

PERFÍL DEL PROYECTO

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA UN COMPLEJO DE CABAÑAS TURISTICAS EN LA COMUNIDAD DE ALAMBRADO DE LA PROVINCIA OCONNOR DE ENTRE RIOS

1. ANTECEDENTES

La historia europea de cabañas con troncos fue descrita por el arquitecto romano Vitruvius Pollio en su tratado *Arquitectónico de Arquitectura* señaló que en el Ponto (actual noreste de Turquía), las viviendas se construían colocando troncos horizontalmente sobrepuestos y rellenando los huecos con «virutas y barro».

Históricamente, la construcción de la cabaña de madera tiene sus raíces en Escandinavia y Europa del Este. Aunque su origen es incierto, probablemente las primeras estructuras de troncos se estaban construyendo en el norte de Europa en la Edad del Bronce, Weslager describe que los europeos tienen logrado en la construcción de varias formas de viviendas de troncos, con diferentes métodos de encofrado en las esquinas, y utilizaron troncos redondos y tallados.

Su construcción de troncos había pasado por un proceso evolutivo a partir del crudo, un pequeño hastial cabina de techo de troncos redondos con una abertura en el techo para ventilar el humo, troncos cuadrados más sofisticados con juntas de doble muesca entrelazadas, la madera que se extiende más allá de las esquinas. Saunas de troncos o casas de baño de este tipo todavía se encuentran en las zonas rurales de Finlandia.

En Santa Cruz de la Sierra - Bolivia, las Cabañas del Río Piraí se encuentran ubicadas muy cerca de la zona urbana, ingresando por la avenida Roca y Coronado, se llega a las playas del río Piraí, en la que en sus orillas se encuentran las cabañas que ofrecen para degustar, platos de comida típica cruceña, como el majadito, patasca y locro, entre otros; además de los sabrosos «horneaos», ideales para acompañar el café de la tarde.

Las cabañas **El Paraíso del Tordo** se encuentra en el Departamento de Tarija, la propiedad se encuentra a 12 km de Entre Ríos Calle Fray Manuel Mingo (entre Sucre y Gral. Trigo) No. 355. La propiedad cuenta con una reserva privada y un lugar muy grande y acogedor para las personas que visitan las cabañas. Los dueños son muy amables, se puede recorrer la reserva caminando por diferentes caminatas, donde viven aves y mamíferos que se pueden escuchar y ver con suerte. En el paraíso del Tordo existen varios espacios comunes y cuenta con una linda vista hacia el cerro. Las habitaciones son muy cómodas, con agua caliente. Una excelente opción para descubrir la naturaleza y descansar unos días fuera de la ciudad.

HOTEL SOLUNA. Cabañas ubicadas a 3 km. de la plaza principal de Entre Ríos. Tarija. Bien equipadas. Wi.Fi. Atendido por sus propios dueños. El complejo cuenta con una pequeña piscina y un Snack Bar. El río que pasa por la parte inferior de la propiedad es de agua cristalina y es ideal para refrescarse.

Lo que más nos atrapó fue el sonido de la naturaleza y la nitidez con que se ven las estrellas por la noche. Lugar muy tranquilo y acogedor.

Actualmente, en Entre Ríos, Provincia Oconnor existen cabañas a disposición de la población en general, puesto que es considerado como un lugar de alta tasa de turistas nacionales como extranjeros, entre estas cabañas están, por ejemplo: hotel sol luna, hotel plaza residencial Entre Ríos, el paraíso del tordo, cabaña el ocaso entre otros. Pero en la provincia Oconnor en el municipio de Entre Ríos, comunidad de Alambrado ubicado dentro de la Provincia Oconnor del departamento de Tarija, dentro del distrito 1 Cantón Moreta, con una distancia de 2,5 km del pueblo de Entre Ríos no existen cabañas para hacer referencia.

2. JUSTIFICACIÓN

2.1. Justificación Teórica

El presente proyecto plantea una alternativa de turismo en Entre Ríos, Provincia O'Connor, en la comunidad de Alambrado

La idea del proyecto de grado se considera un beneficio para la comunidad de Alambrado en Entre Ríos porque existe la carencia de cabañas turísticas, como también de sitios que se pueden visitar, se ha decidido brindar este servicio de un complejo de cabañas con un servicio que va dirigido a los turistas.

La relevancia de contar con cabañas de este tipo es la de aprovechar algunas necesidades de la provincia, es importante la realización de un estudio el cual exponga la situación actual de la comunidad de Alambrado de Entre Ríos de la Provincia O'Connor de Tarija, aplicando diversos instrumentos o herramientas que se obtuvieron durante el tiempo de estudio en la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho.

2.2. Justificación Práctica

La idea del proyecto de grado se considera un beneficio para la comunidad de Alambrado Entre Ríos porque existe la carencia de cabañas para las personas que son turistas. La relevancia de contar con cabañas de este tipo es mejorar la calidad de vida de quienes habitan brindando un ambiente cómodo limpio, tranquilo, es importante la realización de un estudio el cual exponga la situación actual de la comunidad Alambrado de Entre Ríos de la Provincia O'Connor de Tarija, aplicando diversos instrumentos o herramientas que se obtuvieron durante el tiempo de estudio en la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho.

2.3. Justificación Ambiental

La comunidad de Alambrado de Entre Ríos de la Provincia O'Connor de Tarija, es una zona bastante privilegiada por poseer recursos naturales y ser considerada un área verde el cual es favorable para el desarrollo del proyecto, por lo que se encuentra en una zona libre de contaminación auditiva y ambiental. Existe una carencia de conocimiento por parte de sus habitantes a cerca de este tipo de emprendimientos y sus beneficios es por eso que, al involucrarse en estas actividades turísticas, sería una gran alternativa que permita la generación de ingresos económicos a sus pobladores, así como también una experiencia agradable para los estudiantes de colegios y universidades que eligen a la Provincia de Entre Ríos y la comunidad de Alambrado como una de las mejores opciones turísticas. mediante la implementación de este emprendimiento se pretende impulsar la convivencia y confraternización entre estudiantes puesto que al elegir un lugar diferente les permita crear lazos entre ellos y con el medio ambiente donde les permita explorar y vivir experiencias únicas.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para el planteamiento del problema se analizarán las diferentes fases como ser: descripción de la idea de negocio, la necesidad de mercado y la oportunidad de negocio. En el municipio de Entre Ríos, existen muy pocos lugares donde los turistas puedan alojarse como ser en hospedajes y cabañas, hasta la fecha la promoción y el desarrollo turístico en Entre Ríos no han sido encarados de manera estratégica y los esfuerzos dispersos que se realizan no favorecen el progreso de una oferta turística sostenible, en el municipio de Entre Ríos en la comunidad de Alambrado existen muy pocos lugares donde los turistas puedan alojarse ni lugares de atracción turística.

3.1. Descripción de la Idea de Negocio

El presente proyecto del "Complejo de Cabañas J&C" ,propone brindar un servicio que cumpla con todas las necesidades que busca el turista ofreciendo un lugar novedoso en

el cual puedan tener un agradable y confortable momento, tiene como objetivo diseñar un complejo de cabañas en el municipio de Entre Ríos en la comunidad de Alabrado que cubra las necesidades y expectativas de los turistas que visitan las cabañas, las mismas están ubicadas en un entorno natural agradable, El enfoque principal del complejo es exclusivamente turístico para brindar a los visitantes una experiencia tranquila y relajante en medio de la naturaleza, permitiéndoles escapar del ajetreo y el estrés de la vida urbana.

Características y servicios clave: El complejo contará con cabañas individuales completamente equipadas, diseñadas para ofrecer comodidad y privacidad a los huéspedes. Cada cabaña estará rodeada de vegetación y ofrecerá vistas panorámicas al entorno natural.

Actividades al aire libre: "Complejo de Cabañas J&C" proporcionará una amplia gama de actividades al aire libre para los visitantes, como senderismo, ciclismo de montaña, paseos a caballo y pesca en el río cercano. Los huéspedes podrán explorar la belleza natural de los alrededores y disfrutar de la aventura en un entorno seguro.

Espacios para relajación: El complejo contará con áreas especiales para la relajación, como un spa con servicios de masajes y tratamientos rejuvenecedores, una piscina al aire libre y zonas de descanso rodeadas de naturaleza. Los huéspedes podrán rejuvenecer su cuerpo y mente mientras disfrutan del entorno sereno.

Restaurante de cocina local: "Complejo de Cabañas J&C" contará con un restaurante que ofrecerá platos preparados con ingredientes frescos y locales. Los huéspedes podrán disfrutar de una experiencia gastronómica única, saboreando la cocina regional y tradicional.

Programas de Educación Ambiental: El complejo también se enfocará en promover la conciencia ambiental y la sustentabilidad. Se organizarán programas educativos para los huéspedes, incluyendo caminatas guiadas para aprender sobre la flora y fauna local, talleres de conservación y charlas sobre la importancia de preservar el medio ambiente.

Paquetes Especiales: Para atraer a diferentes tipos de clientes, se ofrecerán paquetes especiales, como escapadas románticas, retiros de bienestar y actividades temáticas, como excursiones fotográficas o talleres de arte en la naturaleza.

3.2. Necesidades Insatisfechas del Mercado.

Realizando un análisis del perfil de los turistas que visitan la ciudad de Tarija se evidencia que son los turistas que viajan en compañía de su familiares y grupos de amigos, son los que visitan la ciudad en mayor cantidad lo hacen por motivos vacacionales. Según los datos de la cámara hotelera de Tarija, para la gestión del 2022 el registro es de 78.145 turistas que significa un notable aumento que se eleva a un 67%, para la gestión del 2023 hasta el mes de marzo se registraron las visitas de más de 17.000 turistas, Esto generó un ingreso económico de más de 6 millones de bolivianos para el departamento de Tarija. En lo que respecta el ingreso de viajeros a establecimientos, el INE señala que han sido 85.819 visitantes, de estos 81.245 eran nacionales y 4.574 extranjeros.

