

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II - ADM 599
PROYECTO DE GRADO



DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA DEPORTISTAS DE LA CIUDAD DE TARIJA, CONSISTENTE EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN “CENTRO INTEGRAL DEL DEPORTISTA” LA CUAL SEA SUSTENTABLE A TRAVÉS DEL ESTUDIO DE LAS ÁREAS FUNCIONALES

POSTULANTE: ANDREA CAMACHO ROMERO

DOCENTE GUÍA: LIC. ROXANA ALEMAN CASTILLO

Trabajo de Profesionalización presentado a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

ABRIL 2023

TARIJA – BOLIVIA

Dedicatoria:

El presente trabajo está dedicado a mi hijo, a Dios, por ser mis impulsores de vida y estuvieron en todo mi camino para logran alcanzar mi meta profesional.

INDICE

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1. Antecedentes.....	1
2. Justificación.....	2
3. Problemática.....	3
3.1. Identificación del problema.....	3
3.2. Análisis e identificación del mercado potencial.....	4
3.3. Descripción de la idea de negocio.	4
3.4. Identificación de necesidades insatisfechas.....	5
3.5. Oportunidades de negocio.....	5
4. Objetivos de investigación.....	6
4.1. Objetivo general.....	6
4.2. Objetivos específicos.....	6
5. Técnicas y metodología de la investigación.....	6
5.1. Tipo de investigación.....	7
5.2. Métodos de investigación.....	7
5.3. Determinación de la población sujeta a estudio.....	8
6. Delimitación de la investigación.....	10
6.1. Delimitación teórica.....	10
6.2. Delimitación temporal.....	10
6.3. Delimitación espacial.....	10

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL CONTEXTO

2.1. Análisis del macroentorno.....	11
2.1.1. Entorno político – legal.....	11
2.1.2. Entorno económico.....	14
2.1.3. Entorno sociocultural.....	18
2.1.4. Entorno tecnológico.....	21
2.1.5. Entorno ecológico – ambiental.....	23
2.2. Análisis del microentorno.....	25

2.2.1. Proveedores.....	25
2.2.2. Clientes.....	27
2.2.3. Competidores.....	29
2.2.4. Servicios sustitutos.....	30
2.2.5. Nuevos competidores.....	31
2.3. Síntesis de las oportunidades y riesgos identificados en el análisis de contexto.....	32

CAPÍTULO III

PLAN DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1. Investigación de mercados.....	35
3.1.1. Planteamiento del problema de investigación de mercados.....	35
3.1.2. Problema de decisión gerencial.....	36
3.1.3. Formulación del problema de investigación.....	36
3.1.4. Preguntas de investigación de mercados.....	37
3.1.5. Objetivos de la investigación de mercados.....	37
3.1.6. Determinación del tamaño de la muestra.....	37
3.1.7. Diseño de la encuesta.....	39
3.1.8. Presentación y análisis de resultados.....	39
3.1.10. Proyección de la demanda.....	56
3.1.11. Conclusiones de la investigación de mercados.....	57
3.2. Plan de marketing.....	58
3.2.1. Objetivos del plan de marketing.....	58
3.2.2. Marketing estratégico.....	59
3.2.3. Marketing mix.....	62
3.2.4. Presupuesto del plan de marketing.....	69

CAPÍTULO IV

PLAN OPERACIONAL

4.1. Objetivos del plan operacional.....	71
4.1.1. Objetivo general.....	71
4.1.2. Objetivos específicos.....	71
4.2. Descripción del servicio.....	72

4.2.1. Descripción de los servicios ofertados en el Centro Integral del Deportista.....	72
4.3. Proceso de prestación de servicio.....	73
4.3.1. Descripción de proceso de prestación del servicio.....	73
4.3.2. Flujograma del proceso.	74
4.4. Equipos y materiales.....	76
4.5. Capacidad para brindar el servicio.....	79
4.6. Costo de producción (Para brindar el servicio).....	81
4.7. Localización de la empresa.....	82
4.8. Diseño de distribución del Centro Integral del Deportista.....	83
4.9. Costo de muebles y enseres, materiales, equipos.....	85
4.10. Costos del plan operacional.....	85

