

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

El plan de negocios es una herramienta que nos ayuda a describir y gestionar una idea de negocio, con el fin de poder llevarlo a cabo a través de alternativas estratégicas y así determinar su viabilidad.

Como podemos apreciar desde la prehistoria, el hombre ha tenido la necesidad de desplazarse a diferentes destinos y con diferentes fines ya sean comerciales, personales, por vacaciones, por descanso, por intercambio, por lo que surge la necesidad de alojarse en diversos puntos geográficos, sean estos dentro o fuera de la ciudad y cualquiera que sea el motivo; las personas lo que buscan es que su estancia en ese lugar sea placentera es por esto que es importante brindar un servicio de hospedaje de alta calidad.

Es por eso que podemos decir que en la ciudad de Tarija son muchos los lugares que se dedican a ofrecer un servicio de hotelería a los visitantes, pero es de aquí de donde nace esta inquietud; de crear un plan de negocios el cual consiste en la creación de un hotel que ofrezca al público un lugar donde no solo puedan ir a hospedarse, sino además de eso a disfrutar de espacios en donde se pueda degustar las distintas comidas y bebidas propias del lugar, un lugar en donde también se pueda juntar las costumbres, el arte, la cultura, tradiciones, la música, los buenos momentos ya sean de risas o de llantos, momentos de paz y tranquilidad.

La población tarijeña ve al sector hotelero como una nueva forma de desarrollo, después de considerar que no se aprovechó la bonanza del gas y no se pudo resolver la falta de empleo y más aun con la llegada del Covid -19 que dejo a muchas personas sin ingresos para sus hogares.

Por tal razón este hotel se presenta como una alternativa distinta, en establecimientos de hospedaje, una opción diferente que busca darle al huésped la sensación de sentirse en la chura Tarija, es un hotel hecho para aquellas personas que la visitan por primera vez y aparte de buscar comodidad y tranquilidad, se les facilite el hecho de conocer ciertas costumbres y tradiciones de nuestra ciudad como poder degustar de un rico Buffet Criollo, apreciar ciertas artesanías y en fechas especiales gozar de su música chapaca tradicional.

La hotelería ha frenado su crecimiento debido a la situación mundial que estamos atravesando, pero podemos decir que sigue siendo uno de los principales negocios para todas las ciudades; ya que va de la mano con el turismo que es considerado una actividad multisectorial porque requiere de diversas áreas productivas como pueden ser la construcción, fabricantes y proveedores de artículos de limpieza, y sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas.

En Tarija nos podemos encontrar con hoteles de todo tipo: desde los más modestos hasta hoteles de lujo, y podemos ver que la mayoría se clasifican de 2 a 3.5 estrellas aunque la clasificación empiece desde una estrella, el tipo de hotel que nos proponemos crear es el hotel de ciudad o urbano y una vez establecido y cumpliendo con los requisitos el objetivo con el tiempo será llegar a ser un hotel de 3.5 o más estrellas.

Por eso consideramos que es muy importante realizar un plan de negocio para plasmar apropiadamente el nuevo emprendimiento, reuniendo la suficiente y adecuada información para evaluar dicho negocio y así definir las variables involucradas de proyecto, decidiendo la asignación óptima de recursos para ponerlo en práctica.

JUSTIFICACIÓN

Justificación Teórica

Para llevar a cabo este trabajo de investigación, se aplicarán muchas de las teorías administrativas que aprendimos durante los cinco años, como ser un estudio de mercados, aplicaciones, proyecciones, uso de indicadores financieros como la tasa interna de retorno TIR, valor actual neto VAN, flujo de caja, etc.

También es necesario realizar un estudio utilizando el método cuantitativo-cualitativo porque a partir de la información recolectada se analizará la característica que tiene el proyecto para su creación partiendo de los elementos fundamentales para obtener los conocimientos necesarios de nuestro interés.

Justificación Práctica

El presente proyecto creará un plan de negocio a través de un hotel con enfoque en las costumbres y tradiciones tarijeñas; mediante la realización del proyecto podríamos atender diferentes necesidades que no están siendo atendidas, cumplidas o satisfechas, por las actuales que ofrece nuestro hotel, y a su vez capturar un segmento de mercado de visitantes que pasan por la ciudad de Tarija y están interesados en poder disfrutar de su cultura.

Justificación Social

Este emprendimiento brindara distintos aportes a la sociedad tarijeña: dando en primer lugar oportunidades de empleo; contribuirán a la recuperación de costumbres y tradiciones del departamento tomando en cuenta las medidas sanitarias necesarias para cuidar la salud y finalmente el hotel está pensado en aquellos turistas que vienen por vacaciones, en busca de recreación, de conocer nuevos lugares, costumbres, visita a familiares y amigos, seminarios y congresos, etc. enfocándonos en las necesidades reales que tienen los turistas en el momento de optar por un establecimiento de hospedaje.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Identificación del Problema

De acuerdo a la información obtenida del sondeo de opinión, se pudo identificar algunos puntos importantes relacionados con la aceptación de la creación de un hotel enfocado en las costumbres y tradiciones tarijeñas. (Ver anexo N° 1)

- La mayoría de los entrevistados (74 % de las 50 personas entrevistadas) dijeron que sí se hospedarían en un hotel en el que se destaquen las costumbres y tradiciones tarijeñas.
- Los entrevistados confirmaron que buscan algo diferente como ser el consumir comida típica de la región y de la campiña tarijeña, especialmente un Buffet Criollo, distintas artesanías que nos representan en los hoteles al momento de hospedarse.
- Los atributos que valoran los entrevistados al momento de alojarse son: comida tradicional y artesanía tarijeña.

Definición del Problema

La aceptación de la creación de un hotel enfocado en las costumbres y tradiciones tarijeñas está relacionada con la falta de opciones, debido a que los visitantes buscan algo diferente al momento de hospedarse.

Formulación del Problema

¿Es viable y factible la creación de un hotel en la Ciudad de Tarija, que rescate, valore y difunda las costumbres y tradiciones más importantes del Departamento?

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Determinar la aceptación, viabilidad técnica y económica, para la apertura de un hotel con enfoque en las costumbres y tradiciones tarijeñas.

Objetivos Específicos

- Analizar el contexto macro y micro del entorno considerando los métodos de análisis PESTA y las cinco fuerzas de Porter.
- Desarrollar una investigación de mercados para determinar el mercado objetivo, la aceptación del servicio y las características relevantes que permitirán llevar a cabo un desarrollo del trabajo de investigación más fructífero.
- Desarrollar un plan de marketing para lograr formular estrategias, las cuales impacten a la población tarijeña con el respectivo servicio.
- Desarrollar un plan operacional para determinar la capacidad productiva y el proceso del servicio a ofrecer.
- Desarrollar un plan organizacional y de recursos humanos para lograr estructurar las bases administrativas, su manera de funcionamiento y la forma de trabajo del personal.
- Desarrollar un análisis financiero para determinar la factibilidad económica del emprendimiento propuesto.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo se utilizará los siguientes métodos y técnicas de investigación:

Tipo de Investigación

La investigación que se realizará en el presente trabajo, será una investigación exploratoria de forma directa como el sondeo de opinión y la entrevista, para obtener información de los aspectos más importantes del mercado, facilitando la identificación del problema.

También se realizará una investigación descriptiva, mediante la aplicación del método de la observación y la encuesta personal o cuestionarios digitales, para describir las diferentes características y funciones del mercado.

Métodos o Técnicas

Los métodos o técnicas que se utilizarán para la investigación serán los siguientes:

- **Método de observación:** Se aplicará este método para identificar y estudiar las características y necesidades del mercado meta ya que se puede decir que este método es una inspección directa, por medio de los sentidos, de las cosas y de los hechos que se producen y presentan espontánea y naturalmente y también así determinar el nivel de posicionamiento que posee la competencia en el mercado actual.
- **Encuesta:** Se utilizará como método por ser el más objetivo y cuantificable para así obtener las percepciones, preferencias, expectativas e intenciones de compra de los clientes.
- **Cuestionarios digitales:** Se aplicará esta técnica perteneciente al método de la encuesta, con el objetivo de recopilar datos primarios y necesarios para el proyecto apoyándose con la tecnología que facilita la comunicación con los consumidores potenciales, debido a la pandemia mundial que se está viviendo.

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Geográfico

El presente plan de negocios se realizará en el país de Bolivia en el departamento de Tarija, en la provincia Cercado, tanto para la investigación, formulación y el desarrollo de dicho plan.

Teórico

En todo el desarrollo del plan de negocios se abordarán las cuatro áreas correspondientes a una empresa las cuales son el área de producción, marketing, recursos humanos y finanzas.

Temporal

El plan de negocios se dividirá en dos partes, al principio la realización del perfil que será desde el mes de febrero hasta el mes de junio del año 2021; posteriormente se hará la continuación del plan de negocios, que es la elaboración de todo el cuerpo del proyecto; lo que data un año de investigación y trabajo.

CAPÍTULO II

ANALISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO

2.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

2.1.1. Análisis del entorno mediato del negocio (PESTEL)

2.1.1.1. Político

En el aspecto político y legal, el presente plan de negocio debe considerar lo siguiente:

Código de Comercio (Ley 14379)- regula la actividad comercial en el país, estableciendo obligaciones y derechos. Establece los tipos de sociedades comerciales, así como sus características, denominación, capital social, su administración y atribuciones de la asamblea de socios.

Ley 843 (Ley Tributaria) En lo que respecta a la obligación impositiva, nuestro emprendimiento constituido como empresa privada debe tomar en cuenta lo siguiente:
Impuestos al valor agregado (IVA): con un alícuota del 13%, la cual se aplica al momento de emitir facturas por la venta de un producto.

Impuestos a las transacciones (IT): su alícuota es del 3%.

Impuestos sobre las utilidades de la empresa (IUE) con un alícuota del 25%.

Impuestos a las propiedades de inmuebles y vehículos motorizados: es de carácter anual cuyo pago está en función del valor monetario del inmueble y el vehículo.

Impuesto a las Transacciones (IT): Se retiene el 3 % del total de los ingresos generados por los servicios prestados

Régimen Complementario al Impuesto al Valor Agregado (RC-IVA): Este impuestos es gravado sobre los ingresos (sueldos) del personal y tiene una alícuota del 13%.

Impuestos sobre las Utilidades de las Empresas (IUE): Este impuesto recae sobre las utilidades de la empresa, su alícuota del 25% este pago se realizará a los 120 días calendario al cierre de gestión.

Retenciones (IUE-IT): Estas retenciones se realizarán por compras de bienes o servicios sin factura.

2.1.1.2. Económico

Según el Programa Fiscal- Financiero firmado por el Ministro de Economía y Finanzas Publicas y el presidente del BCB, se proyecta un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de alrededor del 4,4%, permitiendo generar un entorno de estabilidad macroeconómica en el país, de crecimiento económico y redistribución del ingreso, elementos que ha sido acordados por el Banco Central de Bolivia para mostrar que la economía está creciendo. Por su parte el Presidente Luis Arce Catacora destacó que “Lograr un crecimiento de 4,4% positivo en la gestión 2021 significa una recuperación muy rápida de la economía que está basada en la participación del Estado” ya que en el 2020 Bolivia registró una caída del PIB por la mala administración económica del país por el gobierno de transición, el PIB cayó a 11,1%. Mientras el Producto Interno Bruto (PIB) nominal de Tarija llegó a \$us2.485 millones en 2020, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), muy por encima de los \$us1.076 millones registrados en 2005. Este fuerte incremento del tamaño de la economía tarijeña fue resultado de la aplicación del Modelo Económico Social Comunitario Productivo (MESCP).

GRÁFICO N° 1:

Crecimiento Y Participación Del PIB Según Actividad Económica En La Ciudad De Tarija 2020

ACTIVIDAD ECONÓMICA	Crecimiento ⁽¹⁾	Participación ⁽²⁾
PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios de mercado)	-10,63	100,00
Derechos s/Importaciones, IVA nd, IT y otros Impuestos Indirectos	-13,82	24,33
PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios básicos)	-9,38	75,67
1. Agricultura, Silvicultura, Caza y Pesca	-1,43	8,59
2. Extracción de Minas y Canteras	-8,07	24,51
3. Industrias Manufactureras	-13,35	4,75
4. Electricidad, Gas y Agua	-4,19	1,03
5. Construcción	-28,81	3,21
6. Comercio	-5,44	3,90
7. Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	-21,49	5,20
8. Establecimientos Financieros, Seguros, Bienes Inmuebles y Servicios Prestados a las Empresas	-8,37	6,61
9. Servicios Comunales, Sociales, Personales y Domésticos	-20,90	1,46
10. Restaurantes y Hoteles	-21,21	1,18
11. Servicios de la Administración Pública	2,56	17,78
Servicios Bancarios Imputados	-1,33	-2,56

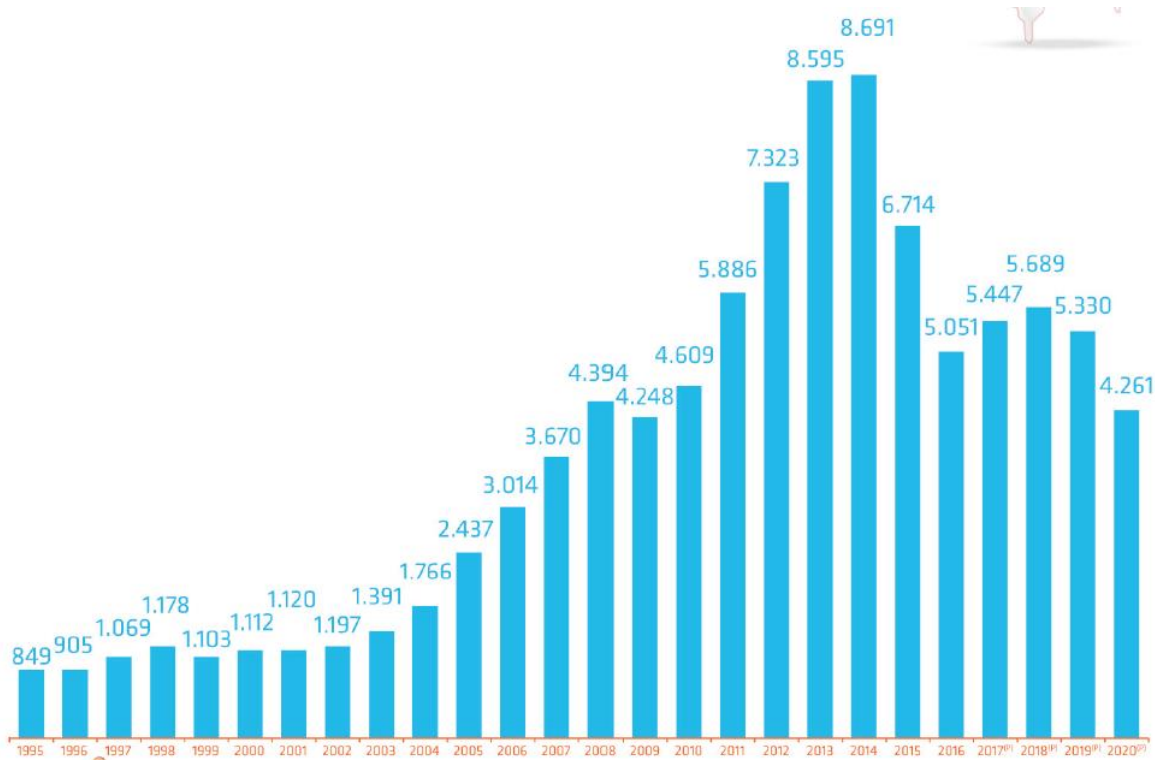

PIB NOMINAL
2.485 millones de dólares


Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

El PIB per cápita del departamento de Tarija se situó en \$Us 4.261 en 2020, revela el INE. Los picos más altos de este indicador se registraron en 2014 con \$Us 8.691 y en 2013 con \$Us 8.595. Estas cifras reflejan que el departamento generó cuantiosos recursos económicos por la exportación de gas natural a los mercados de Brasil y Argentina, por el desempeño de otras actividades económicas. Otro punto importante es que, del Presupuesto Municipal en la ciudad de Tarija del 2021, se priorizara la inversión en salud y educación, destinando un presupuesto para la educación que alcanza a Bs 138.061.644 millones representando el 13,17% del PMG.

GRÁFICO N° 2:

Producto Interno Bruto Per-Cápita



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

2.1.1.3. Social

Crecimiento de la población, el año 2020, Bolivia tenía un total de 11.677.406 habitantes, cantidad que ascendió a 11.842.000 habitantes en el año 2021, esto representa un crecimiento de 1,39% lo que equivale a 164.594 personas.

Con una población en constante crecimiento, Tarija ocupa el sexto lugar a nivel nacional en cuanto a la cantidad de habitantes para el año 2020 el Departamento tenía 583.300 habitantes, representando el 4,99% de la población nacional. Los procesos sociales que se han desarrollado últimamente en Tarija han establecido una fuerte crisis en los empleos debido a la llegada del Covid – 19 y tanto hombres como mujeres se han quedado sin ingresos para sus hogares.

Sin embargo, a pesar de tanto caos por el que estamos pasando, el Estado Plurinacional de Bolivia cuenta con instituciones que apoyan a los nuevos emprendimientos, como ser: el Banco Económico S.A., la Cámara Departamental de la Pequeña Industria y Artesanía, la Red Bolivia Emprendedora, el Centro de Emprendimiento UPSA, el Programa Incubando Emprendedores, La Incubadora de Empresas.

2.1.1.4. Tecnológico

En el aspecto tecnológico Bolivia está por debajo de varios países, pero no podemos negar que ha logrado grandes avances, como ser mejoras en los servicios de Internet, redes sociales las cuales ayudan a tener una comunicación rápida desde cualquier punto en el que se encuentre una persona, y aporta bastante al desarrollo económico del país.

Está previsto que la tecnología siga creciendo, aspecto que permitirá reducir la brecha digital y lograr un mejor y mayor acceso, alfabetización digital, empoderamiento de la sociedad civil, entre otras a nuestra población.

En la actualidad existen grandes avances tecnológicos, los cuales sirven de gran ayuda a los nuevos emprendimientos y empresas, porque generan más opciones y formas de dar a conocer un producto o servicio mediante páginas web y redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, que son las más utilizadas por las personas.