Actualmente en Entre Ríos en la comunidad de Alambrado no cuentan con un complejo de cabañas diseñadas para turistas que les brinde un espacio privado y acogedor donde pueden sentirse como en casa mientras disfrutan de la belleza natural que las rodea.

los turistas buscan un refugio en medio de la naturaleza para escapar del estrés y el ajetreo de la vida diaria, anhelan una experiencia auténtica en la naturaleza, explorando entornos naturales, realizando actividades al aire libre y disfrutando de paisajes impresionantes.

El complejo de cabañas puede proporcionar acceso directo a la naturaleza permitiendo a los turistas conectarse con su entorno, puede satisfacer esta necesidad al proporcionar un entorno tranquilo y sereno donde puedan relajarse y obtener un servicio personalizado, donde pueden recibir asesoramiento sobre actividades, excursiones y opciones de gastronomía local.

3.3. Oportunidades de la Idea del Negocio

El enorme y diverso potencial natural y cultural que representa el departamento de Tarija ha sido inducido a visualizar y considerar de suma importancia el desarrollo del turismo para convertirlo en un elemento relevante para la economía departamental. En este sentido existe la necesidad de fortalecer este sector con la planificación, desarrollo, y gestión del turismo y sus sectores allegados, al mismo tiempo existen factores que motivan a querer proponer la creación de un negocio con características diferenciadas en sector hotelero.

En Entre Ríos Se ha generado un impacto negativo a la mayoría de hoteles y alojamientos que existen, en la comunidad de Alambrado Entre Ríos no cuenta con lugares turísticos, ni con un complejo de cabañas, para que los turistas puedan alojarse cuando visiten la comunidad de Alambrado. Lo cual se convierte en una buena oportunidad de negocio el complejo de cabañas, porque no hay competencia con otros negocios similares y por qué no existe lugares de atractivo turístico, es por esto que el propósito de esta investigación es diseñar el complejo de cabañas para los turistas, brindándoles precios que sean accesibles para que puedan visitar las cabañas.

3.4. Identificación del Problema

Oferta limitada de alojamiento: La falta de opciones de alojamiento de calidad en entornos naturales atractivos puede limitar las opciones de los turistas que buscan una experiencia de escape y contacto con la naturaleza. Esto crea una demanda insatisfecha en el mercado y representa una oportunidad para un complejo de cabañas turísticas.

Estrés y agotamiento urbano: Muchas personas viven en áreas urbanas y experimentan altos niveles de estrés y agotamiento debido al ritmo de vida acelerado. Existe una necesidad creciente de escapar de la vida urbana y encontrar un entorno tranquilo para descansar y rejuvenecer. Un complejo de cabañas turísticas puede ofrecer un refugio

ideal para aquellos que buscan desconectar y recargar energías en medio de la naturaleza.

Experiencia personalizada y auténtica: Los turistas buscan cada vez más experiencias auténticas y personalizadas durante sus viajes. Los complejos de cabañas turísticas tienen la capacidad de ofrecer un alojamiento más íntimo y personalizado en comparación con los hoteles convencionales. Esto puede brindar a los huéspedes una experiencia más auténtica y única, creando un factor diferenciador en el mercado.

Escasez de opciones de actividades al aire libre: Muchas personas disfrutan de actividades al aire libre como el senderismo, la pesca, el ciclismo y la observación de la vida silvestre. Sin embargo, en algunas áreas, la falta de infraestructura adecuada y opciones de actividades limita las posibilidades de los turistas. Un complejo de cabañas turísticas puede llenar este vacío al ofrecer una amplia gama de actividades al aire libre y facilitar la conexión con la naturaleza.

Carencia de enfoque en la sostenibilidad: A medida que aumenta la conciencia ambiental, los turistas están buscando opciones de alojamiento y viajes que sean respetuosos con el medio ambiente y contribuyan a la conservación de los recursos naturales. Un complejo de cabañas turísticas puede destacar al enfocarse en prácticas sostenibles, como la gestión de residuos, la conservación de energía y el apoyo a la comunidad local, atrayendo a aquellos que valoran la responsabilidad ambiental.

Al abordar estos problemas identificados, un plan de negocios para un complejo de cabañas turísticas puede enfocarse en crear una experiencia única y atractiva que satisfaga las necesidades de los turistas que buscan escapar de la vida urbana, conectarse con la naturaleza y disfrutar de actividades al aire libre, todo ello dentro de un marco de sostenibilidad y servicio personalizado.

Complejo de cabañas turísticas puede satisfacer esta necesidad al ofrecer un servicio personalizado, donde los huéspedes pueden recibir asesoramiento sobre actividades, excursiones y opciones de gastronomía local, y por consiguiente muchos turistas buscan sumergirse en la cultura local y experimentar la autenticidad de la región que visitan.

Según, los datos de la Cámara Hotelera de Tarija, para la gestión del 2022, el registro es de 78.145 turistas que significa un notable aumento que se eleva a un 67%, para la gestión del 2023 hasta el mes de marzo se registraron las visitas de más de 17.000 turistas, Esto generó un ingreso económico de más de 6 millones de bolivianos para el departamento de Tarija. En lo que respecta al ingreso de viajeros a establecimientos, el INE señala que han sido 85.819 visitantes, de estos 81.245 eran nacionales y 4.574 extranjeros.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Determinar la viabilidad del emprendimiento del mercado técnico y financiero de un complejo de cabañas en la comunidad de Alambrado de Entre Ríos de La Provincia O'Connor de Tarija.

4.2. Objetivos Específicos

- Analizar el macro y micro entorno y las condiciones generales del mercado del municipio de Entre Ríos para identificar posibles oportunidades y amenazas en el proyecto.
- Identificar mediante una investigación de mercado las preferencias y aceptación del emprendimiento en el municipio de Entre Ríos para conocer el mercado potencial.

- Determinar un plan de marketing para desarrollar estrategias que permita dar a conocer el proyecto.
- Determinar un plan de operaciones para limitar el número de errores y resumir los aspectos técnicos y organizativos que involucran el proceso de la presentación del servicio.
- Establecer un plan organizacional y un plan de Recursos humanos para la estructuración del emprendimiento, mediante un organigrama que permita analizar ordenadamente todas y cada una de las estructuras internas.
- Identificar una estructura organizativa de los Recursos humanos que se adecuen a los objetivos y estrategias del plan de negocio.
- Evaluar la situación económica y financiera a través de indicadores como el VAN y TIR para demostrar la factibilidad del emprendimiento.

5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo la metodología que se realizará será de un enfoque cualitativo con procedimiento metodológico que utilizará palabras, textos, discursos dibujos, gráficos e imágenes; con la investigación cualitativa estudiaremos diferentes objetos para comprender la vida social del proyecto a través de los significados desarrollados por esta metodología. A través de las técnicas y metodologías a emplear en el proyecto se busca conocer la opinión de los posibles clientes, sus gustos y preferencias al momento de optar por el Complejo de cabañas J&C, para recabar esta información se utilizará la siguiente metodología:

5.1. Tipos de Investigación

5.1.1. Investigación Exploratoria

En la primera etapa de la investigación se utilizará la aplicación de la investigación exploratoria para identificar y definir el problema de investigación de manera más precisa y clara. Al realizar la investigación, el investigador se encuentra obligado a

innovar en la información con respecto al tema de estudio, debido a que no ha sido tratado con anterioridad.

Los resultados de este tipo de investigación dan un panorama o conocimiento superficial del tema, pero es el primer paso inevitables para cualquier tipo de investigación posterior que se quiera llevar a cabo.

Según Hernández “La Investigación Exploratoria indaga desde una perspectiva innovadora, la Investigación Descriptiva describe las tendencias de un grupo o población” (R. Hernández SAMMPIERE,2006, Pág. 81)

Las investigaciones de tipo exploratorias ofrecen un acercamiento al problema que se pretende estudiar y conocer. La investigación se realiza para conocer el tema que se abordara, lo que nos brinda un acercamiento a algo que hasta el momento desconocíamos.

La investigación exploratoria es un tipo de investigación utilizada para estudiar un problema que no está claramente definido, por lo que se lleva a cabo para comprenderlo mejor, pero sin proporcionar resultados concluyentes. sirve para obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular, investigar problemas del comportamiento humano que se consideren cruciales, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras o sugerir afirmaciones.

5.1.2. Investigación Descriptiva

Se realizará una investigación cuantitativa descriptiva para describir las características más importantes, utilizando técnicas de encuestas personales para determinar cuáles son las oportunidades del mercado y cuál es la aceptación del consumidor, se presentará informes estadísticos, que serán resultado del estudio de mercado que se realizara.

Es un método que intenta recopilar información cuantificable para ser utilizada en el análisis estadístico de la muestra de población. Es una herramienta popular de

investigación de mercado que permite recopilar y describir la naturaleza del segmento demográfico.

5.2. Métodos y Técnicas

Método Deductivo: Este método o estrategia de razonamiento se utilizará para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo específico (hechos concretos), lo que facilita la comprensión de la situación actual del entorno.

El método se aplicará principalmente a libros, reseñas bibliográficas de autores y análisis del macro y micro entorno.

Método de Encuesta: Cómo se mencionó anteriormente se utilizará el método descriptivo lo que se aplicara las encuestas a las personas que serán nuestros posibles clientes para de esta manera obtener la información básica para la realización de este proyecto.

Método de Observación: Esta técnica será aplicada específicamente a los competidores el objetivo será conocer las debilidades y fortalezas de los competidores que ofrecen servicios relacionados.

Las técnicas que se utilizara para la recolección de datos son las siguientes:

- Fuentes primarias: Se utilizará documentos que contienen información original que no ha sido editada o reestructurada, no necesariamente serán documentos escritos, también puede ser archivos multimedia, testimonios orales y grabaciones. Esto dependerá de lo que necesite el investigador para ello se utilizará entrevistas o encuestas escritas o en línea, observación participativa.
- Fuentes secundarias: Para esta técnica se utilizará libros académicos, revistas y diversos documentos físicos o digitales donde proporcionará una interpretación

y análisis derivado del contenido de materiales tanto de fuentes primarias como de secundarias.

