el desarrollo del presente emprendimiento, ya que a distintos plazos del tiempo el mismo puede influir significativamente sobre este plan de negocio.

Para el estudio del entorno económico se analizará las siguientes variables:

- PIB Per Cápita
- Inflación
- Índice de Precio al Consumidor
- Nivel de Ingreso (Salario Mínimo Nacional)
- Tasa de Desempleo

## **PRODUCTO INTERNO BRUTO**

Producto Interno Bruto también conocido como el PIB, es un indicador macroeconómico que representa el valor total anual de la producción de bienes y servicios de un país.

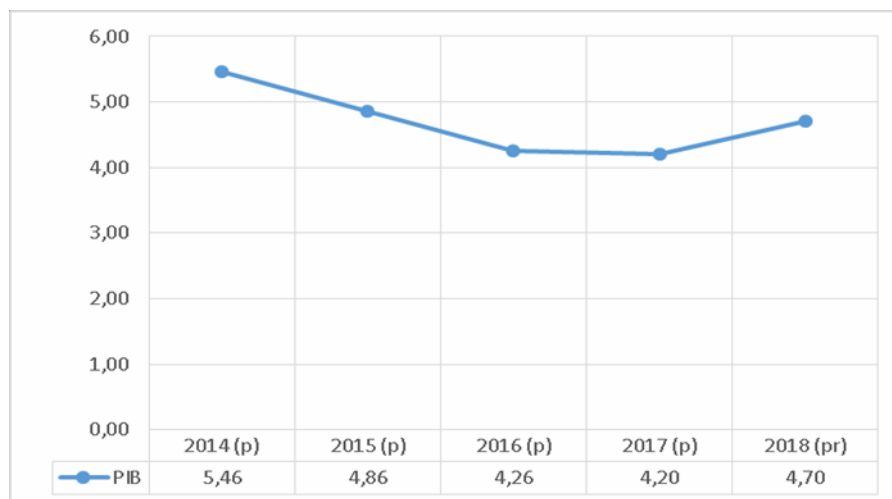
Un crecimiento moderado sostenido del Producto Interno Bruto generalmente produce una economía saludable para los negocios que se encuentran con una demanda progresiva de sus productos debido al crecimiento del gasto de los consumidores y las oportunidades que se tendrá para la instalación de nuestro negocio.

De acuerdo a la información del INE (ver cuadro N°1), en el año 2017 el PIB ascendió a 37.816 millones de dólares en 2017. Se prevé que se llegará a más de 40 mil millones de dólares en 2018.

### **GRAFICA N°1**

#### **Producto Interno Bruto de Bolivia 2018**

**(Expresado en porcentaje)**



El PIB de Bolivia en los últimos años tuvo un incremento moderado, este incremento refleja que el país hace uso intensivo de los recursos naturales.

También se puede observar el PIB del departamento de Tarija que en el año 2017 registro un decremento el cual se dio por las diferentes causas económicas las cuales consideramos: demanda de bienes y servicios, estabilidad política social, altas tasas de interés, aumento de las importaciones a otras.

## INFLACIÓN

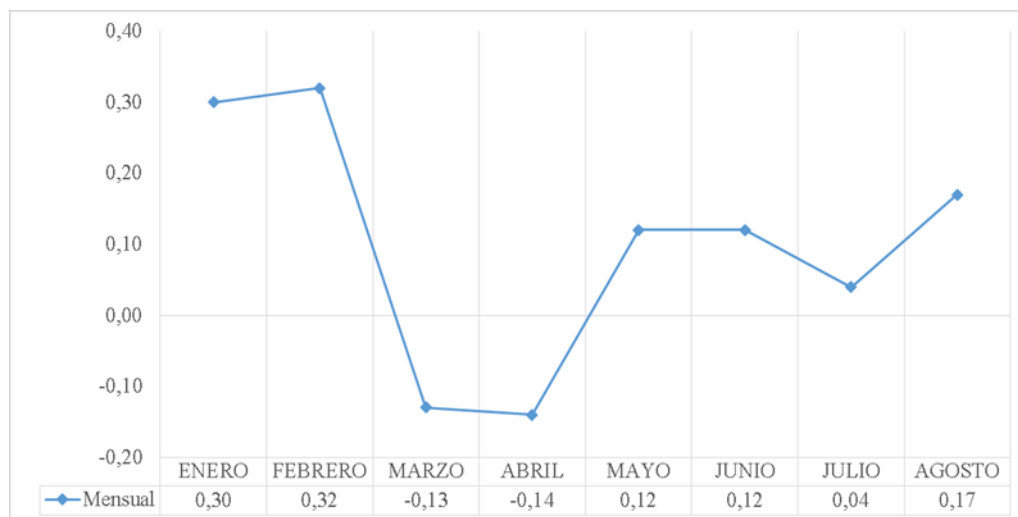
Durante el primer semestre, la inflación interanual refleja una tendencia creciente impulsada principalmente por el reajuste de servicios regulados que se da frecuentemente a comienzos de cada año, un efecto estadístico por base de comparación y una menor oferta de alimentos a causa de fenómenos climáticos (como inundaciones y heladas a inicios de año, respectivamente).

En la siguiente gráfica se muestra la tasa de inflación que existe en Bolivia

### GRAFICA N°2

#### Tasa De Inflación De Bolivia – Año 2018

(En porcentaje)



FUENTE: BANCO CENTRAL DE BOLIVIA

Con el crecimiento de la inflación llegará a afectar de manera negativa a la discoteca LGTB, ya que las personas destinarán más ingresos a sus necesidades básicas, por lo que la población tarijeña se encontrará de manera susceptible a la variación de precios de la canasta familiar.

### SALARIO MINIMO NACIONAL 2017 – 2018

El salario mínimo es la cantidad menor que debe recibir en efectivo el trabajador por los servicios prestados en una jornada de trabajo.

### GRAFICA N°3

#### Salario Mínimo Nacional De Bolivia 2018



FUENTE: INE (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISCTICA)

En este gráfico se muestra el incremento del SMN desde los años 2000 al 2018 con sus respectivos montos y porcentajes analizando los últimos años donde el incremento salarial aprobado para la gestión 2018 será del 5.5% al haber básico y 3% al salario mínimo nacional(SMN) que seria 2.060 bolivianos, podemos decir que la población boliviana va tener mayores ingresos por familia, se estima que se destinara un determinado monto a sus diferentes necesidades, el cual puede ser beneficioso para el servicio de la discoteca LGTB

### ➤ LA TASA DE DESEMPLEO

La tasa de desempleo es la variable que incluye la fuerza laboral que esta sin empleo.

Según datos del Ministerio de Trabajo, la tasa abierta de desempleo en Bolivia llegó a 4,48%.

### CUADRO N°1

#### INDICADORES DE EMPLEO, SEGÚN DEPARTAMENTO, 2017-2018

| TARIJA | 2017 | 2018 |
|--------|------|------|
|        |      |      |

|                   |      |      |
|-------------------|------|------|
| TASA DE OCUPACIÓN | 59,6 | 54,8 |
| TASA DE DESEMPLEO | 6,9  | 4,8  |

FUENTE: INE (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA)

Bolivia registra un índice de desempleo de 4,1%, cifra que prevé reducir este año a 3,2% con la generación de unas 30.000 nuevas fuentes laborales.

En conclusión, se muestra que las familias bolivianas cuentan con una fuente de empleo el cual les genere ingresos para el sustento de sus hogares y poder satisfacer sus distintas necesidades por las personas siendo este conveniente para el servicio.

Lo cual cabe recalcar que en el año 2017 la tasa de desempleo se incrementó en un 6,9% y en el 2018 bajo a 4,8%, estimando que al haber menos desempleo nuestros clientes tendrán más fuentes laborales y recursos para adquirir nuestro servicio.

### **1.1.3. Factor social – cultural**

El comportamiento de las personas se analizará en un ambiente social el cual se compone de actitudes, formas de ser, expectativas, grados de inteligencia y educación, creencias y costumbres de las personas de un grupo o sociedad determinada.

En los últimos años la ciudad de Tarija ha vivido profundos cambios culturales producto de las influencias de nuevas costumbres de otros departamentos, la migración pero también están los cambios culturales producto de la incidencia o la influencia de la televisión particularmente en las últimas generaciones que han cambiado una nueva forma de percibir las cosas en cuanto a divertirse que en el tiempo el ser humano producto del desarrollo educativo, de valores o antivalores hace de que cambien sus pautas de conducta que ya no es misma a la juventud de años atrás.

Porque este tipo de actividades para el colectivo LGTB era bastante reñido, pero en la actualidad ya es bastante abierta por los derechos y leyes que se otorgaron a los

mismos ya que es una aspiración importante de toda sociedad progresista que se logre superar la discriminación por motivo de la orientación sexual.

#### **1.1.4. Factor tecnológico**

La utilización de la tecnología en estos tiempos es de vital importancia, ya que esta última década predominan diseños digitales urbanistas y usos del mismo que son atractivos infaltable en emprendimiento como este y similares a este, por lo tanto es relevante para que este emprendimiento contar con ambientes adecuados que agradan a la nueva generación (espacio físico de la discoteca), retro proyectos u pantallas plasmas de 40 pulgadas que serán atractivas para el cliente, cámaras de video de última generación, cámaras digitales, y por ultimo tener siempre a mano un medio de comunicación directo (ya sea, afiches, banners, tarjetas de invitación con distintivos de la empresa, adhesivos con diseños urbanistas propios de Tarija, que les haga recordar) de esa manera poder sobrepasar las expectativas de los mismos con este tipo de servicio.

#### **1.2. Análisis del entorno inmediato**

Para el análisis del entorno inmediato utilizaremos las variables vinculadas a la fuerza de Michael Porter, es un modelo holístico que permite analizar cualquier bien que sea producto o servicio en términos de rentabilidad. Por tanto, será un punto vital para que este emprendimiento llegue a consolidarse.

##### **1.2.1. Clientes**

Desde el punto de vista de los clientes potenciales para la idea del negocio, nuestro servicio está dirigido a todo el colectivo LGTB de la ciudad de Tarija con una población de 400 personas en la actualidad pero que cada vez va creciendo más, estamos ante un sector cuya demanda suele concentrarse en las personas que viven cerca o a una distancia prudente de los establecimientos. Donde se realizan estas actividades, pero nunca a gran distancia, por la imposibilidad de acudir al mismo con comodidad y regularidad.

Sus principales usuarios son los individuos jóvenes, que cuentan con mayor tiempo libre o que tienen menores cargas familiares y mayores ingresos para disponer.

Con el conocimiento del que disponemos del sector, podemos afirmar que la carta de servicios de la mayoría de los establecimientos que se engloban en el mismo es bastante similar y que no hay grandes diferencias ni ventajas competitivas, por lo que

quienes expresen este aspecto pueden despuntar sobre el resto. Por todo esto, no hay demasiados problemas para encontrar otro local con servicios de semejantes características debido a la escasez en innovación y de falta de ideas nuevas en el negocio. Este plan de negocio ofrecerá un servicio muy distinto a los demás centros de entretenimiento nocturno, por lo que se tendrá que mucho énfasis en brindar un servicio de calidad, y ciertos casos se adecue a los requerimientos de los clientes, pero sin reducir la calidad del mismo.

### **1.2.2. Proveedores**

Los proveedores con que se interactuara la discoteca serán los de la materia prima es decir las bebidas alcohólicas que se ofrecerán a nuestros clientes, también se contará con los proveedores de seguridad que sean confiables y puedan ofrecer tranquilidad y bienestar a cada uno de nuestros clientes del colectivo LGTB aportando beneficios al negocio para la realización de esta clase de eventos.

### **1.2.3. Competidores**

Amenaza de Ingreso de nuevos competidores

**Competidores indirectos:** El mercado para ese nuevo servicio que se quiere abarcar es atractivo, ya que se operan pocos competidores que estén ligados específicamente al servicio que deseamos brindar, se tiene en cuenta que nuevos emprendimientos o participantes surgirán a corto plazo con capital y capacidades para apoderarse al mismo, pero se debe considerar que existen posibles competidores indirectos, como ser:

- Discoteca Perros y Gatos
- Discoteca Bunker
- Discoteca Limbo
- Noche de Luna (Karaoke)
- Lujos (Karaoke)
- Kapital
- Feel

Ya que los mismos tienen presencia y son las más conocidas en la ciudad de Tarija, además de contar con la experiencia en su rubro y la fidelidad de sus clientes estos pueden convertirse en una competencia a corto plazo, pues el acceso hacia un servicio de este tipo no es complicado. La creación e implementación de discoteca para LGTB, es un servicio que brindará entretenimiento y diversión según solicite el cliente.

Competidores directos: En la ciudad de Tarija existen competidores directos están definidos por las personas LGTB.

- “Q” Churo
- Secret

“La población tarijeña actualmente acepta como parte de la sociedad a la comunidad gay, lesbiana y trans, sin embargo, existe aún gente que se siente incómoda ver bailar a una pareja de dos hombres” aseguro J. V.; presidente del colectivo LGTB en Tarija.

#### 1.2.4. Servicios sustitutos

En este tipo de servicio es bajo, dado a que existen discotecas en la ciudad de Tarija, pero con baja calidad en el servicio que ofrecen, un ambiente con poca seguridad interna o externamente, con un solo ambiente, es decir no está dirigida a nuestro público objetivo. Sin embargo, un sustituto podríamos considerar a las fiestas clandestinas y karaokes.

Nuestra empresa incursionará en un rubro diferente y dentro de lo que se ofrece al público se puede llegar a prestar el mismo servicio.

#### 1.3. Conclusiones del análisis del contexto

**CUADRO N°2**

| Concepto                  | Impacto |       |      |
|---------------------------|---------|-------|------|
|                           | Baja    | Media | Alta |
| <b>Clientes</b>           |         | X     |      |
| <b>Proveedores</b>        |         | X     |      |
| <b>Competidores</b>       | X       |       |      |
| <b>Servicio Sustituto</b> | X       |       |      |

**FUENTE:** Elaboración Propia

## **RIESGOS**

De acuerdo a los detalles del análisis de los factores y/o variables del entorno interno y externo, las leyes o decretos reguladores que afectan al presente plan de negocios, tanto en el plano ambiental como laboral, como ser incrementos salariales, posible pago de doble aguinaldo a futuro que influyen directamente en las finanzas. A su vez, en el plano ambiental, leyes que regulen el normal desempeño de los eventos a realizar.

La inflación puede afectar en la medida que al subir los precios haya una menor demanda del servicio al costo no solo de los insumos requeridos para la implementación del negocio, ya que un incremento en las materias primas influye directamente en el costo final del servicio adquirido.

Existe la posibilidad del ingreso de nuevas empresas que oferten un servicio similar a este nuestro, como también la aparición de emprendimientos informales que puedan constituirse en servicios sustitutos.

## **OPORTUNIDADES**

La cultura en la ciudad de Tarija generará gran oportunidad para el negocio, debido a la aceptación de las personas con orientación sexual diferente del colectivo LGTB que cada vez hay un mayor crecimiento y por lo tanto lo cual ayuda a que este tipo de servicio que se ofrece crezca ya que existe un amplio calendario de celebraciones y festividades a lo largo del año.

Generar oportunidades de empleo a la población Tarijeña, ya que se constituirá en una empresa legalmente establecida de acuerdo a todas las exigencias municipales.

Insuficiente competencia formal dentro del mercado objetivo, lo cual le permitirá una diferenciación inmediata en cuanto al servicio ofertado para un segmento específico con características muy singulares.

## **CAPITULO II**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

A través de la investigación de mercado se podrá identificar la oportunidad de un mercado para un servicio, esto mediante la recopilación, análisis, difusión y uso sistemático de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución del problema.

Por tal motivo se considera importante para este plan de negocio, la investigación de mercados ya que nos permitirá conocer las características del mercado.

#### **2.1. Planteamiento del problema**

En un estudio previo al comienzo del plan de negocio, se da a conocer todos aquellos puntos en los cuales el negocio estaría presentando debilidades, sin embargo, el análisis del micro y macro entorno resaltan ciertas ventajas de las cuales exista una oportunidad en que el negocio pueda sentar sus bases de esta manera desarrollarse tanto espacialmente como temporalmente.

Hoy en día, en la ciudad de Tarija, hay una escasa oferta de centros de entretenimiento nocturno que estén únicamente dirigidos a personas del colectivo LGTB, dispuestos a cubrir con las demandas requeridas por este sector, conforme pasan los años el entretenimiento es de importancia y están presentes en la vida de las personas independientemente del tipo de actividad recreativa de “esparcirse”, “divertirse” y “entretenerse” que pueda existir en el colectivo.

De acuerdo a la observación y sondeo de opinión realizado en el medio de entretenimiento de las discotecas LGTB, se detectó que las mismas funcionan en precarias condiciones, no cuentan con seguridad, buena higiene, y la calidad del servicio es muy baja.

##### **2.1.1. Problema De Decisión Gerencial**

¿Será factible la instalación de una discoteca para el colectivo LGTB en la ciudad de Tarija?

### **2.1.2. Problema De Investigación De Mercados**

Determinar cuáles son los gustos, preferencias y necesidades del colectivo LGTB al momento de demandar el servicio de un centro de entretenimiento nocturno.

### **2.2. Preguntas De Investigación De Mercados**

¿Existe la necesidad del servicio de una discoteca LGTB en la ciudad de Tarija?

¿Qué aspectos generales de una discoteca consideran más importantes las personas del colectivo LGTB?

### **2.3. Planteamiento De La Hipótesis**

H1: Existe la necesidad de un servicio de una discoteca en la ciudad de Tarija que satisfaga los gustos y preferencias del colectivo LGTB.

H2: Los aspectos más importantes son la ubicación, seguridad, higiene y espacios amplios.

### **2.4. Objetivos De La Investigación De Mercados**

#### **2.4.1. Objetivo General**

Determinar las características del servicio necesarias que los clientes potenciales buscan en una discoteca que brinda un tipo especial de espectáculo o entretenimiento, que satisfaga gustos y preferencias del colectivo LGTB.

#### **2.4.2. Objetivos Específicos**

- Determinar las necesidades de los clientes potenciales a través de la investigación de mercados.
- Obtener sugerencias a cerca de las características que el cliente tome en cuenta antes de hacer uso del servicio.
- Determinar el nivel de aceptación de los clientes que prefieren este tipo de centros de entretenimiento.

### **2.5. Metodología De Investigación De Mercados**

Se utiliza una investigación de tipo descriptiva, la misma es un tipo de investigación concluyente que tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo general, características o funciones de un determinado mercado.

El método elegido para la recopilación de información es la entrevista personal.

## **Técnica De Recolección De Datos**

- **Encuesta**

La técnica de encuesta se utiliza para obtener información, se basa en el interrogatorio de los individuos a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones actitudes, conocimiento, motivaciones, así como características demográficas y de su estilo de vida. Estas preguntas se pueden hacer verbalmente, por escrito, mediante una computadora y las respuestas se pueden obtener en cualquiera de esas formas.

Para la presente investigación de mercados, se utiliza una encuesta de tipo escrita compuesta por un cuestionario.

- **Cuestionario**

El cuestionario consta de una serie de preguntas, estructuradas de la forma que, al aplicarse a una muestra poblacional seleccionada, permita la obtención de información específica de los participantes.

### **2.6. Determinación de la población y el tamaño de la muestra**

Uno de los aspectos más importantes para la recopilación de datos determinación de la población y el tamaño de muestra, pues de estas dependerá la estimación de la información al mercado meta donde se quiere ingresar.

- Clase Social: Media y alta.
- Género: hombre y mujer
- Edad: 18 a 40 años.
- Región; Departamento de Tarija, provincia Cercado
- Interés de las personas colectivo LGTB que asisten a locales nocturnos

### 2.6.1. Población

Se toma en cuenta únicamente a personas, hombres y mujeres colectivo LGTB de 18 a 40 años de edad, de la ciudad de Tarija, ya que el segmento constituye un porcentaje del mercado con los ingresos medios altos que podrán adquirir productos o servicios de características específicas.

#### CUADRO N°3

##### Población LGTB por edades

| Total población colectivo LGTB |            |      |
|--------------------------------|------------|------|
| Población                      | N° de      | %    |
| Cercado                        | Habitantes |      |
| De 18 a 40 años                | 400        | 100% |
| Total Población                | 400        | 100% |

FUENTE: Asociación del Sur Colectivo LGTB – Tarija.

#### ❖ TÉCNICA DE MUESTREO

La técnica de muestreo seleccionada para determinar la población sujeta a estudio es el Muestreo Aleatorio Simple. (M.A.S.)

##### Nomenclatura

N = Población total

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

z = Valor de la normal dado un nivel de confianza

e = Margen de error permitido

Para la determinación de la probabilidad de éxito y fracaso, se llevo a cabo una encuesta piloto compuesta por 10 muestras aplicadas al azar a personas del colectivo LGTB.

La pregunta realizada fue la siguiente:

**¿Estaría dispuesto a asistir a una nueva discoteca con las características que Ud. busca?**

**SI**

**NO**

Con los resultados se obtuvo una probabilidad de éxito (p) de 60% y una probabilidad de fracaso de 40% (q), determinada por 6 respuestas positivas y 4 negativas sobre muestra total de 10.

