RESUMEN

Introducción.- El presente plan de negocios "De javu Pub" se realizó con el objetivo de presentar una nueva oportunidad de negocio en el sector del esparcimiento y diversión, ya que en la ciudad de Tarija el mercado del área de diversión se ha convertido en uno de los principales movimientos de negocio.

Se debe considerar que es muy importante realizar un plan de negocios para un nuevo emprendimiento el cual no se debe ejecutar intuitivamente puesto que es un paso esencial que debe tomar cualquier empresario prudente. De aquí puede surgir un emprendimiento para aquellos emprendedores que deseen invertir en un pub por la tarde en la ciudad de Tarija ya que un plan de esta índole no existe.

En este plan de negocios se determinó las variantes que afectan en la oferta y la demanda en el mercado de la diversión y fiestas, que es donde nos pretendemos enfocar a lo largo del desarrollo del proyecto. A través del mismo buscamos los procedimientos necesarios para llegar a identificar los factores positivos y negativos que se presenten en la ejecución de la investigación.

La idea del proyecto surgió debido a la inexistencia de locales que presten servicios de entretenimiento y diversión en horas de la tarde, en la modalidad de pub, tanto para personas que residen en el lugar como también para aquellas que visitan la región, que busquen un lugar donde compartir con los amigos, tragos, picadas, juegos de mesa, buena atención, rapidez, higiene y un escenario con música en vivo, donde las bandas puedan demostrar sus talentos al estilo de música Rock, siempre y cuando exista la restricción de ingreso a menores de edad, para que exista un ambiente confortable, ameno y agradable

para aquellas personas que tienen una larga semana laboral y esperan el fin de semana para desestresarse y por ende pasarla bien con amigos o compañeros de trabajo.

Para la elaboración del plan de negocios se realizó:

- Un trabajo de campo (marco práctico) donde mediante investigaciones se recolectó y analizó toda la información necesaria para conocer las características del mercado y del entorno del negocio planteado.
- También se realizó un análisis financiero a través de los indicadores financieros VAN y TIR, estado de resultados, flujos de caja para ver la rentabilidad del negocio.

La juventud tarijeña y turistas buscan un lugar donde distraerse para poder compartir con los amigos. Debido a la inexistencia de un lugar o un pub que atienda desde horas de la tarde, vemos por conveniente realizar el presente plan de negocios pues con él se definirá la probabilidad de aceptación del mismo en nuestra ciudad y con ello se determinará la oportunidad de negocio que tiene el mismo.

Es cierto, que Tarija actualmente cuenta con locales o “boliches” que abren sus puertas en horas de la noche, recortando así la posibilidad de poder asistir a un local en horas de la tarde y evitar las salidas nocturnas y peligrosas, hoy en día los jóvenes se reúnen o se concentran en afueras de la ciudad para poder compartir, en movilidad o en motocicleta corriendo el riesgo de sufrir un accidente.

De acuerdo a las particularidades nombradas se determinó la siguiente formulación del problema:

¿De qué manera se podrá coadyuvar al entretenimiento y diversión de los jóvenes de manera controlada y segura en la ciudad de Tarija?

Se desarrolló un objetivo general del proyecto y como así también objetivos específicos.

Diseñar un plan de negocios para la implementación de un pub por la tarde en la ciudad de Tarija que permita identificar la viabilidad de mercado, Técnica y Financiera.

- Ψ Realizar una evaluación financiera a través de los indicadores económicos y financieros para ver la viabilidad de su implementación.
- Ψ Elaborar una estrategia de marketing para el emprendimiento.
- Ψ Realizar una investigación de mercados para identificar la aceptación del servicio.
- Ψ Analizar los negocios existentes en el mercado tarijeño, dirigidos a este segmento de mercado.