5.3.Población

Para la selección de la misma, se considera investigar a los habitantes de la provincia Cercado del departamento de Tarija, se sabe que en la ciudad de cercado existe una población de 601.214 mil habitantes según el censo 2012-2022 del INE.

Entre Ríos o San Luis de Entre Ríos es una localidad, distrito y municipio de Bolivia, capital de la provincia de Burdett Oconnor en el departamento de Tarija al sureste del país. Se encuentra a 110 km de la ciudad de Tarija, la capital del departamento homónimo.

El municipio tiene una superficie de 6.406 km², y cuenta con una población de 21.991 habitantes. Se localiza a 1.230 grados, en la confluencia del río Tambo y el río Pajonal. La ciudad está bordeada por una sierra montañosa de norte a sur y emplazada en un valle con forma de triángulo alargado de 10 km de longitud, cuenta 21 991 habitantes.

Según los datos de la cámara hotelera de Tarija, en la gestión 2019 se ha registrado la visita de 115.818 turistas; para el 2021 se tiene el registro de 65.327 turistas, lo que muestra una disminución del 46%; mientras que en el 2022 el registro es de 78.145 turistas que significa un notable aumento que se eleva a un 67% para la gestión 2022.

El Instituto Nacional de Estadística (INE), que en su boletín publicado el pasado 14 de abril “Tarija en cifras”, señala que en la gestión 2022, Tarija registró el ingreso de 183.169 visitantes, mientras que el registró de salidas es de 158.657.

Dejando entrever que inclusive se ha superado la actividad que se daba en la gestión 2019.En lo que respecta el ingreso de viajeros a establecimientos, el INE señala que han sido 85.819 visitantes, de estos el 94,67%eran nacionales y 5,32% extranjeros

Para la gestión del 2023 hasta el mes de marzo se registraron las visitas de más de 17.000 turistas tomando en cuenta que el 31% son del departamento de Potosí, del

departamento de La Paz con un 18%, departamento de Santa Cruz con un 11%, el en menor porcentajes los departamentos de Cochabamba, Sucre, Pando, Oruro y Beni.

5.4. Muestra

Se va a utilizar el tipo de muestra no probabilística, ésta permite seleccionar la Población por causas relacionadas con las características de la investigación

5.4.1. Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra de una encuesta es muy importante para poder realizar una investigación de manera correcta, por lo que hay que tener en cuenta los objetivos y las circunstancias en que se desarrolle la investigación.

Recuerda que la finalidad es que las personas completen la encuesta y te otorguen los datos que estás buscando

Formula de muestreo de población finita

$$n = \frac{Z^2 \times N * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 p * q}$$

n= tamaño de muestra a calcular el tamaño de la muestra se le conoce como aquel número determinado de sujetos o cosas que componen una parte representativa de una población, es la cantidad que deseamos calcular.

Se puede calcular el tamaño de la muestra para estimar:

La proporción poblacional (variable cualitativa)

La media poblacional (variable cuantitativa)

Z= parámetro estadístico que depende del nivel de confianza

Es el parámetro que se calcula a partir del nivel de confianza. Este asociado a la distribución normal.

El nivel de confianza es la probabilidad con el que se estima el parámetro poblacional mediante un estadístico muestral, a mayor nivel de confianza, mayor tamaño de muestra.

Los niveles de confianza más usuales son: 90%; 95% y 99%

El nivel de confianza de 95% = 1,96

N=Tamaño de población

El tamaño de una población es el número de individuos que la componen, es decir, el número total de personas representativas de una población específica en un periodo determinado.

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = $(1-p)$ probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

Si existen investigaciones anteriores sobre la misma variable, el valor de p será conocido.

Si “ p ” es desconocido, entonces debe usarse $p=0,5$ y $q=0,5$

e =Error de estimación máximo a aceptar.

El error e estimación o margen de error es la variación máxima aceptable que existen en los resultados de la investigación. Es la manera de aceptar que los resultados no son absolutamente exactos o precisos.

6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

6.1. Delimitación Teórica:

El presente trabajo se realizará dentro del marco general de la facultad de ciencias económica y financieras, específicamente de la carrera de administración de empresas, dentro de la línea de taller de profesionalización 1 en el área de finanzas, recursos humanos, marketing y operaciones. El presente trabajo corresponde a un emprendimiento de un complejo de cabañas a realizarse en Entre Ríos en la comunidad de Alambrado tomando en cuenta especialmente las áreas de recursos humanos,

finanzas, marketing y métodos de investigación que se requieran, perteneciente a la dirección aplicada de la carrera de administración de empresas.

6.2. Delimitación Geográfica:

El presente emprendimiento se realizará en la comunidad del Alambrado, Entre Ríos, Provincia Oconnor, en el Departamento de Tarija, Estado Plurinacional de Bolivia.

6.3. Delimitación Temporal:

El plan de negocio se realizará en el plazo establecido según el Calendario de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho, dando inicio el 13 de febrero de 2023 hasta el 18 de noviembre de 2023.

La información que se utilizará será de los últimos 6 años (2016-2022), puesto que si tomamos en cuenta información más antiguas no sería de relevancia para este plan de negocio.

CAPITULO I

NATURALEZA DEL

NEGOCIO

1.1. Descripción de la Idea de Negocio

En la Actualidad el sector hotelero en la provincia de Entre Ríos compone de pocos establecimientos que ofrecen un mismo servicio como es el de hospedaje, debido a las crecientes y cambiantes demandas de los turistas y visitantes es necesario crear y proponer ideas de negocios novedosas que generen una ventaja competitiva y logren destacar y diferenciarse del resto de la competencia.

En la comunidad de Alambrado provincia Oconnor Entre Ríos-Tarija, el complejo de cabañas J&C, será una opción que se dará a los turistas y visitantes, con un alto nivel de instalaciones adecuadas y servicios dirigidos a brindar a los huéspedes no solo el servicio de alojamiento con la oferta de habitaciones y suites sino también pretende ocuparse de sus necesidades e confort, alimentación, entretenimiento con la oferta de servicios complementarios Para la realización de esta idea de negocio, que nace del deseo de proponer un emprendimiento innovador para la comunidad de Alambrado, Entre Ríos, en un sector tan dinámico como es el turismo y hotelería. el complejo de cabañas J&C es una categoría especial de cabañas plantea una alternativa nueva de turismo para brindar a turistas y visitantes.

Este establecimiento será un LODGES por sus características mencionadas en el Reglamento de Hospedaje Turístico de Bolivia (Ley N° 292 General de Turismo “Bolivia Te Espera” y el Decreto Supremo N° 2609) Artículo 6 (Definiciones) que indica las categorías genéricas de los establecimientos de hospedaje en el que el Complejo de cabañas tiene como categoría ÚNICA según los servicios que ofrece.

1.2. Nombre de la Empresa

El establecimiento llevara el nombre de Complejo de Cabañas Turísticas J&C por hacer referencia a los nombres de los creadores de este plan de negocio. Para la realización

de esta idea de negocio, que nace del deseo de proponer un emprendimiento innovador para Entre Ríos, en un sector tan dinámico como es el turismo y hotelería.

1.3. Tipo de Empresa o Razón Social

Este complejo de Cabañas se identifica como una empresa (S.R, L) Sociedad de Responsabilidad Limitada, en la que los socios responden únicamente hasta el monto de sus aportes.

1.4. Enfoque Estratégico

Llamado también filosofía empresarial contempla la Misión, Visión y valores del complejo de cabañas que se detallara a continuación.

1.4.1. Misión

Somos una empresa que busca mejorar la calidad de los servicios de hospedaje y actividades de esparcimiento y recreación para nuestros clientes ofreciéndoles una experiencia inolvidable al convivir con el medio ambiente que rodea el complejo de Cabaña J&C.

1.4.2. Visión

Ser un complejo de cabañas líder en Tarija, al proporcionar servicios de calidad a través de recurso humano calificado, y actividades de esparcimiento a través de un personal capacitado y eficiente. Propiciando el sano desarrollo de la región al desarrollar actividades autosustentables.

1.4.3. Valores

1.4.3.1. Liderazgo

Practicamos el Liderazgo basado en la confianza, reconocemos el valor de cada persona y lo que esta puede generar, estimulamos la participación, intercambio de ideas y puntos de vista.

1.4.3.2. Integridad

Tenemos el compromiso de hacer las cosas eficazmente, al ser sinceros con nuestros clientes y transparentes en el manejo de nuestras operaciones.

1.4.3.3. Fortaleza

El equilibrio entre la prudente toma de decisiones y la osadía de la innovación son nuestra verdadera fortaleza.

1.4.3.4. Respeto.

Nos permite reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo y las nuestras.

1.4.3.5. Calidad

Ofrecer un servicio eficiente para satisfacer las necesidades de los clientes.

CAPITULO II

ANÁLISIS DEL

CONTEXTO

2. ANALISIS DEL CONTEXTO

En el presente análisis se considera dos modelos, el primer modelo será el PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal) el cual sirve para analizar el macro entorno y nos permite identificar las fuerzas externas que influyan en el presente proyecto. Y como segundo modelo realizaremos las 5 fuerzas de PORTER (Poder de Negociación de los clientes, Poder de negociación de los Proveedores, Amenaza de servicio sustituto, Amenaza de entrada de nuevos competidores y Rivalidad de los competidores actuales) él nos permite identificar y analizar las fuerzas competitivas del presente mercado.