### **Determinación del tamaño de la muestra**

La técnica utilizada es Muestro Aleatorio Simple (M.A.S.)

**FORMULA:**

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{400 * (1,96)^2 * (0,4) * (0,6)}{(0,05)^2 * (400 - 1) + (1,96)^2 * (0,4) * (0,6)}$$

$$n = 193$$

El número de encuestas que es de 193 de acuerdo con el resultado de la técnica muestreo.

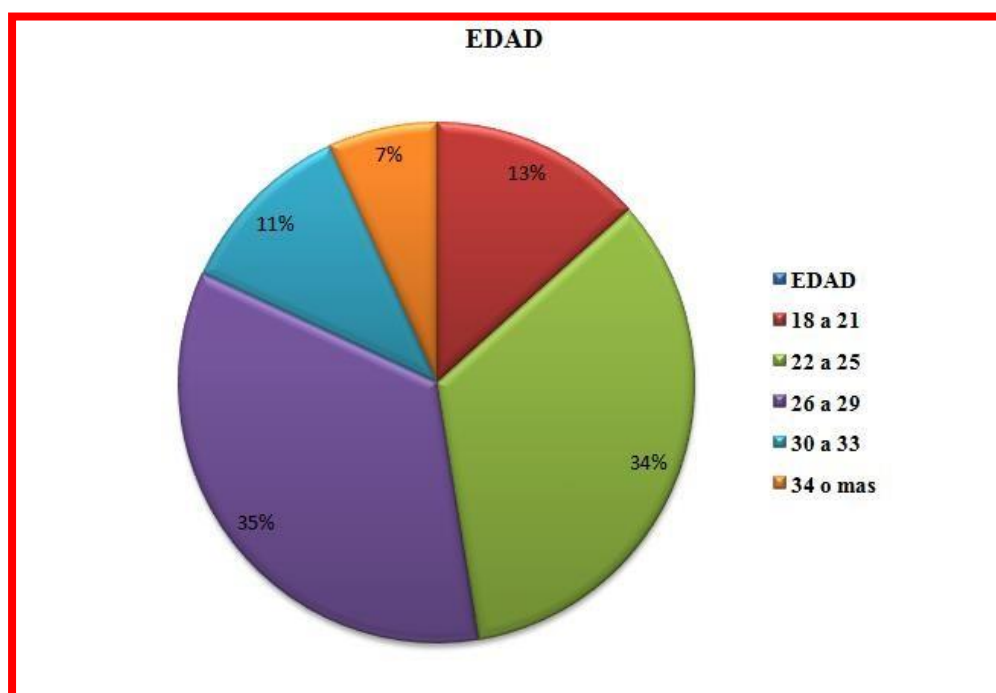
### 2.6.2. PRESENTACION Y ANÁLISIS DE RESULTADO

Luego de haber concluido con el llenado de la encuesta y la tabulación, se obtuvo los siguientes resultados:

#### PREGUNTA N° 1

##### Edad

GRÁFICO N° 4: Edad



De 193 encuestados, se puede ver que la población comprendida LGTB en su mayoría son personas de 22 a 29 años, con el 68,5%, que asiste con más frecuencia a los

centros nocturnos de entretenimiento. Seguido por personas de 18 a 21 años, con el 13,4%, y en menor % de asistencia las personas mayores de 30 años de edad.

#### **PREGUNTA N° 2**

**¿ACTUALMENTE VISITA SITIOS NOCTURNOS COMO DISCOTECAS LGTB?**

**GRAFICO N° 5**



De los 193 encuestados, un 98% mencionó que sí asisten a centros de entretenimiento nocturnos; es decir que la población LGTB en general está habituada a la idea del

negocio, lo cual es favorable para que la empresa pueda identificar qué tipo de necesidad se pretende satisfacer.

Por otro lado, el 2% de los encuestados mencionó que no asisten a centros de entretenimiento nocturno, representando una parte mínima de la población LGTB.

### **PREGUNTA N°3**

**¿CON QUÉ FRECUENCIA VISITA ESTE TIPO DE DISCOTECA LGTB?**

**GRAFICO N° 6**



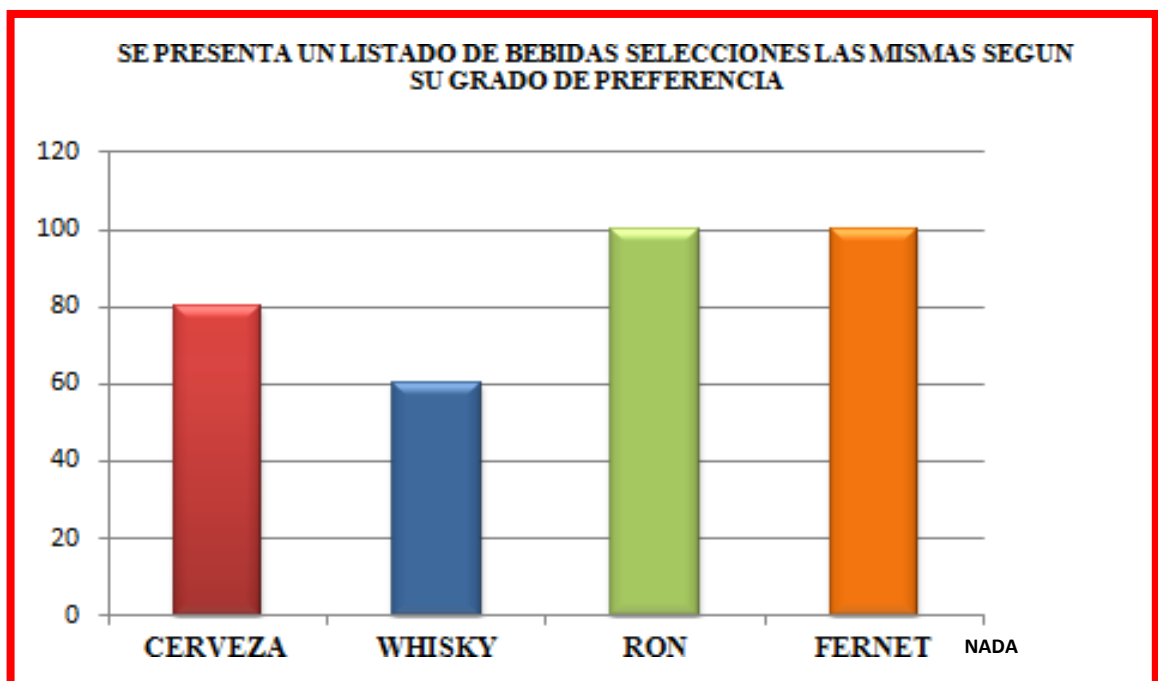
La respuesta a la pregunta número tres nos da a conocer que el conjunto de personas asiste a discotecas LGTB entre semanalmente y quincenalmente, es decir un 63%, lo que nos indica que esa mayoría vendría a ser nuestro mercado potencial a los que se debe ofrecer nuestro servicio, pero el porcentaje del 37% asiste entre mensualmente y ocasionalmente, es un promedio bajo que aún no se encuentra satisfecho con las discotecas para LGTB.

Nuestro servicio identificará las necesidades, gustos y preferencias de los clientes meta al que se pretende satisfacer

#### **PREGUNTA N°4**

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

**GRAFICO N° 7**



Las bebidas de mayor preferencia para consumir son el Ron y el Fernet, seguido por Cerveza y Whisky. Esto nos da una idea clara sobre gustos y preferencias de las

personas del colectivo LGTB al momento de ofrecerles la variedad de bebidas en una variedad de precios y marcas.

#### **PREGUNTA N° 5**

**¿QUÉ GÈNERO DE MÚSICA PREFIERE ESCUCHAR EN UNA DISCOTECA LGTB?**

**GRÁFICO N° 8**



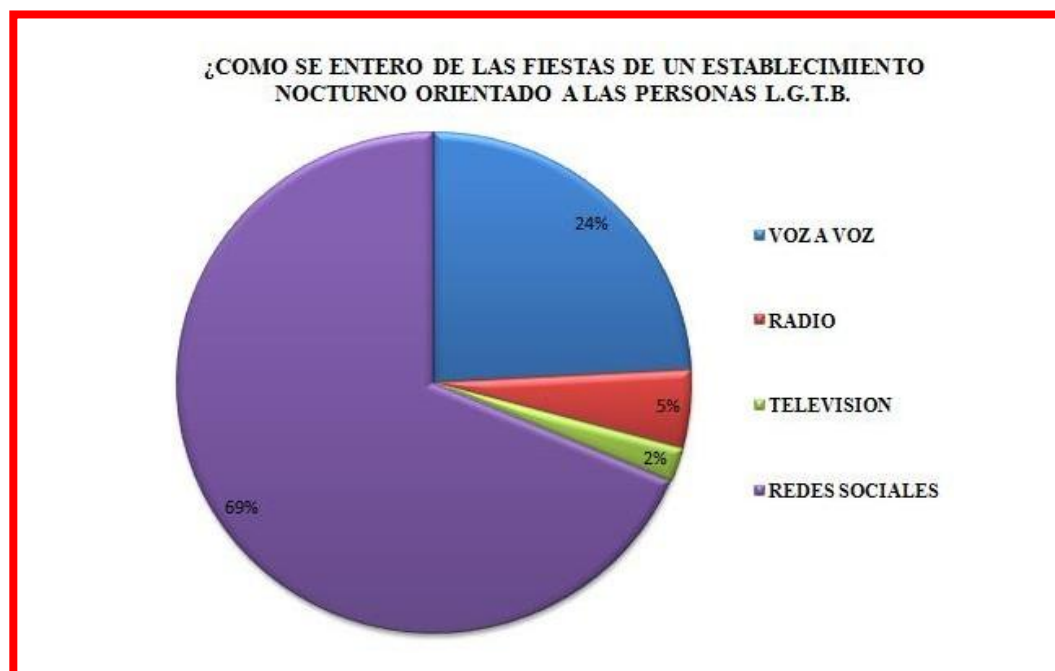
El género de música que más les agrada es la música electrónica que alcanzó el 39%, seguido de la música reggaetón con el 26%, y finalmente los demás géneros de música obtuvieron un menor grado de preferencia. Tomando en cuenta los datos arrojados por

las encuestas, el colectivo LGTB podrá satisfacer sus necesidades mediante la música las cuales serán incorporadas y que reflejan su identidad.

#### **PREGUNTA N°6**

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

**GRAFICO N° 9**



Del total de las encuestas realizadas, las redes sociales es el medio de comunicación con mayor preferencia, ya que obtuvo el 69%; seguido de la comunicación voz a voz, con un porcentaje de 24%, los medios de comunicación, radio y televisión son de menor preferencia.

También, por este medio de pregunta, se pudo identificar la preferencia en cuanto a las redes sociales, que frecuentan más para informarse. Por consiguiente, se plantearía lanzar la publicidad del servicio.

#### **PREGUNTA N° 7**

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

**GRAFICO N°10**

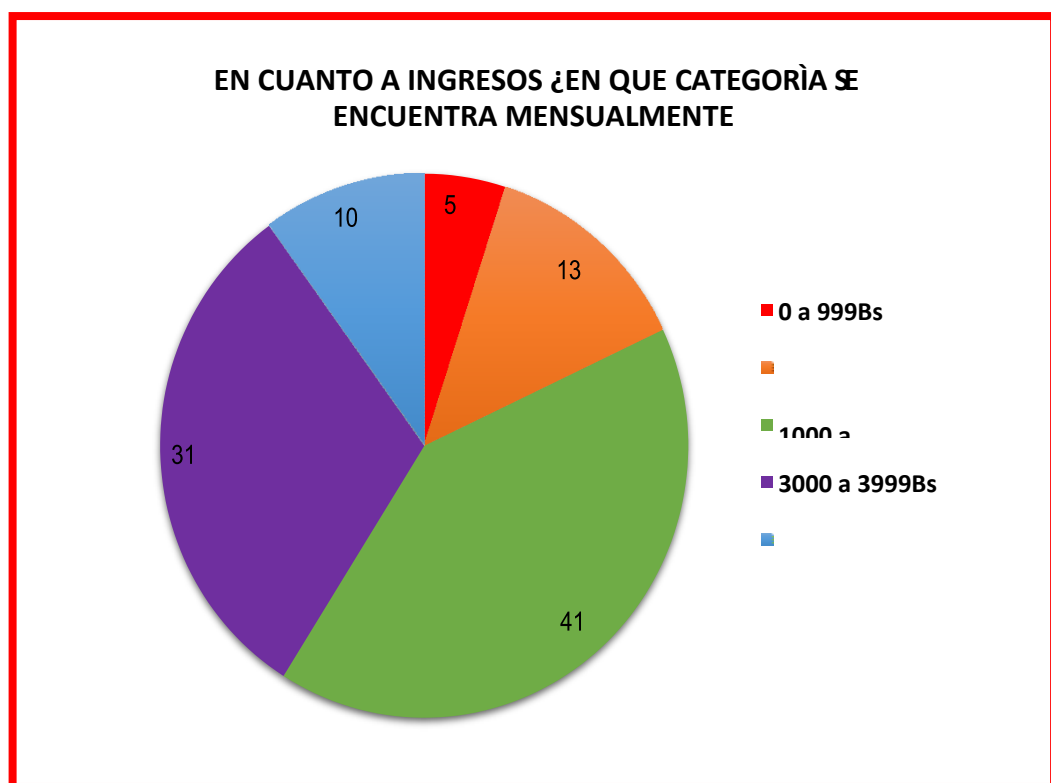


Del total de los encuestados, un 70% afirma que sí está de acuerdo en que se implemente el servicio de centro de entretenimiento nocturno. Esto quiere decir que existe una intención de compra 70%, y un 30% dijeron que tal vez y no, asistirían.

#### **PREGUNTA N° 8**

**EN CUANTO A INGRESOS ¿EN QUE CATEGORÍA SE ENCUENTRA MENSUALMENTE?**

**GRAFICO N° 11**



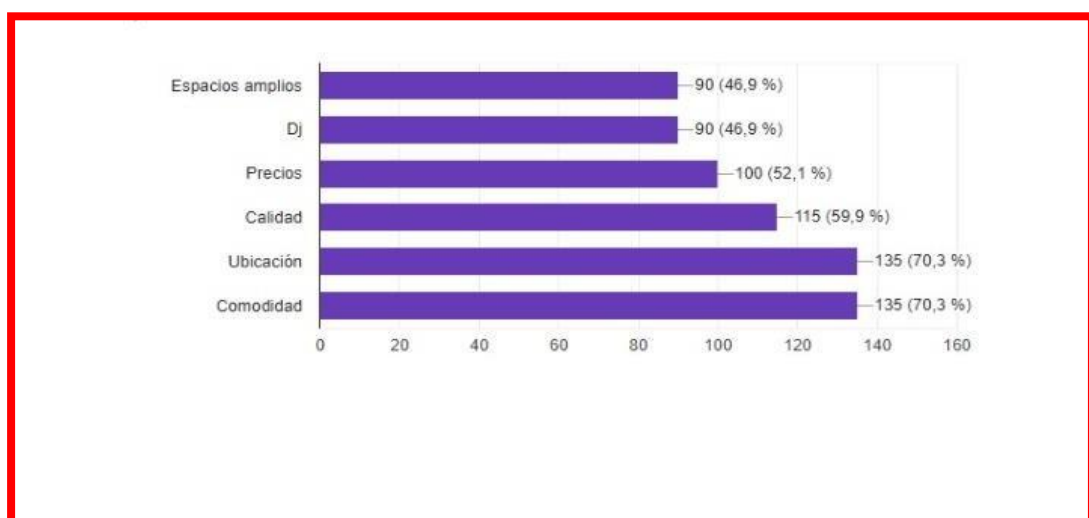
De acuerdo a los 193 encuestados, el 82% tiene ingresos desde Bs. 2000 a Bs. 3999, el 10% con un ingreso de Bs. 4000 en adelante y tan solo un 18% entre Bs 0 a Bs 1999.

La gran mayoría de los encuestados tiene ingresos medios, altos. Lo cual es beneficioso para el servicio de la discoteca LGTB.

#### **PREGUNTA N°9**

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

**GRAFICO N° 12**

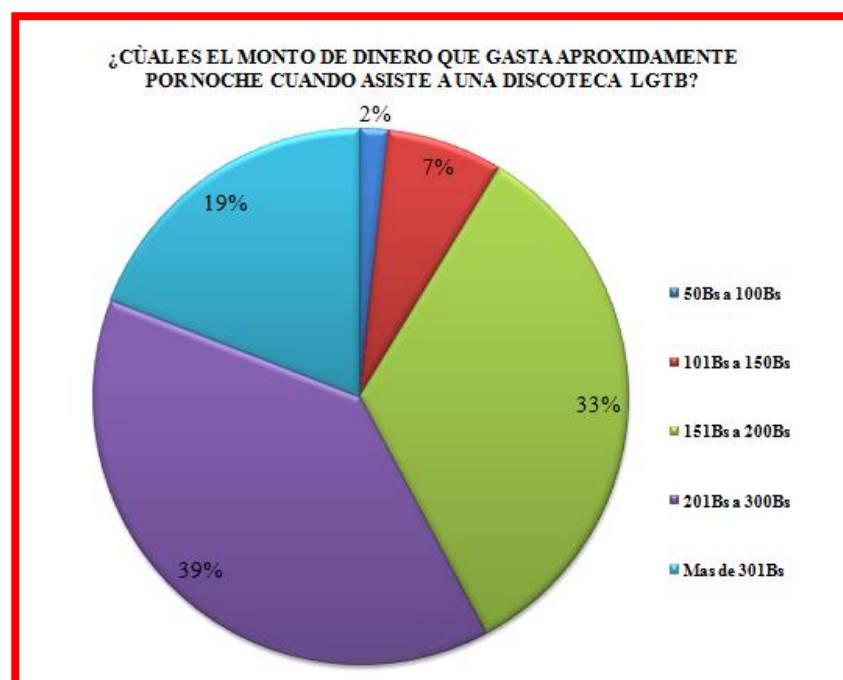


De los 193 encuestados, un 70,3%, de estos mencionó que el principal factor para su asistencia a una discoteca LGTB es la comodidad, así también, un 70,3% de los encuestados toma como segunda prioridad la ubicación del centro de entretenimiento, seguido de un servicio de calidad, precios de las bebidas, la música que coloca el Dj, y los espacios amplios.

#### **PREGUNTA N°10**

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

**GRAFICO N° 13**

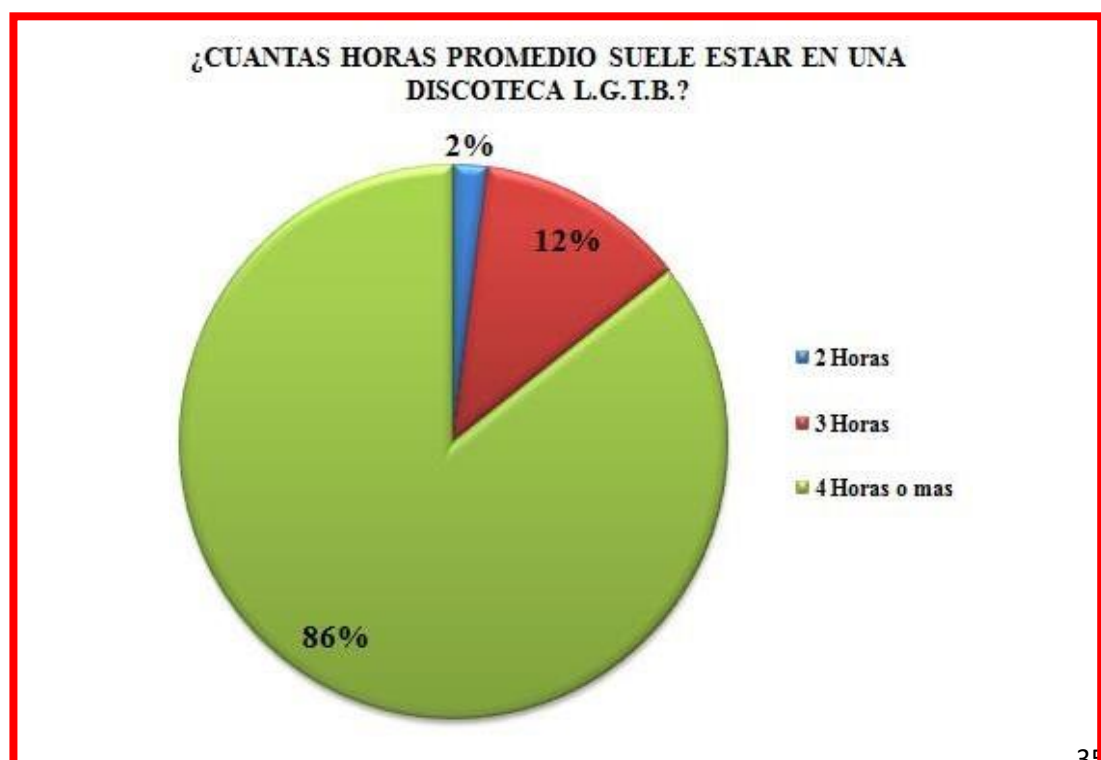


Como se muestra en este gráfico, un 72% de las personas del colectivo LGTB invierte entre 151Bs a 300Bs por noche, un 19% invierte más de 300Bs, y un porcentaje muy bajo del 9% invierte entre 50Bs a 150Bs por noche. Por el porcentaje obtenido vendría a ser posible los precios del servicio.