2.1.1.5. Ambiental

El contexto normativo ambiental está determinado por la Ley del Medio Ambiente que ha incorporado un conjunto de parámetros y regulaciones que permiten ajustarse a estas previsiones y de las cuales no está exento el turismo.

Todas las actividades, obras o proyectos turísticos en particular se hallan sujetos al cumplimiento de regulaciones como la ficha ambiental, el estudio de evaluación de impacto ambiental o los manifiestos ambientales, los planes y programas del sector turismo en cuanto a lo que se denomina estudio de evaluación de impacto ambiental estratégico.

En ese sentido, con el desarrollo de actividades turísticas en el hotel puede verse afectado el entorno, por lo que se debe tomar en cuenta las capacidades de carga en el medio natural, de tal manera que el turismo coadyuve el desarrollo del turismo sustentable.

2.1.1.6. Conclusiones

TABLA N° 1:

Análisis PESTA

FACTOR	DETALLE	IMPACTO
Político	Después de analizar este factor podemos decir que se demuestra que el entorno político-legal del país tiene puntos favorables (Promoción a las inversiones, protección a la propiedad intelectual) así como desfavorables (legislación tributaria, legislación laboral) para los nuevos emprendimientos.	Medio
Económico	Para este factor se toma en cuenta aspectos relevantes para el proyecto en cuestión, ya que al analizar de manera objetiva estos aspectos demuestran tanto ventajas como desventajas, es cierto que si hay un crecimiento en el país como dijo el presidente será favorable para todo tipo de emprendimiento, pero en caso de no ser así existe una amenaza considerable para las nuevas empresas.	Medio

Social	Los aspectos analizados para este factor muestran datos muy positivos para el emprendimiento ya que a pesar de la difícil situación por la que se está pasando del Covid – 19 que afecto en muchos aspectos, el Estado cuenta con instituciones que ayudan a los nuevos emprendimientos, dando más oportunidades de empleo.	Alto
Tecnológico	Con respecto al entorno tecnológico no existe gran impacto, pero los puntos analizados muestran datos positivos como ser el desarrollo tecnológico de los últimos años y el factor más relevante el cual es el impacto de las tecnologías de información que sustentan la implementación del servicio online, por lo tanto este factor es muy atractivo para el emprendimiento en cuestión.	Medio
Ambiental	El entorno ambiental es un factor que las empresas deben considerar en la actualidad, por ende se debe analizar los aspectos más relevantes sobre este, dicho análisis demostró que las actividades turísticas en el hotel pueden afectar al entorno pero para evitar esto se debe tomar las medidas de prevención necesarias para evitar que esto pase.	Bajo

Fuente: Elaboración propia.

2.1.2. Análisis del entorno inmediato del negocio (5 fuerzas de Porter)

2.1.2.1. Rivalidad entre competidores existentes

En la ciudad de Tarija aún no se tiene una empresa u hotel que ofrezca distintos servicios en un solo lugar, es decir, seríamos los primeros en el mercado Tarijeño.

Pero, por otra parte, se están abriendo nuevos hoteles en el mercado boliviano que ofrecen servicios parecidos a los que queremos ofrecer como ser: El Rancho Olivo – Hotel Boutique que se encuentra en Villa Montes provincia Gran Chaco y Hotel Ecológico Gota del Chaco que también se encuentra en Villa Montes provincia Gran Chaco.

Dichos hoteles ofrecen un lugar ambientado de acuerdo a sus costumbres, ofreciendo también distintos platos típicos de Villa Montes.

2.1.2.2. Amenaza de productos sustitutos

En Tarija existen hoteles que brindan servicios excelentes con respecto a hospedaje pero ninguno destaca el arte y las costumbres de Tarija, ninguno de ellos representa simbólicamente a nuestra ciudad. Y qué mejor que encontrar en un solo lugar un buen hospedaje, comida típica de la ciudad, distintas artesanías que nos representan; así que actualmente no existe un sustituto para este servicio.

2.1.2.3. Amenaza de nuevos competidores entrantes

No existen empresas que presten un servicio igual al del hotel como el que se pretende con este emprendimiento, cuando existe un servicio que goza de poca diferenciación, entonces la rivalidad aumenta.

El emprendimiento de este negocio es nuevo en la ciudad de Tarija, por lo tanto, no existen competidores que brinden un servicio de estas características, sin embargo, puede existir la posibilidad de que aparezcan nuevas empresas que se dediquen a prestar un servicio igual o parecido; porque existe una tendencia de copiar o mejorar los emprendimientos nuevos e innovadores que surgen en la actualidad, lo cual implica que siempre hay que estar preparados para las nuevas competencias que se presenten en el rubro.

2.1.2.4. Poder de negociación con los proveedores

Para este servicio se contará con proveedores específicos que se encuentren próximos a la empresa hotelera a fin de disminuir costos y ayudar de cierta manera a la economía de nuestra ciudad, o en algunos casos de otro de nuestros departamentos.

2.1.2.5. Poder de negociación con los clientes

El poder de negociación de los clientes se presenta en el entorno del mercado, cuando las personas que demandan el servicio ofrecido por una empresa, requieren que las empresas tengan mejores condiciones de calidad y de precio principalmente.

En el caso de este emprendimiento, que brindará este tipo de servicio diferente a los demás, se tiene la posibilidad de manejar especialmente los precios a nuestro favor.

Nuestro negocio estará enfocado en aquellas personas que llegan a la ciudad de Tarija, para conocer los distintos lugares turísticos, disfrutar de las comidas típicas y conocer nuevas costumbres.

2.1.2.6. Conclusiones

TABLA N° 2:

Análisis De Las 5 Fuerzas De Porter

FACTOR	DETALLE	IMPACTO
Rivalidad entre competidores existentes	Para los consumidores que visitan por primera vez la ciudad de Tarija, el hotel será un gran atractivo turístico, pero claro no dejamos de lado a los hoteles que pueden considerarse como sustitutos. Dicho esto, podemos concluir que el poder de negociación de los consumidores es muy alto.	Alto
Amenaza de productos sustitutos	Para este factor se puede decir que no existe una amenaza de productos sustitutos ya que será uno de los primeros hoteles con este tipo de características, llegando a la conclusión de que esta amenaza es baja.	Bajo

<p>Amenaza de nuevos competidores entrantes</p>	<p>Para esta amenaza podemos decir que no existen empresas que presten un servicio igual al del hotel como el que se pretende con este emprendimiento, entonces por el momento no se corre ningún riesgo, claro que no se puede dejar de lado que la rivalidad aumentará.</p> <p>Llegando a la conclusión de que la amenaza de nuevos competidores entrantes es media.</p>	<p>Media</p>
<p>Poder de negociación con los proveedores</p>	<p>Al analizar los factores que se tomaron en cuenta para esta fuerza se demuestra que, para los establecimientos del sector hotelero, existen una gran cantidad de proveedores con insumos de calidad que las empresas tienen cierta facilidad de obtener.</p> <p>Dicho esto, el poder de negociación de los proveedores es muy bajo.</p>	<p>Bajo</p>
<p>Poder de negociación con los clientes</p>	<p>Para este poder de negociación se puede decir que cuando las personas demandan el servicio ofrecido por una empresa, requieren que las empresas tengan mejores condiciones de calidad y de precio principalmente.</p> <p>En el caso de este emprendimiento, se tiene la posibilidad de manejar especialmente los precios a nuestro favor, llegando a la conclusión que este poder tiene un impacto medio.</p>	<p>Medio</p>

Fuente: Elaboración propia.

2.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO

2.2.1. Descripción del producto o idea del negocio

La idea de implementar un nuevo hotel en la ciudad de Tarija, surge con el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores y facilitar las opciones de experimentar distintas costumbres y tradiciones que hay en dicha ciudad; haciendo que la visita sea placentera.

Esta empresa hotelera se caracterizará por brindar una buena atención al cliente, ofreciendo un buen servicio de hospedaje y variedad de comidas típicas.

Garantizaremos que el personal sea responsable, cordial y atento en sus tareas, procurando que el cliente se sienta cómodo, relajado y así disfrute de un excelente servicio.

2.2.2. Justificación de la empresa

En los últimos años se ha visto que Tarija está perdiendo costumbres muy bonitas, están perdiendo la cultura en vez de estarla explotando y más aún estamos parados con respecto al turismo debido a la pandemia del Covid – 19.

Naciendo así la nueva idea de implementar una nueva empresa hotelera que facilite a los turistas el poder disfrutar de distintas cosas de nuestra ciudad en un solo lugar y que mejor que en el lugar que se hospeden, ya que muchas veces el hecho de no conocer donde están ciertos lugares o por el tema de la distancia y el cansancio no se puede aprovechar el tiempo.

2.2.3. Nombre de la Empresa

El nombre seleccionado para la empresa será CHURO HOTEL. Este nombre se debe a un modismo muy tradicional de la ciudad de Tarija que hace referencia a lindo, servicial, alegre; siendo en parte lo que queremos transmitir a las personas que pasen por nuestra instalación.

2.2.4. Tipo de Empresa

Según su forma jurídica la empresa se constituirá legalmente en una sociedad de responsabilidad limitada "S.R.L", porque se puede constituir con un mínimo de dos socios, donde la responsabilidad de los socios, responde hasta el monto de sus aportes como cuotas de participación.

Este tipo de sociedad es más adecuado para una pequeña empresa, solo se requiere presentarse ante un registro tributario.

2.2.5. Ubicación y Tamaño

Este nuevo emprendimiento "CHURO HOTEL S.R.L. " se pretende implementar en el Departamento de Tarija, Provincia Cercado, específicamente cerca de Nueva Terminal de Buses de la ciudad para facilitar el acceso a los viajantes.

A nivel empresarial, al hotel se le puede considerar una empresa tradicional. Se usa a menudo el término "industria hotelera" para definir al colectivo.

2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL

2.3.1. Visión, Misión y Valores de la empresa

2.3.1.1. Misión

La misión que tendrá CHURO HOTEL es la siguiente:

“Somos una empresa dedicada a satisfacer las necesidades y expectativas de los diferentes consumidores, contando con el personal calificado para una buena atención y así disfrutar de las exquisita cultura de nuestra ciudad; enfocándonos siempre en la preservación del medio ambiente y en el buen vivir de la población”.

2.3.1.2. Visión

La visión que tendrá CHURO HOTEL es la siguiente:

“Ser una empresa líder en el sector hotelero con identidad propia, emprendedora, creativa, comprometida con brindar un servicio diferente; garantizando la satisfacción de los consumidores y así de esta manera constituírnos como uno de los mejores hoteles turísticos de la ciudad de Tarija”.

2.3.1.3. Valores

CHURO HOTEL promoverá permanentemente en sus actividades cotidianas la siguiente declaración de valores, proyectando así una incuestionable ética de trabajo.

- Honestidad

Todas nuestras acciones serán regidas por una conducta honesta, transparente y ética, así también por el cumplimiento de nuestras obligaciones.

- Compromiso

Fomentamos una cultura de trabajo donde el esfuerzo, dedicación y trabajo en equipo se orienten a brindar servicios de alta calidad para asegurar la satisfacción de nuestros clientes.

- Respeto

Todos nuestros actos y decisiones son conformes al respeto de nuestros trabajadores como del entorno de la empresa.

2.3.2. Objetivos Estratégicos de la empresa.

- ✓ Satisfacer las nuevas necesidades de los clientes.
- ✓ Incrementar los ingresos cada año.
- ✓ Dar oportunidad de empleo a la gente de la ciudad de Tarija.
- ✓ Recuperación del sector turístico

2.3.3. Ventajas Competitivas

Una de las ventajas competitivas que manejará la empresa será usar la estrategia de diferenciación, mediante esta estrategia se destacará que en un solo lugar se podrá encontrar diversos servicios.

Así también, otra ventaja será proporcionar un servicio de calidad basado en la cordialidad, responsabilidad, respeto, eficiencia; por parte de los empleados hacia los clientes en un ambiente amplio, cómodo y agradable.

CAPÍTULO III
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1.INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1.1. Fundamentación

La investigación de mercados es una herramienta que se utiliza para poder obtener y recopilar información primaria y así conocer de manera más amplia y objetiva los gustos, necesidades y deseos que tiene el mercado actual tarijeño con respecto al emprendimiento de un hotel con enfoque en las costumbres y tradiciones.

La información y resultados obtenidos por esta herramienta nos brindan una mayor seguridad con respecto a la toma de decisiones para el emprendimiento y lograr incursionar de manera positiva al mercado actual.

3.1.2. Definición del problema

3.1.2.1.Planteamiento del problema

La relajación y el conocer nuevas costumbres y tradiciones para los visitantes por primera vez a cualquier lugar es una necesidad sumamente importante, los establecimientos de hospedaje y los buenos servicios que se les ofrezcan son una pieza fundamental para este tipo de actividades, lo cual se ha demostrado a lo largo del avance turístico.

Actualmente existen muchos hoteles que comparten características similares, las cuales caen en la monotonía y la falta de creatividad con respecto al ambiente y a los servicios ofrecidos.

Debido a la actual pandemia que estamos atravesando, los consumidores buscan disfrutar de un lugar diferente al que se acostumbra en todos los demás hoteles.

3.1.2.2.Formulación del problema

¿Qué aspectos o características buscan y valoran las personas que visitan la ciudad de Tarija sobre un hotel con enfoque en las costumbres y tradiciones tarijeñas?

3.1.2.3. Formulación de la hipótesis

Los visitantes a la ciudad Tarija, buscan algo diferente a lo que usualmente ofrecen los actuales hoteles con respecto al hospedaje.

3.1.3. Objetivos de la investigación de mercados

3.1.3.1. Objetivo general

Determinar los aspectos o características que buscan los visitantes al momento de hospedarse.

3.1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la aceptación de un hotel con enfoque en las costumbres y tradiciones tarijeñas.
- Identificar qué aspectos influyen a turistas o visitantes a la hora de elegir un hotel.
- Determinar cuáles son los principales competidores.
- Identificar el mercado potencial para un nuevo hotel con enfoque en las costumbres y tradiciones tarijeñas.
- Identificar la zona más adecuada para poder establecer el emprendimiento.

3.1.4. Proceso del diseño de la muestra

3.1.4.1. Definición de la población meta

La presente investigación de mercados utiliza el método de muestreo por conglomerado y para poder aplicar dicho método en el caso del hotel nuestra población consumidora consiste en el número de personas nacionales y extranjeras que visitan la ciudad de Tarija y que por diversos motivos tienen la necesidad de hospedarse un hotel que brinde las necesidades que

el huésped considere necesarias tomando en cuenta el promedio de los años (2020 – 2021) que ascienden aproximadamente a los 47.268 visitantes.

Datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística (INE). (Ver Anexo 2)

3.1.4.2.Cálculo del muestreo

El tipo de Muestreo aplicado para este trabajo de investigación fue en función del tipo de investigación aplicado para el desarrollo de esta investigación científica:

Tipos de Investigación: Descriptivo – Transversal – Múltiple.

Tipo de Muestreo: Muestreo por conglomerado.

Debido que la investigación descriptiva, explica la relación de las variables de estudio numéricamente, y para esta investigación fue necesario obtener datos una sola vez (transversal), y tomando muestras en diferentes ciudades del país, ya que los turistas tanto nacionales como extranjeros llegan a Tarija atraídos por su cultura y tradiciones, se vio necesario levantar datos en ciudades importantes y con flujo de turistas de acuerdo a cada conglomerado, sin tomar en cuenta el tamaño del mercado, sino una muestra homogénea de cada una de ellas (múltiple).

Para determinar la probabilidad de éxito y fracaso se realizó una encuesta piloto, aplicada a 15 personas.

La cual determina la siguiente pregunta:

¿Estaría dispuesto a hospedarse en un hotel el cual resalte las costumbres y tradiciones tarijeñas?

A través de la encuesta realizada en la Ciudad de Tarija de 15 personas elegidas al azar que visitaron la ciudad de Tarija se tiene la aceptación de 12 personas que están dispuestas a hospedarse en un hotel el cual resalte las costumbres y tradiciones tarijeñas, donde se pueda disfrutar de algunos platos típicos ahí en el mismo lugar e incluso admirar algo de su artesanía.

Para calcular la muestra poblacional tomamos en cuenta el nivel de confianza del 95% y un error máximo del 5%.