2.1. Análisis del Macro Entorno (Pestel)

A continuación, se hará un análisis de los factores que componen el macro entorno:

2.1.1. Factor Político-Legal

El ambiente político-legal está integrado por leyes, oficinas gubernamentales y grupos de presión que influyen y limitan las actividades de diversas organizaciones e individuos en la sociedad. Las condiciones de seguridad son vitales en este análisis, la estabilidad política, legislación y los acuerdos internacionales. Los instrumentos jurídicos que definen la acción del Estado en el turismo están contenidos en:

- Constitución Política del Estado
- Ley de Privatización y reglamentos (No. 1330 de 24/04/1992)
- Ley de Reactivación Económica (No. 2064 de 03/04/2000)
- Ley de Reforma Educativa (No. 1565 de 07/07/1994)
- Ley del SIRESE y Reglamentos (No. 1600 de 28/01/1994)
- Ley de Descentralización Administrativa (No. 1654 de 28/07/1995)
- Ley del Medio Ambiente (No. 1333 de 27/04/1992)

- Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística en Bolivia y Reglamento (No. 2074 de 14/04/2000).

Con la creación de este plan de negocio en la comunidad de alambrado Entre Ríos nos regiremos bajo estas normas fomentando el turismo y la preservación y cuidado del medio ambiente ya que son los actores principales para el éxito de nuestro negocio. Por lo tanto, el desarrollo del turismo depende de la adopción de políticas encaminadas a incluir una relación armónica entre las comunidades locales, el sector privado y el gobierno tanto central como local, y de prácticas que protejan entornos naturales, construidos y culturales compatibles con el crecimiento económico.

La revisión de las leyes y normas mencionadas anteriormente que regulan el funcionamiento de los negocios hoteleros y el turismo en Bolivia es necesario para tener un mejor panorama del entorno legal, asimismo es necesario también considerar la situación política en que se encuentra el país y realizar un análisis para determinar de qué manera podría verse afectado el complejo de Cabañas JyC que se plantea en el presente plan de negocios.

2.1.2. Factor Económico

Ante los efectos de la globalización y la competitividad el turismo se convierte en una alternativa estratégica en el abanico productivo de los países en vías de desarrollo y un sector fundamental para las exportaciones. El turismo es una actividad intensiva en mano de obra directa como indirecta, pues posee efectos multiplicadores y dinamizadores son otros sectores como servicios, textiles alimentos artesanías, transporte, comunicaciones y financiero.

Estos efectos multiplicadores tienden a beneficiar a los productos y servicios pequeñas y microempresas, además ayudan en la promoción de mercados en la exterior vez que los personas retoman. Esto se debe a que las actividades turísticas se concentran en los

centros urbanos y en los sitios turísticos naturales y culturales que generalmente son lugares cercanos a pequeñas localidades y comunidades, o en ellas mismas generando empleos o ingresos para su población.

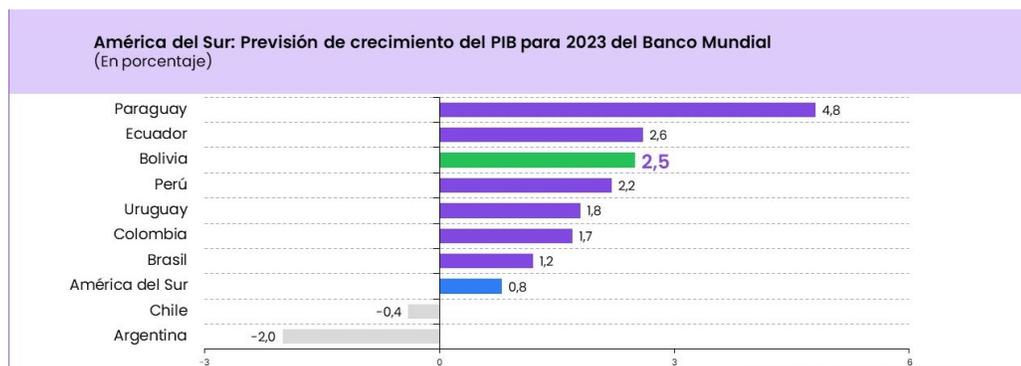
Dado que la mayoría de los casos estos recursos naturales y culturales no tienen uso alternativo para esa pequeña localidad o comunidad como lo es el caso de Alambrado Entre Ríos realización de este nuevo emprendimiento. Uno de los principales beneficios del turismo es su potencialidad de crear nuevos empleos, siendo este factor parte del objetivo general de nuestro plan de negocios por el hecho que el turismo es una actividad de servicios intensiva en mano de obra, que puede generar adicionalmente empleos en las actividades que estimula indirectamente, Entre los hechos económicos que caracterizaron la gestión 2019 y que afectan al sector de turismo son los siguientes como la inflación y el crecimiento económico modesto.

La economía boliviana

El Producto Interno Bruto (PIB) de Bolivia en 2022, registró un crecimiento de 3,48% respecto a la gestión anterior. entre enero y octubre de 2022, el turismo interno y receptivo en Bolivia generó un movimiento económico de Bs 4.307 millones, en un contexto económico mundial negativo, Bolivia liderará los índices de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de la región y mantiene su previsión para cerrar el año 2023 con un crecimiento del 4,86%. Si bien es cierto que la coyuntura política tiene un impacto directo en el crecimiento económico del país.

El Ministerio de Economía, juntamente con el Banco Central de Bolivia determinan que el país se coloca entre las tres economías con mejor proyección de crecimiento económico para 2023, según el propio Banco Mundial. Los indicadores muestran estabilidad con una inflación controlada, subida de las ventas facturadas de sectores importantes, así como la solidez del sistema financiero.

Gráfico N ° 1 Crecimiento del PIB en América Latina al 2023



Fuente: Banco Mundial, Global Economic Prospects – Junio 2023

Según el propio Banco Mundial en su informe Perspectivas Económicas Mundiales de junio 2023- posiciona a Bolivia entre las tres economías con mejor proyección de crecimiento de la región con 2,5% para 2023, por encima de Perú, Uruguay, Colombia y Brasil. Asimismo, prevé que Argentina y Chile presenten tasas negativas de crecimiento con -2,0% y -0,4%, respectivamente.

2.1.3. Factor Tecnológico

Hay que satisfacer la demanda de los consumidores con calidad y valor sin dejar de lado la sustentabilidad, basada en el buen uso de los recursos naturales. Mediante un sistema de producción limpio que permita estar acorde con el desarrollo de la tecnología a nivel mundial.

La única manera de lograrlo es incorporando inteligencia de mercado. “La Tecnología De La Información” (TI) se aplica en las distintas áreas que forman parte del turismo, como sistemas de reservaciones en línea, ventas de boletos por Internet, sistemas de bases de datos para conocer las necesidades de los clientes, entre otros. A pesar de que cada día se avanza más en la implementación de TI, las empresas del sector enfrentan el desafío de incorporar la tecnología de información como parte fundamental de su plan estratégico que le permita alcanzar ventajas competitivas.

La TI no es un simple sistema de computación, sino que, bien aplicada, se traduce en una mejor interacción entre hoteles, restaurantes, agencias de viajes y aerolíneas con sus clientes, logrando así una relación satisfactoria. Es por ello, que los escenarios tecnológicos del siglo XXI requieren incorporar en el turismo: profundización en el uso de tecnologías de información, modernización del transporte, cuidado del medio ambiente, nuevas alternativas en la producción de energía, cambios en los usos y desechos de materiales, nuevas aplicaciones en técnicas del ocio, fundamentadas en modelos de gestión e innovación de la oferta turística.

Debido a los adelantos tecnológicos y la facilidad con la que no puedo a conectado con el mundo a través del internet hace imprescindible que las empresas negocios deben contar con tecnología para enfrentar los cambios constantes que existen en el mercado competitivo, son razones por las cuales en plan de negocios que se realizando pretende contar con las herramientas tecnológicas necesarias que nos permitirán crear Ventajas competitivas frente a empresas del mismo sector.

2.1.4. Factor Social

El turismo es una actividad socioeconómica que tiene un gran potencial para el desarrollo de países, regiones, ciudades y comunidades, ya sea por su posición geográfica su riqueza natural, en flora y fauna, y su patrimonio cultural e histórico, que hace que se pueda desarrollar como atractivo turístico.

El sector turístico de Bolivia, ha logrado posicionar el concepto corporativo institucional del turismo a nivel internacional con el Slogan de “Lo auténtico” aún existe enfatizando la inmensa variedad y diversidad que el país ofrece al turista, tanto internacional como nacional, es importante mencionar la ubicación geográfica estratégica de Bolivia y Tarija en particular localizada en el corazón de América del Sur. El potencial turístico que posee el departamento de Tarija en cuanto a recursos turísticos, con las particularidades de su clima y contenido natural y paisajístico,

patrimonio paleontológico de arte rupestre e histórico, hace que se manifieste como destino prioritariamente orientado a la naturaleza y cultural.

El aprovechamiento de los recursos naturales en especial las áreas protegidas, los ríos y su riqueza paisajista posibilitan una dinámica turística orientada al turismo ecológico y de observación de la naturaleza a su vez se destacan diversos recursos culturales de carácter urbano, principalmente la arquitectura de edificios de carácter colonial y obras de gran valor histórico.

Las manifestaciones culturales en sus expresiones de folklore constituyen un atractivo diverso en su música, baile, vestimenta, como ser también sus fiestas tradicionales como el carnaval chapaco, la pascua florida, Santa Anita, La Fiesta Grande de Chaguaya, la Fiesta de San Roque, La Fiesta de la Virgen de Guadalupe, en donde existe gran mayoría de visitantes, extranjeros como nacionales y aumenta el turismo en el departamento de Tarija.

Las fiestas tradicionales y los sectores turísticos de nuestro departamento son un atractivo para el desarrollo del emprendimiento turístico de hospedaje que se quiere crear en la comunidad de Alambrado Entre Ríos, ya que se consideraría a estos como la riqueza natural turística que serían ofertadas a las personas como paquetes turísticos promocionales a través de diferentes medios de comunicación siempre que existan actividades tanto de cultura como de turismo, el sector de la hotelería y turismo.

2.1.5. Factor Ambiental

La Ley 1333 promulgada el 27 de abril de 1992 y publicada en la Gaceta Oficial de Bolivia el 15 de junio 1992. En actual vigencia es de carácter general y no enfatiza en ninguna actividad específica. Su objetivo fundamental es proteger y conservar el Medio Ambiente sin afectar el desarrollo que requiere el país procurando mejorar la calidad de vida de la población.