#### **PREGUNTA N° 11**

**¿CUANTAS HORAS PROMEDIO SUELE ESTAR EN UNA DISCOTECA LGTB?**

**GRAFICO N° 14**

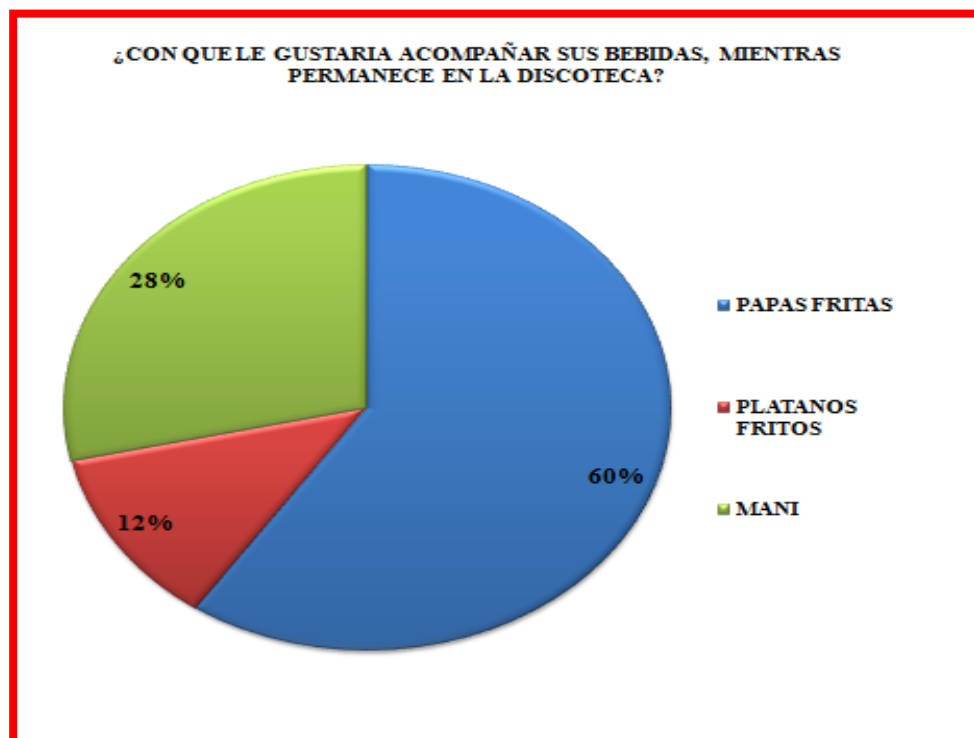


Del total de los encuestados, un 85,6% afirma que suele estar más de 4 horas en una discoteca L.G.T.B. Esto quiere decir que existe una intención de compra del 85,6% y una mínima asistencia al servicio del 14,2%. Lo que es favorable para implementar el presente plan de negocio.

#### **PREGUNTA N° 12**

**¿CON QUÈ LE GUSTARIA ACOMPAÑAR SUS BEBIDAS, MIENTRAS PERMANECE EN LA DISCOTECA?**

**GRAFICO N° 15**

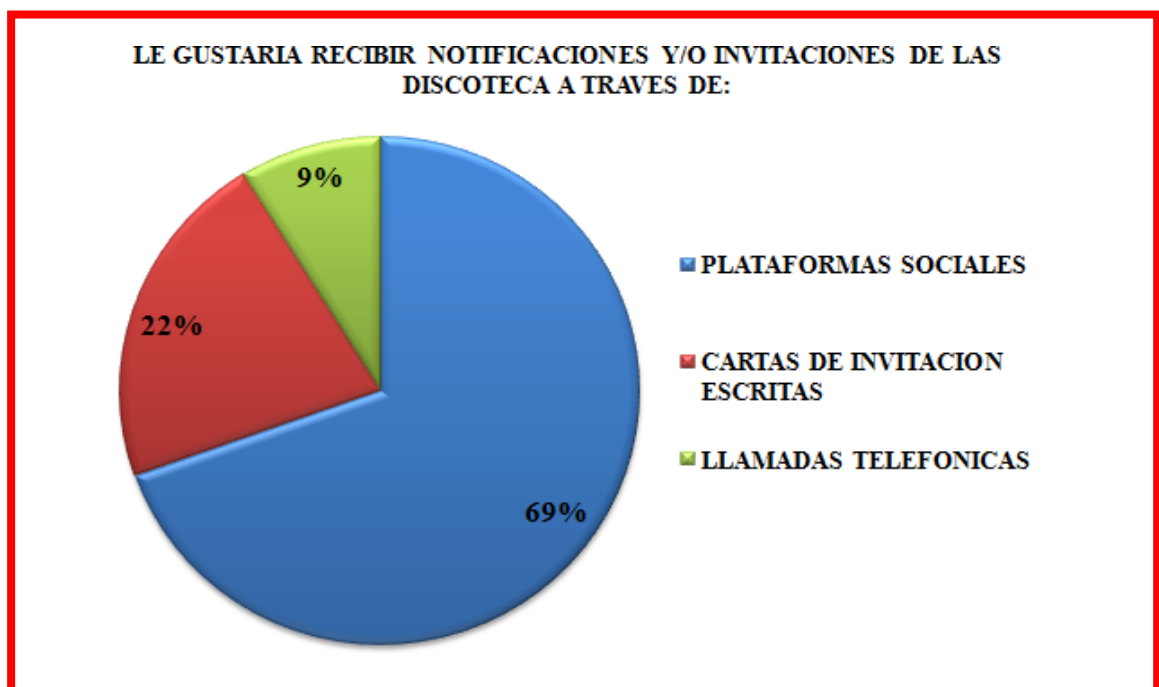


En base a resultados obtenidos, un 60% mencionó que le gustaría acompañar sus bebidas con papas fritas, un 28% de los encuestados toma como segunda opción acompañar con maní, y solo un 12% mencionó que le gustaría acompañar con plátanos fritos.

#### **PREGUNTA N° 13**

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

**GRAFICO N° 16**

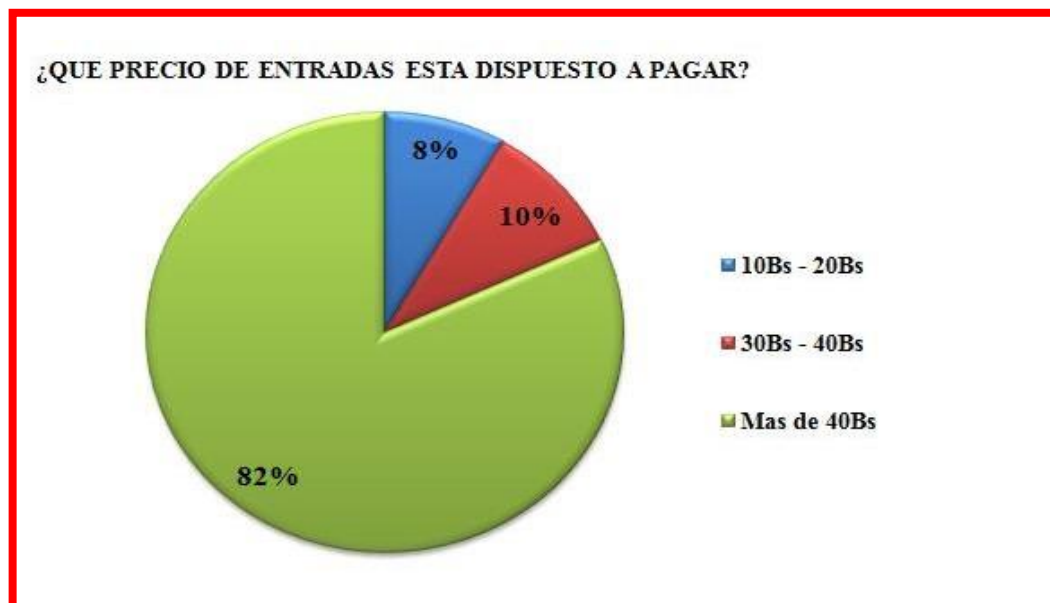


En base a los resultados obtenidos, el 83,9% de las personas del colectivo LGTB, prefiere las invitaciones por plataformas sociales, el 26,1% le gustaría recibir invitaciones escritas y un 10,6% le gustaría recibir llamadas telefónicas como invitación para asistir a la discoteca.

#### **PREGUNTA N° 14**

**¿QUE PRECIO DE ENTRADAS ESTA DISPUESTO A PAGAR?**

**GRAFICO N° 17**



De los 193 encuestados, las personas del colectivo LGTB con el 81,9% están dispuestas a pagar entrada entre de 30Bs a 40Bs, lo cual es favorable para que la empresa pueda definir su precio de entrada acorde a las temáticas que se realizará por noche, un 9,8% está dispuesto a pagar más de 40Bs, y un 8,3% entre 10Bs a 20Bs.

#### **PREGUNTA N° 15**

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

**GRAFICO N°18**



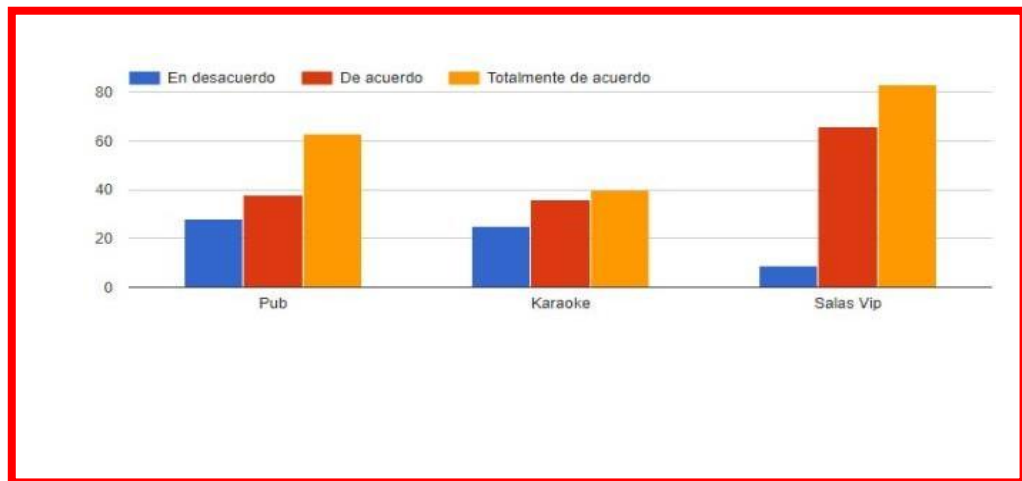
Aquí la población LGTB toma en cuenta estos cuatro aspectos que presentamos como una decisión esencial para demostrar el servicio, el 100% de los encuestados toma en cuenta la buena atención, lo asimilan como sinónimo de “tomé una buena decisión” literalmente hablando ya que estos puntos inciden de manera positiva como negativa en cuanto a la elección y preferencias del cliente, de igual manera sin dejar de lado la higiene, la seguridad y la popularidad

#### **PREGUNTA N°16**

**¿QUÈ SERVICIOS ADICIONALES LE GUSTARIA QUE OFRESCA LA DISCOTECA LGTB?**

**SELECCIONE SEGÚN EL GRADO DE IMPORTANCIA**

#### **GRÁFICO N° 19**

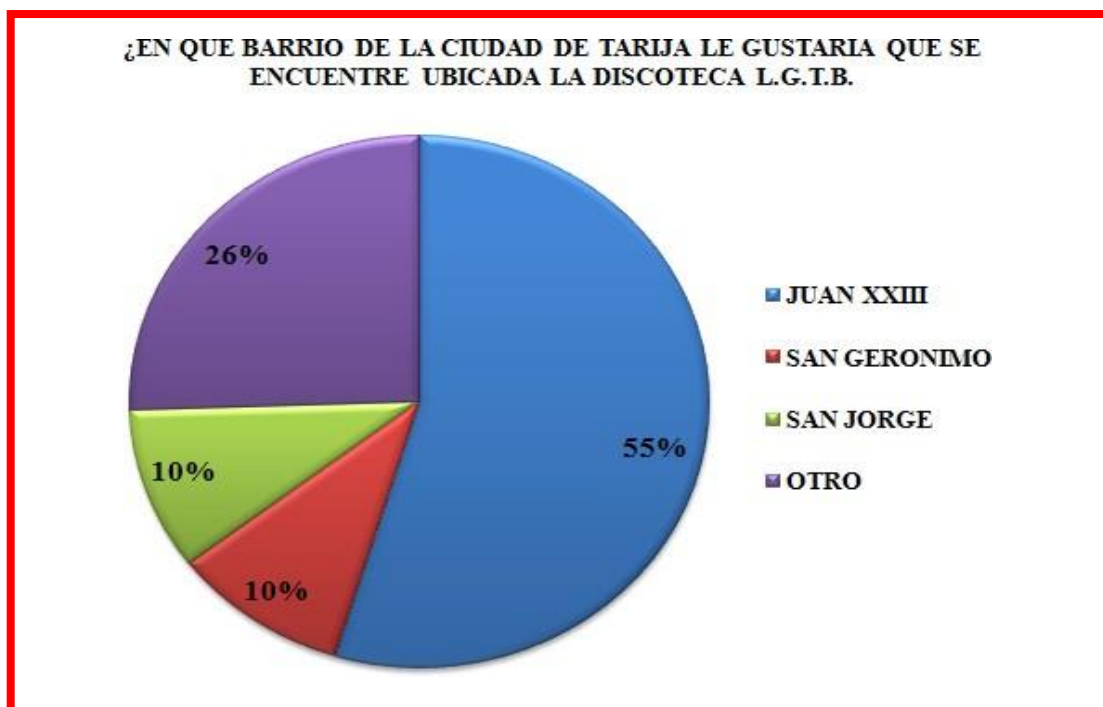


De los 193 encuestados, el 85% del colectivo le gustaría que adicionemos salas vip, para estar en un ambiente más tranquilo, compartiendo momentos de diversión con pocas personas, seguido de adicionar un pub con el 65% para escuchar buena música y relajarse, por último, el karaoke con el 40% para cantar sus mejores canciones.

#### **PREGUNTA N°17**

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

**GRAFICO N° 20**



El 55% de los encuestados ven prudente que el local se encuentre en el barrio Juan XXII, por la seguridad que brindaría la misma, siempre y cuando no perjudique la vida de los vecinos. Sin dejar de lado las opciones de los otros barrios de la ciudad de Tarija.

## **2.7. Conclusiones de la investigación de mercados**

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas a las personas del Colectivo LGTB de la ciudad de Tarija, se llega a las siguientes conclusiones:

- De las 400 personas del colectivo LGTB de la ciudad de Tarija, un 98% son las que asisten a sitios de entretenimiento nocturno.
- El 63% de las personas del colectivo que visita este tipo de discotecas LGTB lo hace una vez por semana y una vez cada quince días.
- Entre los medios de comunicación preferidos por la población LGTB, están las redes sociales, medios que deben ser explotados para mostrar los atributos que el servicio prestará.
- Un 70% de las personas del colectivo LGTB, asistirían a una nueva discoteca, si les ofrece las características que ellos buscan en un centro de entretenimiento nocturno.
- El 82% de las personas tiene ingresos desde Bs. 2000 a Bs. 3999, la gran mayoría de los encuestados tiene ingresos medios, altos. Lo cual es beneficioso para el servicio de la discoteca LGTB
- Uno de los principales motivos para asistir a una discoteca LGTB es la libertad de poder expresar su inclinación sexual con el 70%, además otro factor importante es la ubicación, calidad, precios y espacios amplios, según ellos les gustaría encontrar este tipo de servicio.
- La población LGTB toma en cuenta cuatro aspectos como una decisión esencial al momento de comprar el servicio, el 100% de los encuestados toma en cuenta la buena atención, lo asimilan como sinónimo de “tomé una buena decisión” literalmente hablando ya que estos puntos inciden de manera positiva como negativa en cuanto a la elección y preferencias del cliente, de igual manera sin dejar de lado la higiene, la seguridad y la popularidad.

## **CAPITULO III**

### **NATURALEZA DEL NEGOCIO**

#### **3.1. Idea del negocio**

Creación e implementación de una Discoteca LGTB en la ciudad de Tarija denominada KING & QUEEN será una discoteca de entretenimiento nocturno que brindará un servicio exclusivo para personas del colectivo LGTB, de tal manera que puedan disfrutar, conocer personas de su misma orientación sexual, encontrando en un solo lugar todos los servicios necesarios para complacer sus gustos y preferencias. De esta manera, se pretende facilitar la creación de una discoteca, donde cada cliente se divierta y satisfaga al máximo sus necesidades.

#### **3.2. Justificación**

La idea de este plan de negocio “KING & QUEEN” se genera basado en que surge por la inexistencia de una discoteca para personas del colectivo LGTB con la necesidad de que en la ciudad de Tarija no existe un centro de entretenimiento nocturno de espacios amplios, cómodos y seguros acorde a sus expectativas para personas con orientación sexual diferente , donde tengan la libertad de no sentir que deban esconderse sino mostrarse de manera orgullosa porque ellos viven como sienten ,ya que en la ciudad de Tarija existen discotecas para ese sector, pero en precarias condiciones.

” KING & QUEEN” cuyo principal objetivo es ofrecer el mejor servicio de entretenimiento nocturno en las mejores condiciones, el cual ofrecerá al público diversas fiestas temáticas y otra variedad de servicios acorde a cada acontecimiento y fechas importantes ajustados a los requerimientos y con el personal que refleje la diversidad de la comunidad.

#### **3.3. Propuesta de valor**

Según Kaplan y Norton se hablan de cuatro clases amplias de propuestas de valor de los cuales se tomó en cuenta: “llave en mano” que son aquellas soluciones a medida para las necesidades y preferencias específicas para cada cliente.

KING & QUEEN aspira a proyectar una imagen de una discoteca moderna y acogedora, donde cada cliente pueda disfrutar de armonía de manera cómoda y tranquila, es decir un lugar en donde las personas del colectivo LGTB no se sientan

intimidadas ni les cause vergüenza mostrar sus preferencias sexuales, teniendo acceso a múltiples servicios complementarios del rubro que satisfagan las necesidades como ser:

- *Infraestructura:* la empresa en sus instalaciones brindará a sus clientes algunos relieves de diseños urbanistas, acorde a la expectativa de los clientes, sonido ambiente para cada ocasión, una buena atención personalizada para cada grupo, la empresa comprará todos los materiales necesarios que coadyuven y sean coherentes a la decoración, y de esa manera se brinde panorama acorde al siglo XXI. Por último, se requerirá que el cliente nos de pautas claras de sus ideas, su creatividad, que nos ayude a poderles brindar un servicio eficiente y la misma satisfaga sus deseos en muchos aspectos, ya que de esa manera podremos ofrecer un servicio de calidad y la empresa asiente sus bases para ser competitiva y a la vez pueda generar utilidades. Ubicación, otro punto importante es que la ubicación física de la empresa debe estar cerca posible al cliente, para que este pueda encontrarnos y solicitar nuestro servicio fácilmente. La empresa tendrá su local en la ciudad de Tarija, barrio Juan XXIII en la Avenida Romero y Avenida Circunvalación, número 251, planta baja.
- *Comodidad,* se brindará al cliente sofás, taburetes, también se implementará en cada centro de mesa tendrá un acompañamiento de papas fritas, mientras está disfrutando un buen momento.
- *Garantía,* para la prestación de nuestro servicio se realizará juntamente con el cliente, el objetivo es que ambas partes salgan beneficiadas y se le haga notar al cliente que con su dinero hizo una buena inversión, pues su entretenimiento estará ligada a la diversión y espectáculo para que el cliente y sus amigos se diviertan. Y de esa manera podamos encontrar ese prestigio que nos forjará nuestro posicionamiento en el mercado.

- *Horarios*, el servicio estará concentrada para las noches de entretenimiento del colectivo L.G.T.B. en la ciudad de Tarija iniciará desde las 21:00 pm. horas hasta las 03:00 am.
- *Fiestas Temáticas*: Incluye 6 horas de música variada, juego de luces, y pista led, máquina de confeti burbujas y humo, artículos de animación (sombreros, collares hawaianos, antifaces, pulseras fluorescentes).
- *Servicios adicionales*: Maquillaje y peinado, Transporte con choferes en vestimenta exótica para las comunidades LGTB, Bailarines para animación.

### **3.4. Descripción de la empresa**

#### **3.4.1. Tipo de empresa**

Será una empresa de servicio de sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.) en la que priman las personas que la conforman sobre los aportes que se hacen. Según el código de comercio (arts. 195 al 216) este tipo de sociedad está conformada entre 2 a 25 socios, no establece un mínimo. Sin embargo, el capital social deberá estar dividido en cuotas de igual valor, de bs. 100 o múltiplos de bs. 100 (art. 198 c.com.) Limitada al monto del aporte de los socios (art. 195 c.com.) “KING & QUEEN “es una empresa que se identifica en el sector de servicio de entretenimiento nocturno, exclusivo para las personas del colectivo LGTB donde puedan divertirse de la mejor manera sin necesidad de sentirse discriminados, sino estar en plena armonía con personas de su misma preferencia sexual. Así mismo también pueden asistir las personas Heterosexuales.