Datos:

N: 47.268

P: 0,50

Q: 0,50

Z: 1,96

e: 0,05

Dónde:

N = Población (Promedio del total de visitantes nacionales y extranjeros a la ciudad de Tarija en los años 2020 - 2021)

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

Z = Nivel de confianza (95%)

e = Margen de error permitido (5%)

$$n = \frac{z^2 N \cdot P \cdot Q}{e^2(N - 1) + z^2 P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 47.268 \times 0,50 \times 0,50}{(0,05)^2 \times (47.268 - 1) + (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = 381$$

3.1.5. Recopilación de información

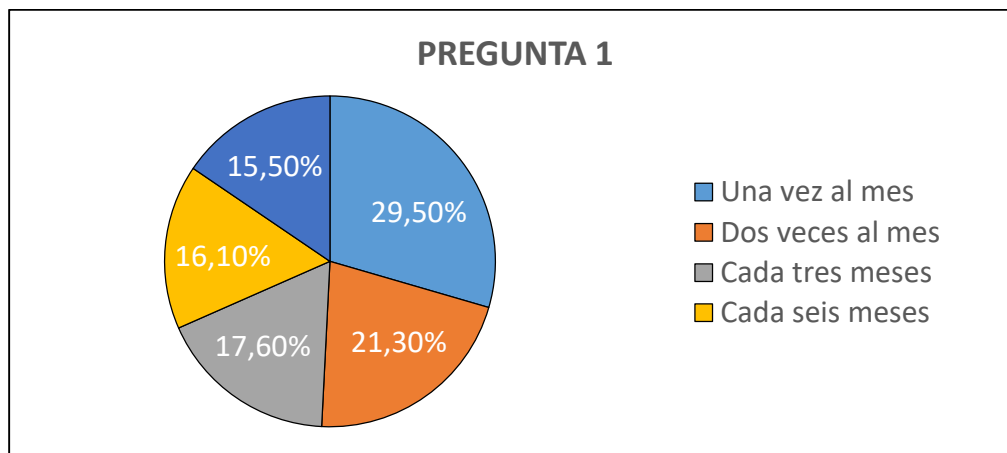
3.1.5.1. Fuentes primarias

El método que se utilizó para la recopilación de información primaria cuantitativa es la encuesta (que se aplicó de forma general a los 8 departamentos de Bolivia, exceptuando a Tarija debido a que los visitantes vendrán a dicho departamento) a través de la técnica del cuestionario online, el cual está constituido por un conjunto de preguntas relevantes para el conocimiento del mercado potencial y para el cumplimiento de los objetivos de la investigación de mercados. (Ver Anexo 3)

3.1.6. Análisis e interpretación de resultados

GRÁFICO N° 3:

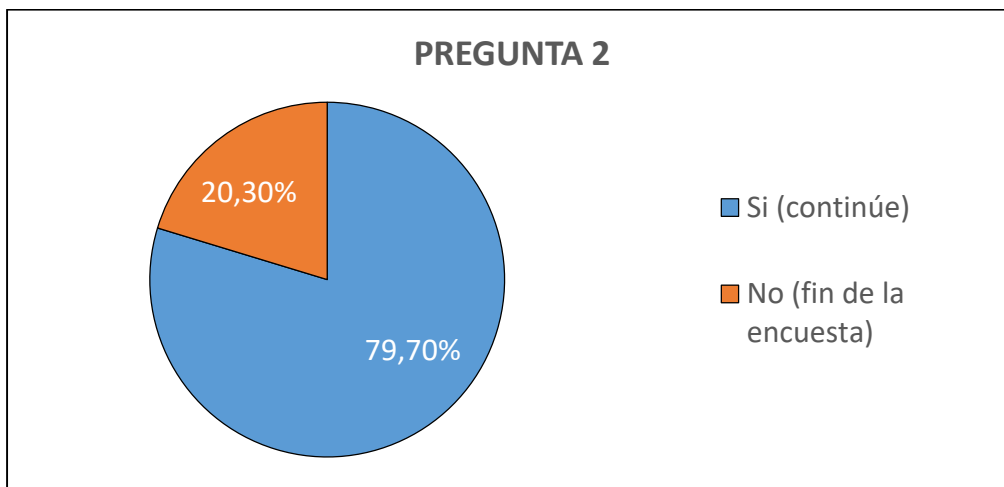
¿Con Qué Frecuencia Visita La Ciudad De Tarija?



Interpretación: El 29,50% de las personas encuestadas respondieron que visitan la ciudad de Tarija una vez al mes, el 21,30% dos veces al mes, el 17,60% cada tres meses, el 16,10% cada seis meses y el 15,50% cada año.

GRÁFICO N° 4:

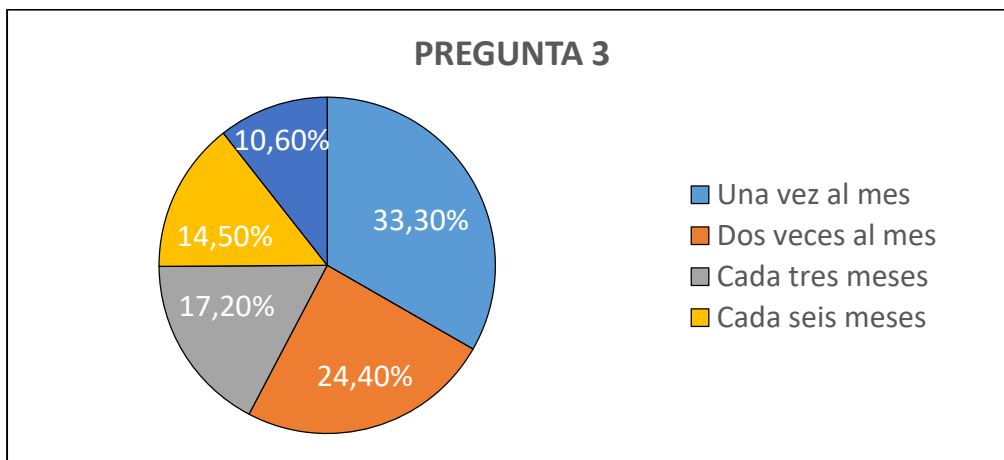
¿Usted Ha Requerido Hospedarse En La Ciudad De Tarija?



Interpretación: El 79,70% de las personas encuestadas respondieron que si han requerido hospedarse en la ciudad de Tarija y 20,30% que no han requerido hacerlo.

GRÁFICO N° 5:

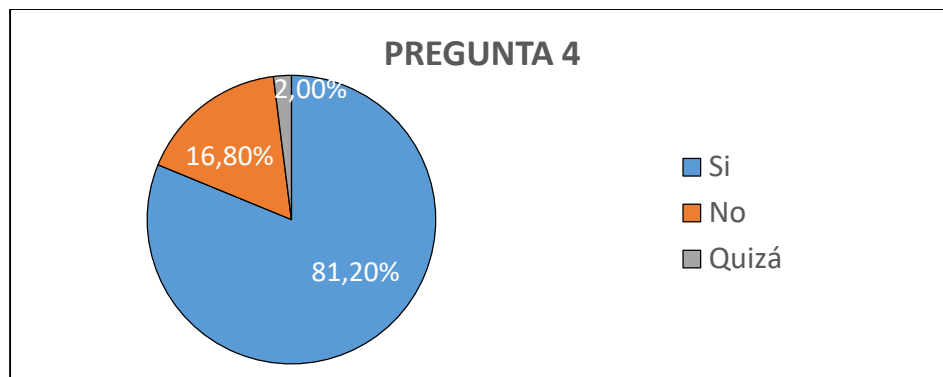
¿Con Qué Frecuencia Se Hospeda Usted En La Ciudad De Tarija?



Interpretación: El 33,30% de las personas encuestadas respondieron que se hospedan en la ciudad de Tarija una vez al mes, el 24,40% dos veces al mes, el 17,20% cada tres meses, el 14,50% cada seis meses y el 10,60% cada año.

GRÁFICO N° 6:

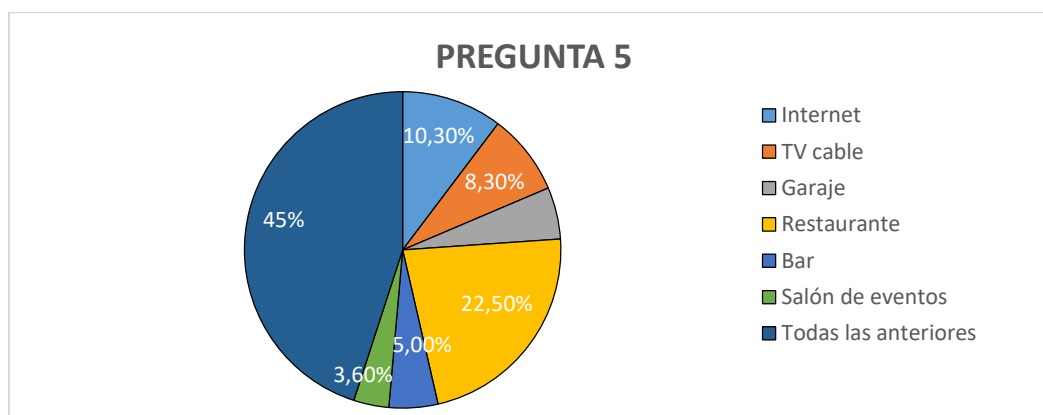
¿Usted Se Hospedaría En Un Hotel Que Destaque Las Costumbres Y Tradiciones Tarijeñas?



Interpretación: El 81,20% de las personas encuestadas respondieron que si se hospedarían en un hotel que destaque las costumbres y tradiciones tarijeñas, el 16,80% que no y el 2,00% quizá.

GRÁFICO N° 7:

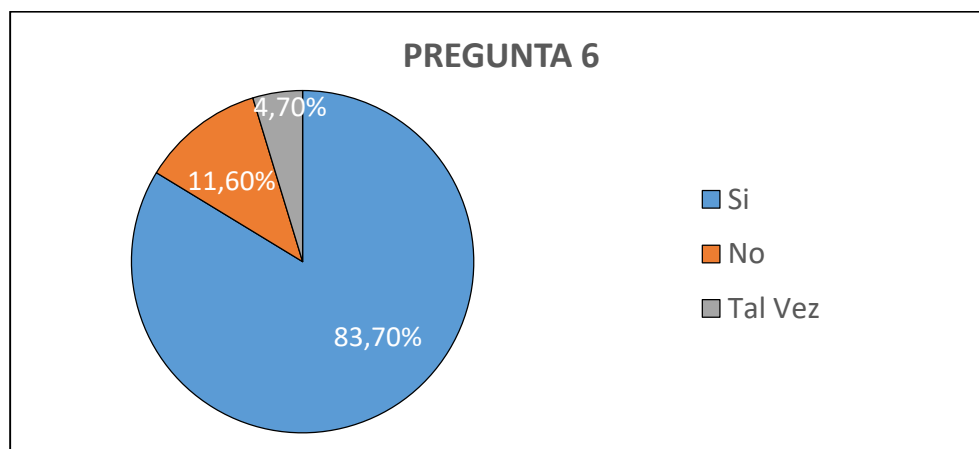
¿Qué Servicio Consideraría Como El Más Importante A La Hora De Hospedarse En El Hotel?



Interpretación: El 56,90% de las personas encuestadas respondieron que los servicios que debería ofrecer el hotel son todos los anteriores, es decir, internet con el 10,8%, tv cable con el 5,50%, garaje con el 4,60%, restaurante con el 12,90%, bar con el 4,70% y el salón de eventos con el 4,60%.

GRÁFICO N° 8:

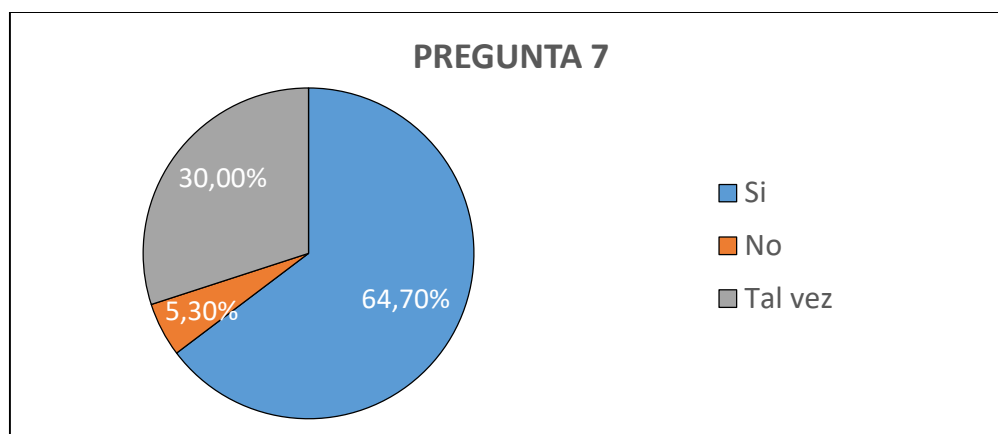
¿Le Gustaría Que El Hotel Ofrezca Platos Típicos De La Ciudad?



Interpretación: El 83,70% de las personas encuestadas respondieron que si les gustaría que el hotel ofrezca platos típicos la ciudad, el 11,60% respondieron que no y el 4,70 respondieron que tal vez.

GRÁFICO N° 9:

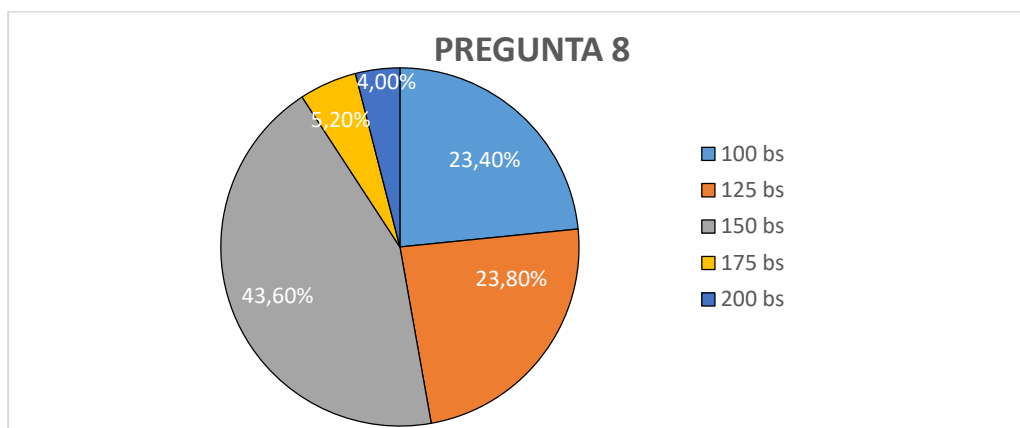
¿Le Gustaría Que El Hotel Muestre Ciertas Artesanías, Que Representan A La Ciudad De Tarija?



Interpretación: El 64,70% de las personas encuestadas respondieron que les gustaría que el hotel muestre ciertas artesanías que representan a la ciudad de Tarija, 30,00% respondieron que tal vez y el 5,30% respondieron que no.

GRÁFICO N° 10:

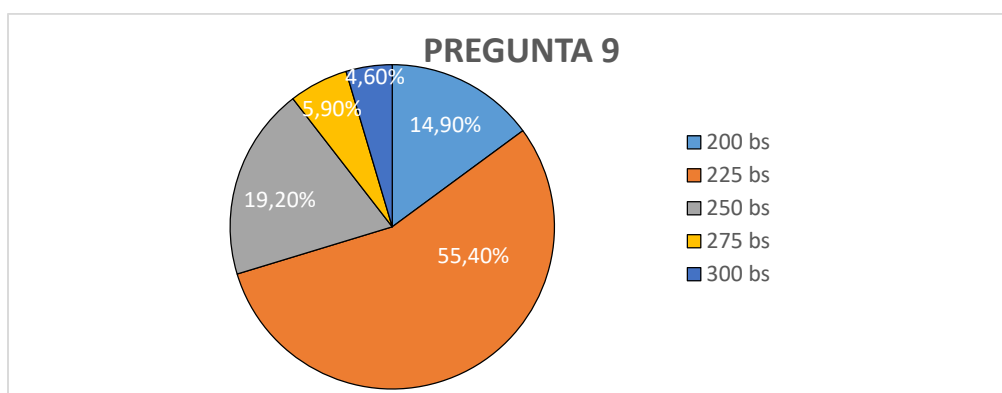
¿Cuánto Estaría Dispuesto A Pagar, Por Una Habitación De Valor Mínimo?



Interpretación: El 23,40% de las personas encuestadas respondieron que estarían dispuestos a pagar 100bs por una habitación de valor mínimo, el 23,80% estarían dispuestos a pagar 125bs, el 43,60% estarían dispuestos a pagar 150bs, el 5,20% estarían dispuestos a pagar 175bs y el 4,00 bs estarían dispuestos a pagar 200bs.

GRÁFICO N° 11:

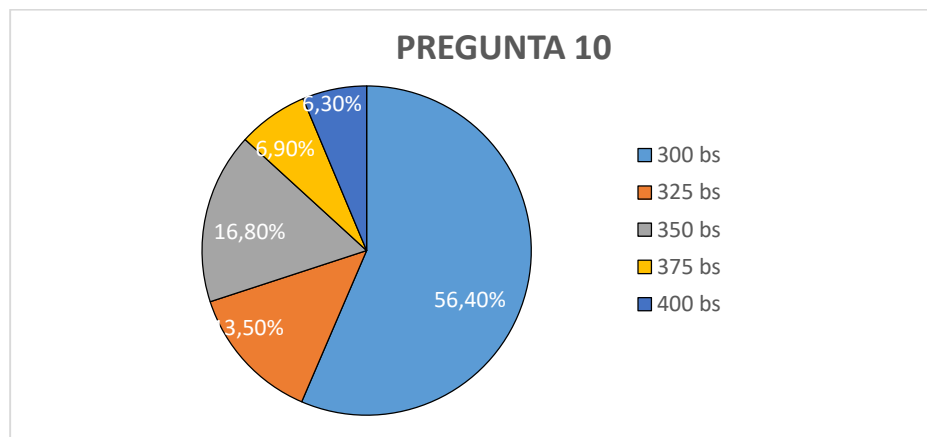
¿Cuánto Estaría Dispuesto A Pagar, Por Una Habitación De Valor Medio?



Interpretación: El 14,90% de las personas encuestadas respondieron que estarían dispuestos a pagar 200bs por una habitación de valor medio, el 55,40% estarían dispuestos a pagar 225bs, el 19,20% estarían dispuestos a pagar 250bs, el 5,90% estarían dispuestos a pagar 275bs y el 4,60 bs estarían dispuestos a pagar 300bs.

GRÁFICO N° 12:

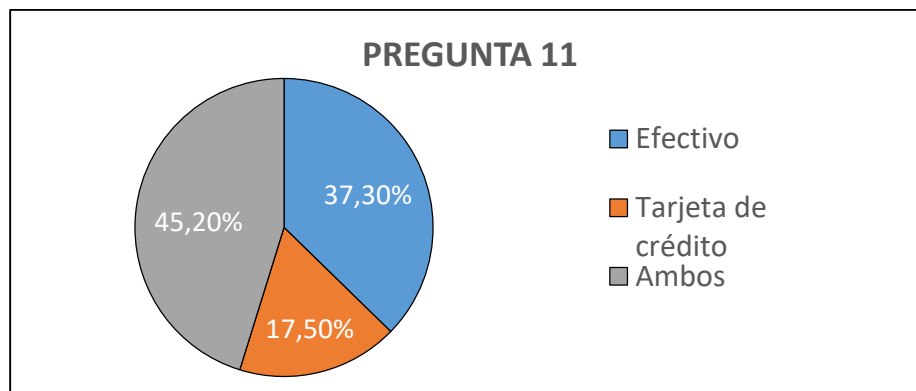
¿Cuánto Estaría Dispuesto A Pagar, Por Una Habitación De Valor Máximo?



Interpretación: El 56,40% de las personas encuestadas respondieron que estarían dispuestos a pagar 300bs por una habitación de valor máximo, el 13,50% estarían dispuestos a pagar 325bs, el 16,80% estarían dispuestos a pagar 350bs, el 6,90% estarían dispuestos a pagar 375bs y el 6,30% estarían dispuestos a pagar 400bs.