Legislación Ambiental en Bolivia Art. 19: de la calidad ambiental.

1. Preservar, conservar, mejorar y restaurar el medio ambiente y los recursos naturales a fin de elevar la calidad de vida de la población
2. Normar y regular la utilización del medio ambiente y los recursos naturales en beneficio de la sociedad en su conjunto
3. Prevenir, controlar restringir y evitar actividades que conlleven efectos nocivos o peligrosos para la salud y/o deterioren el medio ambiente y los recursos naturales.

Art. 20: de las actividades y factores susceptibles de degradar el medio ambiente

- Los que contaminan el aire, las aguas en todos sus estados, el suelo y el subsuelo.
- Los que producen alteraciones nocivas de las condiciones hidrológicas edafológicas, geomorfológicas y climáticas.
- los que alteran el patrimonio cultural, el paisaje y los bienes colectivos o individuales, protegidos por ley
- Las acciones directas o indirectas que producen pueden producir el deterioro ambiental en forma temporal o permanente, incidiendo sobre la salud de la población

Reglamentos de la Ley del Medio Ambiente

Los Reglamentos de la Ley del Medio Ambiente tienen formalizados mediante D.5. NO 24176 del 8 de diciembre de 1995. Publicada para la Gaceta Oficial de Bolivia en la misma fecha.

- Reglamento de Gestión Ambiental
- Reglamento de Prevención y Control Ambiental
- Reglamento de Contaminación Hídrica.
- Reglamento Actividades con Sustancias Peligrosas
- Reglamento de Gestión Ambiental de Residuos Sólidos
- Reglamento de Contaminación Atmosférica

Las empresas dedicadas a la hospitalidad deberán participar activamente en la conservación del medio ambiente. Un asunto que causa gran preocupación es la eliminación de los desechos sólidos.

2.1.6. Conclusiones

El análisis PESTA es una herramienta útil de mercadotecnia que puede ayudar a determinar el papel que tienen los factores del entorno en el éxito del negocio gracias a este análisis es posible tener una visión más clara de las situaciones que pueden favorecer o perjudicar el desarrollo del negocio.

La aplicación de esta herramienta, al ser una técnica de análisis, consiste en identificar y reflexionar, de una forma sistemática, los distintos factores de estudio para analizar el entorno en la empresa se moverán, y a posterior poder actuar, estratégicamente sobre los mismos.

Es decir, estaremos intentando comprender que va pasar en el futuro próximo, y utilizarlo a nuestro favor con un mayor apoyo al Turismo se generaría beneficios sociales, económicos y laborales, tanto propios como para la comunidad de alabrado en Entre Ríos, siempre y cuando se resguarde la naturaleza y se proteja el medio ambiente; el Turismo por lo general no sólo impacta al sector económico, sino que también influye fuertemente en los demás sectores (social, cultural, político) y mediante el aumento de la calidad de vida de sus habitantes, en la divulgación de las culturas y tradiciones, en el incremento en las relaciones entre país a través de convenios turísticos, constituyéndose en definitiva un medio para dar a conocer las bondades turísticas de la región de Entre Ríos.

2.2. Análisis del micro-entorno (5 fuerzas de Porter)

El análisis del micro entorno de una empresa o análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, es un modelo estratégico que establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria y poder desarrollar una estrategia de negocio.

2.2.1. Poder de negociación de los clientes

En una industria explotada por otros competidores, el cliente será el que imponga el precio de nuestro servicio al disponer de una amplia variedad de ofertas.

Los clientes actuales de las cabañas son en primer lugar aquellas personas que visitan Entre Ríos por cuestiones de turismo, por lo religioso y para conocer la cultura, por lo general son parejas, familias o grupos de diferentes géneros, cabe recalcar que, en el caso de grupos, son aquellos que por lo general realizan retiros espirituales y otras personas que buscan aventuras únicas y diferentes.

2.2.2. Poder de negociación de los proveedores

Las cabañas no cuentan con un listado de proveedores, ya que los materiales de las habitaciones serán adquiridos de diferentes comerciantes de la zona y también recursos de la zona. Como proveedores de clientes se encuentran las diferentes agencias de viajes. Operadores de turismo, como también la terminal de buses. Los proveedores del recurso financiero están representados por las diferentes entidades bancarias como ser: Banco Unión o Banco Mercantil Santa Cruz, entre otros.

Como principales proveedores de los servicios básicos para un establecimiento de hospedaje se encuentra COSAALT (Cooperativa de servicios públicos de agua potable y alcantarillado sanitario), SETAR (Servicios Eléctricos De Tarija). EMTAGAS (Empresa Tarijeña de Gas). ENTEL (Empresa Nacional de Telecomunicaciones), EMAT (Empresa Municipal de Aseo Tarija).

2.2.3. Amenaza de Nuevos Competidores

La amenaza de entrada de nuevos competidores a un mercado depende en gran parte del nivel de barreras de entrada existentes dicho sector. La amenaza de nuevos competidores no es muy alta en la comunidad del alambrado porque no hay muchos lugares donde los turistas puedan alojarse, como competidores consideramos a los hoteles, alojamientos, que hay en la comunidad de alambrado Entre Ríos.

2.2.4. Amenaza de productos sustitutivos

Una de las amenazas más importantes en este sector son las actividades sustitutivas, estas pueden influir negativamente en el desarrollo de nuestro negocio.

Dicha amenaza aumentará si los clientes no perciben el mayor valor de nuestros servicios respecto a las actividades sustitutivas que existen. Como lugares sustitutos consideramos a los domicilios particulares como casas de familiares, casa de amistades, albergues, que se encuentran en Entre Ríos en la comunidad de Alambrado.

2.2.5. Rivalidad entre competidores

En Entre Ríos existen muchos hoteles de diferentes categorías y con mayor prestigio y reconocimiento entre los principales podemos mencionar: Hoteles, Hostales, Alojamientos, Cabañas, Casas de campo, Complejos turísticos, domicilios particulares, La rivalidad local estimula la innovación y las capacidades de las empresas y por ende la competitividad entre ellas. Un aspecto a resaltar es que la estructura u organización del sector turístico y su grado de rivalidad son características colectivas en tanto que estrategia es una característica individual de la empresa. Por el momento las Cabañas Turísticas J&C es el único Complejo de cabañas en Entre Ríos en la comunidad de Alambrado, por lo que no cuenta con competidores en el sector.

2.2.6. Conclusión

La rivalidad entre los negocios estimula la innovación y las capacidades y por lo que existe competitividad entre los negocios. Los intermediarios son parte fundamental en este negocio para promocionarse ya que esto ayuda a la promoción entre los cuales podemos mencionar: las agencias de turismo esto ayuda mucho en la promoción del negocio, las redes sociales ya que con eso podemos tener un mayor alcance hacia nuestros clientes de una mejor manera, como productos sustitutos consideramos a los domicilios particulares como casas de amigos, familiares, Entre los servicios complementarios podemos mencionar: transporte, servicio de seguridad, estacionamiento. Es fundamental la importancia del conocimiento que debemos tener de nuestra competencia tanto directa como de la competencia indirecta, de esta manera identificaremos si existen factores en el entorno que influyen sobre la capacidad para posicionarnos sobre una ventaja competitiva específica.

2.3. Análisis FODA

El análisis FODA pretende producir una evaluación general de la situación actual del negocio con un reconocimiento adecuado de las fortalezas y debilidades existentes, las potencialidades más prometedoras y los desafíos que hay que asumir para su realización.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Ubicación de las cabañas.	Crecimiento del turismo
instalaciones de calidad que cumplan con las expectativas del cliente.	Aumento de la demanda de Turistas.
Mejoramiento de la red vial.	Desarrollo de nuevas rutas.
Innovación en la implementación de nuevos servicios.	Reducida oferta de establecimientos de hospedaje.
Accesibilidad a los espacios con un diseño de infraestructura pensado en la comodidad del cliente.	Alianzas estratégicas con entidades promotoras de Viajes y Turismo.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de experiencia en el sector turístico.	Creación de nuevos impuestos por el cambio de gobierno.
Poco potencial en la diversificación de servicios.	Creciente y variada competencia dentro del mercado turístico.
Baja captación de clientes por ser nuevos en el sector.	Ingreso de nuevos competidores

2.3.1. Conclusión: Al efectuar la matriz FODA aspiramos conocer cuál es la ventaja competitiva que nos llevara posicionarnos en el mercado como también nos ayudara a analizar las fortalezas, Oportunidades, debilidades y amenazas que tiene nuestro emprendimiento del complejo de cabañas J&C.

CAPITULO III

PLAN DE MARKETING

3. Plan de Marketing

3.1. Investigación de mercado

3.1.1. Planteamiento Del Problema De Investigación De Mercado.

La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas, oportunidades de mercadotecnia. Se pretende con el plan de negocios la creación de un complejo de cabañas en la comunidad de Alabrado Entre Ríos, con la finalidad de mejorar el crecimiento económico y social.

La presente investigación de mercados se realiza con la finalidad de obtener información sobre las características principales de que lo turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Tarija, Identificar sus gustos, preferencias, exigencias y necesidades en lo que refiere a cabañas, con el propósito de conocer mejor al mercado objetivo y así plantear estrategias de marketing que permitan posicionar al Complejo de Cabañas J&C en el mercado de hoteles en la provincia Oconnor.

3.1.2. Identificación del problema de Investigación.

El problema de este proyecto se centra en la recopilación de la información necesaria que nos permita conocer las preferencias de los turistas tanto en actividades y en lugares, para el desarrollo de productos y servicios que satisfagan las necesidades del cliente.

3.1.3. Definición del problema de Investigación.

El presente estudio de mercado se realiza por la necesidad de recabar información que permita conocer los lugares que prefieren visitar los turistas, así como las actividades y servicios que desean obtener y no son brindadas por los actuales prestadores de

servicios turísticos de Entre Ríos. De la misma manera se busca recolectar los datos de la posible competencia con el objetivo de diseñar productos y servicios que nos diferencien de los prestadores de servicios turísticos en Entre Ríos.