#### **Nombre de la empresa**

El nombre que se propone es “KING & QUEEN” que en castellano significa “REY & REINA”

#### **Ubicación De la Empresa:**

La ubicación física de la empresa debe estar cerca posible al cliente, para que este pueda encontrarnos y solicitar nuestro servicio fácilmente. La empresa tendrá su local en la ciudad de Tarija, barrio Juan XXIII en la Avenida Romero y Avenida Circunvalación, número 251, planta baja.

### **3.5. Misión y Visión**

#### **3.5.1. Misión**

Somos una empresa dedicada al rubro de la diversión y esparcimiento nocturno fomentando el respeto hacia el colectivo LGTB. Nuestro servicio se basa en brindar un lugar divertido, amigable y sobre todo confortable compuesto por el mejor personal.

#### **3.5.2. Visión**

Ser una empresa líder en el rubro de diversión nocturna y ser reconocidos como empresa, buscando la excelencia del servicio mediante el compromiso de todos los integrantes.

### **3.6. Valores**

- ❖ Profesionalismo
- ❖ Ética
- ❖ Honestidad
- ❖ Actuar con transparencia, confianza e igualdad
- ❖ Estar orgulloso del lugar de trabajo
- ❖ Cuidar los recursos de nuestra empresa
- ❖ Brindar el mejor servicio y atención al cliente
- ❖ Trabajar en equipo y comunicarnos respetuosamente para alcanzar metas comunes
- ❖ Propiciar el entusiasmo y dar nuestra mejor sonrisa

### **3.7. Políticas De la Empresa:**

Nombraremos las siguientes:

- Búsqueda de calidad y excelencia permanente para brindar un mejor servicio.

- Enfocar nuestros esfuerzos en cumplir (según nuestros recursos), los requerimientos y necesidades de nuestros clientes.

## **CAPÍTULO IV**

### **PLAN DE MARKETING**

En este capítulo se desarrollan las estrategias de marketing que permitirán posicionar a la empresa en el mercado, de igual manera por medio de estas se busca la satisfacción del cliente

#### **4.1. Objetivos del marketing**

Se considera los siguientes:

- Determinar el mercado objetivo y sus características para orientar los esfuerzos de marketing.
- Buscar posicionar desde el principio a la empresa en la mente de las personas LGTB, como una empresa de entretenimiento y diversión.

#### **4.2. Segmentación de mercado**

El segmento de mercado consiste en un grupo que se puede identificar dentro de un mercado y que tiene deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos.

#### **4.2.1. Segmentación**

La demanda de la discoteca “King y Queen” se encuentra conformada por el colectivo LGTB (lesbiana, gay, transexual y bisexual) en la ciudad de Tarija, provincia Cercado, con una edad de 18 años en adelante, porque según la ley en Bolivia el consumo de bebidas alcohólicas está prohibido para menores de edad.

#### **4.2.1. Niveles socios económicos**

Este negocio está dirigido para el colectivo LGTB, más precisamente personas de clase media - alta cuyos ingresos puedan cubrir con los precios establecidos por la discoteca.

#### **4.3. Cálculo del mercado potencial**

Según un estudio realizado por la asociación del colectivo LGTB encabezado por el señor J.V. quien es presidente de la organización, existe un registro de 400 personas en la actualidad.

Como se mencionó anteriormente en la segmentación de mercado la discoteca estará dirigida únicamente al colectivo LGTB que comprende personas de 18 a los 40 años

#### **4.4. Logotipo**

El logotipo para esta empresa, se trata de la utilización de los colores vivos, llamativos y alegres que es tan de moda en los anuncios hechos por empresas de publicidad visual, un trasfondo con color negro y colores vivos brillantes que dan un aspecto de alegría, en la parte central están dibujadas las letras “ K & Q” ,”KING & QUEEN que significa “REY & REINA” en color dorado se relación con el oro, lo cual representa la riqueza, la abundancia, comodidades y lujo, acompañadas a los laterales con las banderas del colectivo LGTB el arcoíris que representa la vida, salud, luz de sol, naturaleza, serenidad, espíritu. El pájaro blanco que representa lo que es la libertad.

#### **IMAGEN N° 1**

#### **LOGOTIPO DE LA EMPRESA**



**FUENTE:** Elaboración Propia.

#### **4.2.3. Slogan**

El slogan que se utilizará mediante las redes sociales, una vez implantado este emprendimiento, se utilizará la misma para llamar la atención de los clientes con la siguiente frase:

# “SIN ARMARIO TODO EL AÑO”

Este slogan representa la libertad para todas las personas con orientación sexual diferente de poder mostrarse sin tener la necesidad de esconderse porque ellos viven como sienten y tienen una forma distinta de amar.

## **4.5. Planificación de estrategias de marketing para el mercado meta**

Se utilizará una estrategia concentrada, primeramente, porque se busca una cuota de mercado elevado en un mercado diferenciado, donde los esfuerzos llegan a uno o pocos segmentos en los que se poseerá una ventaja comparativa

Hasta donde lo permita la estrategia concentrada, apuntando a asumir un liderazgo en costos, a diferenciarnos de la posible competencia, y a prestar más atención de las necesidades de un segmento o grupo particular, sin pretender abarcar el mercado entero, tratando de satisfacer este nicho mejor que los posibles competidores.

## **4.6. Posicionamiento en el mercado**

Para que una empresa pueda colocarse en el mercado, es necesario ofrecer algo que la distinga de los posibles competidores. En el caso de este emprendimiento la diferenciación se encuentra en aspectos cualitativos, como los siguientes:

*Infraestructura:* la empresa en sus instalaciones brindará a sus clientes infraestructura con algunos relieves de diseños urbanistas, acorde a la expectativa de los clientes, sonido ambiente para cada ocasión, una buena atención personalizada para cada grupo, la empresa comprará todos los materiales necesarios que coadyuven y sean coherentes a la decoración, y de esa manera se brinde panorama acorde al siglo XXI. Por último, se requerirá que el cliente nos de pautas claras de sus ideas, su creatividad, que nos ayude a poderles brindar un servicio eficiente y la misma satisfaga sus deseos en muchos aspectos, ya que de esa manera podremos ofrecer un servicio de calidad y la empresa asiente sus bases para ser competitiva y a la vez pueda generar utilidades.

*Ubicación,* otro punto importante es que la ubicación física de la empresa debe estar cerca posible al cliente, para que este pueda encontrarnos y solicitar nuestro servicio fácilmente. La empresa tendrá su local en la ciudad de Tarija, barrio Juan XXIII en la Avenida Romero y Avenida Circunvalación, número 251, planta baja.

*Comodidad,* Se brindará al cliente sofás, taburetes, cada centro de mesa tendrá un acompañamiento de papas fritas, mientras este disfrutando de un buen momento.

*Garantía,* para la prestación de nuestro servicio se realizará juntamente con el cliente, el objetivo es que ambas partes salgan beneficiadas y le haga notar al cliente que con su dinero hizo una buena inversión, pues su entretenimiento estará ligada a la diversión y espectáculo para que el cliente y sus amigos se diviertan. Y de esa manera podamos encontrar ese prestigio que nos forjará nuestro posicionamiento en el mercado.

*Horarios,* el servicio estará concentrada para las noches de entretenimiento del colectivo LGTB en la ciudad de Tarija iniciará desde las 21:00 pm. horas hasta las 03:00 am.

*Servicios Adicionales:*

*Música variada* ,6 horas, juego de luces, pista led.

*Fiestas temáticas,* sombreros, collares hawaianos, antifaces, pulseras fluorescentes  
*Arreglo Personal:* Maquillaje y peinado.

*Transporte,* los choferes serán de acuerdo a la preferencia de la comunidad LGTB, vestirán ropa exótica.

## **4.7. Marketing mix**

Es el conjunto de actividades destinadas para lograr la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio.

### **4.7.1. Producto - servicio**

Para Kotler y Armstrong “El producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”<sup>1</sup>

El servicio que se ofertará será único en la ciudad de Tarija, ya que la mercadotecnia radica en las necesidades humanas, este emprendimiento satisfecerá a las personas en el sentido de que incrementará su ego, la autoestima, sus habilidades, destrezas físicas, y sea una experiencia relajante y desestresante.

Dentro este contexto para poder lograr uno de nuestros objetivos es posicionarse en la mente del colectivo LGTB es ofrecer un servicio de calidad satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes. Además, se contará con un personal altamente capacitado y responsable para el buen desempeño de nuestro servicio.

La prestación de este servicio consiste en la exclusividad y originalidad de nuestras instalaciones, permitiéndonos a su vez crear un ambiente de confianza, fidelidad y agradable por parte de nuestros clientes.

Se cree que la implantación de esta nueva discoteca será de gran beneficio para el barrio Juan XXII ya que generará fuentes de empleos.

### **4.7.2. Precio**

Según Philip Kotler “El precio es la expresión monetaria del valor y como tal ocupa una posición central en el proceso del intercambio competitivo”<sup>2</sup>

El precio es uno de los elementos más importante de la mezcla comercial ya que “El precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios al tener o usar el producto o servicio”

La fijación de precios para la discoteca estará sujeta a los siguientes factores:

- El costo de las bebidas que sirve para la elaboración de distintos tragos.

---

<sup>1</sup> Philip Kotler y Gary Amstrong “FUNDAMENTOS DEL MARKETING”(2018)

<sup>2</sup> Philip Kotler “DIRECCION DEL MARKETING” (pag 25)

- Análisis de los precios de las discotecas y bares establecidos en la ciudad de Tarija, que nos servirá como referencia para ubicar el precio.

Fijación de precios psicológicos, es decir, se considerará la psicología en los precios ya que muchos consumidores utilizan el precio como indicador de calidad. Adicionalmente, la estrategia de la discoteca se enfocará en la atención de consumidores que tengan poder de compra, se debe asumir que más allá de un descuento, estas personas buscan un buen servicio y óptima calidad.

#### **4.7.3. Promoción**

Según Kloter y Armstrong; “la promoción comprende actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo”.<sup>3</sup>

Se utilizará los siguientes canales de promoción:

- *Las redes sociales:* La comunicación de todas nuestras fiestas en fin de semana a través de las distintas redes sociales como ser Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp, así, poder llegar a todos nuestros clientes en la ciudad.

El manejo de las redes sociales será realizado por los administradores de la discoteca, donde las redes sociales serán actualizadas todos los días que este en actividad, es decir; de viernes y sábado de cada semana con la publicidad, promoción y demás piezas publicitarias correspondientes.

También se utilizarán invitaciones con el nombre de la empresa, su rubro y el servicio que brinda a fin de dejar al cliente una posibilidad de comunicación para asistir o preguntar por los servicios que la empresa ofrece.

*Promociones:*

Vip Cumpleaño, un balde con seis cervezas y cotillón incluido.

Coctel de cortesía entre clientes habituales.

Promociones especiales en fechas destacadas

---

<sup>3</sup> Philip Kotler y Gary Amstrong “DIRECCION DEL MARKETING”

|                 |              |         |
|-----------------|--------------|---------|
|                 | 365 días.    |         |
| <b>Internet</b> |              | 300 Bs. |
|                 | Las 24 Horas |         |

**CUADRO N°4**

### **COSTOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Fuente: Elaboración Propia.

- **Fiestas temáticas:** Se realizará eventos temáticos para los clientes ya sea por las festividades del año o por estación del año, los cuales podemos mencionar algunas fiestas temáticas como ser:
  - La fiesta de compadres o comadres
  - El carnaval
  - Fiesta tarijeña
  - Día del amigo
  - La primavera
  - Halloween
  - Otros

El entretenimiento de fin de semana en la normalidad, prestará el servicio de entretenimientoailable y venta de bebidas todos los fines de semana de 21:00 pm a 3:00 am en sus instalaciones, la música será variada con los géneros más populares como ser: reggaetón, cumbia, cuarteto, electrónica y bachata.

Sobre la venta de bebidas alcohólicas se realizará promociones y ofertas en combos de bebidas ya sea por la cantidad de botellas o por grupos de personas que asistan a la discoteca. También se contará con ciertos horarios donde las bebidas rebajaran su precio para el de nuestros clientes.

#### **4.7.4. Plaza**

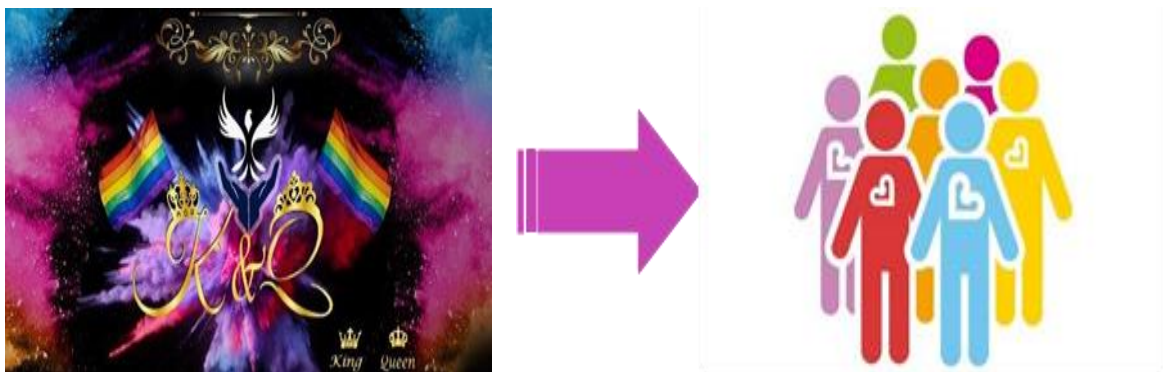
Según Jack Fleitman, ***“La distribución comprende las estrategias y los procesos para mover los productos desde el punto de fabricación hasta el punto de venta”***<sup>4</sup>

La empresa pretende posesionarse en el barrio Juan XXIII de la Ciudad de Tarija, al tratarse de un servicio, la empresa estará ubicada en el lugar más visible para su público objetivo. Esta localización responde estratégicamente al público.

La empresa servicio para entretenimiento nocturno para la población LGTB, tendrá un canal de distribución directo por que el servicio de atención y atributos del servicio integrado le dan una ventaja competitiva; es por esta razón que el local de atención contara con personal altamente capacitado en servicio al cliente, amable y atento que mostraran la carta de bebidas, llevando picados salados para su acompañamiento.

## IMAGEN N°2

### CANAL DIRECTO



**FUENTE:** Elaboración Propia.

---

<sup>4</sup> Jack Fleitman “ESTRATEGIA DE MARKETING” (2017)

## **CAPITULO V**

### **PLAN ORGANIZACIONAL – FUERZA DE TRABAJO**

Para este plan de negocio se establecerá una estructura organizacional interna de manera que facilite el trabajo en equipo, así mismo describirá como se constituirá la empresa legalmente definir la filosofía de la misma y la descripción del manual de funciones del personal.

#### **5.1. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

El crecimiento exige mayor complejidad en los recursos necesarios para ejecutar las operaciones, ya que aumentará el capital, incrementa la tecnología, las actividades de apoyo; que provoca el aumento del número de personas y genera la necesidad de intensificar la aplicación de conocimientos, habilidades y destrezas indispensables para mantener la competitividad de la empresa.

Es por eso, a la hora de llevar a cabo nuestra idea de negocio, debemos decidir la estructura legal que se obtendrá, se debe estudiar las distintas formas jurídicas y elegir entre ellas aquella que mejor se adapte a las características del negocio.

Además, nos enfrentaremos a la tarea de definir los puestos de trabajo, planificar los recursos humanos, buscar, seleccionar y finalmente contratar recursos humanos necesarios que se encarguen de la atención al cliente.

Para la apertura del negocio este tiene que llevar acabo requisitos legales constitución de la misma.

La idea de negocio será constituida bajo el nombre de empresa centro de entretenimiento nocturno "KING & QUEEN S.R.L."

La nueva empresa de centro de entretenimiento "KING & QUEEN S.R.L.". Sera constituida como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), donde los socios responden hasta el monto de sus aportes, considerando que se pretende conformar una Sociedad con socios limitados (Socios fundadores) para llegar a tener un control administrativo y financiero eficiente de la Empresa.

Además, se podrá realizar en especie debiendo integrarse totalmente en el momento de la constitución, indicándose en el contrato de constitución los antecedentes que justifican en la empresa.

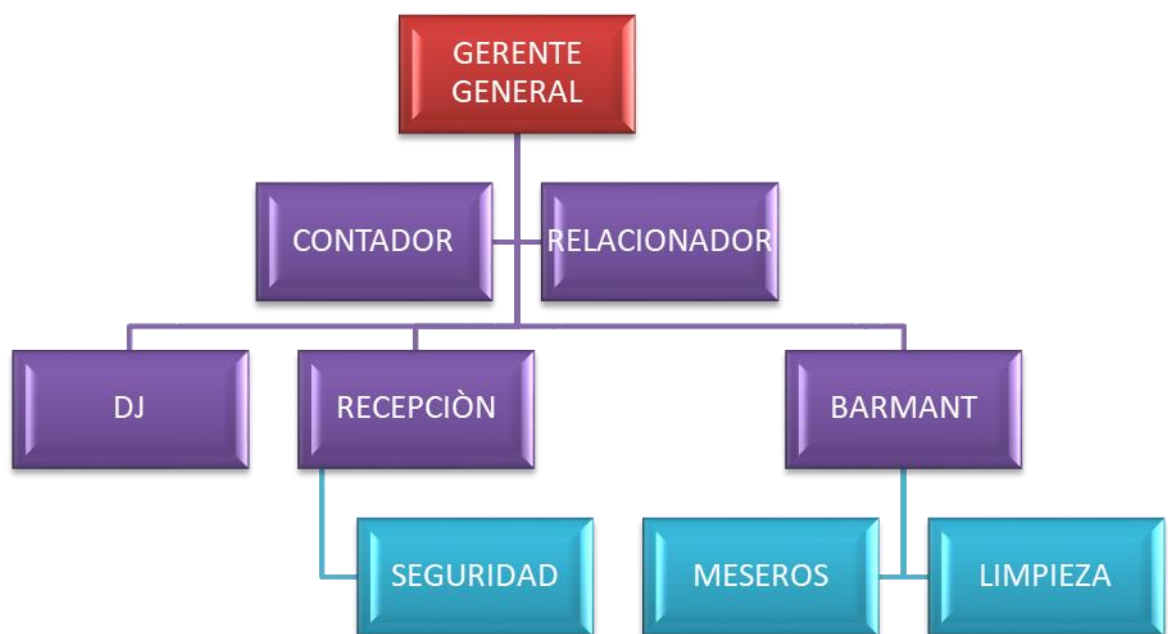
El capital establecido en el contrato constitutivo puede aumentarse con posterioridad previa decisión mediante Acta. Al ser una S.R.L. La administración de la Empresa podría estar a cargo de uno o más gerentes o administrativos, sean socios o no, designados por tiempo fijo o indeterminado.

También dentro de lo establecido en esta sociedad se puede acordar el aumento del capital social, mediante voto de socios, que representen la mayoría del capital social. Para el registro se tomará en cuenta aquellas normas establecidas por la ley de licencia de patentes como son fundaempresa, licencia de la alcaldía, servicio de licencia de impuestos.

### GRÁFICO N° 21

#### ORGANIGRAMA PARA LA EMPRESA

##### KING & QUEEN S.R.L.



**FUENTE:** Elaboración Propia.

- **Nivel Estratégico**

Formado por la junta de socios y por el gerente general, este último tendrá la responsabilidad de cumplir los objetivos señalados por la empresa, siendo responsable por el desempeño de los funcionarios en forma eficiente y eficaz.

- **Personal de Staff**

Cuenta con un contador que se encargará de llevar la contabilidad de la empresa.

- **Nivel Funcional**

Establecido por los RRPP, relacionador públicos quienes se encargarán de las temáticas de los eventos a realizar, mismos que ejecutarán las invitaciones a los clientes desarrollar sus funciones enfocados en los objetivos de la empresa.

- **Nivel Operativo**

Tendrá varios trabajadores que ayudarán en el desarrollo del evento la cajera que se encargara del cobro de las entradas y de las promociones vip que se harán, el DJ encargado de la mezcla de la música, personal de seguridad de velar por la seguridad de cada uno de los clientes, barman de la preparación de los tragos, meseros de la atención de los clientes y el personal de limpieza de la higiene de la discoteca.