GRÁFICO N° 13:

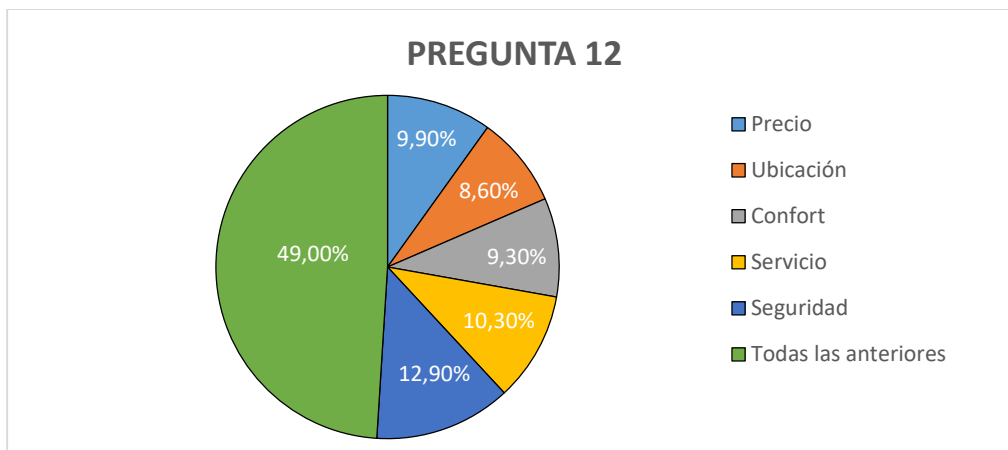
¿Qué Forma De Pago Le Gustaría Utilizar?



Interpretación: El 37,30% de las personas encuestadas respondieron que como forma de pago les gustaría usar el efectivo, el 17,50% tarjeta de crédito y el 45,20% ambas formas de pago.

GRÁFICO N° 14:

¿Qué Factor Es Para Usted El Más Importante, Al Momento De Seleccionar Un Hotel Para Hospedarse?



Interpretación: El 49,00% de las personas encuestadas respondieron que el factor más importante al momento de seleccionar un hotel es todas las anteriores, es decir, precio con el 9,90%, ubicación con el 8,60%, confort con el 9,30%, servicio con el 10,30% y seguridad con el 12,90%.

3.1.7. Conclusiones

A continuación, se presentan todas las conclusiones obtenidas de la investigación de mercados tomando en cuenta a los objetivos de la investigación y consecución de los mismos, además de poder verificar si la hipótesis planteada es correcta o no:

- Se demostró que la mayoría de las personas encuestadas visitan frecuentemente la ciudad de Tarija, según resultados una vez al mes.
- Se determinó que la mayoría de los encuestados, al momento de visitar la ciudad de Tarija han requerido hospedarse por lo menos una vez al mes.
- Con los resultados obtenidos se llegó a la conclusión de que la mayoría de los visitantes a la ciudad de Tarija si se hospedarían en un hotel que destaque las costumbres y tradiciones tarijeñas.

- El internet, tv cable, garaje, restaurante, bar y un salón de eventos; son servicios que la mayoría de los encuestados cree que un hotel debería de ofrecer.
- Se identificó que a la mayoría de los encuestados les gustaría que el hotel ofrezca platos típicos y que muestre ciertas artesanías tarijeñas, comprobando también la hipótesis planteada ya que las personas buscan algo diferente a lo que ofrecen actualmente los hoteles y en este caso se implementara comida típica de la ciudad a través de un buffet criollo y ciertas artesanías tarijeñas.
- También a través de la encuesta se obtuvieron datos que nos sirvieron para determinar el precio de acuerdo a las tres modalidades de habitaciones.
- Comprobamos también que las personas prefieren como forma de pago, tanto el efectivo como la tarjeta de crédito.
- Y por último los factores que toman en cuenta los visitantes al momento de hospedarse son el precio, la ubicación, el confort, el servicio y la seguridad.

CAPITULO IV
PLAN DE MARKETING

4.1.PLAN DE MARKETING

4.1.1. Fundamentación

El plan de marketing se utilizará para poder mejorar la orientación de la empresa hacia el mercado para poder brindar cierto valor a los consumidores y poder satisfacer las necesidades y deseos de los mismos, a través de estrategias respectivas al producto, plaza, producción y promoción, de tal manera que se pueda identificar un mercado potencial y una demanda estimada.

4.1.2. Objetivos del área de marketing

- Determinar el mercado objetivo.
- Definir un segmento de mercado potencial adecuado para el “CHURO HOTEL” en la ciudad de Tarija.
- Determinar estrategias adecuadas en cuanto a la mezcla del marketing mix.
- Establecer el precio que están dispuestos a pagar por el servicio de hospedaje.

4.1.3. Mercado objetivo

Una vez realizada la investigación de mercado se procede a la segmentación de nuestro mercado objetivo, considerando los siguientes criterios:

4.1.3.1.Segmentación geográfica

Personas nacionales o extranjeras que visiten la ciudad de Tarija.

4.1.3.2.Segmentación demográfica

Edad: 18 años a 50 años.

Estado: Soltero, Casado.

Sexo: Hombre y Mujer.

Ingreso: Con ingresos medios y altos.

4.1.3.3.Segmentación psicográfica

Personas jóvenes y adultas que quieran disfrutar de experiencias y platos típicos de dicha ciudad.

4.1.4. Marketing mix

4.1.4.1.Producto

El primer aspecto a considerar es el ajuste del producto o servicio “hotelero” a las necesidades o deseos del segmento de mercado a satisfacer.

El hotel Brindara servicio de habitaciones seguras e higiénicas, con espacios físicos razonables para un normal desenvolvimiento interno de las personas.

Tanto las habitaciones como los cuartos de baño, estarán equipados con enseres básicos pero de calidad y estos equipos cambiarán en tres modalidades:

Valor mínimo.- Son habitaciones sencillas con menos espacios en relación a las normales, constara si con su cuarto de baño, equipado con lo necesario pero sin tanto espacio.

Valor medio.- Son habitaciones con espacio normal, su cuarto de baño equipado con lo necesario y con un poco más de espacio, también se incluirá área de garaje.

Valor máximo.- Estas habitaciones cuentan con espacios amplios dentro de la habitación, el baño tendrá jacuzzi y el espacio físico es el doble de las habitaciones normales, existe área de garaje para que los clientes guarden su vehículo de manera segura.

Cabe resaltar que todas las habitaciones constan de:

- Agua caliente.
- Aire acondicionado.
- Servicio a la habitación.
- Wi – Fi

Para ello debemos considerar que un producto es cualquier elemento que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas.

4.1.4.2.Precio

El concepto de precio está determinado por la cantidad moneda (dinero) que una persona está dispuesta a entregar por un bien o servicio.

El precio es uno de los elementos más importantes de la mezcla comercial ya que un precio bien definido permitirá a la empresa mantener una posición competitiva y alcanzar los objetivos competitivos y ajustarse en la realidad de mercado. Para fijar el precio de hospedarse en el hotel se consideró las tres modalidades de habitaciones, de igual forma se toma en cuenta el precio que están dispuestos a pagar, a través de la información de la encuesta realizada. Pero también se tomó en cuenta el precio promedio del hospedaje aplicado para hoteles de cuatro estrellas.

- ✓ Precio por persona: 150 bs

4.1.4.3.Plaza

Comprende el análisis específico del sector en que se desarrollarán las estrategias y operaciones y, dentro de ese marco, el segmento concreto de mercado que será atendido.

Es así que el punto de venta sería:

- ✓ “On sale” (Venta interior): Se vende y se hace uso del servicio de hotelería dentro de las instalaciones del hotel.

4.1.4.4.Promoción

La promoción hace referencia a todas aquellas actividades que se encargan de comunicar los atributos del producto o servicio y persuadir a los consumidores meta para que compren el producto o servicio.

La promoción nos permite:

- Captar la preferencia del consumidor.
- Que se conozca el producto o servicio.
- Instalar y consolidar una marca.
- Establecer un puente entre la empresa y el mercado.
- Destacar características positivas y neutralizar las negativas.

Para ello se requiere el uso de los medios de comunicación para la difusión de publicidad los cuales serán:

Redes sociales: Se contará una página de la empresa en Facebook Instagram, por las cuales se realizarán publicaciones diarias de imágenes y videos promocionando el servicio que ofrecerá dicho hotel; así también resaltando lo beneficioso y reconfortante que será para el cliente el hospedarse en el CHURO HOTEL.

CAPITULO V
PLAN DE OPERACIONES

5.1. PLAN DE OPERACIONES

El plan de operaciones se utilizará para definir los procesos que se utilizaran para la producción de los bienes que se ofrecerán y el servicio general que brindara el CHURO HOTEL, además determinara diferentes aspectos relevantes para el desarrollo de las actividades de la empresa como ser su localización, la necesidad de todos los insumos y maquinarias necesarias para un tener una productividad óptima.

5.1.1. Objetivos del plan de operaciones

Establecer los procesos de producción y servicio adecuados a través de diagramas de flujos para un mayor entendimiento.

Determinar todos los recursos como ser maquinaria y equipo necesarios para la producción de los bienes y servicios ofrecidos a los consumidores.

5.1.2. Determinación de la localización

En la determinación de la localización se procurará determinar cuál es el mejor lugar para realizar la instalación del hotel, el lugar óptimo es aquel donde la suma de los costos y gastos operativos sea el menor posible con la finalidad de aumentar la utilidad.

5.1.2.1. Macro localización

La ubicación del CHURO HOTEL será en el país de Bolivia en el departamento de Tarija en la provincia Cercado.

5.1.2.2. Micro localización

Para la micro localización teníamos dos alternativas:

Primer alternativa:

Terreno de 600 metros cuadrados en la zona del portillo al lado de la fábrica formas plásticas en la ciudad de Tarija, cuenta con todos los servicios básicos necesarios y el precio estimado es de 28.000 \$.

Segunda alternativa:

Terreno de 680 metros cuadrados, en la zona sur de Tarija, cuenta con todos los servicios básicos necesarios y el precio estimado es de 30.000 \$.

Conclusión:

La alternativa seleccionada para la micro localización de la empresa es la del terreno ubicado en la zona sur de la ciudad de Tarija, lo que es muy conveniente ya que está cerca de la nueva terminal de buses.

GRÁFICO N° 15:

Ubicación Del Churo Hotel



Fuente: Google EARTH

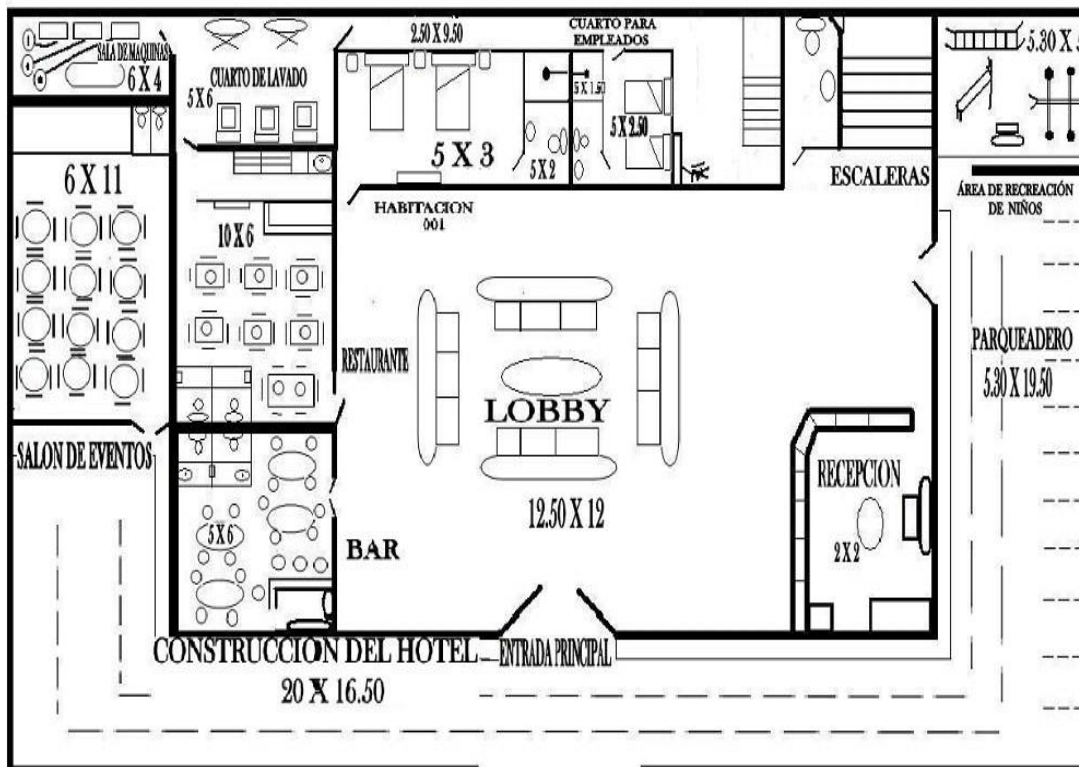
5.1.3. Tamaño del negocio

Específicamente para el proyecto de este Hotel el tamaño del negocio que se tiene proyectado es el siguiente:

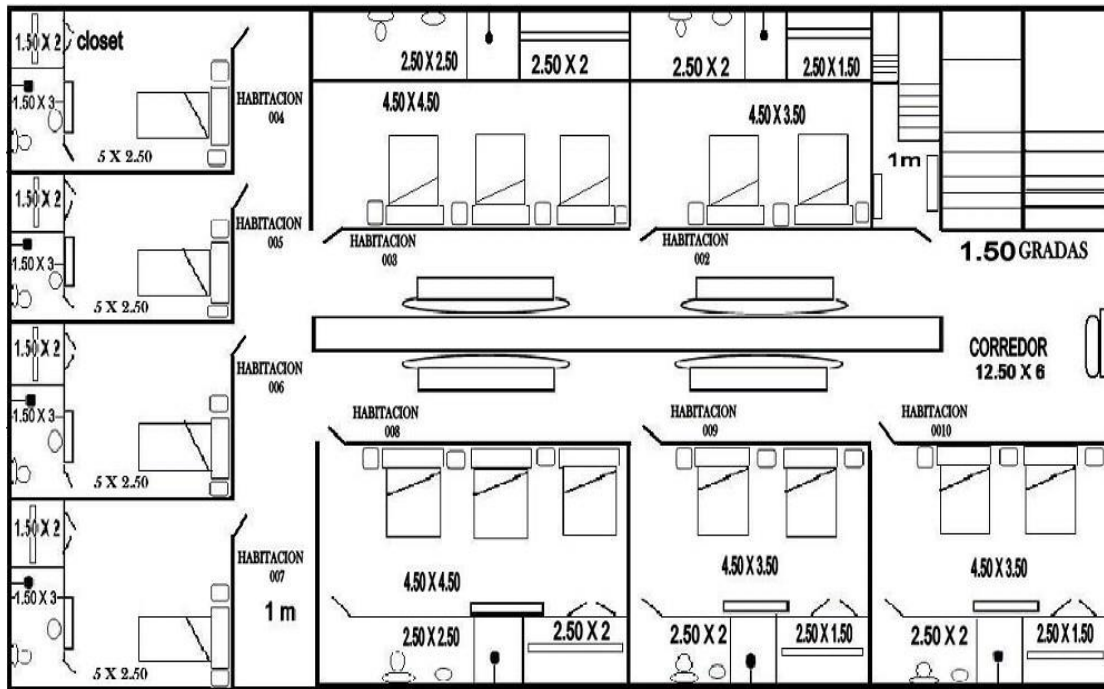
- Cuenta con tres plantas con proyecciones a expandirse a la cuarta planta con el tiempo.
- 20 habitaciones, contará con 21 habitaciones simples, 7 habitaciones dobles, y 4 habitaciones triples. Haciendo un total de 32 huéspedes como capacidad máxima.
- Restaurante
- Bar
- Lavandería
- Lobby
- Internet
- Salón de Eventos

PLANOS DEL CHURO HOTEL (Ver anexo 4)

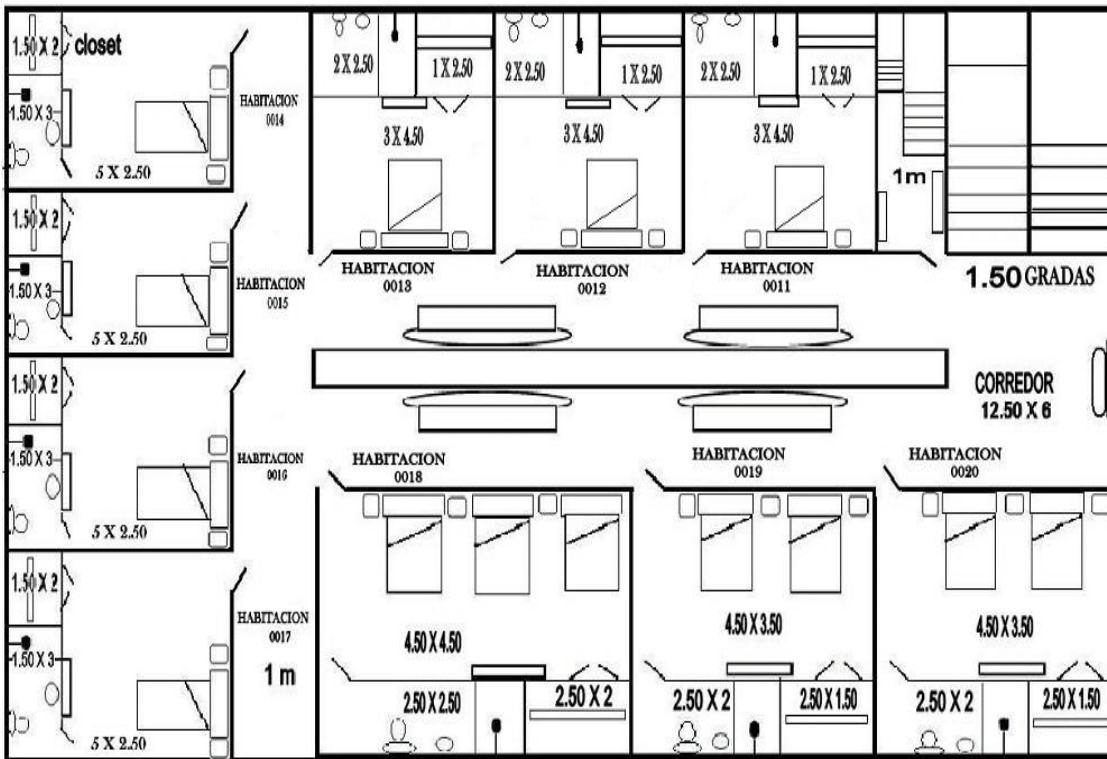
PLANTA BAJA



PLANTA 1



PLANTA 2



5.1.4. Procesos de operación

En el sector hotelero, la relación cliente-trabajador es constante. En ella se encuentra la mejor razón para fidelizar al cliente. Los criterios de calidad o sólo en el trato, sino en los procesos y en los sistemas, pasan por la actuación de las personas, y en ello se encuentra su razón de ser. Los recursos humanos son los protagonistas de la calidad turística.