¿Tendrá el potencial de aceptación un establecimiento hotelero como es el complejo de cabañas J&C en el mercado de la provincia Oconnor?

3.2. Pregunta de investigación de mercado.

¿Qué tipo de actividades únicas y originales buscan los turistas al momento de hospedarse en las cabañas, cuando están de vacaciones?

3.2.1 Hipótesis

H-1 Los turistas buscan una cabaña turística que tenga actividades que les permitan conectarse con la naturaleza, la cultura local y la gastronomía.

Las cabañas ofrecerán una variedad de actividades que cumplan con los intereses de los turistas. Estas actividades pueden incluir:

- Caminatas y senderismo en los bosques y montañas, pesca en los ríos y lagos, kayak en los ríos, ciclismo de montaña en los senderos, gastronomía local para probar las comidas típicas de la región,

Al ofrecer una variedad de actividades, las cabañas pueden atraer a una amplia gama de turistas y crear una experiencia inolvidable para todos.

3.2.2. Variables e indicadores de la investigación

VARIABLES	TIPOS DE ESCALA
EDAD	RELACION
SEXO	RELACION
ACTITUDES	INTERVALO
FRECUENCIA	RELACION
PREFERENCIAS	ORDINAL
UTILIZACION DEL SERVICIO	DICOTOMICA
GASTO	RELACION
INGRESOS	RELACION
OPINIONES	DE INTERVALO

3.3. Objetivos de investigación de mercado.

3.3.1. Objetivo General

Determinar las actividades y necesidades para el desarrollo formal de actividades recreativas innovadoras, que nos permita satisfacer las demandas de los turistas en la comunidad de Alambrado Entre Ríos.

3.3.2. Objetivos Específicos

- Reconocer cuál es nuestra principal competencia y cuáles son los servicios que brindan éstos.
- Identificar cuál es la frecuencia de visitas de los turistas a complejos de cabañas en Entre Ríos-Tarija.
- Detallar cuáles son las principales actividades satisfactorias del mercado turista.
- Identificar los medios más eficientes para hacer conocer los servicios del complejo de cabañas.
- Identificar el nivel de ingresos para saber el precio mínimo que podrían pagar para acceder al servicio del complejo de cabañas.

3.4. Metodología de investigación de mercado.

3.4.1. Tipo de Investigación.

El estudio se basó en el tipo de investigación descriptiva y de campo, debido a que se pretende identificar de manera precisa y objetiva los gustos y preferencias de los consumidores del complejo de cabañas.

Esta investigación será descriptiva pues se busca definir y describir claramente cuáles son las preferencias del turista, es decir, ¿Qué les gusta hacer?, ¿Qué no les gusta hacer?, ¿Cuánto recurso económico destinan a realizar actividades turísticas y cuanto

a las cabañas? De la misma manera se quiere identificar cuáles son las variables que podrían influir directa o indirectamente en el proyecto.

Es una investigación de campo porque se utilizará la herramienta del cuestionario estructurado y la técnica de observación para la recolección de la información necesaria para el diseño de los productos y servicios que brindará el complejo de cabañas J&C. Se optó por este tipo de investigación pues es la más conveniente para el proyecto dado las condiciones actuales de las plataformas de información.

3.4.2. Fuentes de información.

Fuentes primarias: Consistirá en la recolección de información de primera mano a través de una encuesta estructurada, que consistirá en un conjunto de preguntas cerradas a una muestra de la población, por lo tanto, se considerará esta información como precisa y confiable.

Fuentes Secundarias: Consistirá en la recopilación de información relevante de periódicos digitales, como también del Instituto Nacional de Estadística (INE), otras páginas de referencia, Libros y tesis de administración de empresas.

3.4.3. Instrumento y Técnicas de Recolección de Datos.

3.4.3.1. Encuestas

Para la recopilación de la información se hará uso del método de la encuesta que consiste en un cuestionario estructurado que se aplicará a la muestra representativa de la población, para obtener información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de la población objeto de estudio.

3.4.3.2. Diseño del Cuestionario

Dentro del diseño de encuestas se realizará un cuestionario que conste de 12 preguntas estructuradas y el tipo de preguntas que se formularán serán cerradas y de opción

múltiple, las encuestas serán realizadas a las personas de la provincia de Entre Ríos para obtener datos confiables y precisos, con un orden predeterminado y un enfoque directo, ya que los participantes conocerán la finalidad de la investigación.

3.4.4. Determinación de Población y Tamaño de la Muestra.

3.4.4.1. Población

La población sujeta a estudio estará comprendida por los turistas de la ciudad de Tarija, estimada para el presente año por el Instituto Nacional de Estadística, que son turistas nacionales y extranjeros que ingresan a los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Tarija, son un total de 85819 viajeros. El 94,67% Nacionales y el 5,32 % extranjeros.

3.4.4.2. Muestra

Para determinar la muestra de la población con la que se va a trabajar se utilizara el muestreo aleatorio simple.

La fórmula para calcular el tamaño de la muestra para un muestreo aleatorio simple es:

$$n = \frac{Z^2 \times N * p * q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p * q}$$

donde:

N= Tamaño de la población o Universo (85819)

n = es el tamaño de la muestra

Z = Valor correspondiente al nivel de confianza (1.96)

e = es el error supuesto o error de estimación máximo aceptado (5%)

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (50% éxito)

q= (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (50%)

En este caso, el nivel de confianza deseado es del 95%, el valor z para el 95% de confianza es 1.96, la proporción de la población que crees que tendrá la característica que estás midiendo es 0.5 (porque no tienes ninguna información para suponer lo contrario), el margen de error deseado es del 5%, y el error supuesto es del 5%.

Reemplazamos:

$$n = \frac{1.96^2 * 85819 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2 * (85819-1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 382$$

Nivel de confianza	Z _{alfa}
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

Al sustituir estos valores en la fórmula, obtenemos:

El tamaño de muestra definitivo más representativa de la población será de 398 turistas en el departamento de tarja, a las cuales se le aplicará la encuesta correspondiente.

Ficha Técnica Estadística

N	84819
n	382
e	5%
P	0.50
Z	1.96

3.4.5. Diseño De Cuestionario.

1.- ¿Usted en qué Rango de edad se encuentra?

- 18 - 25 Años
- 26 - 35 Años
- 36 - 45 Años
- 50 Años o mas

2.- ¿Indique su Género?

- Hombre
- Mujer

3.- ¿Le gustaría conocer un servicio de hospedaje alternativo donde pueda interactuar con la naturaleza y que le garantice comodidad?

- Si
- No

4.- ¿Qué características debe tener un de hospedaje para que sea de su Agrado?

- Espacioso
- Tranquilo
- Seguro
- Cómodo
- Limpio
- Otros

5.- ¿Qué aspectos identificaría usted para elegir un servicio de hospedaje?

- Precio
- Servicio
- Ubicación
- Infraestructura
- Actividades de esparcimiento
- Otros

6.- ¿Cuándo viaja, generalmente donde acostumbra hospedarse?

- Hotel
- Casa de campo
- Cabañas
- Otros

7.- ¿Cuándo realiza un viaje, cual es el medio que utiliza para buscar un Hospedaje que cumpla con sus expectativas?

- Internet
- Aplicaciones de viajes
- Recomendaciones
- Otros

8.- ¿Cuánto dinero destina en esta clase de actividades de Esparcimiento?

- 100 Bs a 150 Bs
- 150 Bs a 200 Bs
- 200 Bs o mas

9.- ¿Con que frecuencia realiza actividades de Esparcimiento?

- 1 vez al mes
- 1 vez cada 2 meses
- 1 vez cada 6 meses
- 1 vez al Año
- Otros

10.- ¿Le gustaría alojarse en un complejo de cabañas en la comunidad de Alambrado Entre Ríos, que le brinde comodidad, tranquilidad y todo lo que usted necesita?

- Si
- No

11.- ¿Cómo considera usted la ubicación del complejo de cabañas en la comunidad de Alambrado Entre Ríos?

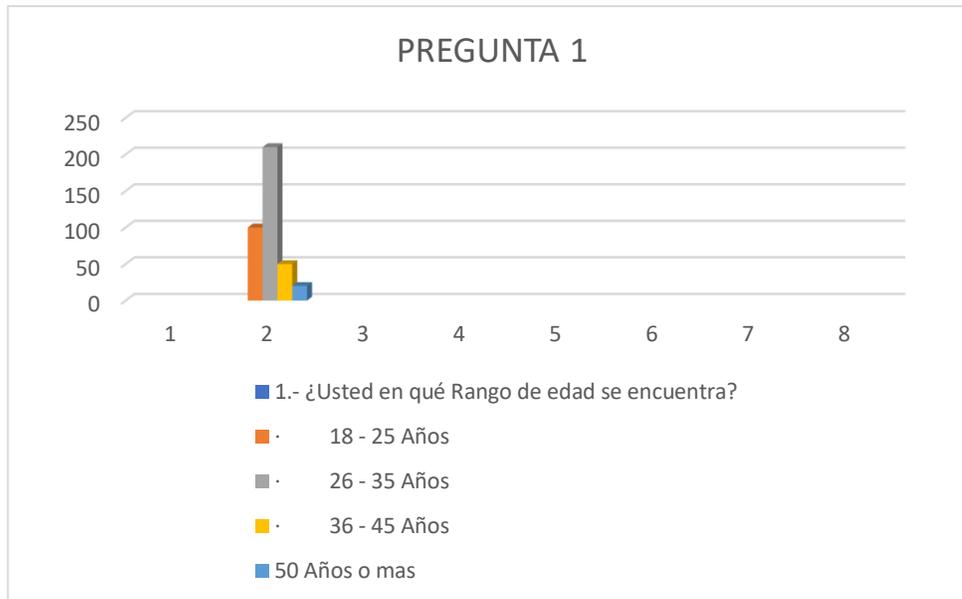
- Buena
- Mala
- Regular
- Excelente
- Otros

12.- ¿De las actividades de esparcimiento que se mencionan a continuación, indique cuales le gustaría realizar?