## 5.2. Manual de funciones para la organización

Posteriormente, se presenta la descripción de las funciones específicas de cada puesto de trabajo que conformará la organización:

| <b>Título del Cargo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>GERENTE GENERAL</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| Entorno Operativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ESTRATEGICO            |
| Reporta a :                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | JUNTA DE SOCIOS        |
| Objetivo del Cargo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                        |
| Realiza trabajos de dificultad considerable, siendo responsable de controlar los procesos administrativos recursos materiales y financieros disponibles, asignándolos equitativamente y administrándolos para el eficiente funcionamiento de los servicios y la satisfacción. Además, debe proponer y programar las acciones para la renovación e incremento de nuevos servicios a la empresa.                                                   |                        |
| <b>DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                        |
| <b>DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Representar a la empresa ante los usuarios y ante toda clase de autoridad del orden administrativo y jurisdiccional</li><li>• Rendir informes periódicos acerca de la marcha general de la empresa el funcionamiento de los servicios, la situación económica y financiera celebración de contratos y operaciones, ejecución del plan y presupuesto anual.</li></ul> |                        |

- Responsabilizarse de que la contabilidad se lleve con claridad y los informes financieros se rindan en la forma y dentro de los términos establecidos por la ley.
- Manejar el personal procurando el cumplimiento de los he los procedimientos, velar por el pago oportuno de las obligaciones salariales del personal.
- Hacer las compras de los materiales que se requieren, garantizar su adecuado almacenamiento, utilización y seguridad
- Responder por los equipos y demás componentes de la infraestructura.
- Establecer los costos reales del servicio y proponer la estructura de tarifas o gestionar la asistencia y asesoría necesarias.
- Elaborar, ejecutar y controlar el presupuesto de Ingresos y Egresos de la entidad de la mano del contador de la empresa
- Velar por la prestación correcta del servicio en términos de calidad y continuidad.
- Cumplir y hacer cumplir las normas tanto internas de la entidad, como las expedidas por entidades del sector de saneamiento básico
- Selección al personal y ejercer como jefe directo de las demás dependencias
- Realizar los pagos correspondientes a los impuestos que debe pagar la empresa.
- Realizar las nóminas de pago de los empleados.

## **REQUISITOS**

Lic. En Administración de Empresas

Experiencia mínima de 2años de ejercicio de su profesión

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>Título del Cargo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>CONTADOR</b>                       |
| <b>Entorno Operativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>STAFF</b>                          |
| <b>Reporta a:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>GERENTE GENERAL</b>                |
| <b>Objetivo del cargo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                       |
| Realiza trabajos de información contenida en los documentos contables generados del proceso de contabilidad en cada uno de los servicios prestados, verificando su exactitud, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                       |
| <b>DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar mensualmente los indicadores financieros para medir factores tales como la liquidez, eficiencia de recaudo, el cubrimiento de costos para detectar oportunamente los cambios en las variables que afectan el operacional de la empresa.</li> <li>• Llevar el control del ingreso correspondiente a las facturas de los servicios prestados.</li> <li>• Realizar las respectivas ejecuciones o presupuestales de la empresa (ingresos y gastos)</li> <li>• Llevar el control del inventario con sus respectivos formatos de seguimiento (entrada y salida de materiales)</li> <li>• Suministrar la información contable y financiera al gerente de la empresa e informarle las novedades o anomalías presentadas en los movimientos contables.</li> </ul> |                                       |
| <b>REQUISITOS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Lic. en Contaduría Pública Autorizada |

| <b>Título del Cargo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>RRPP(Relacionador Publico)</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Entorno Operativo:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>FUNCIONAL</b>                  |
| <b>Reporta a:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>GERENTE GENERAL</b>            |
| <b>Objetivo del Cargo:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                   |
| Realiza trabajos de noticias sobre la discoteca involucrando a las personas, creando emoción a través de eventos y otras actividades participativas al momento de mostrar nuestro servicio.                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                   |
| <b>DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar pendiente de la publicidad de la discoteca</li> <li>• Comunicarse constantemente con el gerente acerca de los proyectos que realiza</li> <li>• Encargarse de proyectos como inauguraciones y demás</li> <li>• Estar encargado de las relaciones de la empresa con el cliente</li> <li>• Estar siempre informado de las necesidades que quiere el cliente</li> <li>• Estar encargado de realizar promociones al cliente.</li> </ul> |                                   |
| <b>REQUISITOS:</b> Debe ser sociable, ser inteligente al momento de negociar, activo, atento con las personas a la hora de mostrar nuestro servicio, su presentación tiene que ser adecuada para la ocasión su vocabulario tiene que ser perfecto cuando tenga comunicación con otra persona.                                                                                                                                                                                     |                                   |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>Título del Cargo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>RECEPCIONISTA</b>                          |
| <b>Entorno Operativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                               |
| <b>Reporta a:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>GERENTE GENERAL</b>                        |
| <b>Objetivo del Cargo:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                               |
| Realiza trabajos de dificultad considerable, atenta a la llamada de su jefe, debe tener conocimiento y estudios en secretariado y contabilidad, ser amable con el personal, conocer todas las instalaciones, tratar con respeto a sus superiores y ser una persona íntegra en todos los aspectos.                                                                                                                                    |                                               |
| <b>DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender al personal externo que llegue a la discoteca en busca de información</li> <li>• Estar autorizado para recibir los pedidos que llegue a la discoteca</li> <li>• Transcribir los documentos mandados por el jefe</li> <li>• Proporcionar información al administrador y demás funciones que le asignen el administrador</li> <li>• Organizar los archivos de la discoteca</li> </ul> |                                               |
| <b>REQUISITOS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Tener capacidad de comunicación con clientes. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                               |

**Título del Cargo**

**Dj**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| <b>Entorno Operativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>OPERACIONAL</b>     |
| <b>Reporta a:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>GERENTE GENERAL</b> |
| <b>Objetivo del Cargo:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                        |
| El DJ en un evento social es parte fundamental para que el evento sea todo un éxito o un fracaso, debe colocar las canciones y tomar en cuenta la realización de un programa de tipo cronológico para las actividades que se realizaran en el evento.                                                                                            |                        |
| <b>DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es el encargado de la música</li> <li>• Que sea profesional en su cargo</li> <li>• Que tenga el material necesario</li> <li>• Que siempre este poniendo música</li> <li>• Mantener la gente siempre activa</li> <li>• Complacer al público y demás funciones que le asignen el administrador</li> </ul> |                        |
| <b>REQUISITOS:</b> Debe tener conocimiento y contar con un repertorio extenso y versátil de todo tipo de música para cualquier evento.                                                                                                                                                                                                           |                        |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| <b>Título del Cargo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>PERSONAL DE SEGURIDAD</b> |
| <b>Entorno operativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>OPERATIVO</b>             |
| <b>Reporta a:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>GERENTE GENERAL</b>       |
| <b>Objetivo del Cargo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                              |
| <p>Garantizar la seguridad y el resguardo de las instalaciones donde presta sus servicios. Monitorear al supervisor de cualquier novedad que se presente fuera de lo normal. Proteger y resguardar los bienes y personas puestos a su cuidado.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                              |
| <b>DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar pendiente a la entrada del establecimiento con las cedulas</li> <li>• Evitar problemas a la entrada de la discoteca</li> <li>• Expulsar a personas problemáticas del establecimiento</li> <li>• Proteger la integridad del cliente</li> <li>• Velar por el orden en el establecimiento</li> <li>• Estar pendiente de que ningún cliente dañe los implementos de la discoteca</li> <li>• Requisar evitando la entrada de armas al establecimiento</li> <li>• No permitir la entrada a personas que en el pasado hayan causado problemas en el establecimiento</li> </ul> |                              |
| <b>REQUISITOS:</b> Debe ser masculino de gran estatura y gran con estatura, tener buen estado físico y tener experiencia y tratar a sus superiores con respeto.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                              |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <b>Título del Cargo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>BARMAN</b>                                     |
| <b>Entorno Operativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>OPERATIVO</b>                                  |
| <b>Reporta a:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>GERENTE GENERAL</b>                            |
| <b>Objetivo del Cargo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                   |
| Preparar, elaborar y servir bebidas a los invitados en el lugar donde se realice el evento. Comparte labores y responsabilidades con el mesero, pero se ocupa básicamente del servicio de preparación de bebidas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                   |
| <b>DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener conocimiento sobre las bebidas</li> <li>• Atiende a los clientes que se sientan en la barra y en el sector que se le asignen y demás funciones que le asignen el administrador.</li> <li>• Servir adecuadamente el coctel, vinos y tragos que le sean asignados</li> <li>• Brindar una atención correcta y desenvolverse adecuadamente frente al cliente.</li> <li>• Aplicar normas de higiene, seguridad personal y ambiental, cumpliendo con las disposiciones del reglamento sanitario.</li> </ul> |                                                   |
| <b>REQUISITOS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Conocer los distintos tipos de bares y servicios. |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Título del Cargo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>MESERO</b>                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Entorno Operativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>OPERATIVO</b>                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Reporta a:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>GERENTE GENERAL</b>                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Objetivo del Cargo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Realiza funciones de atención personalizada a los invitados, deberá ser cortes y tener buenos modales, con espíritu de servicio y simpatía; conocer los conceptos básicos de servicio a clientes en comedor y bar.                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar los pedidos que el cliente desea</li> <li>• Limpiar constantemente las mesas sin interrumpir al cliente</li> <li>• Tener educación con el modo de limpieza</li> <li>• Ordenar Las mesas apenas comience su turno de trabajo</li> <li>• Mantener los licores a una buena temperatura</li> <li>• Estar pendiente de la cuenta del cliente</li> <li>• Ofrecer todas nuestras bebidas al cliente.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>REQUISITOS:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Debe ser atento con los clientes, vestir adecuado para la ocasión, saber todos los costos de las bebidas, Conocer las instalaciones perfectamente, tener experiencia, limpio, ser por lo menos bachiller y tratar a sus superiores con respeto. |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| Título de Cargo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ASEADOR                |
| Entorno Operativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>OPERATIVO</b>       |
| Reporta a:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>GERENTE GENERAL</b> |
| Objetivo del Cargo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                        |
| Realiza actividades relacionadas con el mantenimiento, aseo, orden, limpieza, presentación y demás instalaciones de la discoteca, mantener ordenados los implementos de trabajo, y en general realizar todas aquellas tareas que contribuyan a crear un ambiente agradable de trabajo y las encomendadas por el jefe inmediato.                                   |                        |
| DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempeñar el aseo de la discoteca al finalizar la noche</li> <li>• Mantener la oficina en adecuadas condiciones de limpieza</li> <li>• Mantener limpio los instrumentos de trabajo</li> <li>• Mantener las instalaciones ordenadas según el tipo de implemento</li> <li>• Llegar puntual al lugar de trabajo</li> </ul> |                        |
| <b>REQUISITOS:</b> Debe ser de sexo femenino con experiencia, ser limpia y responsable a la hora de llegar al trabajo, buenas relaciones con los compañeros y tratar con respeto a sus superiores .                                                                                                                                                               |                        |

## CAPÍTULO VI

### PLAN DE OPERACIONES

Es necesario elaborar un plan de operaciones que detalle el proceso de la producción del servicio, los requerimientos de inversión, así como el equipamiento con que la empresa debe contar por otro lado, se visualizará la distribución del lugar de la atención al cliente todas estas características ayudaran a coordinar las diferentes actividades y de logística de la empresa para tener una visualización más concreta y real de la organización operacional, es decir de todas las operaciones del servicio.

En caso de la empresa KING & QUEEN se utilizará un tipo de producción de tipo intermitente por el hecho de tratarse de un servicio; que es variado según los requerimientos de la demanda.

Este proceso toma como estrategia la producción flexible en los procesos del servicio y de los requerimientos, al ser un servicio altamente cambiante ante la moda de la sociedad, por lo que la empresa debe adecuarse a los constantes cambios de la demanda en gustos y preferencias que se requieran en cada evento social a ser organizado.

#### **6.1. Diagrama de flujo del proceso de prestación de servicio**

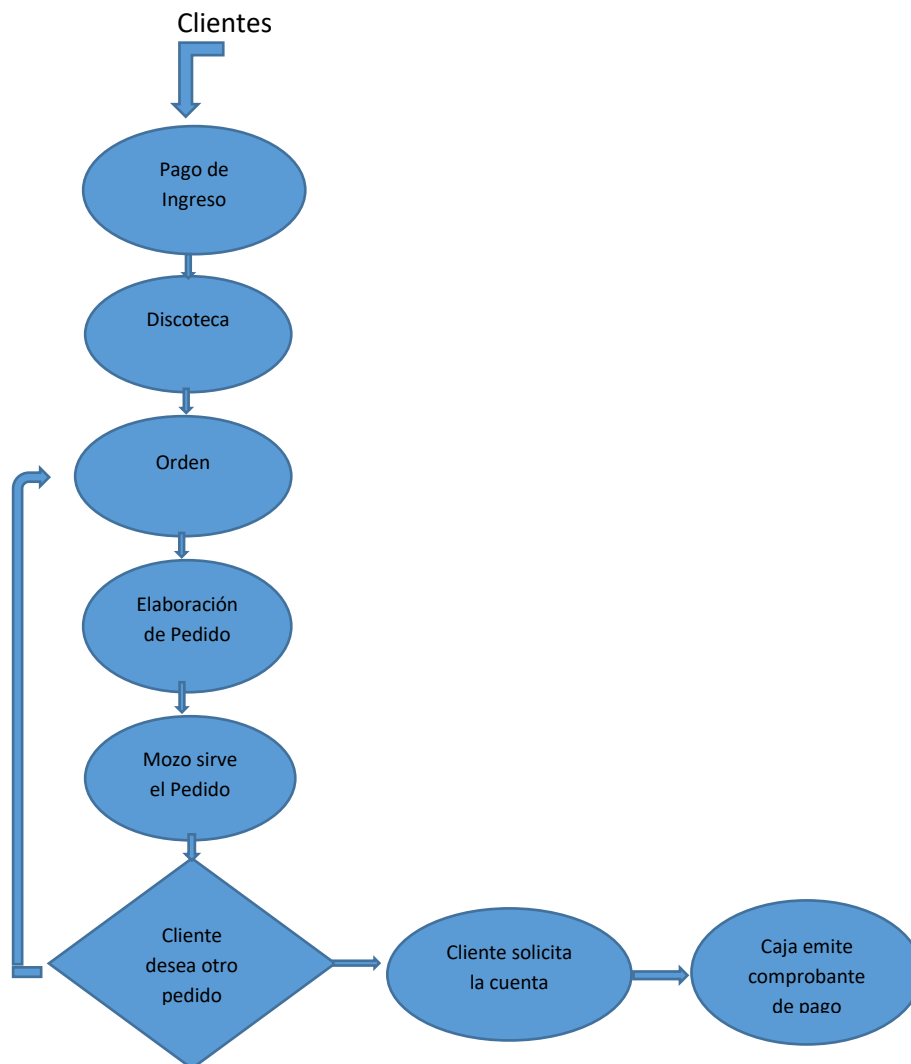
El diagrama de flujo de la empresa de servicios KING & QUEEN es de tipo intermitente y de estrategia flexible, el cual responde al flujo que se detalla a continuación en el cuadro.

El servicio de la discoteca KIM & QUEEN empieza con el primer contacto que es el cliente al momento de realizar el pago de la entrada para el ingreso al centro de entretenimiento nocturno, luego por el ofrecimiento del servicio de bebidas y aceptación del costo y cancelación del pedido.

El diagrama de la empresa responde de la siguiente manera:

## GRAFICA N°22

### Flujograma De Proceso Del Servicio



**FUENTE:** Elaboración Propia.

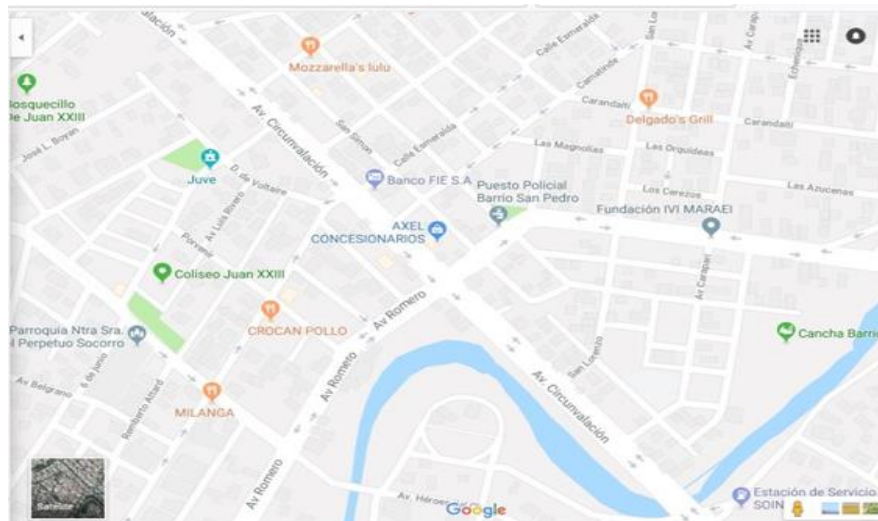
## 6.2. Ubicación

La ubicación es uno de los factores más importantes que debe ser tomado muy en cuenta por las empresas, ya que de la misma depende la supervivencia de cualquier organización o negocio, puesto que la distancia entre la discoteca LGTB y el cliente juegan un papel crucial este emprendimiento buscara estar cerca del cliente.

La discoteca LGTB, tendrá su local en el barrio Juan XXIII, en la calle Romero y avenida Circunvalación, número 251, en la primera planta, más allá de ser una ventaja competitiva la discoteca podrá estar más cerca de los posibles clientes a los cuales se quiere hacer llegar nuestros servicios.

### IMAGEN N°3

#### UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LA DISCOTECA



#### VENTAJAS DE LA UBICACIÓN

La ubicación geográfica del sitio donde pondremos nuestro servicio ofrece oportunidades para el desarrollo de la discoteca, estos son:

- ❖ Facilidad de acceso para el cliente.
- ❖ Zona comercial apta para la oferta directa de nuestro servicio
- ❖ Disponibilidad de transporte.
- ❖ Seguridad policial y seguridad privada en la zona
- ❖ Proveedores cercanos en la zona

La ubicación de nuestras instalaciones para la realización de eventos estará ubicada en la zona del barrio “Juan XXIII” propiamente en la Avenida Romero y Avenida Circunvalación.

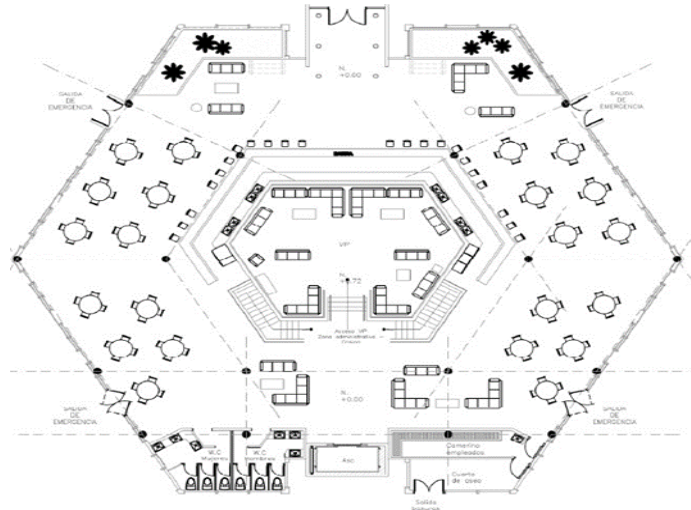
### **6.3. Distribución De Las Instalaciones**

La distribución y la capacidad instalada dependerán de los ambientes privados y general que contara la empresa donde se trabajara en la planeación logística, las temáticas para cada evento, obviando al personal de apoyo como ser los guardias de seguridad, el personal de limpieza, y personal encargado de la parte de atención y bar, dirección de sonido y entretenimiento.

La distribución de la planta es el siguiente:

- Un área de 200 mts<sup>2</sup>.
- Tiene un recibidor de clientes donde se encuentra la caja para adquirir las entradas.
- Baños para uso de los clientes
- Un ambiente que solo ocupara el gerente general, con baño propio
- Dos ambientes para el sector vip y general
- Una cocina para todos los empleados.

**IMAGEN N°4**  
**DISTRIBUCIÓN E INSTALACIÓN DE LA DISCOTECA**



**“AMOBBLADA”**

El gráfico N° 3 muestra el patrón de distribución de los ambientes donde el personal de la empresa trabajará para dar operatividad al servicio que se ofrecerá a los clientes de manera eficiente.

La misma contará con los siguientes:

- ❖ Cuenta con un escenario amplio
- ❖ Su capacidad alberga alrededor de 100 personas como máxima capacidad
- ❖ Tiene servicio de Bar con seis taburetes
- ❖ Cuenta con una cocina donde se guardará las vajillas y bebidas.
- ❖ Cuenta con un vestidor para los bailarines (strippers)
- ❖ Contiene todos los servicios básicos para uso de los clientes, tanto para damas como para varones
- ❖ Tiene una infraestructura amplia para la realización de show, y para uso de pista de baile
- ❖ Consta de 12 muebles con 7 sofás y su centro de mesa correspondiente

- ❖ Contiene una habitación para el administrador, y para el contador
- ❖ Un tocador para el arreglo de los travestis

#### 6.4. Requerimientos de inversión

Para la puesta en marcha de la empresa, es necesario detallar las diferentes inversiones que se necesita realizar para que la empresa pueda realizar y satisfacer plenamente a su demanda. Por otro lado, también se deberá cuantificar los requerimientos unitarios necesarios para la realización de diferentes temáticas por noche, por lo que, se atiende 2 veces por semana con una capacidad de organización para 100 personas cada noche, por lo que se requerirá una inversión en material de montaje de eventos para 100 personas. En el cuadro N°4 se muestra el requerimiento de material para la atención de forma detallada.