CAPÍTULO V

PLAN ORGANIZACIONAL

5.1. Objetivos.....	87
5.1.1. Objetivo general.....	87
5.1.2. Objetivos específicos.....	87
5.2. Marco estratégico de funcionamiento de la empresa.....	87
5.2.1. Misión.....	88
5.2.2. Visión.....	88
5.2.3. Valores.....	88
5.2.4. Objetivo general de la empresa.....	88
5.2.5. Objetivos específicos.....	88
5.3. Estructura organizacional de la empresa.....	88
5.4. Manual de funciones de los puestos de trabajo.....	89
5.5. Aspectos legales de la constitución de la empresa.....	94
5.5.1. Razón social.....	95
5.5.2. Figura jurídica.....	95
5.5.3. Obligaciones fiscales y reglamentarias.....	95
5.6. Presupuesto del plan organizacional.....	100

CAPÍTULO VI

PLAN FINANCIERO

6.1. Objetivos del plan financiero.	102
6.1.1. Objetivo general.	102
6.1.2. Objetivos específicos.	102
6.2. Capital de inversión.	103
6.2.1. Inversión de activos fijos.	103
6.2.2. Inversión de activos diferidos.	103
6.2.3. Inversión de capital de trabajo.	104
6.2.4. Inversión total requerida.	107
6.2.5. Depreciación de activos fijos.	107
6.3. Estructura de inversión y financiamiento.	108
6.3.1. Fuentes de financiamientos.	109
6.3.2. Amortización del crédito.	109
6.4. Estructura de costos.	109
6.4.1. Costos fijos.	110
6.4.2. Costos variables.	110
6.5. Determinación del precio de venta.	111
6.6. Balance general.	112
6.7. Flujo de caja.	112
6.8. Indicadores de evaluación.	113
6.8.1. Costo de capital promedio ponderado (CCPP).	114
6.8.2. Valor actual neto (VAN).	114
6.8.3. La tasa interna de retorno (TIR).	115
6.8.4. Beneficio – costo (B/C).	115
6.8.5. El periodo de recuperación de la inversión (PRI).	115
6.8.6. Determinación del punto de equilibrio.	116
Conclusiones.	118
Recomendaciones.	120
Bibliografía.	122
Webgrafía.	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población del departamento de Tarija entre los rangos de edad.....	8
Tabla 2 Población de la ciudad de Tarija entre los rangos de edad.....	9
Tabla 3 Número de habitantes deportistas de la ciudad de Tarija.....	9
Tabla 4 Entorno Político - Legal.....	14
Tabla 5 Producto Interno Bruto (Millones).....	15
Tabla 6 Producto Interno Bruto Per cápita (Millones).....	16
Tabla 7 PIB Per cápita promedio de comparación (En dólares).....	17
Tabla 8 Entorno Económico.....	18
Tabla 9 Entorno Sociocultural.....	21
Tabla 10 Entorno Tecnológico.....	23
Tabla 11 Entorno Ecológico - Ambiental.....	25
Tabla 12 Proveedores.....	27
Tabla 13 Clientes.....	28
Tabla 14 Competidores.....	30
Tabla 15 Servicios sustitutos.....	31
Tabla 16 Nuevos competidores.....	32
Tabla 17 Proyección de la demanda para la idea de negocio.....	57
Tabla 18 Segmentación de mercado.....	59
Tabla 19 Presupuesto del plan de marketing.....	69
Tabla 20 Equipo y maquinaria (Expresado en bolivianos).....	76
Tabla 21 Muebles y enseres (Expresado en bolivianos).....	77
Tabla 22 Materiales de trabajo (Expresado en bolivianos).....	78
Tabla 23 Materiales de limpieza (Expresado en bolivianos).....	79
Tabla 24 Capacidad para brindar el servicio.....	81
Tabla 25 Costos Indirectos de Fabricación.....	81
Tabla 26 Mano de Obra Directa.....	82
Tabla 27 Resumen de costos de requerimientos para brindar el servicio.....	85
Tabla 28 Presupuesto del plan operacional.....	85
Tabla 29 Manual de funciones del gerente (Propietario).....	90
Tabla 30 Manual de funciones del contador.....	91
Tabla 31 Manual de funciones de recepción atención al cliente.....	92
Tabla 32 Manual de funciones del nutricionista.....	93
Tabla 33 Manual de funciones del entrenador personal.....	94
Tabla 34 Presupuesto del Plan Organizacional.....	100
Tabla 35 Inversión de Activos Fijos.....	103
Tabla 36 Inversión de Activos Diferidos.....	104
Tabla 37 Planilla de Sueldos y Salarios mensual (Descuentos de aportes laborales).....	1
Tabla 38 Pago de Planilla de Sueldos y Salarios (Descuentos de aportes patronales).....	1
Tabla 39 Requerimientos para el capital de trabajo.....	106
Tabla 40 Total, inversión de capital de trabajo.....	106
Tabla 41 Inversión total requerida.....	107
Tabla 42 Depreciación de activos fijos.....	108