En el Capítulo I se desarrolló las características principales del negocio como ser el nombre. La consolidación jurídica de la empresa que se establece como una sociedad de responsabilidad limitada (SRL) debido al aporte que pueden hacer los socios ya sea en capital o patrimonio

Se definió nuestro negocio pub por la tarde "Déjavu" por lo cual consideramos tres factores:

1. Necesidades a satisfacer: ENTRETENIMIENTO Y DIVERSIÓN.
2. Nuestros clientes: ADOLESCENTES, JÓVENES Y ADULTOS.
3. Cómo satisfacer: JUEGOS DE MESA, MÚSICA EN VIVO, PINTADO DE CUADROS, BEBIDAS, PICADAS Y UN BUEN AMBIENTE.

Para el negocio se propuso la Visión:

"Ser la principal empresa del sector de esparcimiento y diversión en la ciudad de Tarija, reconocida por clientes regionales y turistas por brindar diferencia y seguridad, enfocándonos a la satisfacción plena de las necesidades y obtención de utilidades."

Misión:

"Brindar entretenimiento y diversión a nuestros clientes de manera única, caracterizándonos por atender en horas de la tarde ofreciendo espectáculos musicales en vivo, con atención personalizada y productos de primera calidad, generando un ambiente agradable y acogedor, manteniendo una buena reputación y responsabilidad con la sociedad."

El Objetivo General del Negocio es introducirnos en el sector del esparcimiento y diversión para lograr satisfacer las diferentes exigencias y expectativas de los consumidores, ofreciendo un servicio diferenciado, de calidad y seguridad a la ciudadanía Tarijeña, este objetivo será coadyuvado por los siguientes objetivos específicos:

- Ø Lograr la fidelidad de parte del cliente, a través de un servicio personalizado y de calidad.
- Ø Promover el desarrollo personal y profesional de los empleados, su motivación y adhesión hacia los fines organizacionales.
- Ø Mejorar la atención de los clientes, reduciendo los tiempos de espera en la tramitación y otorgamiento de beneficios.
- Ø Cautelar la equidad y exactitud jurídica en la aplicación de las disposiciones legales y reglamentarias que regulan las prestaciones del servicio a sus usuarios.

- Ø Cubrir el 20 % de la demanda actual en el primer año, de acuerdo al porcentaje de respuestas de la encuesta aplicada. Y un incremento del 5% para los 4 años posteriores.

En el capítulo II se hizo un estudio de mercado en cual se planteó el siguiente problema de investigación de mercados:

¿Cuáles son los factores relevantes de calidad que debe tomar en cuenta el emprendimiento para ofrecer un servicio eficiente y confortable de manera que satisfaga a los clientes?

Cuyo objetivo general es determinar qué aspectos tienen mayor repercusión en la población joven de la ciudad de Tarija a la hora de asistir a un pub.

Del mismo desarrollamos los siguientes objetivos específicos:

- Ü Describir la conducta de las personas respecto a sus gustos y preferencias al momento de escoger un pub.
- Ü Determinar la magnitud de asistencia de las personas a los pubs.
- Ü Realizar un análisis de la población joven de la ciudad de Tarija en cuanto al grado de aceptación y asistencia a un pub en horas de la tarde.
- Ü Estudiar los factores más importantes para la elaboración de una adecuada estrategia de publicidad.

La metodología utilizada fue el diseño exploratorio y descriptivo, del cual se aplicó la técnica del cuestionario y entrevistas a profundidad.

Se determinó el tamaño de muestra de acuerdo al muestreo aleatorio simple, del cual se obtuvo 382 encuestas, de un total de 165.818 de población que está entre 18 a 35 años en el área urbana de la ciudad de Tarija.

Los datos obtenidos fueron analizados y se llegó a las siguientes conclusiones:

- Un dato que demuestra la potencialidad de este tipo de negocio, es el referente al porcentaje de personas que frecuentan un Centro de Diversión o esparcimiento, se constató por medio de las encuestas que la mayoría de las personas asisten o asistieron a un Centro de Diversión o a un pub, por lo que se ratifica que la gente busca divertirse y salir del estrés rutinario.
- También podemos decir que la juventud en Tarija acostumbra a frecuentar o concurrir a pubs que existen en la ciudad en horas de la noche. Igualmente se puede percibir que los jóvenes destinan un alto presupuesto arriba de 50 Bs. para gastar en un pub lo que nos da una pauta para cuantificar los ingresos que percibiría nuestro negocio.
- Asimismo podemos concluir, que debido a la inexistencia de pubs que atiendan en horas de la tarde, la población encuestada estaría dispuesta a asistir a pub en la tarde, motivo por el cual consideramos una buena oportunidad para la apertura de un pub que atienda a desde las 16:00 Hrs.
- Tomando como referencia el tipo de bebidas que habitualmente consume, se verifica que mayor parte de la población encuestada prefiere tomar cerveza y caipiriña por lo que es primordial que se cuente con estos productos en cantidades mayores a comparación de las otras bebidas y una elaboración de una bebida distinta y agradable para el cliente.
- En relación a la promoción de los servicios se debe realizar de acuerdo a los medios de comunicación más visitados por la población encuestada son la televisión y el internet, punto importante para la realización de nuestras estrategias de marketing.

La demanda estimada fue calculada tomando en cuenta la demanda y la asistencia de la población a un pub, la misma se obtuvo de los dueños y administradores de los distintos pubs que existen en la ciudad, se consultó la cantidad aproximada de personas que asisten cada fin de semana a sus respectivos locales y de acuerdo a la información obtenida se estimó tener una demanda anual de:

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Demanda estimada	8970	9418	9888	10382	10901

La competencia fue analizada de acuerdo:

Al horario de atención: Candela

Por sus servicios similares: La bifurcada, Limbo Pub, Quilcax.

Como así también se consideró la competencia indirecta:

- Karaoke Unplugget
- Discoteca Bunker
- Discoteca Vértigo
- Discoteca Perros y Gatos

El capítulo III hace un plan de marketing donde se identificó al mercado objetivo que son hombres y mujeres, tanto jóvenes como adultos comprendidos entre las edades de 18 a 35 años, estudiantes universitarios, profesionales y no profesionales, tanto de clase media como clase alta que les gusta pasar momentos agradables, compartir con los amigos; y disfrutar de la música al estilo reggae, rock, country, etc.

Se desarrolló una estrategia de diferenciación para servicios, para ello se planteó una *oferta, entrega e imagen* diferenciadas y lo especificamos a continuación:

- § La *oferta* tratará de estar siempre satisfaciendo los gustos y preferencias de nuestros consumidores como así también innovando sus servicios, para los cuales se realizarán distintos eventos considerando otros atractivos fuera de la música en sí, como ser los juegos, pintado de cuadros en vivo , además de ello todos los fines de semana el cliente podrá contar con paquetes distintos del servicio, esto se refiere a que se agregará características secundarias al mismo, puesto que se realizarán entretenimientos diferentes cada fin de semana, como por ejemplo: Black and White, Day of beer, etc.
- § La empresa puede diferenciar su *entrega* del servicio de tres maneras, es decir, por medio de las personas, del entorno físico y de los procesos.
- § También se desarrollará una diferenciación de la *imagen*, de manera específica por medio de la marca que pueda llegar al mercado objetivo, pero es necesario hacer que la imagen de un centro de diversión de la tarde no sea visto por la sociedad como algo de mal aspecto sino más bien como algo para distraerse de manera divertida y moderna. Para lo cual se tendrá un derecho de admisión reservada y restricción a menores de edad.

Para el marketing mix se aplicó los cursos de acción nombrados a continuación:

PRODUCTO: Espectáculos en Vivo, Juegos de mesa y préstamo de Shishas.
Venta de cervezas, tragos preparados y picaditos.

PLAZA: Distribución corta: Empresa - cliente

PROMOCIÓN: Emisión de invitaciones exclusivas, Spot en «tops en la mira» y TVO., Pagina en el Facebook.

PRECIO: Precio en base a los costos- Precio orientados al mercado

En el capítulo IV se detalla la estructura formal del negocio se diseñó un organigrama con los siguientes puestos: gerente general (1), contador (1), relacionador público (1), jefe de operaciones (1), encargado de limpieza y cocina (1), cajero (1), seguridad (1), mesero (1), encargado de sonido (1), barman (1) y mesero (1).