Los hoteles deben asegurar la buena, correcta y profesional relación empleado/ cliente, siendo más importante que nunca los criterios de alineación de objetivos personales y organizacionales. Los procesos que se consideran altamente importantes y por lo mismo se deberán de atender con mayor atención y respeto son:

- Proceso de alojamiento
- Proceso del servicio del restaurante
- Procesos de salón de eventos

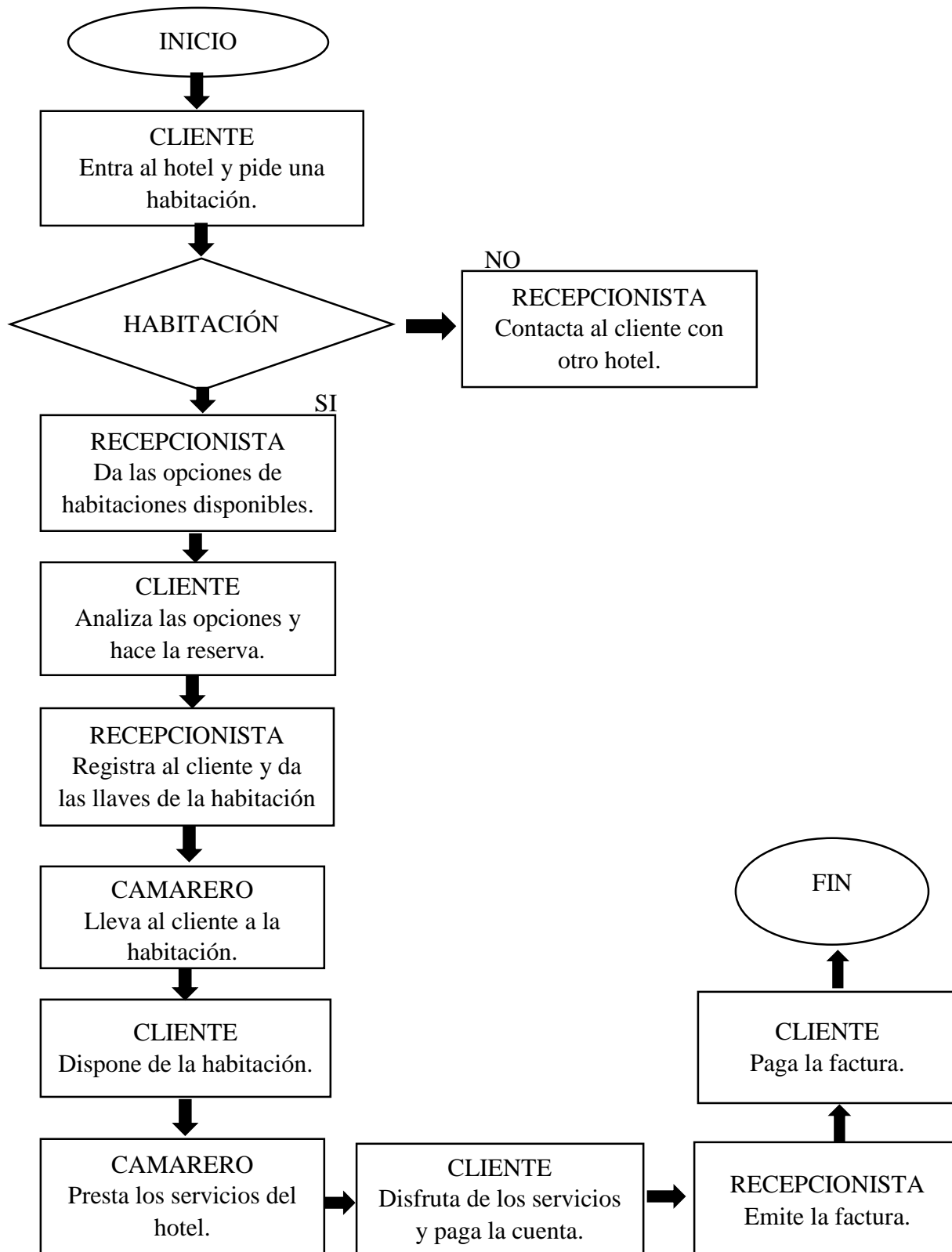
5.1.4.1. Proceso del servicio de Alojamiento

El cliente llega al hotel la recepcionista lo recibe uniformada de manera adecuada y con los distintivos necesarios, para mostrar buena presentación y responsabilidad, y después de un cordial saludo de bienvenida, ella revisa si hay habitaciones disponibles y le indica las opciones de habitaciones, le indicara sobre los precios de la estadía y se pondrá de acuerdo con el cliente sobre su estadía y la forma de pago, en el caso de no existir ella de indicará distintas opciones de hotel cercanos que se puedan servir al cliente.

La recepcionista una vez que se quedó de acuerdo con el tipo de habitación pide documentos al cliente y lo registra una vez hecho esto le entrega las llaves de la habitación y el control remoto de la TV, y le indica por donde dirigirse a la misma; en el caso de ser necesario le asigna un botones para que le ayude con el equipaje.

El cliente dispone de las instalaciones del hotel de los servicios que crea necesario mientras que se lleva un registro de cada servicio brindado para llevar la cuenta del cliente, luego del disfrutar de los servicios que presta el hotel pide la cuenta, la recepcionista emite la factura, recibe las llaves y el control y le entrega la cédula de identidad, el cliente cancela el valor de las factura y con la mayor cordialidad e invitándole a regresar la recepcionista se despide.

GRÁFICO N° 16:

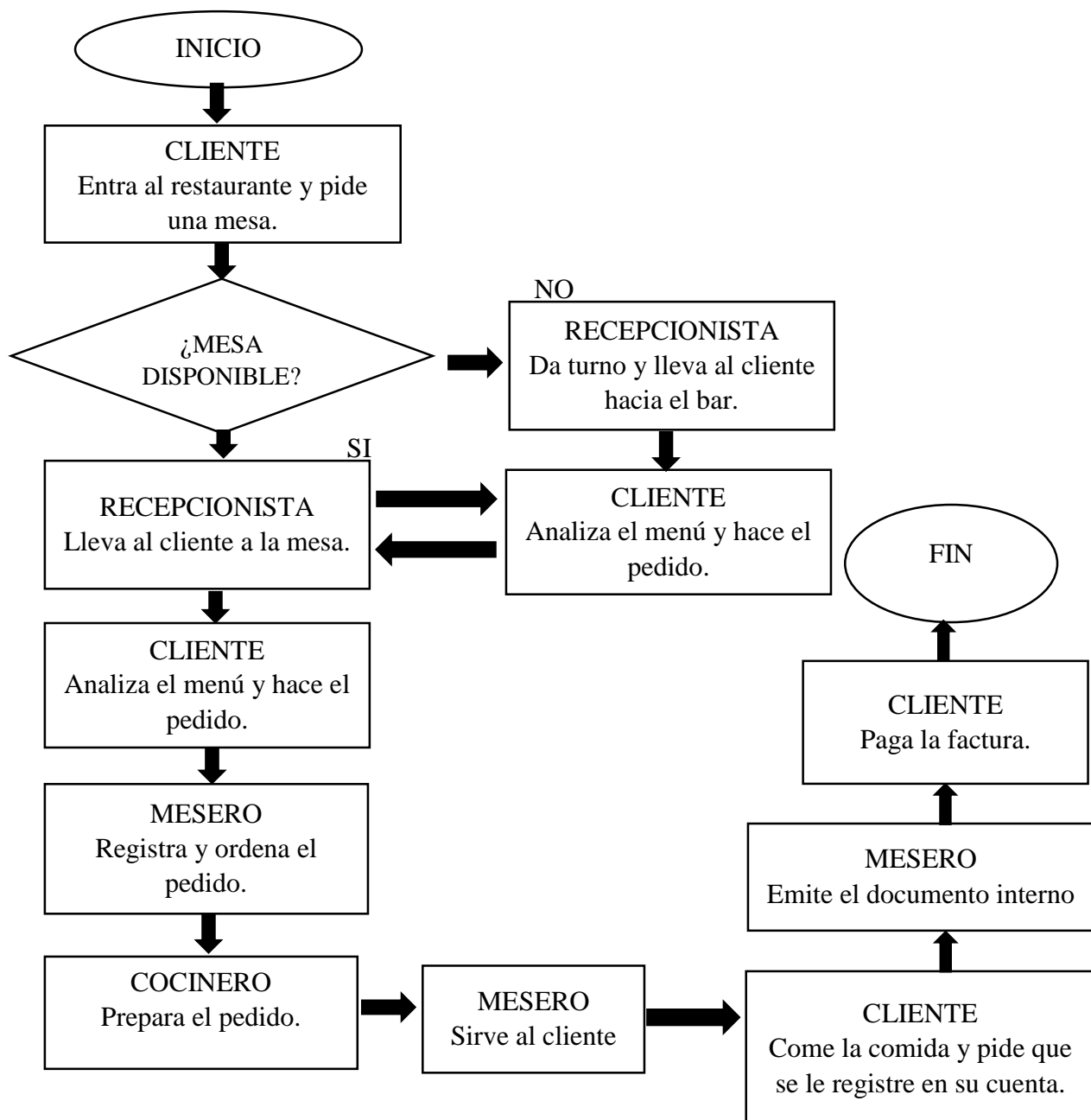
Proceso De Alojamiento

5.1.4.2. Proceso del servicio de restaurante

El CHURO HOTEL aparte de brindar un buen servicio de alojamiento también ofrecerá a sus clientes el servicio de restaurante para las personas que así lo requieran, se preparará platos típicos de la ciudad ya que nos visitarán personas de otros lugares ya sean nacionales o extranjeras, con personal capacitado que pueda preparar las exigencias de los clientes.

GRÁFICO N° 17:

Proceso Del Servicio De Restaurante

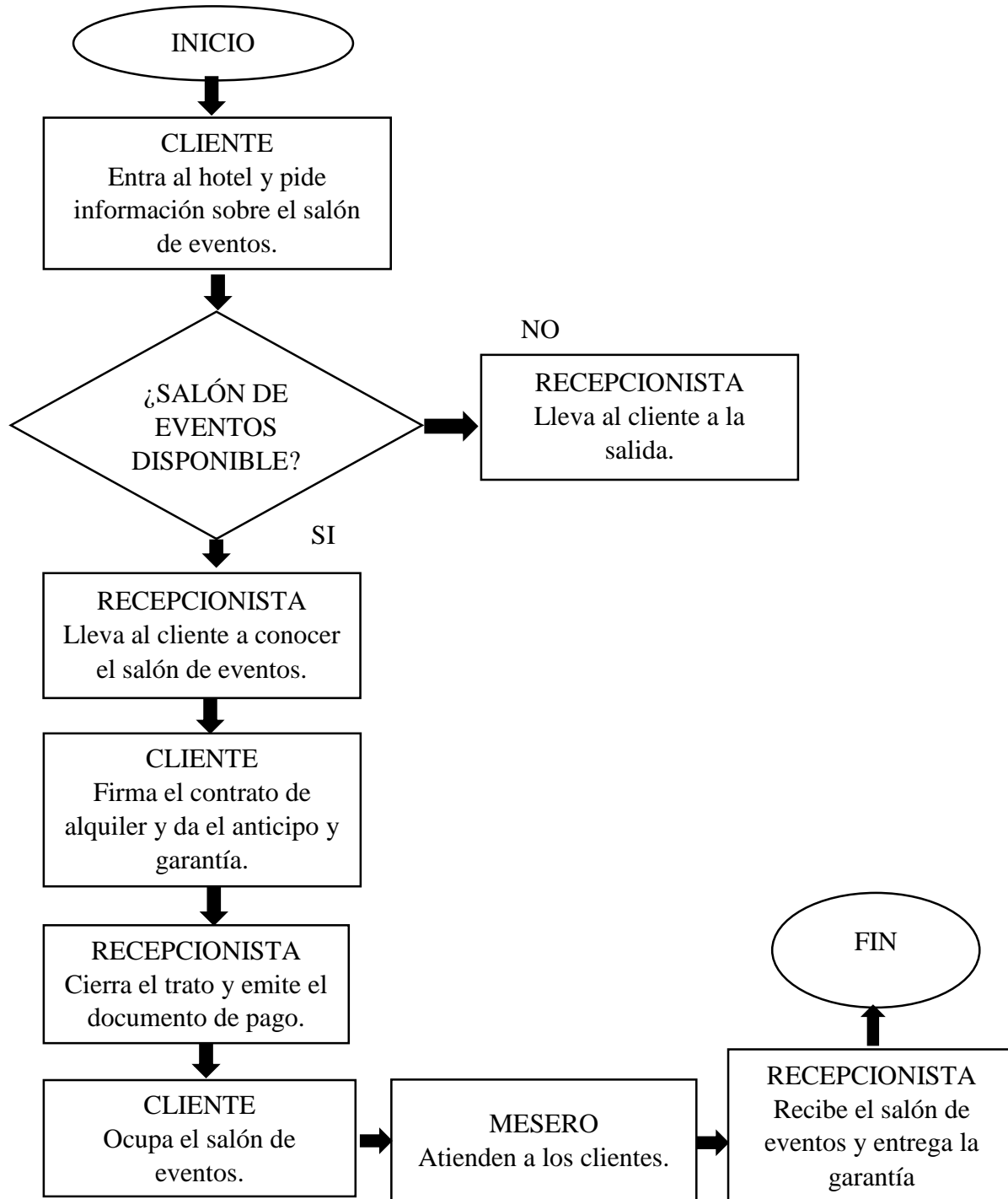


5.1.4.3. Proceso de servicio del salón de eventos

El CHURO HOTEL también ofrecerá el servicio de salón de eventos.

GRÁFICO N° 18:

Proceso Del Servicio De Salón De Eventos



5.2. Distribución de planta

La distribución en planta implica la ordenación de espacios necesarios para movimiento de material, almacenamiento, equipos, equipos industriales, administración, servicios para el personal, etc.

Existen algunos factores que influyen en la distribución de planta, como pueden ser los siguientes:

- Materiales (materias primas, productos en curso, productos terminados). Incluyendo variedad, cantidad, operaciones necesarias, secuencias, etc.
- Maquinaria
- Trabajadores
- Movimientos (de personas y materiales).
- Espera (almacenes temporales, permanentes, salas de espera).
- Servicios (mantenimiento, inspección, control, programación, etc.)
- Edificio (elementos y particularidades interiores y exteriores del mismo, instalaciones existentes, etc.)
- Versatilidad, flexibilidad, expansión.

5.2.1. Adecuaciones a la infraestructura

La zona en donde se ubicará el hotel cuenta con todo los servicios necesarios, por lo que no será requerida ninguna adecuación significativa a la infraestructura existente.

5.2.2. Equipamiento y mobiliario

Para el correcto funcionamiento del Hotel, es necesaria la compra de Equipo y Mobiliario, que se requerirán par el buen funcionamiento del Hotel y serán los siguientes:

TABLA N° 3:

Equipamiento Y Mobiliario Para Habitaciones

Descripción	Cantidad
Cama y colchones de 1 ½ plazas	29
Cama y colchones de 2 plazas	3
TV de 32 pulgadas	20
Velador de madera	32
Almohadas	64
Juegos de Sábanas	70
Cubre Camas	50
Protectores de colchón	32
Cobijas	50
Toallas	50
Lámparas	20

TABLA N° 4:

Equipamiento Y Mobiliario De Limpieza

CONCEPTO	CANTIDAD
Aspiradora	1
Basureros	2
Contenedores para basura	3
Escobas	2
Limpiones	2
Trapeadores	2
Limpia vidrios	2

TABLA N° 5:

Equipos Y Mobiliario Para Lobby

CONCEPTO	CANTIDAD
Sillas para Lobby	4
Mesa de centro para Lobby	1
TV 32 pulgadas	1
Lámparas	2
Reloj	1
Cuadro	3
Dispensador de agua	1

TABLA N° 6:

Equipo Y Mobiliario Para El Restaurante Y El Bar

CONCEPTO	CANTIDAD
Barra de bar	1
Sillas de bar	4
Equipo de música	1
Vasos y copas	150
Juego de vajilla	24
Juego de cubiertos	24
Licuada	1
Heladera	1
Cocina	1
Juego de ollas	1
Juego de utensilios	1
Mesas	6
Sillas	30
Juegos de luces	2

CAPÍTULO VI
PLAN DE RECURSOS HUMANOS

6.1. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

El plan de recursos humanos se utilizará para poder identificar las necesidades de la empresa y poder determinar estrategias y procesos para poder solucionar y satisfacer dichas necesidades, esto se logrará a través de la identificación de la estructura organizacional de empresa, la descripción de los puestos, la definición de los sueldos y salarios y un protocolo de limpieza y seguridad organizacional.

6.1.1. Objetivos de área de recursos humanos

- Definir una estructura organizacional eficiente por medio de un organigrama para mantener un control más eficaz.
- Realizar la descripción de los puestos y roles de todo el personal del CHURO HOTEL para el cumplimiento de las actividades correspondientes.
- Definir un proceso adecuado para la contratación e inducción del personal adecuado para la organización.
- Diseñar una planilla de sueldos y salarios para operar de manera formal en la ciudad de Tarija.
- Diseñar y determinar la planilla de aportes laborales de los empleados a los que corresponde.

