

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: ADM599-TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II G3
PROYECTO DE GRADO**



**EMPRENDIMIENTO PARA EL DESARROLLO DE UN COMPLEJO DE
CABAÑAS EN LA COMUNIDAD DE ALAMBRADO PROVINCIA OCONNOR**

ENTRE RIOS – TARIJA

ELABORADO POR:

SOSA SEGOVIA JORGE EDUARDO

ZAMBRANA GONZALES CAROLA LIZETH

DOC. GUÍA: LIC. IMER ADÍN COLQUE ALANOCA

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

TARIJA-BOLIVIA

24 de noviembre del 2023

DEDICATORIA

Queremos dedicar este trabajo a nuestros padres que fueron un pilar fundamental en este camino muy importante para nosotros como estudiantes y futuros profesionales, así también a todos nuestros amigos, familiares y docentes que siempre estuvieron dándonos ánimos y fuerzas para seguir adelante y poder lograr el objetivo principal.

ÍNDICE

PERFIL DEL PROYECTO

1.- ANTECEDENTES	2
2.- JUSTIFICACION	4
2.1.- Justificación Teórica	4
2.2.- Justificación Practica	5
2.3.- Justificación Ambiental	5
3.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
3.1.- Descripción de la Idea de Negocio	5
3.2.- Necesidades Insatisfecha del Mercado	7
3.3.- Oportunidades de la Idea de Negocio	7
3.4.- Identificación del Problema	8
4.- OBJETIVOS	10
4.1.- Objetivo General	10
4.2.- Objetivos Específicos	10
5.- METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	11
5.1.- Tipos de Investigación	11
5.1.1.- Investigación de Exploratoria	11
5.1.2.- Investigación Descriptiva	12
5.2.- Métodos y Técnicas	13
5.3.- Población	14
5.4.- Muestra	15
5.4.1.- Tamaño de la Muestra	15
6.- DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	16
6.1.- Delimitación Teórica	16
6.2.- Delimitación Geográfica	17
6.3.- Delimitación Temporal	17
CAPÍTULO I	
1.- NATURALEZA DEL NEGOCIO	18
1.1.- Descripción de la Idea de Negocio	19
1.2.- Nombre de la Empresa	20

1.3.- Tipo de Empresa	20
1.4 Enfoque estratégico	20
1.4.1.- Misión	20
1.4.2.- Visión	21
1.4.3.- Valores	21
1.4.3.1.- Liderazgo	21
1.4.3.2.- Integridad	21
1.4.3.3.- Fortaleza	21
1.4.3.4.- Respeto	21
1.4.3.5.- Calidad	21
CAPITULO II	
2.- ANALISIS DEL CONTEXTO	23
2.1.- Análisis del Macro entorno	23
2.1.1.- Factor Político	23
2.1.2.- Factor Económico	24
2.1.3.- Factor Tecnológico	26
2.1.4.- Factor Social	27
2.1.5.- Factor Ambiental	28
2.1.6.- Conclusiones	30
2.2.- Análisis del Micro Entorno	30
2.2.1.- Poder de Negociación con los Clientes	31
2.2.2.- Poder de Negociación con los Proveedores	31
2.2.3.- Amenaza de Nuevos Competidores	31
2.2.4.- Amenaza de Productos Sustitutos	32
2.2.5.- Rivalidad Entre los Competidores	32
2.2.6.- Conclusiones	32
2.3.- Análisis FODA	33
2.3.1.- Conclusiones	34
CAPITULO II	
3.- PLAN DE MARKETING	35