En el capítulo V se presentalos productos ofertados son los siguientes

PICADITOS:Picadito“Dé javu”, Picadito Nuggets, Picadita Nacha.

BEBIDAS:Cerveza, Caipirinha, Trago de la casa: “Dé javu”, Tequila Jugos, Sodas.

Los servicios ofertados:

JUEGOS: Ludo, Jenga, UNO, Domino, Dardos.

MUSICA EN VIVO

PINTADO DE CUADROS EN VIVO

PRESTAMO DE SHISHAS

El Proceso de Producción de este servicio consiste en:

- S** La elección de los artistas, grupo y bandas Musicales.
- S** Elaboración de distintos eventos.
- S** Preparación de tragos.
- S** Elaboración de picadas.

El proceso de producción del servicio se realizará en horas de la mañana que consistirá en:

- S** Realizar el contacto con los proveedores y la compra de insumos.
- S** Limpieza del local y poner en condiciones la iluminación y sonido.

El Proceso de Producción se llevará a cabo en horas de la tarde:

- S** Cobro de entradas (para fechas especiales).
- S** Atención al cliente – Elaboración de picadas, tragos y juegos.
- S** Reproducción de pistas musicales antes de que toque la banda y mantener el orden por medio del personal de seguridad.

El área de recursos humanos es una de las áreas más importantes de la empresa en el capítulo VI se especifica los beneficios de todos los trabajadores, pues de los mismos depende el buen funcionamiento de la empresa, ya que el desarrollo eficiente de las funciones de cada uno de sus empleados contribuye al crecimiento de nuestro negocio a través del aporte de sus conocimientos y habilidades.

En esta área se desarrolló políticas, valores y principios, ya que una empresa que se encuentra en este sector, es importante que tenga responsabilidad con la sociedad.

La empresa tiene que seguir una serie de pasos para la contratación de su personal el cual se especifica a continuación:

Reclutamiento de personal: anuncios mediante letreros

Selección de personal: los currículos de los candidatos serán revisados.

Contratación: para la contratación del personal necesario de acuerdo ley general del trabajo

Capacitación y evaluación del desempeño

El pago de sueldos de acuerdo a los beneficios sociales que se debe percibir fue calculado de acuerdo a lo establecido por la ley general del trabajo.

Como toda empresa bien establecida debe seguir requisitos obligatorios en el registro como un nuevo negocio los 6 pasos importantes son:

1. Primero el registro de la empresa en la Cámara de Comercio.
2. Obtención del NIT, además determina el tipo de Impuesto que se tiene que pagar, como el IUE (25%) anualmente, IVA (13%) e IT (3%) mensualmente.
3. Padrón Municipal y Licencia de Funcionamiento.

4. Afiliación de la Empresa con sus respectivos trabajadores.
5. Registro de la Empresa y las personas que trabajan en ella.
6. Registro del Empleador.

En el capítulo VII se hace el análisis financiero que es uno de los más importantes para un plan de negocios, primeramente definimos nuestro objetivo general que es analizar económicamente las entradas y egresos, como así también utilidades de nuestro negocio a través de los indicadores financieros VAN y TIR, estado de resultados, flujos de caja: financiero y económico.

Cuantificamos los recursos financieros requeridos en el plan de negocio. En tres grandes rubros:

- ***Inversiones fijas:*** Son todas aquellas inversiones que se realizarán en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto.
- ***Inversión diferida e inversión previa al funcionamiento:*** son inversiones que se realizarán sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Capital de trabajo: Constituye el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados, es decir que se refiere a la liquidez monetaria que se destinará para comenzar a producir las primeras unidades de productos o servicios, se utiliza (egreso) en el “año cero” y se recupera (ingreso) en el “último año” de la vida útil del proyecto

El plan de inversión resume la totalidad de la inversión que incluye inversión diferida, inversión fija y capital de trabajo, para que el proyecto pueda funcionar de la manera más satisfactoria posible.