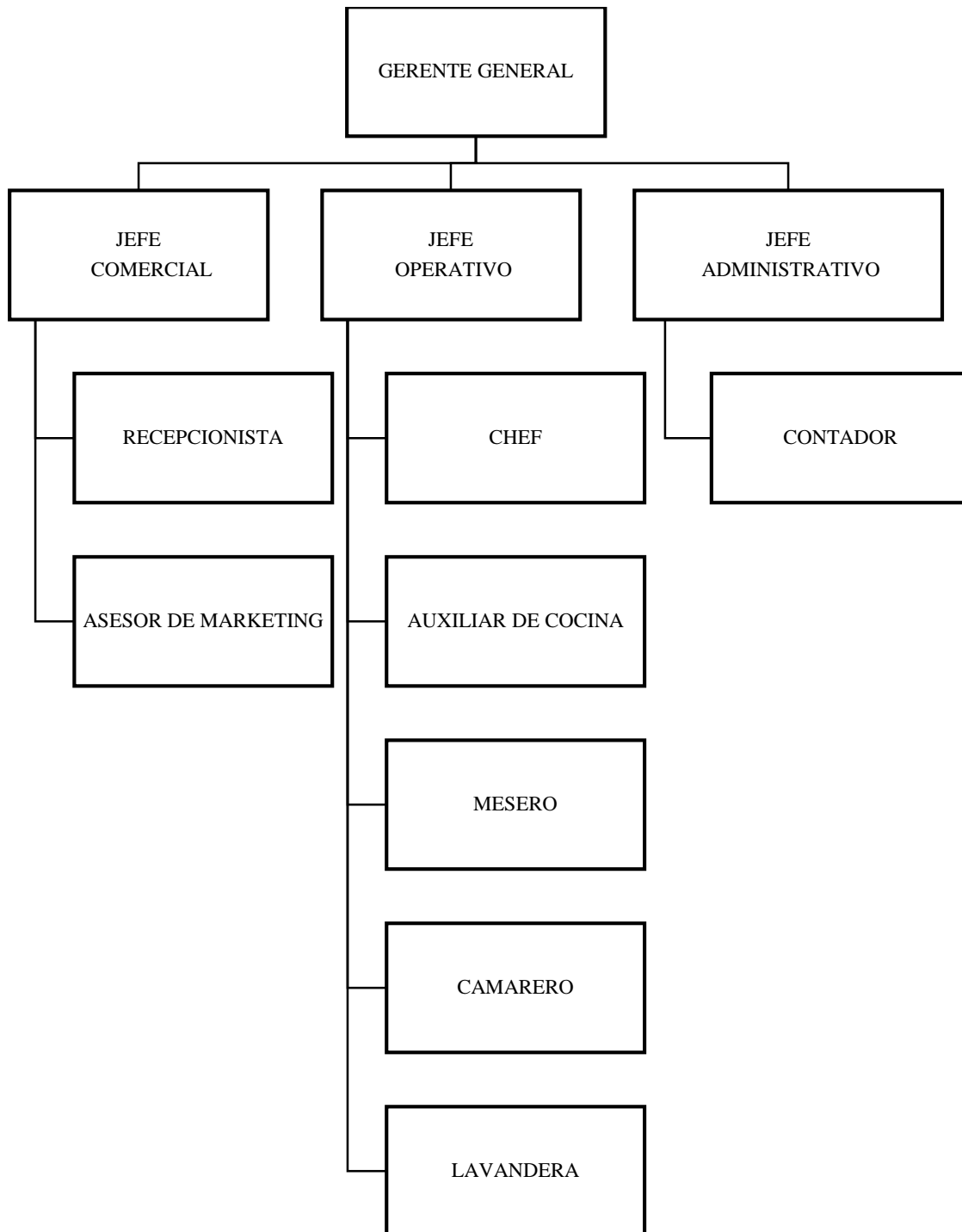
6.2. Estructura organizacional

Una estructura organizacional debe diseñarse para especificar quien realizará las tareas y quien será responsable de los resultados.

A través del organigrama, el cual es la representación sintética de la estructura organizacional, mostramos en forma diagramática sus unidades organizacionales sus relaciones, los canales de autoridad formal y los niveles jerárquicos que la constituirán.

ORGANIGRAMA

(Ver anexo 5)



6.2.1. Descripción de puestos de la organización

TABLA N° 7:

Gerente General

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Gerente General
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
Asegurar la administración, el crecimiento y la consolidación del hotel en la zona.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser el responsable de la calidad del Hotel. • Fijar las políticas y estrategias. • Cumplir y hacer cumplir el Reglamento Interno del Hotel. • Revisar los proyectos, sugerencias o inquietudes generadas por y al administrador (a) por los empleados del Hotel. • Garantizar el correcto funcionamiento de los servicios ofrecidos. • Evaluar el comportamiento de las finanzas del Hotel y revisar las propuestas para su mejoramiento. • Seguimiento técnico, económico y comercial del Hotel. • Velar por el cumplimiento de la misión, visión, políticas y normas de la empresa. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería en Administración de Empresas o carreras afines con Hotelería. • 3 años de experiencia. • Género indistinto. • Proactivo. • Disponibilidad de horarios. • Excelente dominio verbal 	

TABLA N° 8:

Jefe Comercial

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Jefe Comercial
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
Persona encargada del establecimiento de estrategias de ventas para atraer y promover a que turistas nacionales y extranjeros visiten nuestro Hotel y darlo a conocer.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes. • Establecer metas y objetivos para ventas. • Calcular la demanda y pronosticar las ventas. • Determinar el tamaño y la estructura de la fuerza de ventas. • Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores y de mercadeo. • Compensa, motiva y guía las fuerzas de venta. • Evaluación del desempeño de las ventas 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de administración de empresas, administración pública o ingeniería industrial. • Dos años de experiencia profesional relacionada y certificada. • Género indistinto. • Proactivo. • Disponibilidad de horarios. • Excelente dominio verbal 	

TABLA N° 9:

Recepcionista

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Recepcionista
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
Darles la bienvenida a los clientes, la encargada de dar información general acerca del Hotel. Además es la responsable de atender llamadas y concertar eventos.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar las salidas y entradas de los huéspedes. • Recibe a los huéspedes. • Asigna habitaciones. • Dar información a los clientes relacionados con el Hotel. • Atender las llamadas. • Confirmar eventos. • Llevar el control de llaves de habitaciones. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Bachillerato. • Dominio considerable del idioma inglés. • Excelente relaciones interpersonales. • Dinamismo. • Dominio de programas Microsoft Office. • Capacidad para solucionar problemas. • Disponibilidad de horarios. • Responsable y puntual. 	

TABLA N° 10:
Asesor De Marketing

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Asesor de marketing
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
La responsabilidad de realizar la promoción y publicidad del Hotel.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • El asesor debe dar soporte a las ventas en diferentes aspectos. • Publicidad, debe coordinar los esfuerzos publicitarios. • Promoción de ventas, está llamada a proveer al hotel, con material como folletos, afiches y otros materiales promocionales fundamentales para la venta. • Dar a conocer en las distintas Agencias de Viajes el servicio de alojamiento. • Hacer constantemente investigación de mercado. • Planeación de Marketing. • Desarrollo y planeación de productos y servicios. Esta función de mercadeo es primordial porque es la que origina nuevos servicios que serían incorporados en el Hotel. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería en Administración de Empresas o carreras afines con Hotelería. • 3 años de experiencia. • Género indistinto. • Proactivo. • Disponibilidad de horarios. • Excelente dominio verbal 	

TABLA N° 11:

Jefe Operativo

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Jefe Operativo
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
Garantizar el mantenimiento y la impecabilidad de las habitaciones, y de las áreas comunes y de la optimización del servicio.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar la limpieza de las habitaciones. • Supervisar el arreglo de las camas. • Supervisar la renovación de las provisiones. • Supervisar que se aprovechen al máximo los insumos que se incurren en el mantenimiento. • Garantizar la impecabilidad de las habitaciones y demás áreas. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Responsable. • Disponibilidad de horarios. • Género indistinto. • Puntual. 	

TABLA N° 12:

Chef

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Chef
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
Responsable de garantizar la calidad de la elaboración de los alimentos y su preservación a fin de lograr la satisfacción del cliente.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Preservación de los alimentos. • Supervisar y dirigir ayudantes de cocinas. • Supervisar las existencias de insumos para los alimentos. • Elaboración de requisición de productos. • Velar por la impecabilidad del equipo de cocina. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de dos años. • Bachillerato. • Disponibilidad de horarios. • Excelente relación interpersonal. • Puntual. 	

TABLA N° 13:

Auxiliar De Cocina

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Auxiliar de cocina
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
Es la persona encargada de elaborar los alimentos que el cliente ha solicitado mediante la carta o menú.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Preparar platillos apetitosos y bien sazonados, combinando texturas y colores en su presentación. • Controlar las porciones y supervisar que los platillos se preparen, presenten y sirvan de acuerdo a los estándares de calidad y cantidad establecidos. • Disminuir al máximo el desperdicio. • Supervisar la limpieza, higiene y sanidad de la materia prima. • Conocer todo lo relacionado con la recepción de alimentos perecederos y no perecederos, revisando su frescura, madurez, calidad y presentación. • Conocer los procedimientos para la preparación y combinación de los alimentos. • Aplicar los estándares de higiene y calidad. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 2 años. • Trabajo en equipo. • Disponibilidad de horarios. • Responsable • Puntualidad. 	

TABLA N° 14:

Mesero

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Mesero
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
Encargado de atender a los clientes, proporcionándoles alimentos, bebidas y asistencia durante la estancia	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Presentarse al trabajo debidamente aseado, tanto del cuerpo como del uniforme. • Limpia mesas, ceniceros, candeleros, menús, lámparas de mesas, charolas, etc. • Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía. • Conocer perfectamente los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración. • Sugerir alguna ensalada o algunas de las especialidades de la casa. • Presentar la comanda al cajero para que la selle y poder solicitar al cocinero los platillos ordenados por el cliente. • Retirar los platos oportunamente. • Cuando el cliente lo solicita, presentar la cuenta para su pago. • Asistir al cliente cuando se retira del restaurante. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Bachillerato. • Genero indistinto. • Puntual • Responsable. • Disponibilidad de horarios. 	

TABLA N° 15:

Camarero

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Camarero
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
Persona encargada de realizarla limpieza y mantener el orden en las habitaciones.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la limpieza en las habitaciones. • Arreglar las camas. • Cambiar fundas y sobre fundas. • Velar por el buen estado del mobiliario. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Responsable. • Disponibilidad de horarios. • Genero indistinto. • Puntual. 	

TABLA N° 16:

Lavandera

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Lavandera
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
Persona que realiza el proceso de lavado, secado y planchado de las fundas, sobre fundas, manteles, sábanas, entre otros.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Lavar las fundas, sobre fundas, manteles, entre otros. • Realizar el planchado. • Procurar el buen estado de las prendas en lavado. 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Responsable. • Disponibilidad de horarios. • Puntual 	

TABLA N° 17:

Jefe Administrativo

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Jefe administrativo
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
Supervisar y coordinar el registro contable de las operaciones, así como la elaboración/supervisión de los estados contables individuales y consolidados.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar y analizar los datos contables y elaborar informes o estados financieros • Establecer y aplicar métodos, políticas y principios contables adecuados • Coordinar y llevar a cabo auditorías anuales • Hacer recomendaciones 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de administración de empresas y contador público. • Un año de experiencia profesional relacionada y certificada. • Disponibilidad de horarios. • Responsable y puntual. 	

TABLA N° 18:

Contador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	Contador
Número de personas en el cargo:	1
OBJETIVO PRINCIPAL	
Persona responsable del correcto registro de todas las transacciones en las que incurra el hotel.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> • Aperturas de libros de contabilidad. • Establecer un sistema de contabilidad. • Registrar los movimientos financieros del hotel. • Presentar la información en los respectivos estados financieros para la toma de decisiones. • Realizar las planillas de sueldos. • Cumplimiento de las obligaciones tributarias del Hotel 	
REQUISITOS DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Contaduría o carreras afines. • Experiencia mínima de 3 años. • Responsable. 	

6.3. Proceso de integración del personal

Para atraer a candidatos idóneos, para cada puesto específico de la empresa se procederá a realizar lo siguiente:

6.3.1. Reclutamiento

A través de ciertas redes sociales se anunciará las vacantes durante un mes a los aspirantes que deseen trabajar en los diferentes puestos. Para atraer personas que deseen ocupar el cargo de gerente general se comunicará al Colegio de Administradores de Empresas de la ciudad de Tarija (CADET).

Para los demás puestos de trabajo también se utilizará avisos de empleo para ocupar el cargo, en donde incluirán una breve descripción de la empresa, las condiciones del cargo que se requiere, y además se incluirá un número telefónico al que podrán llamar los interesados.

6.3.2. Selección

Una vez captado el mayor número de personas, con las condiciones requeridas, será el momento de empezar a elegir quiénes ocuparán los puestos disponibles en la empresa.

Los métodos que se utilizará en el proceso de selección de personal serán:

- Presentación de su respectiva hoja de vida.
- Información u hojas de recomendación de trabajos o jefes anteriores, a quienes se les preguntará sobre el empleado, en cuanto a su forma de ser, de trabajar, cumplimiento, entre otros.
- Entrevistas, en las cuales se formularán preguntas abiertas, ya que estas harán que el candidato de la mayor cantidad de referencias sobre su trabajo y personalidad, en ella se podrá determinar si ellos cuentan con las destrezas necesarias.

6.3.3. Contratación de personal

Una vez contratado el personal más idóneo para ocupar el puesto, se realizará un programa de Capacitación.

Se preparará un paquete de orientación el cual incluirá lo siguiente:

- Presentación por escrito, del dueño, misión del negocio, visión de lo que quiere ser la empresa y poder hacer que ellos compartan y formen parte de ese objetivo, de esta manera conformar el mejor equipo posible.
- Una descripción escrita del cargo y funciones a desempeñar, junto a un listado de lo que se espera que cumplan.
- Proporcionar información sobre el servicio, la preparación y presentación para que el personal conozca y sienta que forman parte de la empresa y brindarles los datos necesarios que pueda ayudar al empleado a conocer de qué manera opera el negocio.
- Se informará a todo el personal sobre lo que deben portar antes de ingresar al servicio, ya que por seguridad e higiene estos deberán contar con un uniforme adecuado, que permita evitar en todo lo posible la diferencia de olores ya que algunos canes se desorientan fácilmente por el lugar y el olor, además que sirve como protección personal en caso de un descontrol animal u otros sucesos.

6.3.4. Inducción de personal

En cuanto a la inducción del personal en la empresa se realizará una socialización del equipo de trabajo mediante actividades de iniciación, tales como presentación del personal de la empresa, se mostrará el lugar de trabajo, objetivos de cada área de trabajo, entrega de medios necesarios. Con esto se pretende que todo el personal se conozca e intercambien ideas para poder formar una cultura organizacional de trabajo en equipo.

6.4. Administración de sueldos y salarios

Los sueldos serán pagados de acuerdo a las prestaciones de la ley vigente, en este caso se descontará Aportes Laborales de Pensiones los cuales se describen a continuación:

TABLA N° 19:

Aportes Y Descuentos Nacionales

APORTES LABORALES DE PENCIONES	
APORTES	PORCENTAJES
Cuenta personal previsional. (Pensión de jubilación vitalicia).	10%
Prima riesgo común. (Pensión por invalides o muerte).	1.71%
Comisión AFP. (Gestora publica S.S. de L.P, por servicios de aseguramiento, procesamiento de Datos y administración de sus fondos).	0,50%
TOTAL.	12,21%

TABLA N° 20:

Sueldos Y Salarios

SUELDOS Y SALARIOS						
Expresado en Bolivianos						
Cargo	Detalle del puesto	Cantidad de puestos	Meses	Remuneración mensual	Total	
Gerente	Tiempo completo	1	13	3.500	45.500	
Jefe comercial	Tiempo completo	1	13	3.000	39.000	
Jefe operativo	Tiempo completo	1	13	3.000	39.000	
Jefe administrativo	Tiempo completo	1	13	3.000	39.000	
Recepcionista	Tiempo completo	1	13	2.200	28.600	
Asesor de marketing	Por servicio	1	12	1.000	12.000	
Contador	Por servicio	1	12	1.000	12.000	
Chef	Tiempo completo	1	13	3.500	45.500	
Auxiliar de cocina	Tiempo completo	1	13	2.200	28.600	
Mesero	Tiempo completo	1	13	2.200	28.600	
Camarero	Tiempo completo	1	13	2.200	28.600	
Lavandera	Por servicio	1	12	1.000	12.000	
TOTAL EN SUELDOS Y SALARIOS					358.400	

6.5. Marco legal de la organización

Según el **REGLAMENTO DE HOSPEDAJE TURISTICO:**

Artículo 5º.- (De la denominación).- Para fines de este reglamento se entiende por:

Hoteles: Son aquellos establecimientos que prestan en forma permanente el servicio de hospedaje en unidades habitacionales. La construcción deberá constituir un todo homogéneo con escaleras y/o ascensores de uso exclusivo.

Tener un mínimo de veinte (20) habitaciones, contar con el servicio sanitario privado y/o común según su categoría y disponer de los servicios de alimentos y bebidas según su categoría.

La infraestructura, mobiliario, el equipamiento y los servicios deben estar acordes a su categoría y cumplir con las exigencias y requisitos mínimos del módulo correspondiente.

Artículo 8º.- (De los requisitos de apertura).- Las solicitudes para el funcionamiento legal de los Establecimientos de Hospedaje Turístico, deberán presentarse a la Unidad Departamental de Turismo correspondiente, acompañando la siguiente documentación:

- a) Testimonio de Constitución de Sociedad, si corresponde
- b) Balance de apertura. (Empresas unipersonales).
- c) Registro del Servicio Nacional de Registro de Comercio (SENAREC)
- d) Inscripción en la Honorable Alcaldía Municipal (P.M.C.)
- e) Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)
- f) Poder del representante legal, si corresponde.
- g) Cédula de Identidad del propietario (empresas unipersonales).
- h) Detalle de las características del Establecimiento de Hospedaje Turístico, describiendo las instalaciones e infraestructura.

Si los documentos fueran presentados en fotocopias, estas deberán estar necesariamente legalizadas de acuerdo a las previsiones del Código Civil Boliviano sobre la materia.