3.1.- Investigación de Mercados	35
3.1.1.- Planteamiento del Problema de Inv. de Mercado	35
3.1.2.- Identificación del Problema de Investigación	35
3.1.3.- Definición del Problema de Investigación	35
3.2.- Pregunta de Investigación de mercado	36
3.2.1.- Hipótesis	36
3.2.2.- Variables e Indicadores	36
3.3.- Objetivos de Investigación de Mercado	37
3.1.1.- Objetivo General	37
3.1.2.- Objetivos Específicos	37
3.4.- Metodología de Investigación de Mercado	37
3.4.1.- Tipo de Investigación	37
3.4.2.- Fuentes de Información	38
3.4.3.- Instrumento y Técnica de Recolección de Datos	38
3.4.3.1.- Encuestas	38
3.4.3.2.- Diseño del Cuestionario	38
3.4.4.- Determinación de la Población y Tamaño de Muestra	39
3.4.4.1.- Población	39
3.4.4.2.- Muestra	39
3.4.5.- Diseño del Cuestionario	41
3.4.6.- Presentación y Análisis de Resultados	44
3.4.7.- Conclusión de la Investigación de Mercado	50
3.5.- Determinación de la Demanda	50
3.6.- Estrategia de Marketing	54
3.6.1.- Objetivo de la Función de Marketing	54
3.6.2.1.- Objetivo General	54
3.6.1.2.- Objetivos Específicos	55
3.6.2.- Marketing Estratégico	55
3.6.2.1.- Segmentación de Mercado	55
3.6.2.2.- Estrategia de Segmentación	56
3.6.3.- Marketing Operativo	57

3.6.3.1.- Servicio	57
3.6.3.2.- Precio	57
3.6.3.3.- Plaza / Distribución	59
3.6.3.4.- Promoción	59
3.6.4.- Presupuesto Plan de Marketing	61
CAPITULO IV	
PLAN ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS	63
4.- Plan Organizacional	63
4.1.- Objetivos	62
4.1.1.- Objetivo General	63
4.1.2.- Objetivos Específicos	63
4.2.- Diseño Organizacional	63
4.2.1.- Estructura Organizacional	63
4.2.2.- Descripción del Personal Requerido	65
4.2.3.- Descripción del Puesto o Manual de funciones	66
4.2.4.- Proceso de Reclutamiento y Selección de Personal	71
4.2.4.1.- Proceso de Reclutamiento	71
4.2.4.2. Evaluación	71
4.3.- Administración e Sueldos y Salarios	72
4.3.1.- Planilla de Sueldos y Salarios	72
4.4.- Marco Legal d la Organización	72
4.4.1.- Tipo de Sociedad	72
4.4.2.- Obligaciones Fiscales y Reglamentarias	73
4.4.3.- Presupuestos Gastos Operacionales	73
CAPITULO V	
5.- PLAN OPERACIONAL	76
5.1.- Objetivos	76
5.1.1.- Objetivo General	76
5.1.2.- Objetivos Específicos	76
5.2.- Descripción de los Servicios Ofertados	76
5.2.1.- Servicio de Hospedaje	76

5.2.1.1.- Servicio de Limpieza y Mantenimiento	77
5.2.1.2.- Servicios Complementarios y Recreacionales	77
5.3.- Descripción de las Instalaciones Físicas	78
5.4.- Capacidad del Área Habitacional	78
5.5.- Requerimiento de Muebles y Enseres e Insumos	81
5.6.- Requerimiento de Insumos y Suministros	85
CAPITULO VI	
6.- PLAN FINANCIERO	89
6.1.- Objetivos	89
6.1.1.- Objetivo General	89
6.1.2.- Objetivos Específicos	89
6.2.- Componentes de Inversión	89
6.2.1.- Inversión en Capital de Trabajo	90
6.2.2.- Inversión Diferida	92
6.2.3.- Inversión en Activos Fijos	92
6.3.- Diferenciación de Activos Fijos	96
6.4.- Determinación de los Costos Fijos y Variables	100
6.4.1.- Costos Fijos	100
6.4.2.- Costos Variables	101
6.4.3.- Determinación del Punto de Equilibrio	101
6.5.- Financiamiento	102
6.5.1.- Financiamiento Interno	102
6.5.2.- Financiamiento Externo	102
6.5.2.1.- Amortización	103
6.5.2.2.- Proyección del Incremento Salarial	103
6.6.- Balance Inicial	104
6.7.- Evaluación Financiera	105
6.7.1.- Valor actual neto (VAN)	105
6.7.2.- Tasa Interna de Retorno (TIR)	105
6.7.3.- Beneficio - Costo (B/C)	105
6.7.4.- Periodo de Recuperación	105