PLAN DE INVERSIÓN (En Bs)

CUENTA	PERIODO (años)					
ITEM/AÑO	0	1	2	3	4	5
INVERSIÓN DIFERIDA	11020					
Gastos de organización	2020					
capacitación de personal	2000					
Instalación de letrero distintivo	7000					
INVERSIONES FIJAS	67474					
Construcción (para funcionamiento)	8254					
Equipo de amplificación. (Sonido)	4030					
Implementos de Bar	21247					
Seguridad	700					
Sala (Muebles)	27090					
Boletería- Cajeros	6017					
Mantenimiento y Limpieza	136					
CAPITAL DE TRABAJO	144996					
TOTAL PLAN DE INVERISON	223490					

Fuente: elaboración propia

El financiamiento bancario que se considero para el proyecto es de un 30% y 70% del resto de la inversión será cubierto por el aporte propio.El total de la inversión haciende a 223490 Bs. El servicio a la deuda del interés es de 19%.

Con los insumos elaborados tanto de ingresos como de egresos (costos), se procedió a elaborar el flujo de caja, como se puede apreciar desde el año 1 los ingresos superan a los egresos con lo que se tiene utilidades positivas, como se puede ver en la siguiente tabla de flujo de caja:

**Tabla N°48
FLUJO DE CAJA**

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. Total de ingresos efectivos:		523776	550835	572217	627962	821971
Ventas		523776	550835	572217	627962	662943
Valor Residual						14032
Capital de Trabajo						144996
B. Total de egresos efectivos:	223490	435434,4	451097,8	464340,4	478080,1	492339,98
a) Inversión Total:	223490					
.Inversión Fija	67474					
.Inversión Diferida	11020					
.Capital de Trabajo	144996					
b). Costo Total Efectivo Prod:		435434,4	451097,8	464340,4	478080,1	492339,98
b.1).Costos de Producción		231877	243909,2	253446,1	263406,7	273811,78
.Costos directos		220823	232634,5	241945,6	251676,2	261846,48
.Costos indirectos		11054	11274,7	11500,5	11730,5	11965,3
b.2).Costos de Operación		181628,8	185260,8	188966,5	192745,7	196600,4
.Gastos de Administración		66066,8	67388	68735,9	70110,6	71512,8
.Gastos de Marketing y comercialización		115562	117872,8	120230,6	122635,1	125087,6
b.3). Amortización		9188,8	10934,7	13012,3	15484,6	18426,7
b.4).Intereses		12738,9	10993,1	8915,5	6443,1	3501,1
Utilidad antes del impuesto		88341,6	99737,2	107876,6	149881,9	329631,02
c). Impuestos nacionales:		14134,65	15957,95	17260,25	23981,10	52740,96
.Pago de I.V.A		11484,40	12965,83	14023,96	19484,64	42852,03
.I.T.		2650,24	2992,12	3236,29	4496,45	9888,93
Utilidad después de impuestos		74206,94	83779,24	90616,34	125900,79	276890,05
Base imponible: I.U.E.(25%)		18551,73	20944,81	22654,09	31475,19	69222,51
TOTAL FLUJO DE CAJA (A-B)	-223490	55655,20	62834,43	67962,25	94425,59	207667,54

Para la evaluación financiera se considera y se obtiene los indicadores financieros: el valor actual neto y la tasa interna de retorno.

FLUJO FINANCIERO	
Tasa de Actualización	9%
VAN	Bs. 123.668,57
TIR	25%

FLUJO ECONOMICO	
Tasa de Actualización	9%
VAN	Bs. 180.565,66
TIR	32%

El resultado obtenido del VAN es Bs. 123 668,57 que es mayor a cero, se puede decir que se acepta el emprendimiento ya que es un proyecto económicamente rentable permitiendo recuperar la inversión en un determinado tiempo debido a que es expresada en términos monetarios

Evaluando el proyecto a través de la Tasa Interna de Retorno (TIR), también nos muestra que este alcanza a 25% en el flujo económico y la TIR en el flujo financiero es igual a 32%. Que en ambos casos es mayor al «costo de oportunidad»ⁱ, que en este caso sería, el poner en el banco el dinero a un depósito a plazo fijo, se obtendría una tasa de interés del 9%.

ⁱ