- Senderismo
- Paseos a Caballo
- Escalada
- Ir de excursión
- Remo
- Pesca deportiva
- Juegos de salón (billar, bolos, tenis de mesa, dardos)

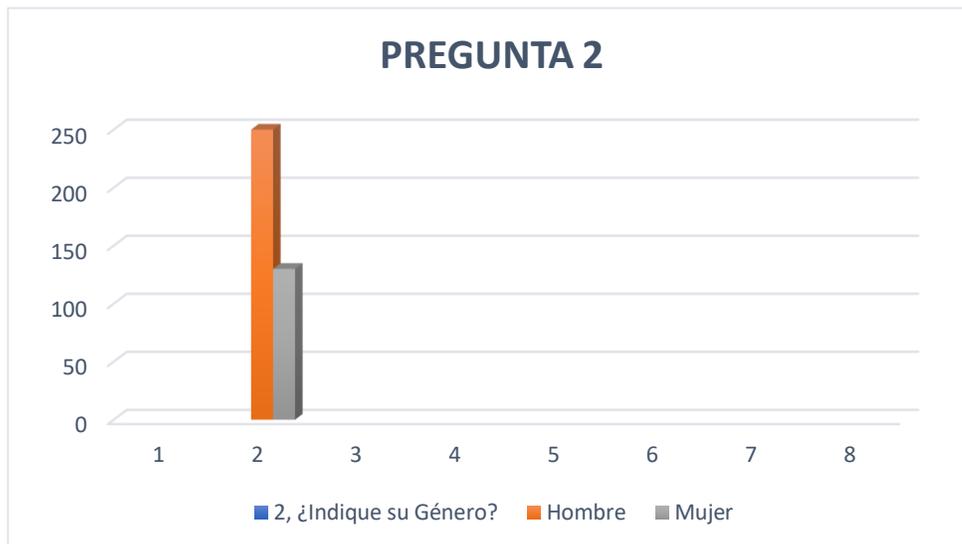
3.4.6. Presentación y Análisis de Resultados.

GRAFICA N° 2



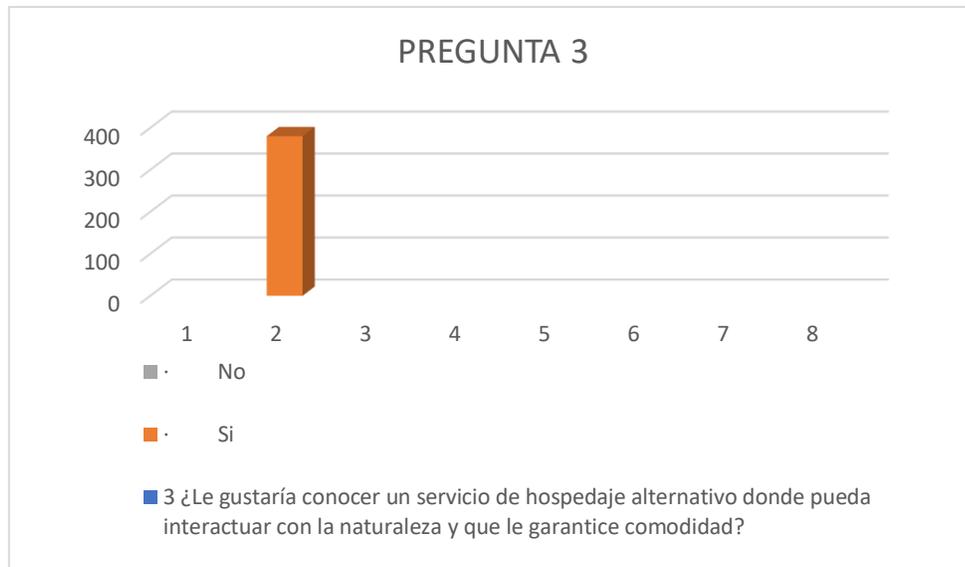
ANALISIS. -En la gráfica 2 nos demuestra que del total de la muestra 210 son personas entre 26-35 años que representa un 55.2% de las personas encuestadas

GRÁFICA N° 3



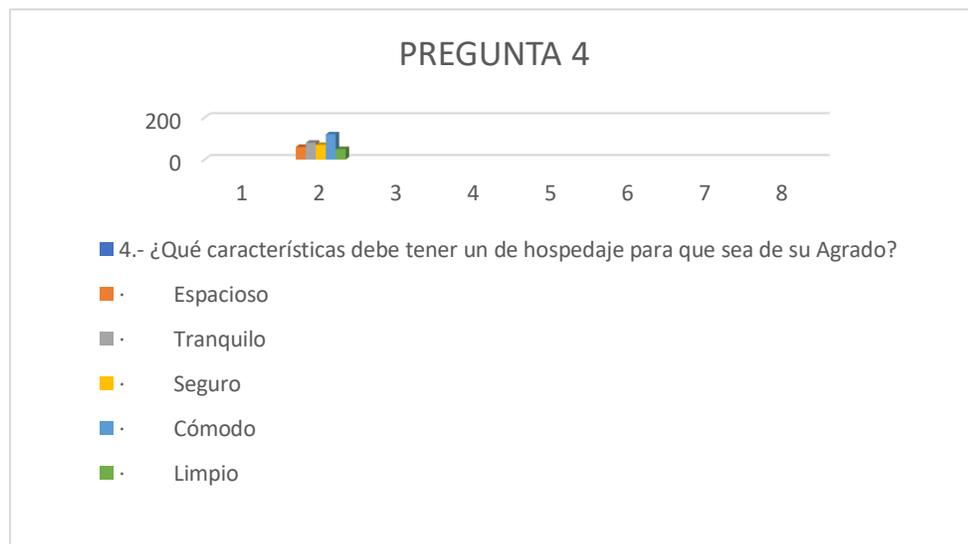
ANALISIS. -En la gráfica 3 nos demuestra que del total de la muestra de los 382 encuestados 250 personas son hombre 65% y 150 son mujeres el 35%.

GRAFICA N° 4



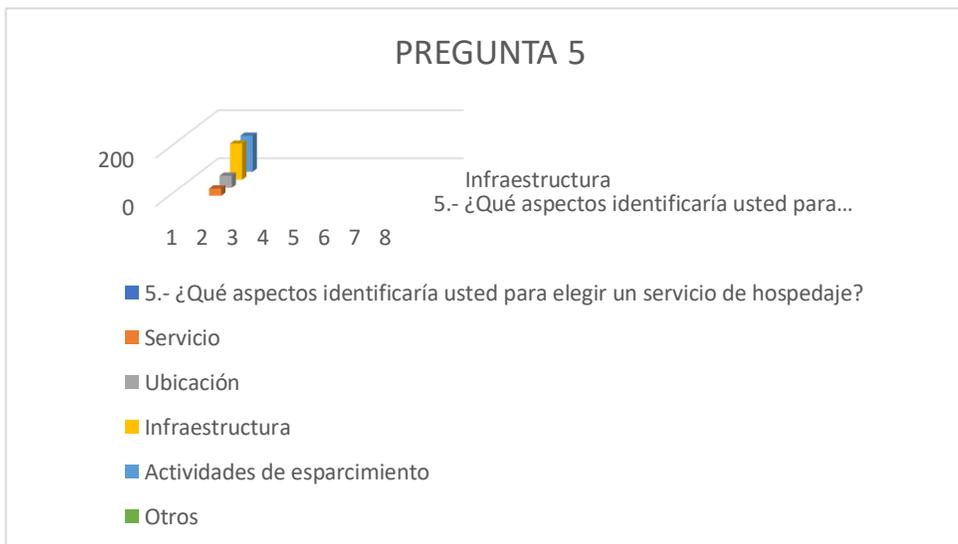
ANALISIS. -En la gráfica 4 nos demuestra que el 100% está interesado en conocer un nuevo servicio de hospedaje alternativo donde interactuar con la naturaleza.

GRAFICA N° 5



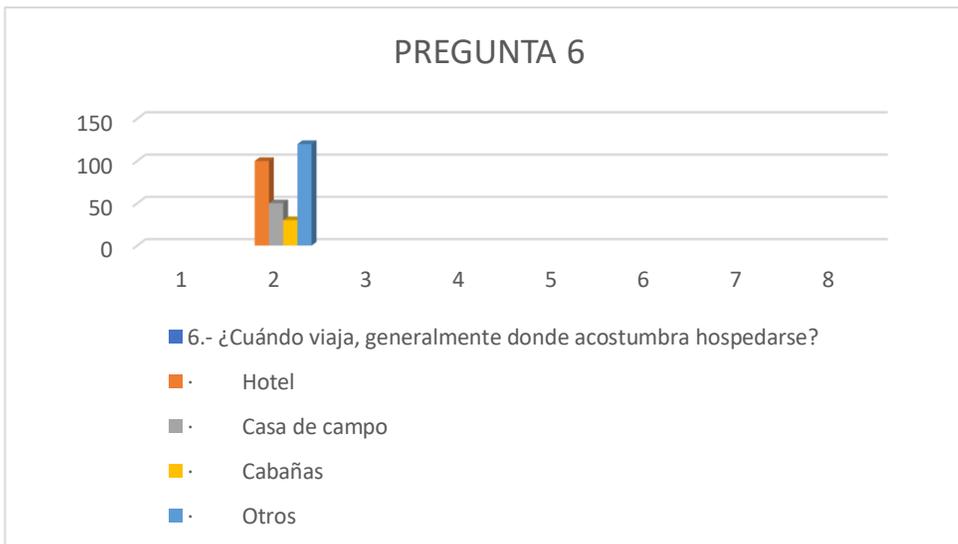
ANALISIS. -En la gráfica 5 nos demuestra que 120 personas dijeron que la comodidad tiene que ser primordial y es uno de los factores para tomar una decisión que representaría un 31.5 % de los encuestados.