**CUADRO N°5**

#### **CAPACIDAD DE LA EMPRESA**

| <b>DETALLE</b>                                        | <b>CANTIDAD</b> |
|-------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>Numero de evento por Día</b>                       | 1               |
| <b>CANTIDAD APROXIMADA DE PERSONAS POR SEMANA</b>     | 200             |
| <b>TOTAL DE PSEERONAS POR SEMANA</b>                  | 200             |
| <b>TOTAL REQUERIMIENTO DE MATERIALES POR SERVICIO</b> | 200             |

##### 6.4.1. Equipamiento Requerido

La empresa de entretenimiento nocturno, dentro de la actividad de la prestación de servicio, necesitara realizar las siguientes inversiones:

- **Activos Fijos**
- **Inversión Diferida**

- **Capital de Trabajo**

- **INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS**

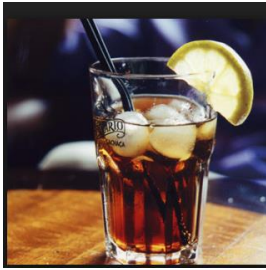
La empresa de entretenimiento de servicio requerirá abastecerse de herramientas de trabajo que engloban la cristalería, vajilla, tecnología, etc. Para tal efecto, se deberá adquirir dichas herramientas según su capacidad máxima de personas semana, como se mencionó anteriormente, lo cual equivale a 200 personas y es en base a este número que se harán los requerimientos correspondidos.

- **EQUIPAMIENTO EN HERRAMIENTAS**

La empresa tendrá que hacer una inversión en herramientas de trabajo que contempla mesas, sillas, cristalerías, etc., necesarios para la atención a sus clientes. Dicho equipamiento está en función al plan de operaciones y a la demanda, lo que equivale a la adquisición de herramientas para la organización de dos eventos por semana, lo que equivale 200 personas; por tanto, se estima adquirir siete juegos de sofás, treinta sillas, 6 mesas con capacidad para 5 personas, y además herramientas necesarias que puedan apreciarse en el cuadro N° 5 en el cual muestra la cantidad y el tipo de adquisición que se requiere y el precio de su compra.

### **CUADRO N°6**

#### **EQUIPAMIENTO REQUERIDO**

|                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>VASOS DE RON</b></p>  <p>Cantidad= 3docenas<br/>Precio de compra =80</p> | <p><b>VASOS DE WHISKY</b></p>  <p>Cantidad=3 docenas<br/>Precio de compra=60</p> | <p><b>VASOS DE FERNET</b></p>  <p>Cantidad=8docenas<br/>Precio de compra=60</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                        |
| <p>VASOS PARA SODA,<br/>AGUA O JUGO</p>  <p>Cantidad=2<br/>Precio de compra=60</p> | <p>HIELERAS</p>  <p>Cantidad=3 docenas<br/>Precio de compra=25</p>             | <p>CENICEROS</p>  <p>Cantidad=2docenas<br/>Precio de compra=72</p> |
|  <p>ABRIDORES</p> <p>Cantidad= 8<br/>Precio de compra=1</p>                       | <p>BANDEJA DE PICADOS</p>  <p>Cantidad=2docenas<br/>Precio de compra =15</p> | <p>CUCHILLO</p>  <p>Cantidad=6<br/>Precio de compra=15</p>        |

|                                                                                                                                                                   |                                                                                                        |                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>COPAS COCTELERAS</b></p>  <p>Cantidad=3docenas<br/>Precio de compra=50</p> | <p><b>JARRAS</b></p>  | <p><b>PLATILLOS</b></p>  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

La inversión en herramientas de trabajo para la empresa “KING & QUEEN” tiene una depreciación contable 15% anual, por lo que se deberá renovar esta inversión cada 5 años.

- **EQUIPAMIENTO EN MOBILIARIO**

La inversión en mobiliario será estrictamente para el centro de entretenimiento nocturno; el mobiliario se adquirirá en el mercado local de la ciudad de Tarija: el equipamiento es el siguiente:

**CUADRO N°7**

**MOBILIARIO REQUERIDO**

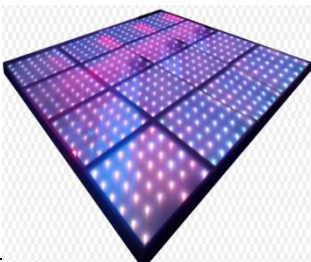
|                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>SOFAS</b></p>  <p>Cantidad= 7    Precio de compra= 2500</p> | <p><b>SILLAS                      FORMA<br/>TABURETE<br/>METALICA</b></p>  | <p><b>MESA METALICA</b></p>  <p>Cantidad=6    Precio de compra=500</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                      | Cantidad= 30 Precio de compra=70                                                                                                                      |                                                                                                                                             |
| <p>ESCRITORIO MEDIANO</p>  <p>Cantidad= 1 Precio de compra=600</p> | <p>ESCRITORIO PEQUEÑO</p>  <p>Cantidad= 1 Precio de compra=450</p> | <p>ESTANTES</p>  <p>Cantidad=5 Precio de compra=800</p> |

- EQUIPO DE TECNOLOGIA**

El equipo de tecnología para la discoteca se adquirirá e la ciudad de Tarija.

### **CUADRO N° 8**

|                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>COMPUTADORA DE ESCRITORIO</p>  <p>Cantidad= 1</p> <p>Precio de compra= 3828</p> | <p>IMPRESORA EDSOM</p>  <p>Cantidad = 1</p> <p>Precio de compra = 446</p>    | <p>CAMARAS DE SEGURIDAD</p>  <p>Cantidad=4</p> <p>Precio de compra=850</p> |
| <p>CONSOLA</p>  <p>Cantidad= 1</p> <p>Precio de compra= 303</p>                   | <p>AMPLIFICADOR COMPLETO</p>  <p>Cantidad=1</p> <p>Precio de compra=3393</p> | <p>JUEGO DE LUCES</p>  <p>Cantidad= 1</p> <p>Precio de compra=4705</p>    |
| <p>PISTA LED</p>                                                                 | <p>TELEVISORRES</p>                                                         | <p>FREZZER</p>                                                           |

|                                            |                                           |                                           |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Cantidad= 1<br><br>Precio de compra = 4000 | Cantidad= 2<br><br>Precio de compra= 2200 | Cantidad= 1<br><br>Precio de compra =2300 |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------|

## **CAPÍTULO VII**

### **PLAN FINANCIERO**

En este capítulo se mostrará toda la información de carácter económico y financiero referente a nuestro estudio para determinar la viabilidad económica y financiera.

Analizaremos que el proyecto reúne las condiciones de rentabilidad, solvencia y liquidez necesaria para llevarse a cabo.

Las inversiones del proyecto se destinarán a dos fines una de ellas a la inversión fija y la otra a la inversión diferida y capital de trabajo llamado también capital de operaciones.

### **7.1. Inversión**

Analizando los elementos que conforman la estructura de las inversiones del emprendimiento, a continuación, se procede a formular el siguiente cuadro de la inversión total requerida.

**CUADRO N°9**  
**INVERSIÓN TOTAL REQUERIDA (CON IVA)**  
**(Expresado en Bolivianos)**

|          |                                             |                   |
|----------|---------------------------------------------|-------------------|
| <b>1</b> | <b>INVERSIÓN FIJA</b>                       | <b>141.595,00</b> |
|          | <b>Instalaciones</b>                        | 38.000,00         |
|          | Equipo de música, refrigeración y seguridad | 71.211,00         |
|          | Muebles y enseres                           | 32.384,00         |
| <b>2</b> | <b>INVERSION DIFERIDA</b>                   | <b>3.525,00</b>   |
|          | Estudios e investigaciones                  | 1.075,00          |
|          | Gastos de organización                      | 2.450,00          |
| <b>3</b> | <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>                   | <b>28.614,00</b>  |
|          | <b>INVERSION TOTAL</b>                      | <b>173.734,00</b> |

La inversión total requerida que la discoteca KING & QUEEN necesitará para llevar a cabo el negocio es de Bs 173.734.

### **7.2. Activo Fijo Activos Fijos Tangibles**

Los activos fijos tangibles necesarios para la oferta de los servicios se agrupan de acuerdo al sistema contable en:

- Edificaciones. - Se compone de activo fijo relacionado con la infraestructura referente a la modificación y adecuación de ambientes, baños, recepción y otros.
- Equipo de sonido y de refrigeración. - Se considera a todos los equipos necesarios para la prestación de los servicios de música, juego de luces, sistema de cámaras, refrigeración de bebidas y otros.
- Muebles y enseres. - Se compone de todo el mobiliario y enseres para el ambiente de la pista de baile y el bar.

Los activos fijos descritos se analizaron como inversión de capital en el siguiente cuadro:

**CUADRO N°10**  
**ACTIVOS FIJOS TANGIBLES**  
**(Expresado en Bolivianos)**

|   |                                             |                   |
|---|---------------------------------------------|-------------------|
| 1 | Instalaciones                               | 38.000,00         |
| 2 | Equipo de música, refrigeración y seguridad | 71.211,00         |
| 3 | Muebles y enseres                           | 32.384,00         |
|   | <b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>                    | <b>141.595,00</b> |

La inversión en activos fijos es de Bs 141.595 de los cuales Bs 38.000 están destinados para las instalaciones, Bs 71.211 para los equipos de música, refrigeración y seguridad, Bs 32.384 para los muebles y enseres, tal como se detalla en el anexo N°14, N°15

### **7.3. Activo Diferido**

Los activos intangibles o llamados también cargos diferidos, en el presente emprendimiento se clasificarán como: Gastos por estudio e investigaciones de Organización e Diseño de Imagen.

- Gastos por estudios e investigaciones. - Se refiere a los gastos efectuados con anterioridad al funcionamiento del negocio, ya que los

emprendedores asumimos el riesgo al estudiar una alternativa de inversión, si el plan no se ejecutara entonces se asimila este riesgo, si se ejecutara entonces se puede recuperar.

- Gasto de organización. - Para cubrir los gastos de constitución de la empresa y otros trámites a Fundempresa, CNS, y elaboración del balance de apertura; los gastos de solicitud de la Licencia de Funcionamiento en la Alcaldía Municipal, diseño de imagen, logotipos, letreros en las nuevas instalaciones, que requiere el pago de honorarios a profesionales que saben del tema.

Los activos intangibles o diferidos se detallan en el siguiente cuadro:

**CUADRO N°11**  
**INVERSIÓN DIFERIDA**

| ITEM                                 | DESCRIPCIÓN                | CANT. | VALOR<br>UNITARIO | VALOR<br>TOTAL | (Exp<br>resad<br>o en<br>bolivi<br>anos) |
|--------------------------------------|----------------------------|-------|-------------------|----------------|------------------------------------------|
| 1                                    | Estudios e investigaciones | 1     | 1.075             | 1.075          |                                          |
| 2                                    | Gastos de Organización     | 1     | 2.450             | 2.450          |                                          |
| <b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES Bs.</b> |                            |       |                   | <b>3.525</b>   |                                          |

La inversión diferida para la discoteca KING & QUEEN es de bs 3.525, de los cuales Bs1.075 es para los estudios e investigaciones, y Bs 2.450 para los gastos de organización.

#### **7.4. Capital De Trabajo**

Contempla los recursos necesarios para atender a las operaciones de los servicios a ofertarse al mercado, es necesario un monto de dinero para dar inicio al ciclo productivo del emprendimiento en su fase de funcionamiento, antes de recibir los ingresos por venta de los servicios; dichos recursos contempla la compra de los insumos directos e indirectos, la mano de obra directa o indirecta, los gastos administrativos y de comercialización, como ser servicios básicos, material de escritorio, impuestos, etc.

Para este efecto se utilizará el método del periodo de desfase:

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{\text{Costo Total anual}}{360 \text{ días}} \times \text{Número de días del ciclo productivo}$$

Costo total anual: Bs. 686.742,37

Ciclo productivo: 15 días

$$C.T. = \frac{\text{Bs. } 686.742,37}{360 \text{ días}} \times 15 \text{ días} = \text{Bs. } 28.614,00$$

El capital de trabajo o fondo de maniobra para el presente emprendimiento es de Bs. 28.614 necesario para cubrir los requerimientos de operación de los servicios.

**CUADRO N°12**

**PRESUPUESTO DE INVERSIONES**

**GASTOS DE OPERACIÓN FIJOS Y VARIABLES CON IVA**

**PARA EL AÑO 1**

| N° | DETALLE                   | DIARIO | MENSUAL      | ANUAL             |
|----|---------------------------|--------|--------------|-------------------|
|    | <b>GASTOS FIJOS</b>       |        |              |                   |
| 1  | Alquiler local            |        | 8000         | 96.000,00         |
| 2  | Patentes municipales      |        | 200          | 2.400,00          |
| 3  | Impresión                 |        | 540          | 6.480,00          |
| 4  | Servicios de Contabilidad |        | 150          | 1.800,00          |
| 5  | Administrativos           |        | 3000         | 36.000,00         |
| 6  | Servicios de seguridad    | 420    | 3360         | 40.320,00         |
| 7  | Servicios de meseros      | 420    | 3360         | 40.320,00         |
| 8  | Servicios de barman       | 140    | 1120         | 13.440,00         |
| 9  | Servicio de DJ            | 140    | 1120         | 13.440,00         |
| 10 | Servicio de limpieza      | 120    | 960          | 11.520,00         |
| 11 | Servicios basicos         |        | 1700         | 20.400,00         |
| 12 | Mantenimiento de equipos  |        | 200          | 2.400,00          |
| 13 | Amortizacion deferida     |        |              | 705,00            |
| 14 | Depreciación              |        |              | 16.749,37         |
|    | <b>GASTOS VARIABLES</b>   |        |              |                   |
| 15 | Bebidas                   | 3816   | 30528        | 366.336,00        |
| 16 | Insumos                   | 192    | 1536         | 18.432,00         |
|    |                           |        | <b>TOTAL</b> | <b>686.742,37</b> |

**Presupuesto de inversiones:**

Los gastos fijos y gastos variables están asociados con lo que la discoteca KING & QUEEN tendrá que pagar y vender diariamente, mensual y anual incluyen el alquiler, los servicios entre otros, el presupuesto asciende a Bs 686.472. (Ver anexo N° 18)

**CUADRO N°13**

**PROYECCIÓN DE GASTOS DE VARIABLES CON IVA**

**(Expresado en bolivianos)**

| <b>N°</b> | <b>Detalle</b> | <b>Año 2</b>      | <b>Año 3</b>      | <b>Año 4</b>      | <b>Año 5</b>      |
|-----------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1         | Bebidas        | 375.494,00        | 384.881,00        | 394.503,00        | 404.365,00        |
| 2         | Insumos        | 18.893,00         | 19.365,00         | 19.849,00         | 20.345,00         |
|           | <b>TOTAL</b>   | <b>394.387,00</b> | <b>404.246,00</b> | <b>414.352,00</b> | <b>424.710,00</b> |

Proyección de gastos de variables con IVA: los gastos variables de las ventas que realizará la discoteca KING & QUEEN están proyectados para los cinco primeros años más los impuestos que se debe pagar al estado, cada año va aumentando el segundo con Bs 394.387, el tercero Bs 404.246, cuarto con Bs 414.352 y el quinto año con Bs 424.710. (Ver anexo N° 9).

**CUADRO N°14**

**PROYECCIÓN DE GASTOS DE VARIABLES CON IVA**

**(Expresado en bolivianos)**

| <b>N°</b> | <b>Detalle</b> | <b>Año 2</b>           | <b>Año 3</b>           | <b>Año 4</b>           | <b>Año 5</b>           |
|-----------|----------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 1         | Bebidas        | 375.494,0<br>0         | 384.881,0<br>0         | 394.503,0<br>0         | 404.365,0<br>0         |
| 2         | Insumos        | 18.893,00              | 19.365,00              | 19.849,00              | 20.345,00              |
|           | <b>TOTAL</b>   | <b>394.387,0<br/>0</b> | <b>404.246,0<br/>0</b> | <b>414.352,0<br/>0</b> | <b>424.710,0<br/>0</b> |

Proyección de gastos de variables con IVA: los gastos variables de las ventas que realizará la discoteca KING & QUEEN están proyectados para los cinco primeros años más los impuestos que se debe pagar al estado, cada año va aumentando el segundo con Bs 394.387, el tercero Bs 404.246, cuarto con Bs 414.352 y el quinto año con Bs 424.710. (Ver anexo N° 19)

**CUADRO N°15**

**PROYECCIÓN ANUAL DE COSTOS SIN IVA**

**(EN BOLIVIANOS)**

| N.<br>o  | DETALLE                   | OPERACIÓN                    |                              |                              |                              |                              |
|----------|---------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
|          |                           | 1                            | 2                            | 3                            | 4                            | 5                            |
| <b>1</b> | <b>COSTO FIJO</b>         | <b>285.154,3</b><br><b>7</b> | <b>285.154,3</b><br><b>7</b> | <b>285.154,3</b><br><b>7</b> | <b>285.154,3</b><br><b>7</b> | <b>285.154,3</b><br><b>7</b> |
|          | Alquiler del local        | 83.520,00                    | 83.520,00                    | 83.520,00                    | 83.520,00                    | 83.520,00                    |
|          | Patentes Municipales      | 2.400,00                     | 2.400,00                     | 2.400,00                     | 2.400,00                     | 2.400,00                     |
|          | Impresión                 | 5.638,00                     | 5.638,00                     | 5.638,00                     | 5.638,00                     | 5.638,00                     |
|          | Servicios de Contabilidad | 1.566,00                     | 1.566,00                     | 1.566,00                     | 1.566,00                     | 1.566,00                     |
|          | Gastos Administrativos    | 36.000,00                    | 36.000,00                    | 36.000,00                    | 36.000,00                    | 36.000,00                    |
|          | Servicios de seguridad    | 40.320,00                    | 40.320,00                    | 40.320,00                    | 40.320,00                    | 40.320,00                    |
|          | Servicio de meseros       | 40.320,00                    | 40.320,00                    | 40.320,00                    | 40.320,00                    | 40.320,00                    |
|          | Servicio de barman        | 13.440,00                    | 13.440,00                    | 13.440,00                    | 13.440,00                    | 13.440,00                    |
|          | Servicio de DJ            | 13.440,00                    | 13.440,00                    | 13.440,00                    | 13.440,00                    | 13.440,00                    |
|          | Servicio de limpieza      | 11.520,00                    | 11.520,00                    | 11.520,00                    | 11.520,00                    | 11.520,00                    |
|          | Servicios básicos         | 17.448,00                    | 17.448,00                    | 17.448,00                    | 17.448,00                    | 17.448,00                    |
|          | Mantenimiento de          | 2.088,00                     | 2.088,00                     | 2.088,00                     | 2.088,00                     | 2.088,00                     |

|          |                                    |                              |                              |                              |                              |                              |
|----------|------------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
|          | equipos                            |                              |                              |                              |                              |                              |
|          | Amortización diferida              | 705,00                       | 705,00                       | 705,00                       | 705,00                       | 705,00                       |
|          | Depreciación                       | 16.749,37                    | 16.749,37                    | 16.749,37                    | 16.749,37                    | 16.749,37                    |
| <b>2</b> | <b>COSTO VARIABLE</b>              | <b>335.946,0</b><br><b>0</b> | <b>433.748,0</b><br><b>0</b> | <b>444.540,0</b><br><b>0</b> | <b>455.668,0</b><br><b>0</b> | <b>467.045,0</b><br><b>0</b> |
|          | Bebidas                            | 318.712,0<br>0               | 422.528,0<br>0               | 433.051,0<br>0               | 443.909,0<br>0               | 455.017,0<br>0               |
|          | Insumos                            | 17.234,00                    | 11.220,00                    | 11.489,00                    | 11.759,00                    | 12.028,00                    |
| <b>3</b> | <b>COSTO TOTAL</b><br><b>(1+2)</b> | <b>621.100,3</b><br><b>7</b> | <b>718.902,3</b><br><b>7</b> | <b>729.694,3</b><br><b>7</b> | <b>740.822,3</b><br><b>7</b> | <b>752.199,3</b><br><b>7</b> |

Proyección Anual de costos sin IVA: la proyección futura de los gastos y ventas que realizará la discoteca KING & QUEEN se muestra para los cinco primeros años sin el pago de los impuestos al estado por los servicios que ofrece la empresa cada año va subiendo el primero con Bs 621.100, el segundo Bs718.902, tercero Bs729.694, cuarto Bs740.822y el quinto año con Bs 752.199. (Ver anexo N°9).