6.8 Balance Inicial Económico	106
6.9 Evaluación Económica	107
6.9.1 Valor actual neto (VAN)	107
6.9.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	107
6.9.3 Beneficio - Costo (B/C)	107
6.10 Cuadro de comparación entre análisis financiero y económico	108

7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIO

7.1. Conclusiones	110
7.2. Recomendaciones	113

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1	Determinación de la tasa de crecimiento de turistas	50
TABLA N° 2	Proyección de turistas nacionales	51
TABLA N° 3	Determinación de los Turistas Nacionales	52
TABLA N° 4	Proyección de la población de turistas extranjeros	52
TABLA N° 5	Tarifas habitacionales complejo de cabañas J&C	57
TABLA N° 6	Presupuesto para efectuar la comunicación en televisión	59
TABLA N° 7	Presupuesto para efectuar la comunicación en radio	59
TABLA N° 8	Presupuesto general de marketing	60
TABLA N° 9	Puestos o cargos disponibles	64
TABLA N° 10	Manual de funciones	65
TABLA N° 11	Planilla de sueldos y salarios	72
TABLA N° 12	Presupuestos de gastos organizacionales	74
TABLA N° 13	Capacidad del área habitacional	78
TABLA N° 14	Capacidad del área de resto-bar	80
TABLA N° 15	Capacidad del área de estacionamiento	80
TABLA N° 16	Capacidad del salón de eventos	80
TABLA N° 17	Proyección de ventas del área habitacional	81
TABLA N° 18	Proyección área de salón de eventos	81
TABLA N° 19	Proyección área de sala de reuniones	81
TABLA N° 20	Requerimiento de muebles activo fijo	82
TABLA N° 21	Inventario de insumos y suministros	86
TABLA N° 22	Requerimiento de artículos de limpieza	87
TABLA N° 23	Requerimiento de material de escritorio	87
TABLA N° 24	Inventario de insumos	90
TABLA N° 25	Inversiones diferidas	92
TABLA N° 26	Inversiones de activos fijos	92
TABLA N° 27	Costos fijos	100
TABLA N° 28	Costos variables	101
TABLA N° 29	Detalle de las inversiones	101
TABLA N° 30	Estructura de financiamiento	102

TABLA N° 31 Financiamiento propio y externo	102
TABLA N° 32 Amortización constante	103
TABLA N°33 Comparación de Evaluaciones financieras y económicas	108

ÍNDICE DE GÁFICAS

GRÁFICA N°1	Crecimiento del PIB	26
GRÁFICA N° 2	Pregunta 1	44
GRÁFICA N° 3	Pregunta 2	44
GRÁFICA N° 4	Pregunta 3	45
GRÁFICA N° 5	Pregunta 4	45
GRÁFICA N° 6	Pregunta 5	46
GRÁFICA N° 7	Pregunta 6	46
GRÁFICA N° 8	Pregunta 7	47
GRÁFICA N° 9	Pregunta 8	47
GRÁFICA N° 10	Pregunta 9	48
GRÁFICA N° 11	Pregunta 10	48
GRÁFICA N° 12	Pregunta 11	49
GRÁFICA N° 13	Pregunta 12	49
GRÁFICA N° 14	Proyección lineal del crecimiento de turistas nacionales	52
GRÁFICA N° 15	Proyección lineal del crecimiento de turistas extranjeros	54
GRÁFICA N° 16	Organigrama del complejo de cabañas turísticas J&C	64
GRÁFICA N° 17	Proyección del incremento salarial	103