Artículo 9º.- (De las autorizaciones de funcionamiento).- Las autorizaciones de funcionamiento de los Establecimientos de Hospedaje Turístico serán otorgadas por las

Unidades Departamentales de Turismo, luego de la verificación jurídica y el cumplimiento de los requisitos especificados en el artículo 8° del presente reglamento.

Artículo 10°.- (Del Registro Departamental de Turismo).- La Unidad Departamental de Turismo inscribirá en el Registro Departamental de Turismo, a los Establecimientos de Hospedaje Turístico, legalmente autorizados, en virtud al artículo precedente y los reconocidos por el artículo 16 de la Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia, Ley N° 2074 del 14 de abril de 2.000,

Artículo 11°.- (De la inscripción en el Registro Nacional de Turismo).- La Unidad Departamental de Turismo elevará al Viceministerio de Turismo, una copia de la autorización emitida al Establecimiento de Hospedaje Turístico para ser incorporado en el Registro Nacional de Turismo.

Artículo 12°.- (De las Cámaras Hoteleras).- Solo serán reconocidos como "Establecimientos de Hospedaje Turístico" y podrán usar dicha denominación aquellos que cumplan con todos los requisitos establecidos en la Ley 2074 y en el presente reglamento, particularmente en lo que concierne al artículo 10° relacionado con el registro en las Unidades Departamentales de Turismo. Asimismo, y al amparo de la Ley 2074 que reconoce a la Cámara Boliviana de Hotelería como ente máximo de representatividad del sector, todos los Establecimientos de Hospedaje Turístico deberán estar inscritos en sus respectivas Cámaras Hoteleras. Esta inscripción no constituye de manera alguna en obligatoriedad de afiliación.

Artículo 13°.- (Del intrusismo empresarial).- El ejercicio de los servicios turísticos propios de los Establecimientos de Hospedaje Turístico, sin estar en posesión de la correspondiente autorización será considerado intrusismo empresarial y se procederá a sancionarlo conforme a lo dispuesto por la normativa legal en vigencia.

CAPITULO VII
PLAN FINANCIERO

7.1. PLAN FINANCIERO

El presente estudio Económico - Financiero tiene como objetivo presentar los datos correspondientes a las inversiones, los costos e ingresos previstos del Hotel y con los mismos poder proyectar los estados financieros, el flujo de caja y evaluar finalmente el proyecto financieramente con el fin de determinar si es factible la implementación del Hotel.

7.1.1. Presupuesto

El primer aspecto que se ha analizado del Hotel es el de realizar un presupuesto de inversión acorde a lo que el Hotel tiene como alcance, dentro de esto se podrá analizar qué porcentaje de financiamiento se requiere y sobre todo permitirá evaluar la inversión realizada si finalmente es rentable o no.

El presupuesto nos da a conocer los ingresos y egresos que podrán efectuarse tanto para la puesta en marcha, y el funcionamiento del Hotel.

7.1.2. Presupuesto de inversión

Es un supuesto aproximado de cuanto se va a invertir para lograr poner en marcha el negocio, y los recursos con los cuales se financiarán las inversiones.

Las inversiones representan la suma de los bienes y servicios necesarios para implementar el proyecto, comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para empezar las operaciones del Hotel. Los rubros necesarios de la inversión son los siguientes:

- Inversión en Activos Fijos
- Inversión en Activos Diferidos (Activos intangibles)
- Capital de Trabajo

7.2. Inversión en Activos Fijos

Los activos fijos están conformados por los muebles y enseres, vehículo, equipo de computación, equipo de oficina, maquinaria y lo que se necesite para la adecuación y funcionamiento del Hotel.

TABLA N° 21:

Muebles Y Enseres (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Cama y colchones de 1 ½ plazas	513	29	14.877
Cama y colchones de 2 plazas	600	3	18.000
Velador de madera	75	32	2.400
Almohadas	30	64	1.920
Juegos de Sábanas	200	70	14.000
Cubre Camas	200	50	10.000
Protectores de colchón	50	32	1.600
Cobijas	280	50	14.000
Toallas	150	50	7.500
Estanterías	230	4	920
Mesas (rest., S. E.)	200	7	1.400
Sillas (rest., S. E.)	70	38	2.660
Lámparas	50	20	1.000
Carro Camareras	250	1	250
Lava-ropa	3.000	1	3.000
Teléfonos	150	20	3.000
Pódium (S. E.)	214	1	214
Micrófonos (S. E.)	150	1	150
TOTAL			96.891

Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 22:

Equipo De Computación (Expresado en bolivianos)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
DELL OPTIPLEX 9020	1	5.200	5.200
TOTAL	1		5.200

Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 23:

Maquinaria Y Equipo (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Televisores de 32 pulgadas	1.500	20	30.000
Iluminación (S. eventos)	7.500	1	7.500
Equipo de sonido (S. eventos)	3.000	1	3.000
Refrigerador vertical	2.800	1	2.800
Refrigerador horizontal	3.200	1	3.200
Cocina industrial	5.500	1	5.500
Exhibidor comida caliente	2.700	1	2.700
Asador	1.450	1	1.450
Licuadaora	700	1	700
Cafetera	350	1	350
Microondas	800	1	800
Horno	2.000	1	2.000
Caja registradora	700	1	700
TOTAL			53.950

Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 24:

Suministros Y Utensilios (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Utensilios de cocina	5.000	1	5.000
Mantelería	20	50	1.000
Adornos (artesanía)	3.200	1	3.200
TOTAL			9.200

Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 25:

Equipo De Oficina (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Impresora	850	1	850
Teléfono Panasonic	200	1	200
Calculadora CASIO	150	2	300
TOTAL			1.350

Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 26:

Vehículo (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Vagoneta año 2000	1	125.700	125.700
TOTAL			125.700

Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 27:

Total Inversión Fija (Expresado en bolivianos)

Para conocer el valor total de la inversión de los Activos Fijos que se necesita para la puesta en marcha del Hotel se requiere de lo siguiente:

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Edificación	2.436.000	1	2.436.000
Detalles típicos y tradicionales de decoración	64.000	1	64.000
Maquinaria y equipamiento	53.950	1	53.950
Suministros y utensilios	9.200	1	9.200
Equipo de computación	5.200	1	5.200
Muebles y enseres	96.891	1	96.891
Equipo de oficina	1.350	1	1.350
Vehículo	125.700	1	125.700
TOTAL			2.792.291

Fuente: Elaboración propia

7.3. Inversión activos diferidos

La inversión de activos diferido del "CHURO HOTEL" estará compuesto por los gastos de organización y las patentes municipales, dichos activos diferidos se detallarán a continuación:

TABLA N° 28:

Activos Intangibles (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Tramites de FUNDEMPRESA	260	1	260
Tramite de Impuestos Nacionales	-	-	-
Tramite en la Alcaldía Municipal de Caraparí	50	1	50
Tramite en la Caja Nacional de Salud	100	4	400
Tramites AFP's	-	-	-
Tramites en el Ministerio de Trabajo	80	1	80
Constitución de la empresa	210	1	210
Estudio Jurídico	3.500	1	3.500
Registro sanitario	350		350
TOTAL			4.850

Fuente: Elaboración propia

7.4.Capital de operación inicial

Dentro de las inversiones que requiere el Hotel para su operación inicial es necesario contabilizar los gastos de operación de al menos un mes, puesto que se requiere una liquidez inicial dado que los primeros meses se tendrán ventas menores a las estimadas a nivel normal, es por ello que a continuación se analizan los costos de operación mensual, mismos que se incluirán en las inversiones de la empresa.

Adicionalmente se han considerado otros gastos que serán incluidos solamente en un inicio de la empresa como es la publicidad y los insumos iniciales.

TABLA N° 29:

Costos Operativos Anuales (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Mantenimiento equipo de cocina	150
Mantenimiento de computadora	80
Mantenimiento equipo de sonido e iluminación	200
Insumos	300
Papelería	250
Publicidad	12.000
TOTAL	12.980

Fuente: Elaboración propia

Para conocer el monto de nuestra inversión inicial también hemos tomado en cuenta la campaña publicitaria que se requerirá para darnos a conocer.

TABLA N° 30:

Otros Gastos De Operación Inicial (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	VALOR
Campaña publicitaria	12.000
TOTAL	12.000

Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 31:

Sueldos Y Salarios (Expresado en bolivianos)

SUELDOS Y SALARIOS					
Expresado en Bolivianos					
Cargo	Detalle del puesto	Cantidad de puestos	Meses	Remuneración mensual	Total
Gerente	Tiempo completo	1	13	3.500	45.500
Jefe comercial	Tiempo completo	1	13	3.000	39.000
Jefe operativo	Tiempo completo	1	13	3.000	39.000
Jefe administrativo	Tiempo completo	1	13	3.000	39.000
Recepcionista	Tiempo completo	1	13	2.200	28.600
Asesor de marketing	Por servicio	1	12	1.000	12.000
Contador	Por servicio	1	12	1.000	12.000
Chef	Tiempo completo	1	13	3.500	45.500
Auxiliar de cocina	Tiempo completo	1	13	2.200	28.600
Mesero	Tiempo completo	1	13	2.200	28.600
Camarero	Tiempo completo	1	13	2.200	28.600
Lavandera	Por servicio	1	12	1.000	12.000
TOTAL EN SUELDOS Y SALARIOS					358.400

Fuente: Elaboración propia

7.5.Capital de Trabajo

Para conocer la inversión inicial del proyecto es necesario conocer el capital de trabajo el mismo que comprende la suma de los importes que se requieren para iniciar las operaciones del proyecto como sueldos, insumos, servicios básicos, etc.

Para el caso del proyecto se considerará un capital de trabajo para dos meses.

TABLA N° 32:

Capital De Trabajo (Expresado en bolivianos)

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL	CAPITAL DE TRABAJO PARA 2 MESES
Sueldos del personal	358.400	27.800	55.600
Costos operativos	12.980	1.081,67	2.163,33
Otros gastos de inversión inicial	12.000	1.000	2.000
TOTAL			59.763,33

Fuente: Elaboración propia

7.5.1. Resumen de inversión inicial

De esta manera se ha realizado un resumen de inversiones que permita tener el presupuesto de inversión total requerido para implementar el “CHURO HOTEL”.

TABLA N° 33:

Activos Corrientes (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos fijos	2.792.291
Activos intangibles	4.850
Capital de trabajo (2 meses)	59.763,33
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	2.856.904

Fuente: Elaboración propia

Se ha estimado que el capital de liquidez que se requiere para la implementación del hotel es un valor de la operación de 2 meses, con el cual se podrá mantener la liquidez y sostener posibles ventas bajas en los primeros meses de operación.

Por tanto el valor corresponde a la suma de gastos de salarios, más los costos operativos mensuales y adicionalmente hay que considerar los gastos publicitarios que se realizarán al inicio.

7.6.Estructura de Financiamiento

De acuerdo al alcance de capital que dispone la empresa, se ha considerado que la misma podrá contar con aproximadamente un 70% del capital de inversión, mientras que requerirá un financiamiento externo por un 30%.

TABLA N° 34:

Estructura De Financiamiento (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Socios	2.060.500	70 %
Financiamiento bancario	883.141	30 %
TOTAL	2.871.641	100 %

Fuente: Elaboración propia

7.6.1. Datos generales del crédito:

Se ha considerado una tasa bancaria del 11,4% que corresponde a la tasa efectiva anual del Banco Unión para este tipo de créditos.

Para el valor de la Anualidad se hizo el siguiente cálculo:

Monto a financiar que es $\$110.131 * \text{tasa que es } 0.0095 / (1 - 1 / (1 + 0.0095 \text{ tasa}) ^ 60 = 2.353,14$

TABLA N° 35:

Datos Generales Del Crédito (Expresado en bolivianos)

			Escriba los valores
Importe del préstamo			1856688
Tasa de interés anual			8.00%
Período del préstamo en años			10
Fecha de inicio del préstamo			7/5/2022
Pago mensual			\$ 22,526.75
Número de pagos			120
Importe total de los intereses			\$ 846,521.86
Costo total del préstamo			\$ 2,703,209.86

Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 36:

Amortización Del Crédito (Expresado en bolivianos)

AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Saldo Deudor	883,141	794,827	706,513	618,199	529,885	441,571	353,256	264,942	176,628	88,314		
Interés (I)		70,651	63,586	56,521	49,456	42,391	35,326	28,261	21,195	14,130	7,065	381,517
Amortización (A)		88,314	88,314	88,314	88,314	88,314	88,314	88,314	88,314	88,314	88,314	794,827
Total cuota (I+A)	0	158,965	151,900	144,835	137,770	130,705	123,640	116,575	109,509	102,444	95,379	1,176,344

Fuente: Elaboración propia

7.6.2. Depreciaciones

La depreciación y amortización tienen finalidades prácticas, es decir, son estímulos al inversionista con la finalidad de que generen producción recompensando la recuperación de los montos invertidos a través de cargos en los balances.

Es necesario analizar las depreciaciones de los activos que tiene la empresa, mismos que deberán contabilizarse en el estado de resultados y de esta manera calcular correctamente los impuestos a pagar.

TABLA N° 37:

Depreciaciones (Expresado en bolivianos)

	VALOR INICIAL	DEPRECIACIÓN ANUAL %	Depreciación por año en bs	VALOR DE RECUPERACIÓN
Equipamiento	53.950	0,10	5.395	0.00
Mueblería	96.891	0,10	9.689	0.00
Suministros	9.200	0,10	920	0.00
Equipos de computación	5.200	0,25	1.300	0.00
Equipo de oficina	1.350	0,10	135	0.00
Vehículo	125.700	0,20	25.140	0.00
Amortización activos intangibles	4.850	0,20	970	0.00
TOTAL	2.733.141		104.449	0.00

Fuente: Elaboración propia

7.7. Determinación de los egresos

7.7.1. Determinación de los costos

Cuando se trata de una empresa de servicio, lo usual es denominar costos solamente a los costos incurridos en la prestación del servicio. Estos costos están conformados por los siguientes elementos:

- Costos de Suministros diversos
- Costos de mano de Obra por el servicio
- Costos Indirectos

7.7.1.1. Costos de Suministros diversos

Costos conformados por las compras que realiza la empresa para poder brindar dar el servicio, en nuestro caso hay que tomar en cuenta que aparte del servicio de alojamiento también se ofrece servicio de restaurante y salón de eventos.

Cálculo de suministros diversos:

TABLA N° 38:

Costo De Los Suministros Diversos (Expresado en bolivianos)

PROCESO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Ambiental	35	420
Detergente	300	3.650
Suavizante de ropa	180	2.190
Materiales de limpieza	150	1.825
Total costos alojamiento	665	65
Costos comida restaurante	3032,10	36.385,20
Costo comida S. E.	3.200	19.200
TOTAL SUMINISTROS DIVERSOS	6.897,10	71.650,20

Fuente: Elaboración propia

7.7.1.2. Mano de obra por el servicio

Es la que se utiliza para brindar los distintos servicios que el hotel presta y cuál es el factor determinante para la satisfacción del cliente.

Para el cálculo de la mano de obra, se toma en cuenta todas las personas que intervienen directamente en los procesos que brinda el hotel para sus servicios.

TABLA N° 39:

Pago Al Personal (Expresado en bolivianos)

CARGO	TOTAL
Gerente	3.500
Jefe comercial	3.000
Jefe operativo	3.000
Jefe administrativo	3.000
Recepcionista	2.200
Asesor de marketing	1.000
Contador	1.000
Chef	3.500
Auxiliar de cocina	2.200
Mesero	2.200
Camarero	2.200
Lavandera	1.000
TOTAL	27.800

Fuente: Elaboración propia

7.7.1.3. Costos Indirectos

Costos conformados por elementos que intervienen indirectamente en la prestación del servicio, tales como: energía, agua, teléfono, alquileres, mantenimiento, reparaciones, etc.

A continuación los costos indirectos del “CHURO HOTEL”

TABLA N° 40:

Activos Corrientes (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Mantenimiento equipo de cocina	150
Mantenimiento de computadora	80
Mantenimiento equipo de sonido e iluminación	200
Insumos	300
Papelería	250
Publicidad	12.000
TOTAL	12.980

Fuente: Elaboración propia

Para saber los costos en los que incurre el Hotel al momento de brindar el servicio de alojamiento a más del restaurante y salón de eventos sumamos los tres rubros que son:

TABLA N° 41:

Costos Anuales (Expresado en bolivianos)

CONCEPTO	TOTAL ANUAL
Costos de suministros diversos	71.650,20
Mano de obra por servicio	166.800
Costos indirectos	14.780,04
TOTAL COSTOS	253.230,24

Fuente: Elaboración propia

7.8. Estimación de ingresos

7.8.1. Volúmenes de ventas anuales y mensuales.

La Tasa de Ocupación Hotelera en Tarija, hasta septiembre del 2019 fue de 54,5%, lo que es una tasa de evolución positiva para esta idea de negocio, por lo tanto, tomando una posición muy conservadora, y considerando que no se podrá llegar a dicho porcentaje promedio de

hospedaje en el primer año, se consideró tomar solo el 62% de ocupación de las habitaciones en promedio para el primer año, considerando que para los siguientes años en el que la empresa opere y por efectos de las estrategias de marketing aplicados, se tendrá un crecimiento del 5% por gestión hasta la culminación de los 10 años iniciales que se considera para este negocio.

Capacidad Máxima 32 Huéspedes X 62% = 19,84 Huéspedes = **20 Huéspedes por Día.**

Estimación de Ingresos (Día) = 20 Huéspedes X 100 bs = **2.000 bs Por Día**

Estimación de Ingresos (Año) = 2.000 bs X 365 Días = **730.000 bs Por Año**

Para conocer el ingreso por restaurante tomaremos en cuenta al número de habitaciones para estimar las personas que consumirán en dicho restaurante, estimando un aproximado de los costos de cada uno de los platos que se va a servir se ha calculado el costo de acuerdo al tipo de Menú:

- ✓ Desayuno Americano (sin costo porque incluye el hospedaje)
- ✓ Almuerzo Bufet Criollo (cocina tradicional chapaca)
- ✓ Cena Gourmet (cocina internacional)

TABLA N° 43:

Ingresos Por Restaurante (Expresado en bolivianos)

DESCRIPCIÓN	N° DE PERSONAS	PRECIO	INGRESO DIARIO	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
Desayuno	10	0	0	0	0
Almuerzo	20	30	600	18.000	219.000
Cena	20	30	600	18.000	219.000
TOTAL				36.000	438.000

Fuente: Elaboración propia

TABLA N° 45:

Ingresos Del Hotel (Expresado en bolivianos)

CONCEPTO	CANTIDAD APROXIMADA DE PERSONAS	INGRESO DIARIO	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
Alojamiento	10	1.000	30.000	365.000
Restaurante	20	1.200	36.000	438.000
TOTAL INGRESOS		2.200	66.000	803.000

Fuente: Elaboración propia.