**CUADRO N°16**

**IVA DE COMPRAS**

**(En bolivianos)**

| <b>N<br/>°</b> | <b>DETALLE</b>                 | <b>OPERACIÓN</b> |                  |                  |                  |                  |
|----------------|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|                |                                | <b>1</b>         | <b>2</b>         | <b>3</b>         | <b>4</b>         | <b>5</b>         |
| <b>1</b>       | <b>IVA COSTO FIJO</b>          | <b>13.444,00</b> | <b>13.444,00</b> | <b>13.444,00</b> | <b>13.444,00</b> | <b>13.444,00</b> |
|                | Alquiler local                 | 12.480,00        | 12.480,00        | 12.480,00        | 12.480,00        | 12.480,00        |
|                | Impresión                      | 842,00           | 842,00           | 842,00           | 842,00           | 842,00           |
|                | Servicios de Contabilidad      | 234,00           | 234,00           | 234,00           | 234,00           | 234,00           |
|                | Mantenimiento de equipos       | 312,00           | 312,00           | 312,00           | 312,00           | 312,00           |
|                | Servicios básicos              | 652,00           | 652,00           | 652,00           | 652,00           | 652,00           |
| <b>2</b>       | <b>IVA COSTO VARIABLE</b>      | <b>48.822,00</b> | <b>50.042,00</b> | <b>51.293,00</b> | <b>52.575,00</b> | <b>53.889,00</b> |
|                | Bebidas                        | 47.624,00        | 48.814,00        | 50.034,00        | 51.285,00        | 52.567,00        |
|                | Insumos (50%)                  | 1.198,00         | 1.228,00         | 1.259,00         | 1.290,00         | 1.322,00         |
| <b>3</b>       | <b>TOTAL IVA COMPRAS (1+2)</b> | <b>62.266,00</b> | <b>63.486,00</b> | <b>64.737,00</b> | <b>66.019,00</b> | <b>67.333,00</b> |

IVA de compras también llamado IVA descontable, es aquel que la empresa KING & QUEEN está obligada en pagar por adquirir bienes para la comercialización o la venta lo cual se repercute luego en el consumidor final, va ascendiendo el primer año con Bs 62.266, segundo Bs 63.486, tercero Bs 64.737, cuarto Bs 66.019 y el quinto Bs 67.333. (Ver anexo N° 9).

#### **7.4. Fuentes De Financiamiento**

##### **CUADRO N°17**

##### **FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

| <b>INVERSIONISTAS</b>       | <b>SOCIAS</b> | <b>TOTAL</b>     |
|-----------------------------|---------------|------------------|
| Gisela Anabell Aban Villa   | (60%)         | 104.240,40       |
| Mariana Evelin Ríos Ordoñez | (40%)         | 69.493,60        |
| <b>TOTAL</b>                |               | <b>173.734Bs</b> |

La fuente a la cual las emprendedoras recurrirán para iniciar sus actividades será con inversión propia puesto que se cuenta con los recursos del capital necesario, las inversionistas no necesitaran ningún préstamo bancario a lo largo de las operaciones de los primeros cinco años; la socia A Gisela Anabell Aban Villa aportará con el 60%(104.240,40)Bs y la socia Mariana Evelin Rios Ordoñez con el 40% (69.493,60)Bs del total de la inversión requerida que es 173.734Bs, por tanto se utiliza como tasa de descuento el costo de oportunidad según la tasa de interés que se paga a Depósito a Plazo Fijo mayor a un año el 8% en una Cooperativa de Ahorro y Crédito de nuestra ciudad.

## 7.5. Depreciación

### 7.5.1. Estimación de costos

**CUADRO N°18**

### **DEPRECIACIÓN**

|                  |                           |                   |                |                        | Proyección            | 5 años                    |                   |
|------------------|---------------------------|-------------------|----------------|------------------------|-----------------------|---------------------------|-------------------|
| N<br>o           | ACTIVOS                   | Monto<br>Año      | Depreciación % | Vida<br>Útil<br>(Años) | Depreciación<br>anual | Depreciación<br>acumulada | Valor<br>Residual |
| 1                | Instalaciones y mejoras   | 38.000,00         | 10,0 %         | 10                     | 3.800,00              | 19.000,00                 | 19.000,00         |
| 2                | Equipos de sonido y otros | 71.211,00         | 12,5 %         | 8                      | 8.901,37              | 44.506,85                 | 26.704,15         |
| 2                | Muebles y Enseres         | 32.384,00         | 12,5 %         | 8                      | 4.048,00              | 20.240,00                 | 12.184,00         |
| <b>TOTAL Bs.</b> |                           | <b>141.595,00</b> |                |                        | <b>16.749,37</b>      | <b>83.746,85</b>          | <b>57.848,15</b>  |

**FUENTE:** Elaboración Propia

Los activos fijos con el uso y el tiempo, se deterioran y pierden el valor con el que fueron adquiridos, en tal razón que la pérdida de su valor se debe recargar como gasto tomando en cuenta esta definición, la empresa KING & QUEEN tiene una depreciación total anual de Bs 16.749,37 que deben ser deducibles en la determinación de los impuestos de utilidad de las empresas, tiene una depreciación acumulada de Bs 83.746,85, al finalizar el quinto año, tendrá un valor residual de Bs 57.848,15.

El proceso productivo de los servicios a ofertarse precisa para su inicio movilizar y combinar recursos materiales, humanos y otros, esta dinámica representa erogaciones para la potencial empresa y viene a constituir el costo total de producción de los servicios, los cuales utilizaremos la clasificación de los mismos por variabilidad que se dividen en sus componentes: costos fijos y costos variables.

Identificados los costos, se procederá a la valoración y proyección de los mismos, tomando como referencia el precio neto sin IVA de los bienes y servicios requeridos por el emprendimiento. El IVA (Impuesto al Valor Agregado) es un elemento que no forma parte integrante de la estructura de costos.

Se considera que al momento de comprar algún bien y pagar el IVA incluido en la factura (precio con impuesto) se adquiere un crédito fiscal que se recupera posteriormente con la venta de los servicios.

### **Costo unitario**

Para la determinación del costo unitario de los servicios nos basaremos en datos anuales, donde el Costo Total es igual a la suma del costo fijo total y el costo variable total, para determinar el costo fijo unitario para los diferentes servicios, será necesario prorratar entre los mismos de acuerdo a su incidencia.

El costo unitario de cada servicio nos dará pautas para medir si el precio de venta del servicio se halla en una situación favorable frente a la competencia.

Se empleará la siguiente fórmula:

$$\text{Costo Unitario} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Cantidad}}$$

## CUADRO N°19

### COSTO UNITARIO DE LOS SERVICIOS

(En bolivianos)

| a                    |         | b                | c                    | d                 | e              | f                         | g                             |
|----------------------|---------|------------------|----------------------|-------------------|----------------|---------------------------|-------------------------------|
| Servicios            | Unidad  | Costo Fijo total | Costo Variable total | Costo Total (b+c) | Cantidad total | Costo Fijo unitario (b/e) | Costo variable unitario (c/e) |
| Cerveza Huari 330 ml | Botella | 22.856,00        | 57.128,00            | 79.984,00         | 6.912,00       | 3,31                      | 8,27                          |
| Ron Habanna Club 700 | Botella | 22.856,00        | 49.694,00            | 99.389,00         | 672,00         | 34,01                     | 73,95                         |
| Ron Habanna Club     | Vaso    | 22.856,00        | 49.694,00            | 72.550,00         | 20.160,00      | 1,13                      | 2,46                          |
| Fernet Branca        | Botella | 22.856,00        | 24.555,00            | 47.411,00         | 672,00         | 34,01                     | 36,54                         |
| Fernet Branca        | Vaso    | 22.856,00        | 24.555,00            | 47.411,00         | 16.800,00      | 1,36                      | 1,46                          |
| Whisky Johnny W.     | Botella | 22.856,00        | 24.606,00            | 47.462,00         | 144,00         | 158,72                    | 170,88                        |
| Whisky Johnny W.     | Vaso    | 22.856,00        | 24.606,00            | 47.462,00         | 2.880,00       | 7,94                      | 8,54                          |
| Kiwi mojito          | Vaso    | 14.190,56        | 25.984,00            | 40.174,56         | 5.760,00       | 2,46                      | 4,51                          |
| Armonia              | Vaso    | 14.190,56        | 25.984,00            | 40.174,56         | 5.760,00       | 2,46                      | 4,51                          |
| Margarita            | Vaso    | 14.190,56        | 25.984,00            | 40.174,56         | 5.760,00       | 2,46                      | 4,51                          |
| Entradas             | Persona | 82.590,69        | 3.156,00             | 85.746,69         | 6.720,00       | 12,29                     | 0,47                          |
|                      |         | 285.154,37       | 335.946,00           | 621.100,37        |                |                           |                               |
|                      |         |                  |                      |                   |                |                           |                               |
|                      |         |                  |                      |                   |                |                           |                               |

Costo unitario de los servicios: la empresa KING & QUEEN muestra el costo fijo y costo variable de la bebida tanto en botella como en baso con un total en Bs 621.100,37.

### 7.8. NIVEL DE INGRESO

#### INGRESOS ANUALES PROYECTADOS

Los ingresos son entradas de dinero en efectivo y se originan de la venta de los servicios que generará el emprendimiento, el importe dependerá del volumen de los servicios y del precio de venta estimado a los potenciales clientes.

### Precio de venta sin impuesto.

Denominamos precio de venta al precio que cubre todos los gastos operativos y que incluye el margen de utilidad que se pretende obtener, sin considerar el Impuesto al Valor Agregado (IVA), y de acuerdo a los datos obtenidos se estima el precio de venta de los servicios a ofertarse:

### CUADRO N° 20

### INGRESOS

### AÑO 1

| Nº | DETALLE                      | UNIDAD  | CANTIDAD |         |       | PRECIO<br>S/IVA | PRECIO<br>C/IVA | IMPORTE<br>S/IVA | IMPORTE C/IVA |
|----|------------------------------|---------|----------|---------|-------|-----------------|-----------------|------------------|---------------|
|    |                              |         | DIA      | MENSUAL | ANUAL |                 |                 |                  |               |
| 1  | Cerveza Huari 330 ml         | Botella | 72       | 576     | 6912  | 26,10           | 30              | 180.403,20       | 207.360,00    |
| 2  | ROM Habanna Club 7años 700ml | Bitella | 7        | 56      | 672   | 243,60          | 280             | 163.699,20       | 188.160,00    |
| 3  | ROM Habanna Club 7años       | Vaso    | 210      | 1680    | 20160 | 26,10           | 30              | 526.176,00       | 604.800,00    |
| 4  | Fernet Branca                | Botella | 7        | 56      | 672   | 217,50          | 250             | 146.160,00       | 168.000,00    |
| 5  | Fernet Branca                | Vaso    | 175      | 1400    | 16800 | 21,75           | 25              | 365.400,00       | 420.000,00    |
| 6  | Whisky Johnny Walker E/N1lt  | Botella | 1,5      | 12      | 144   | 522,00          | 600             | 75.168,00        | 86.400,00     |
| 7  | Whisky Johnny Walker         | Vaso    | 30       | 240     | 2880  | 26,10           | 30              | 75.168,00        | 86.400,00     |
| 8  | Kiwi Mojito                  | Vaso    | 60       | 480     | 5760  | 21,75           | 25              | 125.280,00       | 144.000,00    |
| 9  | Armonía                      | Vaso    | 60       | 480     | 5760  | 21,75           | 25              | 125.280,00       | 144.000,00    |
| 10 | Margarita                    | Vaso    | 60       | 480     | 5760  | 21,75           | 25              | 125.280,00       | 144.000,00    |
| 11 | Entradas                     | Persona | 70       | 560     | 6720  | 26,10           | 30              | 175.392,00       | 201.600,00    |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 | 2.083.406,40     | 2.394.720,00  |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 |                  |               |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 |                  |               |

Ingresos para el año 1: La empresa KING & QUEEN en el primer año tendrá un ingreso por los servicios que ofrece en un monto de Bs 2.083.406,40 s/iva, y Bs 2.394.720 c/iva.  
(Ver anexo N° 9)

**CUADRO N°21****INGRESOS****AÑO 2**

| Nº | DETALLE                      | UNIDAD  | CANTIDAD |         |       | PRECIO<br>S/IVA | PRECIO<br>C/IVA | IMPORTE<br>S/IVA | IMPORTE<br>C/IVA |
|----|------------------------------|---------|----------|---------|-------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
|    |                              |         | DIA      | MENSUAL | ANUAL |                 |                 |                  |                  |
| 1  | Cerveza Huari 330 ml         | Botella | 73,8     | 590,4   | 7085  | 26,10           | 30              | 184.913,28       | 212.544,00       |
| 2  | ROM Habanna Club 7años 700ml | Botella | 7,2      | 57,6    | 691   | 243,60          | 280             | 168.376,32       | 193.536,00       |
| 3  | ROM Habanna Club 7años       | Vaso    | 215      | 1722    | 20664 | 26,10           | 30              | 539.330,40       | 619.920,00       |
| 4  | Fernet Branca                | Botella | 7,2      | 57,6    | 691   | 217,50          | 250             | 150.336,00       | 172.800,00       |
| 5  | Fernet Branca                | Vaso    | 179      | 1432    | 17184 | 21,75           | 25              | 373.752,00       | 429.600,00       |
| 6  | Whisky Johnny Walker E/N1lt  | Botella | 1,53     | 12,24   | 147   | 522,00          | 600             | 76.671,36        | 88.128,00        |
| 7  | Whisky Johnny Walker         | Vaso    | 30,8     | 246     | 2952  | 26,10           | 30              | 77.047,20        | 88.560,00        |
| 8  | Kiwi Mojito                  | Vaso    | 61,5     | 492     | 5904  | 21,75           | 25              | 128.412,00       | 147.600,00       |
| 9  | Armonía                      | Vaso    | 61,5     | 492     | 5904  | 21,75           | 25              | 128.412,00       | 147.600,00       |
| 10 | Margarita                    | Vaso    | 61,5     | 492     | 5904  | 21,75           | 25              | 128.412,00       | 147.600,00       |
| 11 | Entradas                     | Persona | 72       | 576     | 6912  | 26,10           | 30              | 180.403,20       | 207.360,00       |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 | 2.136.065,76     | 2.455.248,00     |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 |                  |                  |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 |                  |                  |

Ingresos para el año 2: La empresa KING & QUEEN en el primer año tendrá un ingreso por los servicios que ofrece en un monto de Bs 2.136.065,76 s/iva, y Bs 2.455.248 c/iva. (Ver anexo N° 9).

## CUADRO N°22

### INGRESOS

#### AÑO 3

| Nº | DETALLE                      | UNIDAD  | CANTIDAD |         |       | PRECIO<br>S/IVA | PRECIO<br>C/IVA | IMPORTE<br>S/IVA | IMPORTE<br>C/IVA |
|----|------------------------------|---------|----------|---------|-------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
|    |                              |         | DIA      | MENSUAL | ANUAL |                 |                 |                  |                  |
| 1  | Cerveza Huari 330 ml         | Botella | 75,6     | 605,12  | 7261  | 26,10           | 30              | 189.523,58       | 217.843,20       |
| 2  | ROM Habanna Club 7años 700ml | Botella | 7,38     | 59,04   | 708   | 243,60          | 280             | 172.585,73       | 198.374,40       |
| 3  | ROM Habanna Club 7años       | Vaso    | 220      | 1760    | 21120 | 26,10           | 30              | 551.232,00       | 633.600,00       |
| 4  | Fernet Branca                | Botella | 7,38     | 59,04   | 708   | 217,50          | 250             | 154.094,40       | 177.120,00       |
| 5  | Fernet Branca                | Vaso    | 183      | 1467,76 | 17613 | 21,75           | 25              | 383.085,36       | 440.328,00       |
| 6  | Whisky Johnny Walker E/N1lt  | Botella | 1,57     | 12,56   | 151   | 522,00          | 600             | 78.675,84        | 90.432,00        |
| 7  | Whisky Johnny Walker         | Vaso    | 31,6     | 252,56  | 3031  | 26,10           | 30              | 79.101,79        | 90.921,60        |
| 8  | Kiwi Mojito                  | Vaso    | 63       | 504,24  | 6051  | 21,75           | 25              | 131.606,64       | 151.272,00       |
| 9  | Armonía                      | Vaso    | 63       | 504,24  | 6051  | 21,75           | 25              | 131.606,64       | 151.272,00       |
| 10 | Margarita                    | Vaso    | 63       | 504,24  | 6051  | 21,75           | 25              | 131.606,64       | 151.272,00       |
| 11 | Entradas                     | Persona | 74       | 592     | 7104  | 26,10           | 30              | 185.414,40       | 213.120,00       |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 | 2.188.533,02     | 2.515.555,20     |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 |                  |                  |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 |                  |                  |

Ingresos para el año 3: La empresa KING & QUEEN en el primer año tendrá un ingreso por los servicios que ofrece en un monto de Bs 2.188.533,02 s/iva, y Bs 2.515.555,20 c/iva. (Ver anexo N° 9)

**CUADRO N°23****INGRESOS****AÑO 4**

| Nº | DETALLE                      | UNIDAD  | CANTIDAD |         |       | PRECIO<br>S/IVA | PRECIO<br>C/IVA | IMPORTE<br>S/IVA | IMPORTE<br>C/IVA |
|----|------------------------------|---------|----------|---------|-------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
|    |                              |         | DIA      | MENSUAL | ANUAL |                 |                 |                  |                  |
| 1  | Cerveza Huari 330 ml         | Botella | 77,5     | 620,24  | 7443  | 26,10           | 30              | 194.259,17       | 223.286,40       |
| 2  | ROM Habanna Club 7años 700ml | Botella | 7,75     | 62      | 744   | 243,60          | 280             | 181.238,40       | 208.320,00       |
| 3  | ROM Habanna Club 7años       | Vaso    | 226      | 1804    | 21648 | 26,10           | 30              | 565.012,80       | 649.440,00       |
| 4  | Fernet Branca                | Botella | 7,56     | 60,48   | 726   | 217,50          | 250             | 157.852,80       | 181.440,00       |
| 5  | Fernet Branca                | Vaso    | 188      | 1504    | 18048 | 21,75           | 25              | 392.544,00       | 451.200,00       |
| 6  | Whisky Johnny Walker E/N1lt  | Botella | 1,6      | 12,8    | 154   | 522,00          | 600             | 80.179,20        | 92.160,00        |
| 7  | Whisky Johnny Walker         | Vaso    | 32,5     | 259,84  | 3118  | 26,10           | 30              | 81.381,89        | 93.542,40        |
| 8  | Kiwi Mojito                  | Vaso    | 64,6     | 516,8   | 6202  | 21,75           | 25              | 134.884,80       | 155.040,00       |
| 9  | Armonía                      | Vaso    | 64,6     | 516,8   | 6202  | 21,75           | 25              | 134.884,80       | 155.040,00       |
| 10 | Margarita                    | Vaso    | 64,6     | 516,8   | 6202  | 21,75           | 25              | 134.884,80       | 155.040,00       |
| 11 | Entradas                     | Persona | 75,6     | 604,8   | 7258  | 26,10           | 30              | 189.423,36       | 217.728,00       |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 | 2.246.546,02     | 2.582.236,80     |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 |                  |                  |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 |                  |                  |

Ingresos para el año 4: La empresa KING & QUEEN en el primer año tendrá un ingreso por los servicios que ofrece en un monto de Bs 2.246.546 s/iva, y Bs 2.582.236,80 c/iva.  
(Ver anexo N° 9)

## CUADRO N°24

### INGRESOS

#### AÑO 5

| Nº | DETALLE                      | UNIDAD  | CANTIDAD |         |       | PRECIO<br>S/IVA | PRECIO<br>C/IVA | IMPORTE<br>S/IVA | IMPORTE<br>C/IVA |
|----|------------------------------|---------|----------|---------|-------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
|    |                              |         | DIA      | MENSUAL | ANUAL |                 |                 |                  |                  |
| 1  | Cerveza Huari 330 ml         | Botella | 79,5     | 635,68  | 7628  | 26,10           | 30              | 199.094,98       | 228.844,80       |
| 2  | ROM Habanna Club 7años 700ml | Botella | 7,75     | 62      | 744   | 243,60          | 280             | 181.238,40       | 208.320,00       |
| 3  | ROM Habanna Club 7años       | Vaso    | 231      | 1849,12 | 22189 | 26,10           | 30              | 579.144,38       | 665.683,20       |
| 4  | Fernet Branca                | Botella | 7,75     | 62      | 744   | 217,50          | 250             | 161.820,00       | 186.000,00       |
| 5  | Fernet Branca                | Vaso    | 193      | 1541,6  | 18499 | 21,75           | 25              | 402.357,60       | 462.480,00       |
| 6  | Whisky Johnny Walker E/N1lt  | Botella | 1,64     | 13,12   | 157   | 522,00          | 600             | 82.183,68        | 94.464,00        |
| 7  | Whisky Johnny Walker         | Vaso    | 33,3     | 266,4   | 3197  | 26,10           | 30              | 83.436,48        | 95.904,00        |
| 8  | Kiwi Mojito                  | Vaso    | 66,2     | 529,44  | 6353  | 21,75           | 25              | 138.183,84       | 158.832,00       |
| 9  | Armonía                      | Vaso    | 66,2     | 529,44  | 6353  | 21,75           | 25              | 138.183,84       | 158.832,00       |
| 10 | Margarita                    | Vaso    | 66,2     | 529,44  | 6353  | 21,75           | 25              | 138.183,84       | 158.832,00       |
| 11 | Entradas                     | Persona | 77,5     | 620     | 7440  | 26,10           | 30              | 194.184,00       | 223.200,00       |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 | 2.298.011,04     | 2.641.392,00     |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 |                  |                  |
|    |                              |         |          |         |       |                 |                 |                  |                  |

Ingresos para el año 5: La empresa KING & QUEEN en el primer año tendrá un ingreso por los servicios que ofrece en un monto de Bs 2.298.011,04 s/iva, y Bs 2.641.392 c/iva. (Ver anexo N° 9)

## CUADRO 25

### PRECIO UNITARIO CON FACTURA

| Detalle                      | Unidad  | Precio vta sin imp. | Tasa efectiva IVA | PRECIO VTA CON IMPUESTO |
|------------------------------|---------|---------------------|-------------------|-------------------------|
| Cerveza Huari 330 ml         | Botella | 26,10               | 0,1494            | 30                      |
| ROM Habanna Club 7años 700ml | Botella | 243,60              | 0,1494            | 280                     |
| ROM Habanna Club 7años       | Vaso    | 26,10               | 0,1494            | 30                      |
| Fernet Branca                | Botella | 217,50              | 0,1494            | 250                     |
| Fernet Branca                | Vaso    | 21,75               | 0,1494            | 25                      |
| Whisky Johnny Walker E/N1lt  | Botella | 522,00              | 0,1494            | 600                     |
| Whisky Johnny Walker         | Vaso    | 26,10               | 0,1494            | 30                      |
| Kiwi Mojito                  | Vaso    | 21,75               | 0,1494            | 25                      |
| Armonía                      | Vaso    | 21,75               | 0,1494            | 25                      |
| Margarita                    | Vaso    | 21,75               | 0,1494            | 25                      |
| Entradas                     | Persona | 26,10               | 0,1494            | 30                      |
|                              |         |                     |                   |                         |
|                              |         |                     |                   |                         |

El precio con factura es aquel precio que incluye el IVA, este tributo es una retención que cobrará el negocio, pero que pertenece al fisco y debe ser depositado al siguiente mes una vez cerrada la facturación del mes.