Tabla 43 Estructura de inversión.	108
Tabla 44 Amortización del crédito	109
Tabla 45 Costos fijos	110
Tabla 46 Precio con y sin factura	111
Tabla 47 Balance de apertura	112
Tabla 48 Flujo de caja del Centro Integral del Deportista	113
Tabla 49 Periodo de recuperación de la inversión	115
Tabla 50 Pregunta N° 1 de la encuesta	131
Tabla 51 Pregunta N° 2 de la encuesta	131
Tabla 52 Pregunta N° 3 de la encuesta	132
Tabla 53 Pregunta N° 4 de la encuesta	132
Tabla 54 Pregunta N° 5 de la encuesta	132
Tabla 55 Pregunta N° 6 de la encuesta	133
Tabla 56 Pregunta N° 7 de la encuesta	133
Tabla 57 Pregunta N° 8 de la encuesta	134
Tabla 58 Respuestas de la pregunta N° 9 de la encuesta	134
Tabla 59 Pregunta N° 10 de la encuesta	134
Tabla 60 Pregunta N° 11 de la encuesta	135
Tabla 61 Pregunta N° 12 de la encuesta	135
Tabla 62 Pregunta N° 13 de la encuesta	135
Tabla 63 Pregunta N° 14 de la encuesta	136
Tabla 64 Pregunta N° 15 de la encuesta	136
Tabla 65 Pregunta N° 16 de la encuesta	136
Tabla 66 Pregunta N° 17 de la encuesta	137

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Disposición a adquirir el servicio de asesoramiento.	38
Gráfico 2 Adquisición de un servicio de Asesoramiento con enfoque en nutrición y deporte.	40
Gráfico 3 Formas de adquisición del servicio.	41
Gráfico 4 Motivos para la adquisición del servicio	42
Gráfico 5. Tipos de servicios de adquisición del servicio en relación al deporte y nutrición	43
Gráfico 6 Satisfacción sobre la adquisición del servicio brindado	44
Gráfico 7 Calificación de interés del servicio de Asesoramiento Nutricional y Deportivo	45
Gráfico 8 Medios para obtener más información sobre el servicio	46
Gráfico 9 Tipos de red social con mayor frecuencia de uso	47
Gráfico 10 Tipo de deportes que practica	48
Gráfico 11 Consideración sobre si es o no necesario un asesoramiento en relación a nutrición y deporte.....	49
Gráfico 12 Conocimiento sobre empresas dedicadas al asesoramiento en relación a nutrición y deporte.....	50
Gráfico 13 Ocasiones de adquisición del servicio de asesoramiento.....	51
Gráfico 14 Adquisición de los tipos de servicio ofrecidos en el Centro Integral del Deportista ...	52
Gráfico 15 Frecuencia de uso sobre el servicio.....	53
Gráfico 16 Interés sobre la adquisición del servicio en el Centro Integral del Deportista	54
Gráfico 17 Genero	55
Gráfico 18 Edad	56
Gráfico 19. Logotipo de la empresa.....	61
Gráfico 20 Plaza o canales de distribución de la empresa.....	63
Gráfico 21. Poster publicitario.....	64
Gráfico 22. Letrero principal.....	65
Gráfico 23. Página de Facebook	67
Gráfico 24. Número de Whatsapp	68
Gráfico 25 FLUJOGRAMA DE PROCESOS	75
Gráfico 26 Organigrama de NUTRIDEP.....	89