TABLA N° 46:

Costos Y Gastos (Expresado en bolivianos)

DETALLE DE LOS COSTOS Y GASTOS ANUALES	TOTAL	FIJO	VARIABLE
Costos por alojamiento	7.980		7.980
Costos por comida restaurante	36.385,20		36.385,20
Salarios	358.400	322.400	
Mantenimiento equipos cocina	150		150
Mantenimiento computadoras	80		80
Mantenimiento equipo sonido e iluminación	200		200
Servicios básicos	7.800		7.800
Insumos	300		300
Papelería	250		250
Publicidad	12.000	12.000	
Depreciaciones	104.449	104.449	
Amortizaciones	88.314	88.314	
TOTAL	616.308,2	527.163	53.145,2

7.9. Balance de apertura

Ya que anteriormente se establecieron los diferentes costos, en los cuales incurrirá la empresa, es posible establecer el balance de apertura, con el cual se dará inicio a las actividades de la misma.

Para ello, se toma en cuenta los activos y el patrimonio determinados para su funcionamiento.

TABLA N° 47:

Balance De Apertura (Expresado en bolivianos)

BALANCE DE APERTURA			
CHURO HOTEL			
Practicado al lunes, 9 de mayo de 2022			
(Expresado en Bs.)			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTES:	<u>146,500.00</u>	PASIVOS CIRCULANTES	<u>0.00</u>
Caja	500.00	Ctas/Doc. por Pagar	0.00
Banco	0.00		0.00
I	0.00		
Inventario de Mercaderías:	146,000.00	PASIVO NO CIRCULANTE	<u>883,141.00</u>
		Crédito Bancario	883,141.00
ACTIVOS NO CIRCULANTES:	<u>2,797,141.00</u>	PATRIMONIO	
Activos Fijos	<u>2,792,291.00</u>	Capital Contable	<u>2,060,500.00</u>
Edificio	2,436,000.00	Aporte por cada Acción 10	206,050.00
Detalles típicos de decoración	64,000.00		
Vehículo	125,700.00		
Equipo de Computación	5,200.00		
Maquinaria y equipo (*)	53,950.00		
Muebles y Enseres (*)	96,891.00		
Suministros y utensilios	9,200.00		
Equipo de Instalaciones (*)	0.00		
Equipo de oficina	1,350.00		
I	0.00		
Activos Intangibles	<u>4,850.00</u>		
Acción Línea Telefónica	4,850.00		
Seguros pagados x Adelantado	0.00		
Alquileres pagados x Adelantado	0.00		
Asesoramiento Legal	0.00		
Patente Municipal	0.00		
Matrícula FUNDEMPRESA	0.00		
Investigación de Mercados	0.00		
Estudio Topográfico / Arquitectónico	0.00		
Gastos de Organización	0.00		
Campaña inicial de publicidad	0.00		
I	0.00		
TOTAL ACTIVOS	<u>2,943,641.00</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>2,943,641.00</u>

Fuente: Elaboración propia

7.10. Flujos de Caja Escenario Probable

Información relevante para el flujo de caja (Ver Anexo N° 6)

TABLA N° 48: FLUJO DE CAJA FINANCIERO

(Expresado en bolivianos)

DETALLE	INVERSIÓN	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (AÑOS)				
	AÑO "CERO"	1	2	3	4	5
A: INGRESOS EFECTIVOS:	0	1,640,310	1,755,132	1,877,991	2,009,450	2,564,692
(+) Ventas		1,640,310	1,755,132	1,877,991	2,009,450	2,150,112
(+) Valor Residual						268,080
(+) Capital de Operaciones						146,500
B: EGRESOS EFECTIVOS:		944,878	976,486	1,010,677	1,047,633	1,191,192
(-) Inversión Fija	2,792,291					
(-) Inversión Diferida	4,850					
(-) Capital de Operaciones	146,500					
(-) Costos Variables		156,220	167,155	178,856	191,376	204,773
UTILIDAD BRUTA		1,484,090	1,587,976	1,699,135	1,818,074	2,359,919
(-) Costos Fijos		374,384	374,384	374,384	374,384	374,384
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)		1,109,706	1,213,592	1,324,751	1,443,690	1,985,535
(-) Costos Financieros		70,651	63,586	56,521	49,456	42,391
(-) Depreciaciones		17,822	17,822	17,822	17,822	17,822
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		1,021,233	1,132,184	1,250,407	1,376,412	1,925,322
(-) Impuestos de Ley 25%		255,308	283,046	312,602	344,103	481,331
UTILIDAD NETA		765,924	849,138	937,806	1,032,309	1,443,992
(+) Depreciación		17,822	17,822	17,822	17,822	17,822
(-) Amortización Préstamo		88,314	88,314	88,314	88,314	88,314
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	-2,943,641	695,432	778,646	867,314	961,817	1,373,500
Flujo de Caja Acumulado		695,432	1,474,079	2,341,392	3,303,209	4,676,709

Fuente: Elaboración propia

7.11. Indicadores de evaluación

Es muy necesario realizar la Evaluación Financiera, para tomar decisiones correctas futuras en el Hotel.

Tasa de Actualización	5.30%	DECISION DEL INVERSIONISTA
VAN	1,005,096	SE ACEPTA
TIR	15.68%	SE ACEPTA
B/C	1.34	SE ACEPTA
PRI 4	5.69	ESPERAR MÁS DE 3 AÑOS, No conviene
DIVIDENDOS /mes	5,795	ACEPTA INVERTIR

7.11.1. Valor actual neto (VAN)

Para poder calcular el Valor Actual Neta del proyecto se utilizará la siguiente fórmula:

Donde:

K (Tasa de actualización) = **4.34%**

$$VAN = -I + \frac{FC_1}{(1+K)^1} + \frac{FC_2}{(1+K)^2} + \frac{FC_3}{(1+K)^3} + \frac{FC_4}{(1+K)^4} + \frac{FC_5}{(1+K)^5}$$

- **VAN FINANCIERO**

$$VAN = -2.943.641 + \frac{695.432,49}{(1+0,0569)^1} + \frac{778.646}{(1+0,0569)^2} + \frac{867.313,66}{(1+0,0569)^3} + \frac{961.817}{(1+0,0569)^4} + \frac{1.373.499,81}{(1+0,0569)^5} \dots\dots\dots$$

$$VAN = \mathbf{1.005.096,19}$$

Como demuestran los datos obtenidos, el VAN económico es mayor a 0 contando con un total de **(1.005.096,19)**, por lo tanto, el proyecto se acepta tomando a consideración el indicador del Valor Actual Neto.

Se ha considerado evaluar el proyecto a través de los principales indicadores como son el TMAR, VAN, la TIR, KP y el PRI (Período de recuperación del capital), estimadores principales que ofrecerán una clara evaluación del proyecto presentado.

7.11.2. Tasa interna de retorno

Para poder calcular la Tasa Interna de Retorno del proyecto se utilizará la siguiente fórmula:

$$TIR = \frac{-I + FC_1 + FC_2 + FC_3 + FC_4 + FC_5}{(1 \times FC)^1 + (2 \times FC)^2 + (3 \times FC)^3 + (4 \times FC)^4 + (5 \times FC)^5}$$

- **TIR FINANCIERO**

$$TIR = \frac{-168283 + 695.432,49 + 778.646 + 867.313,66 + 961.817 + 1.373.499,81}{(1 \times 695.432,49)^1 + (2 \times 778.646)^2 + (3 \times 867.313,66)^3 + (4 \times 961.817)^4 + (5 \times 1.373.499,81)^5}$$

$$TIR = 15,68\%$$

El TIR financiero para la empresa supera a la tasa de la actualización de 5,3% que se determinó, por lo tanto, el proyecto se acepta y es viable.

7.11.3. Relación Beneficio/Costo

Para poder determinar la relación de Beneficio/Beneficio de la empresa se tomará en cuenta a los flujos de caja de los 5 años proyectados anteriormente.

$$B/C = \frac{\text{suma de los flujos de caja}}{\text{Inversion}}$$

- **B/C FINANCIERO**

$$B/C = \frac{695.432,49 + 778.646 + 867.313,66 + 961.817 + 1.373.499,81}{2.943.641}$$

$$B/C = 1,34$$

La relación de Beneficio/Costo financiero de la empresa es de **1,34** siendo este mayor a 0, por lo tanto, la rentabilidad del proyecto es positiva, se acepta.

Flujo de Caja Escenario Malo (80%)

DETALLE	INVERSIÓN	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (AÑOS)				
	AÑO "CERO"	1	2	3	4	5
A: INGRESOS EFECTIVOS:	0	1,405,980	1,504,399	1,609,707	1,722,386	2,242,933
(+) Ventas		1,405,980	1,504,399	1,609,707	1,722,386	1,842,953
(+) Valor Residual						268,080
(+) Capital de Operaciones						131,900
B: EGRESOS EFECTIVOS:		872,243	899,017	928,031	959,441	1,093,409
(-) Inversión Fija	2,792,291					
(-) Inversión Diferida	4,850					
(-) Capital de Operaciones	131,900					
(-) Costos Variables		140,598	150,440	160,971	172,239	184,295
UTILIDAD BRUTA		1,265,382	1,353,959	1,448,736	1,550,147	2,058,638
(-) Costos Fijos		374,384	374,384	374,384	374,384	374,384
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)		890,998	979,575	1,074,352	1,175,763	1,684,254
(-) Costos Financieros		69,483	62,535	55,587	48,638	41,690
(-) Depreciaciones		17,822	17,822	17,822	17,822	17,822
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		803,693	899,218	1,000,943	1,109,303	1,624,742
(-) Impuestos de Ley 25%		200,923	224,804	250,236	277,326	406,185
UTILIDAD NETA		602,769	674,413	750,707	831,977	1,218,556
(+) Depreciación		17,822	17,822	17,822	17,822	17,822
(-) Amortización Préstamo		86,854	86,854	86,854	86,854	86,854
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	-2,929,041	533,737	605,381	681,675	762,945	1,149,524
Flujo de Caja Acumulado		533,737	1,139,119	1,820,794	2,583,739	3,733,264

Tasa de Actualización	5.30%	DECISION DEL INVERSIONISTA
VAN	216,463	SE ACEPTA
TIR	7.64%	SE ACEPTA
B/C	1.07	SE ACEPTA
PRI 4	6.63	ESPERAR MÁS DE 3 AÑOS, No conviene
DIVIDENDOS / mes	4,448	ACEPTA INVERTIR

Indicadores Financieros (Escenario Malo)

$$\text{VAN} = 216.463$$

Como demuestran los datos obtenidos, el VAN económico es mayor a 0 contando con un total de **(216.463)**, por lo tanto, el proyecto se acepta tomando a consideración el indicador del Valor Actual Neto.

$$\text{TIR} = 7,64\%$$

El TIR financiero para la empresa supera a la tasa de la actualización de 5,3% que se determinó, por lo tanto, el proyecto se acepta y es viable.

$$\text{B/C} = 1,07$$

La relación de Beneficio/Costo financiero de la empresa es de **1,07** siendo este mayor a 0, por lo tanto, la rentabilidad del proyecto es positiva, se acepta.

Flujo de Caja Escenario Óptimo (20%)

DETALLE	INVERSIÓN	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (AÑOS)				
	AÑO "CERO"	1	2	3	4	5
A: INGRESOS EFECTIVOS:	0	1,874,640	2,005,865	2,146,275	2,296,515	2,886,451
(+) Ventas		1,874,640	2,005,865	2,146,275	2,296,515	2,457,271
(+) Valor Residual						268,080
(+) Capital de Operaciones						161,100
B: EGRESOS EFECTIVOS:		1,017,513	1,053,954	1,093,323	1,135,826	1,288,975
(-) Inversión Fija	2,792,291					
(-) Inversión Diferida	4,850					
(-) Capital de Operaciones	161,100					
(-) Costos Variables		171,842	183,871	196,742	210,514	225,250
UTILIDAD BRUTA		1,702,798	1,821,994	1,949,533	2,086,001	2,661,201
(-) Costos Fijos		374,384	374,384	374,384	374,384	374,384
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)		1,328,414	1,447,610	1,575,149	1,711,617	2,286,817
(-) Costos Financieros		71,819	64,637	57,455	50,273	43,092
(-) Depreciaciones		17,822	17,822	17,822	17,822	17,822
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		1,238,773	1,365,150	1,499,872	1,643,521	2,225,903
(-) Impuestos de Ley 25%		309,693	341,288	374,968	410,880	556,476
UTILIDAD NETA		929,079	1,023,863	1,124,904	1,232,641	1,669,427
(+) Depreciación		17,822	17,822	17,822	17,822	17,822
(-) Amortización Préstamo		89,774	89,774	89,774	89,774	89,774
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	-2,958,241	857,127	951,911	1,052,952	1,160,689	1,597,475
Flujo de Caja Acumulado		857,127	1,809,038	2,861,990	4,022,679	5,620,155

Tasa de Actualización	5.30%	DECISION DEL INVERSIONISTA
VAN	1,793,572	SE ACEPTA
TIR	23.12%	SE ACEPTA
B/C	1.61	SE ACEPTA
PRI 4	5.09	ESPERAR MÁS DE 3 AÑOS, No conviene
DIVIDENDOS / mes	7,143	ACEPTA INVERTIR

Indicadores Financieros (Escenario Óptimo)

$$\text{VAN} = 1.793.572$$

Como demuestran los datos obtenidos, el VAN económico es mayor a 0 contando con un total de **(1.793.572)**, por lo tanto, el proyecto se acepta tomando a consideración el indicador del Valor Actual Neto.

$$\text{TIR} = 23,12\%$$

El TIR financiero para la empresa supera a la tasa de la actualización de 5,3% que se determinó, por lo tanto, el proyecto se acepta y es viable.

$$\text{B/C} = 1,61$$

La relación de Beneficio/Costo financiero de la empresa es de **1,61** siendo este mayor a 0, por lo tanto, la rentabilidad del proyecto es positiva, se acepta.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES:

- El proyecto de la creación de un “CHURO HOTEL” en la ciudad de Tarija es un proyecto que nació de la necesidad de brindarle al turista nacional y extranjero un lugar donde se pueda hospedar con la toda la confianza y comodidad.
- Al realizar un análisis tanto interno como externo del entorno que afecta al negocio, se pudo determinar que existen muchas oportunidades para poder tener éxito dentro del mercado actual ya que gran parte de las variables analizadas tienen aspectos positivos que benefician al concepto que se presenta en este proyecto.
- Con la investigación de mercados realizado se pudo determinar el grado de aceptación del mercado potencial hacia el CHURO HOTEL obteniendo el 68% de respuestas positivas hacia el mismo lo cual demuestra que la idea tiene una buena posibilidad de éxito, se pudieron cumplir con todos los objetivos propuestos obteniendo los resultados esperados demostrando que la hipótesis planteada era correcta.
- A través del plan de marketing se pudo definir una estrategia de marketing mix adecuada para la empresa. El servicio que ofrecerá el emprendimiento estará basado en el servicio de hospedaje, los precios de los bienes se determinaron tomando en consideración la opinión del mercado potencial, la plaza se hará a través de “On sale” (Venta interior) y la promoción se dará por medio de las redes sociales.
- Con el plan de operaciones se describió a través de diagramas de flujo el proceso de servicio hacia los clientes, también se identificó todo el equipo y maquinarias que se utilizará en el proceso de producción y por último la localización ideal del CHURO HOTEL será cerca de la nueva Terminal de Buses.
- Por medio del plan de recursos humanos se pudo definir una estructura organizacional con 13 puestos y se realizó una descripción específica de cada puesto con las funciones y requisitos necesarios, también se pudo determinar un sistema de reclutamiento adecuado para la contratación del personal, lo cual dio paso a la elaboración de las planillas de sueldos y salarios, aportes laborales y finalmente se identificó todos los requisitos y aspectos legales para el establecimiento de la empresa.

- Con el plan financiero se pudo realizar una evaluación financiera del negocio tomando en cuenta los indicadores más relevantes como ser el VAN, TIR, y B/C. analizando cada uno de los indicadores se pudo determinar la rentabilidad positiva del proyecto con un VAN económico y financiero mayores a 0, TIR que superó la tasa de actualización y un índice de beneficio costo positivo.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES:

- Llevar un estricto control en cada uno de los servicios que se ofrecerán como hotel, asegurando la calidad de cada uno de ellos, satisfaciendo las necesidades del cliente más exigente.
- Estar siempre en constante innovación, realizando acciones que llamen la atención de los turistas por ejemplo: actualización de la página web, trípticos, afiches, reportajes, publicidad y convenios con agencias de viajes, entre otros.
- Brindar los servicios extras que atraen la atención y preferencia del cliente con lo es el restaurante ya que representa un ingreso considerable a más del alojamiento.
- Perfeccionar el marketing a través del internet ya que la mayoría de personas utilizan muy a menudo este medio para informarse y es un excelente medio para dar a conocer nuestro servicio.
- Para el desarrollo del emprendimiento se recomienda ciertos aspectos que se deben tomar en cuenta, como ser un análisis e interpretación correcta de cada resultado e información obtenida a través del análisis del contexto y la investigación de mercados que se realicen, por lo tanto, se debe considerar tanto la opinión de los consumidores y el riesgo de los factores externos.
- Se recomienda que la publicidad se realice antes del establecimiento del negocio, para dar a conocer la idea del negocio antes a los consumidores potenciales y estos estén expectantes y emocionados por lo que se viene, por lo tanto, es necesario que la publicidad sea de buena calidad.
- Se recomienda que se contrate al personal más calificado para cada puesto del emprendimiento, especialmente para los puestos de nivel estratégico y táctico, ya que de estos dependerá el éxito del negocio.