

UNIVERSIDAD AUTONOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACION – GRUPO 2
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS.



**EMPRENDIMIENTO DE CREACIÓN DE UN HOTEL LOGDE EN LA
COMUNIDAD DE SAN ANDRES DE LA PROVINCIA CERCADO**

POR: JARAMILLO MAMANI JHEISON LORENZO

DOCENTE GUIA:

LIC. IMER ADIN COLQUE ALANOCA.

Perfil de trabajo presentado a consideración de la Dirección de Administración aplicada de la carrera de Administración de Empresas, como requisito para la asignación de tribunales

TARIJA – BOLIVIA

VºBº

MSc.Lic. Imer Adín Colque Alanoca

PROFESOR GUÍA

MSc. Lic. Anselmo Rodríguez Ortega
Vargas

**DECANO DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS ECONOMICAS
Y FINANCIERAS
Y FINANCIERAS**

Msc. Lic. Victor

**VICEDECANO
FACULTAD DE
ECONOMICAS
FINANCIERAS**

Msc. Lic. Victor Jhon Vaca Jerez

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

APROBADO POR:

TRIBUNAL:

Lic. Rodriguez Ortiz Franz

Lic. Rivas Pacheo Jorge Alberto

NOTA

El tribunal calificador del presente trabajo, no se responsabiliza con la firma técnica, modos y expresiones vertidas en el trabajo, siendo únicamente la de los presentes autores.

DEDICATORIA

A mi familia que me estuvo apoyando todo este tiempo dándome fortaleza para terminar este proyecto de investigación; por su ayuda constante y cooperación en los momentos más difíciles.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por brindarme salud, sabiduría para culminar esta etapa de mi vida. A nuestros docentes por las enseñanzas que nos impartieron a lo largo de los años de estudio. A mis padres y hermano por el apoyo.

PENSAMIENTO

Si no puedes volar, corre, si no puedes correr, camina, si no puedes caminar, gatea. Sin importar lo que hagas sigue avanzando hacia adelante.

Martin Luther King Jr.

Contenido

1. PERFIL	16
I.1. TITULO.....	16
1.2. NOMBRE.....	16
1.3. LUGAR DONDE SE VA A DESARROLLAR EL EMPRENDIMIENTO ..	16
1.4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	17
1.4.1. ANTECEDENTES	17
1.4.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
1.4.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.4.4. MARCO TEORICO.....	20
1.4.5. JUSTIFICACION	30
1.5. OBJETIVOS.....	32
1.6. METODOLOGÍA	32
1.6.1. HIPÓTESIS	33
1.6.2. VARIABLES E INDICADORES DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
1.6.3. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	34
1.6.4. MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
1.6.5. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	34
1.6.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS ..	35
II. ANALISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO	37
2.1. ANALISIS DEL CONTEXTO.....	37
2.1. ANALISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO.....	37
2.1.1.1. ENTORNO POLITICO LEGAL	37
2.1.1.2. ENTORNO ECONOMICO	38

2.1.1.3. ENTORNO SOCIAL.....	42
2.1.1.4. ENTORNO TECNOLÓGICO	47
2.1.1.5. ENTORNO AMBIENTAL.....	48
2.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO	49
2.1.2.1. Consumidores.....	49
2.1.2.2. Competidores actuales.....	50
2.1.2.3. Competidores potenciales.....	50
2.1.2.4. Intermediarios.....	51
2.1.2.5. Productos sustitutos.....	51
2.1.2.6. Productos complementarios.....	51
2.1.2.7. Proveedores	51
2.1.2.8. Investigación de mercado.....	52
Presentación y Análisis de resultados	54
3.4.1. Análisis para el servicio a ofrecer.....	68
3.4.2. Del precio	69
3.6. DEMANDA	69
3.7. OFERTA	72
FODA DEL SECTOR HOTELERO.....	74
2.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO	76
2.2.1. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O IDEA DE NEGOCIO	76
2.2.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	76
2.2.2.1. Nombre de la empresa.....	76
2.2.2.2 Tipo de la empresa.....	77
2.2.2.3. Ubicación y tamaño	79

2.2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL	79
2.2.3.1. Visión, Misión y Valores de la empresa	79
2.2.3.2. Objetivos Estratégicos de la empresa.....	80
2.2.3.3. Ventajas Competitivas.....	81
III. PLAN DE MARKETING	84
3.1. FUNCIÓN DEL MARKETING	84
3.1.1. Objetivos de marketing.....	84
3.1.2. Segmento de Mercado	85
3.1.3. Marketing Mix	86
3.1.4. Estrategias de Posicionamiento	88
3.1.5. Marketing electrónico	89
3.1.6. Estrategia de Promoción de ventas	89
3.1.7. Estrategias de Marketing ecológico y social.....	90
IV. SERVUCCION (PRODUCCION)	92
El cliente.....	92
El soporte físico	92
El personal de contacto.....	93
Sistema de organización interna.....	93
Los demás clientes.....	93
4.1. DESCRIPCION DEL PROCESO DE SERVUCCION.....	93
4.2. Diagrama de flujo de proceso.....	95
4.3. EQUIPAMIENTO PARA EL HOTEL.....	96
4.4. MATERIA PRIMA	98
4.5. CAPACIDAD INSTALADA	100

4.6. MANO DE OTRA REQUERIDA.....	101
V. PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS.....	103
5.1. INTRODUCCIÓN	103
5.2. OBJETIVOS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS	104
5.3. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS	104
5.3.1. Estructura Organizacional	108
5.3.2. Descripción de Puestos o Manual de Funciones.	109
5.3.3. Proceso de Integración del Personal.....	120
5.4. ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS.....	122
5.5. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACION.....	123
5.5.1. Alcaldía Municipal	123
5.5.2. Servicio de Impuestos Nacionales	124
5.5.3. Fundempresa.	125
5.5.4. Administradora de Fondo de Pensiones.....	125
5.5.5. Ministerio de Trabajo	126
5.5.6. Caja Nacional de Salud.....	127
5.5.7. Otros	130
Presupuesto de Gastos de Organización.....	Error! Bookmark not defined.
VI. PLAN FINANCIERO.....	133
VI. PLAN FINANCIERO.....	133
6.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA.....	133
6.2. SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA.....	133
6.3. INGENIERÍA FINANCIERA.....	134
6.3.1. Estructura de capital de trabajo	134

6.3.2. Requerimiento de Activos Fijos e Intangibles	135
6.3.3. Estructura de Inversiones.....	137
6.3.4. Balance de Apertura.....	138
6.3.5. Estructura de Inversión y Financiamiento.....	139
6.3.6. Flujos de Caja	141
PLAN DE IMPLANTACIÓN Y PLAN DE CONTINGENCIA	142
ANÁLISIS DEL PLAN FINANCIERO	143
VII. CONCLUSIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	150
VIII. RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	152
IX. CRONOGRAMA DE GANTT	163
X. PRESUPUESTO.....	153
XI. BIBLIOGRAFÍA	154
ANEXOS	155