Para este propósito se utilizará la tasa efectiva del IVA que asciende al 0,1494, solamente cuando se trata de fijar precios con IVA para el mercado

$$Tasa Efectiva = \frac{0,13}{1 - 0,13} = 0,1494$$

Conocido el precio de venta de los productos/servicios y observado el impacto del IVA, se procederá a la determinación de los ingresos anuales proyectados, en esta oportunidad consideramos que los requerimientos por los servicios ofertados tendrán un crecimiento del 2,5% para los siguientes años, según el crecimiento de la población. Posteriormente se procederá a determinar el Estado de ganancias y pérdidas.

**CUADRO N°26**

**INGRESOS PROYECTADOS CON IVA**

**(En bolivianos)**

| <b>a</b>   | <b>d</b>                | <b>e</b>                           |
|------------|-------------------------|------------------------------------|
| <b>Año</b> | <b>Ingresos Totales</b> | <b>Impuestos<br/>Transacciones</b> |
| <b>1</b>   | <b>2.394.720</b>        | <b>71.842</b>                      |
| <b>2</b>   | <b>2.455.248</b>        | <b>73.657</b>                      |
| <b>3</b>   | <b>2.515.555</b>        | <b>75.467</b>                      |
| <b>4</b>   | <b>2.582.237</b>        | <b>77.467</b>                      |
| <b>5</b>   | <b>2.641.392</b>        | <b>79.242</b>                      |

Ingresos Proyectados para los cinco años: La discoteca KING & QUEEN tendrá los ingresos que irán ascendiendo cada año, para el primer año de Bs 2.394.720, segundo año 2.455.248, tercer año Bs 2.515. 555. cuarto año Bs 2.582.237 y quinto año en Bs 2.641.392.

(Ver anexo N° 9)

**CUADRO N°27**  
**ESTADO DE RESULTADO SIN IVA**  
**(EN BOLIVIANOS)**

---

| N°       | DETALLE                               | OPERACIÓN           |                     |                     |                     |                     |
|----------|---------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|          |                                       | 1                   | 2                   | 3                   | 4                   | 5                   |
| <b>1</b> | <b>INGRESOS TOTALES</b>               | <b>2.083.406,00</b> | <b>2.136.066,00</b> | <b>2.188.533,00</b> | <b>2.246.546,00</b> | <b>2.298.011,00</b> |
|          | Venta de servicios                    | 2.083.406,00        | 2.136.066,00        | 2.188.533,00        | 2.246.546,00        | 2.298.011,00        |
| <b>2</b> | <b>COSTO TOTAL (a+ b)</b>             | <b>621.100,37</b>   | <b>629.499,37</b>   | <b>638.101,37</b>   | <b>646.931,37</b>   | <b>655.975,37</b>   |
|          | <b>a) COSTO FIJO</b>                  | <b>285.154,37</b>   | <b>285.154,37</b>   | <b>285.154,37</b>   | <b>285.154,37</b>   | <b>285.154,37</b>   |
|          | Alquiler del local                    | 83.520,00           | 83.520,00           | 83.520,00           | 83.520,00           | 83.520,00           |
|          | Patentes Municipales                  | 2.400,00            | 2.400,00            | 2.400,00            | 2.400,00            | 2.400,00            |
|          | Impresión                             | 5.638,00            | 5.638,00            | 5.638,00            | 5.638,00            | 5.638,00            |
|          | Servicios de contabilidad             | 1.566,00            | 1.566,00            | 1.566,00            | 1.566,00            | 1.566,00            |
|          | Gastos administrativos                | 36.000,00           | 36.000,00           | 36.000,00           | 36.000,00           | 36.000,00           |
|          | Servicios de seguridad                | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           |
|          | Servicios de meseros                  | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           |
|          | Servicio de barman                    | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           |
|          | Servicios de DJ                       | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           |
|          | Servicios de limpieza                 | 11.520,00           | 11.520,00           | 11.520,00           | 11.520,00           | 11.520,00           |
|          | Servicios básicos                     | 17.448,00           | 17.448,00           | 17.448,00           | 17.448,00           | 17.448,00           |
|          | Mantenimiento de equipos              | 2.088,00            | 2.088,00            | 2.088,00            | 2.088,00            | 2.088,00            |
|          | Amortizacion diferida                 | 705,00              | 705,00              | 705,00              | 705,00              | 705,00              |
|          | Depreciación                          | 16.749,37           | 16.749,37           | 16.749,37           | 16.749,37           | 16.749,37           |
|          | <b>b) COSTO VARIABLE</b>              | <b>335.946,00</b>   | <b>344.345,00</b>   | <b>352.947,00</b>   | <b>361.777,00</b>   | <b>370.821,00</b>   |
|          | Bebidas                               | 318.712,00          | 326.680,00          | 334.847,00          | 343.218,00          | 351.798,00          |
|          | insumos                               | 17.234,00           | 17.665,00           | 18.100,00           | 18.559,00           | 19.023,00           |
| <b>3</b> | <b>UTILIDADES ANTES DE IMP. (1-2)</b> | <b>1.462.305,63</b> | <b>1.506.566,63</b> | <b>1.550.431,63</b> | <b>1.599.614,63</b> | <b>1.642.035,63</b> |
| 4        | Impuestos tracciones                  | 71.842,00           |                     |                     |                     |                     |
| 5        | UTILIDAD IMPONIBLE (3-4)              | 1.390.463,63        | 1.506.566,63        | 1.550.431,63        | 1.599.614,63        | 1.642.035,63        |
| <b>6</b> | <b>IMPUESTOS UTILIDADES (25%)</b>     | <b>347.615,91</b>   | <b>376.641,66</b>   | <b>387.607,91</b>   | <b>399.903,66</b>   | <b>410.508,91</b>   |
| 7        | UTILIDAD CONTABLE (5-6)               | 1.042.847,72        | 1.129.924,97        | 1.162.823,72        | 1.199.710,97        | 1.231.526,72        |
|          |                                       |                     |                     |                     |                     |                     |
|          |                                       |                     |                     |                     |                     |                     |

Estado de Resultados: A través del estado de resultados podemos determinar el nivel de ganancias o pérdidas que nuestra empresa KING & QUEEN pueda registrar, se muestra la utilidad neta que obtendrá la venta del servicio desde al año uno hasta el año cinco en Bs 1.231.526,72. (Ver anexo N°9)

## CUADRO N°28

### IMPUESTO AL VALOR AGREGADO AUXILIAR

**(EN BOLIVIANOS)**

| N° | DETALLE                     | PRE-OPE.  | OPERACIÓN  |            |            |            |            |
|----|-----------------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|
|    |                             |           | 1          | 2          | 3          | 4          | 5          |
| 1  | DEBITO FISCAL (IVA VENTAS)  |           | 311.314,00 | 319.182,00 | 327.022,00 | 335.691,00 | 343.381,00 |
|    | Menos                       |           |            |            |            |            |            |
| 2  | CREDITO FISCAL IVA COMPRAS) |           | 62.266,00  | 63.486,00  | 64.737,00  | 66.019,00  | 67.333,00  |
| 3  | Recuperación Credito fiscal |           |            |            |            |            |            |
|    | Año 0                       | 18.407,00 |            |            |            |            |            |
| 4  | PAGO IVA FISCO              |           | 230.641,00 | 255.696,00 | 262.285,00 | 269.672,00 | 276.048,00 |

Impuesto al valor agregado para la Discoteca KING & QUEEN para el primer año es de Bs 230.641, segundo año Bs 255.696, tercer año Bs 262.285, cuarto año Bs 269.672 y quinto año Bs 276.048. (Ver anexo N° 9)

**7.6. FLUJO DE CAJA**

**CUADRO N°29**

**FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (incluye IVA)**

**(En Bolivianos)**

| DETALLE                             | PRE-OP.            | OPERACIÓN           |                     |                     |                     |                     |
|-------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                                     |                    | 1                   | 2                   | 3                   | 4                   | 5                   |
| <b>Ingresos efectivos</b>           |                    | <b>2.394.720,00</b> | <b>2.455.248,00</b> | <b>2.515.555,00</b> | <b>2.582.237,00</b> | <b>2.727.854,15</b> |
| Ingresos por venta                  |                    | 2.394.720,00        | 2.455.248,00        | 2.515.555,00        | 2.582.237,00        | 2.641.392,00        |
| Valor residual                      |                    |                     |                     |                     |                     | 57.848,15           |
| Capital de trabajo                  |                    |                     |                     |                     |                     | 28.614,00           |
| <b>Egresos efectivos (a+b+c)</b>    | <b>173.734,00</b>  | <b>1.096.066,91</b> | <b>1.087.924,66</b> | <b>1.115.338,91</b> | <b>1.145.127,66</b> | <b>1.172.466,91</b> |
| a) Costo inversión                  | 173.734,00         |                     |                     |                     |                     |                     |
| Inversión fija                      | 141.595,00         |                     |                     |                     |                     |                     |
| Inversión diferida                  | 3.525,00           |                     |                     |                     |                     |                     |
| Capital de trabajo                  | 28.614,00          |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>b) Costo efectivo -servicios</b> |                    | <b>445.968,00</b>   | <b>455.587,00</b>   | <b>465.446,00</b>   | <b>475.552,00</b>   | <b>485.910,00</b>   |
| <b>Variable</b>                     |                    | <b>384.768,00</b>   | <b>394.387,00</b>   | <b>404.246,00</b>   | <b>414.352,00</b>   | <b>424.710,00</b>   |
| Bebidas                             |                    | 366.336,00          | 375.494,00          | 384.881,00          | 394.503,00          | 404.365,00          |
| Insumos                             |                    | 18.432,00           | 18.893,00           | 19.365,00           | 19.849,00           | 20.345,00           |
| <b>Fijo</b>                         |                    | <b>61.200,00</b>    | <b>61.200,00</b>    | <b>61.200,00</b>    | <b>61.200,00</b>    | <b>61.200,00</b>    |
| Alquiler de local                   |                    | 96.000,00           | 96.000,00           | 96.000,00           | 96.000,00           | 96.000,00           |
| Patentes municipales                |                    | 2.400,00            | 2.400,00            | 2.400,00            | 2.400,00            | 2.400,00            |
| Impresión                           |                    | 6.480,00            | 6.480,00            | 6.480,00            | 6.480,00            | 6.480,00            |
| Servicios de contabilidad           |                    | 1.800,00            | 1.800,00            | 1.800,00            | 1.800,00            | 1.800,00            |
| Gastos administrativos              |                    | 36.000,00           | 36.000,00           | 36.000,00           | 36.000,00           | 36.000,00           |
| Servicios de seguridad              |                    | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           |
| Servicios de meseros                |                    | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           | 40.320,00           |
| Servicio de barman                  |                    | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           |
| Servicio de DJ                      |                    | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           | 13.440,00           |
| Servicio de limpieza                |                    | 11.520,00           | 11.520,00           | 11.520,00           | 11.520,00           | 11.520,00           |
| Servicios básicos                   |                    | 20.400,00           | 20.400,00           | 20.400,00           | 20.400,00           | 20.400,00           |
| Mantenimiento de equipo             |                    | 2.400,00            | 2.400,00            | 2.400,00            | 2.400,00            | 2.400,00            |
| <b>c) Impuestos nacionales</b>      |                    | <b>650.098,91</b>   | <b>632.337,66</b>   | <b>649.892,91</b>   | <b>669.575,66</b>   | <b>686.556,91</b>   |
| Pago Iva (Deb - Cred.)              |                    | 230.641,00          | 255.696,00          | 262.285,00          | 269.672,00          | 276.048,00          |
| Impuestos transacciones             |                    | 71.842,00           | 0,00                | 0,00                | 0,00                | 0,00                |
| Impuestos utilidades                |                    | 347.615,91          | 376.641,66          | 387.607,91          | 399.903,66          | 410.508,91          |
| <b>FLUJO NETO ECONOMICO</b>         | <b>-173.734,00</b> | <b>1.298.653,09</b> | <b>1.367.323,34</b> | <b>1.400.216,09</b> | <b>1.437.109,34</b> | <b>1.555.387,24</b> |
| Factor de actualización             |                    | 0,926               | 0,857               | 0,794               | 0,735               | 0,681               |
| <b>FLUJO NETO ECO. ACTUALIZ.</b>    | <b>-173.734,00</b> | <b>1.202.552,76</b> | <b>1.171.796,10</b> | <b>1.111.771,58</b> | <b>1.056.275,36</b> | <b>1.059.218,71</b> |
| VAN                                 | 5.427.880,51       |                     |                     |                     |                     |                     |
|                                     |                    |                     |                     |                     |                     |                     |

FLUJO DE CAJA: El conjunto de datos expresados en bolivianos se une en un solo resultado llamado flujo de caja que es la evolución de circulantes en determinados periodos en el caso de la discoteca KING & QUEEN el flujo de caja presenta las siguientes características:

- La inversión requerida por la empresa de la discoteca KING & QUEEN asciende a Bs 173.734.

- Los ingresos anuales ascienden a Bs 2.394.720 en el primer año y aumentan a Bs 2.641.392.
- Los costos variables totales por año ascienden desde Bs 384.768 en el primer año y suben a Bs 424.710 en el quinto año.
- Los costos fijos totales llegarán a Bs 61200 en el primer año y se mantendrán hasta el quinto año. Por último, el flujo de caja es positivo desde el primer año con Bs 1.298.653,09 y sube a Bs 1.555.387.24. (Ver anexo N° 9).

### 7.7. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El emprendimiento es viable económicamente, porque el VAN es mayor a cero, además se puede interpretar que luego de recuperar la inversión (en menos de un año), cubrir los costos operativos, nos da un excedente económico de Bs. 5.427.880,51. Como este resultado es positivo, en consecuencia, la inversión es aceptable.

Se aplicó la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FCn}{(1 + k)^n}$$

**VAN= Bs. 5.427.880,51**

### 7.11. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del presente proyecto asciende al 258% de rentabilidad bruta, por tanto, la rentabilidad del emprendimiento asciende a 250% (258% -

8%). El criterio de aceptación del proyecto es viable porque la TIR es mayor al costo de oportunidad.

El indicador señala la rentabilidad promedio anual que genera el capital que permanece invertido en el proyecto, hace que el VAN = 0, se aplicó la siguiente formula:

$$\text{TIR} = 258\%$$

## 7.12. PUNTO DE EQUILIBRIO

Como emprendedores tenemos la necesidad de lograr una adecuación técnica-administrativa-financiera necesaria para la futura empresa, resulta vital hacer este análisis de manera que nos proporcione alternativas para llegar al mercado con políticas de bajo margen y mayor volumen de colocación. Para determinar el punto de equilibrio se requiere utilizar la siguiente formula, porque tenemos cuatro productos/servicios y nos abocaremos a un punto de equilibrio en unidades monetarias:

$$S = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingresos totales}}}$$

S= Ingresos por ventas anuales

CF= Costos Fijos Totales

CVT = Costo variable Total Anuales

I = Ingresos Totales Anuales

$$S = \frac{285.154,37}{1 - \frac{335.496}{2.083.406}} = \text{Bs. } 339.874$$

Como se puede observar el emprendimiento deberá llegar a un nivel de ventas de Bs. 339.874 en un año para cubrir sus costos fijos, en un nivel de ingresos que no gana ni pierde.

El flujo de caja económico se define como las entradas y salidas de efectivas de recursos monetarios ocurridos en un mismo periodo y se constituye la base para la evaluación económica del emprendimiento.

Los ingresos por venta de los servicios representan la entrada principal del negocio e incluye el impuesto al valor agregado, existen otros ingresos que no se deben excluirse como el valor residual de los activos fijos sujetos a depreciación, como también el capital de trabajo, que se considera en el último periodo de evaluación del negocio.

La primera categoría de los costos efectivos son los costos de inversión, destinados a la adquisición de activos tangibles, intangibles y la financiación del capital de trabajo.

La segunda categoría de costos son los costos efectivos de producción de los servicios, se excluye los costos de depreciación, como la amortización diferida, porque no constituyen salidas de efectivo. Los impuestos nacionales se consideran los tributos que efectivamente se tiene que pagar al Estado, como el IVA cuyo cálculo se demostrara en el Cuadro. (Diferencia del débito y el crédito fiscal), el IT (impuestos a las transacciones) y el IUE (impuestos sobre utilidades de las empresas, estas dos obligaciones fiscales son impuestos directos que se deben honrar.

El flujo de caja económico es la diferencia entre los ingresos y los egresos efectivos, que nos muestra a lo largo de la vida útil del negocio (en este caso es de cinco años). Los cuales nos servirán de base para el cálculo de los criterios de evaluación del negocio como el VAN y la TIR.

### **7.11. ESCENARIO**

Este análisis nos permitirá medir los cambios del valor de nuestro plan de negocios ante los cambios de algunas de las variables, en este caso serán el número de personas que ingresaran a nuestro emprendimiento, considerando que las demás variables se encuentran constantes, en otras palabras, sin cambios.

En primer lugar, buscaremos escenarios optimistas y pesimistas que podrían ocurrir en la práctica, por tanto, procederemos a calcular el valor actual neto de nuestro plan de negocios para cada uno de estos escenarios.

Vamos a suponer que en un escenario optimista ingresarán 100 personas de nuestro mercado objetivo por día, en un escenario pesimista ingresarían 50 personas por día.

### **CUADRO N°30**

#### **ESCENARIO**

| <b>VARIABLE MODIFICADA</b> | <b>CASO PESIMISTA</b> | <b>CASO ESPERADO</b> | <b>CASO OPTIMISTA</b> |
|----------------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
| Número de personas por día | 50                    | 70                   | 100                   |
| VAN                        | Bs.3.697.527,55       | Bs.5.427.880,51      | Bs.7.823.409.85       |

**En conclusión, se puede afirmar que el proyecto es viable en los tres escenarios, ya que nos presenta un VAN positivo.**

### **CONCLUSIONES**

- Luego de analizar el entorno, se llegó a la conclusión de que el plan de negocio tiene un grado significativo de viabilidad en el mercado.

- Se puede concluir que existe un grado de insatisfacción en las personas del colectivo LGTB de la ciudad de Tarija en cuanto a servicios de discoteca se refiere, ya que los mismos son de precarias condiciones.
- En base a los resultados de la investigación de mercados se determinó el mercado objetivo, las personas asisten a centro de entretenimiento nocturno una vez por semana y una vez cada quince días.
- A diferencia de la competencia se pretende conseguir la máxima satisfacción en los clientes, ofreciéndoles variedad de servicios como ser temáticas cada noche, salas vip, tocador para belleza, así también servicios complementarios que son de gran importancia taxi seguro de la discoteca.
- El personal de la discoteca King & Queen será personal capacitado, además de la comodidad y la confianza que se les brindará, para que ellos sientan libertad de poder mostrar sus gustos y preferencias.
- El plan económico-financiero establece la viabilidad económica y financiera, puesto que el proyecto reúne las condiciones de rentabilidad y liquidez necesarias para llevarlo a cabo, cabe recalcar que la inversión para el proyecto se la recuperará aproximadamente en un periodo de un año.