GRAFICA N° 6



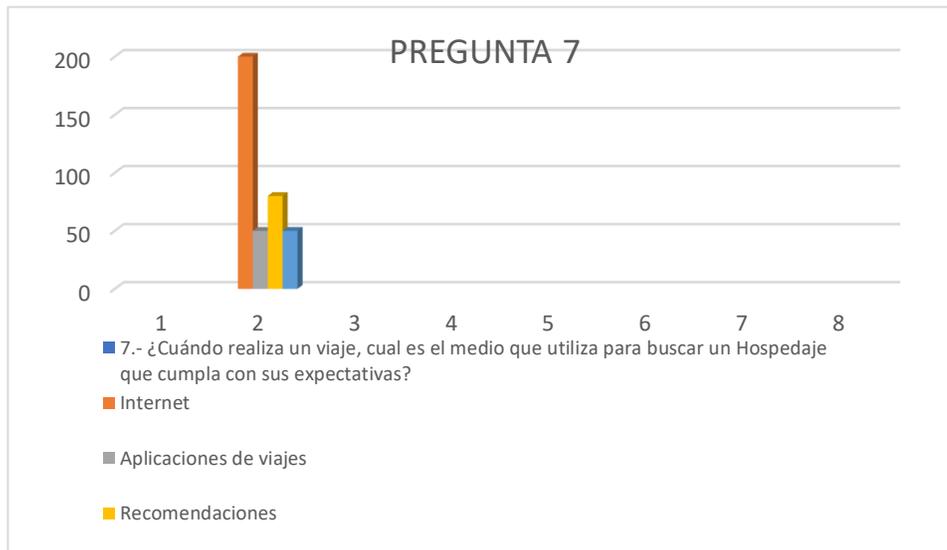
ANALISIS. -En la gráfica 6 nos demuestra que de los 382 encuestados 150 personas dicen que la infraestructura es de mucha importancia a la hora de la decisión para hospedarse, seguido de 150 personas que también consideran que las actividades de esparcimiento son de vital importancia

GRAFICA N° 7



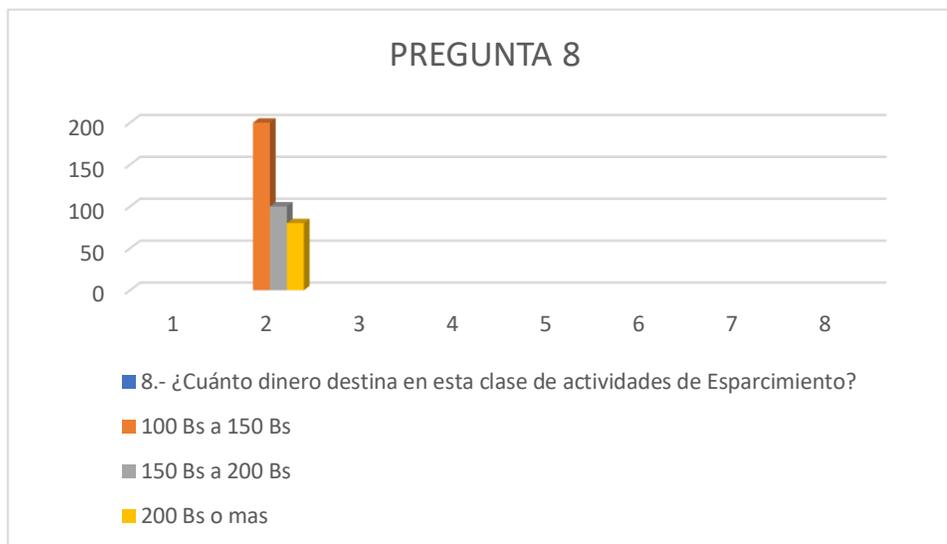
ANALISIS. -En la gráfica 7 nos demuestra que 150 personas optan por hospedarse en hoteles y casa de campos, en cuanto al resto 30 personas se hospedan en cabañas por el motivo de que no se encuentran cabañas turísticas en la zona.

GRAFICA N° 8



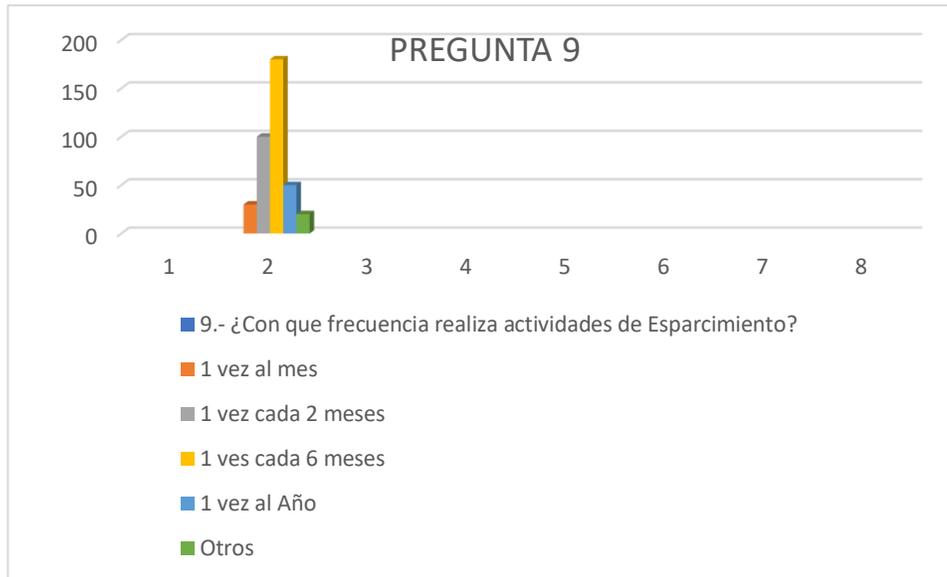
ANALISIS. -En la gráfica 8 nos demuestra que 200 personas buscan por internet lugares donde alojarse en su estadía turística eso es más del 52% de todos los encuestados.

GRAFICA N° 9



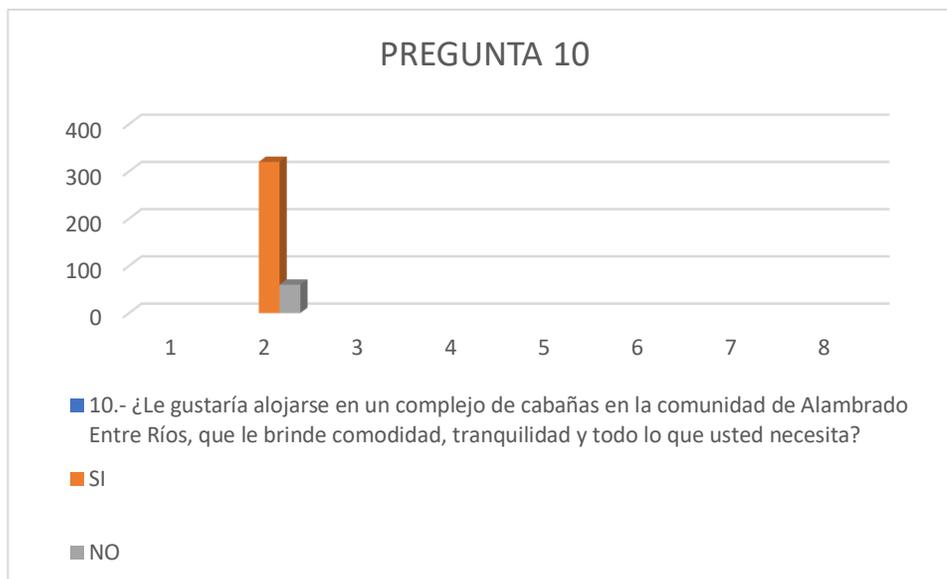
ANALISIS. -En la gráfica 9 nos demuestra que de todos los encuestados más del 50% que son 200 personas destinan entre 100bs a 150bs por noche para las actividades de esparcimiento.

GRAFICA N° 10



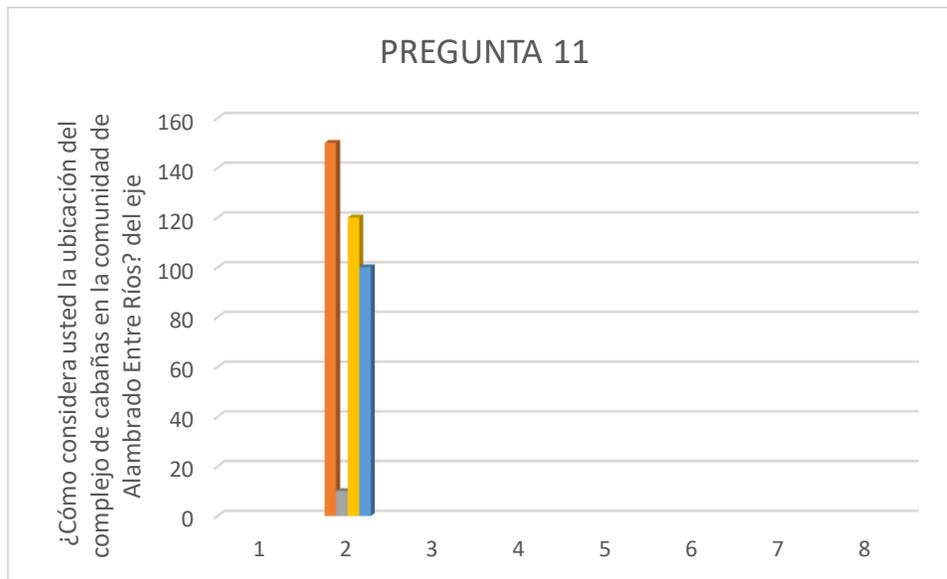
ANALISIS. -En la gráfica 10 nos demuestra que un 26 % de los encuestados viajan 1 vez cada 2 meses, así como también el 47.3% viaja 1 vez cada 6 meses, más del 60% se toma unas vacaciones.

GRAFICA N° 11



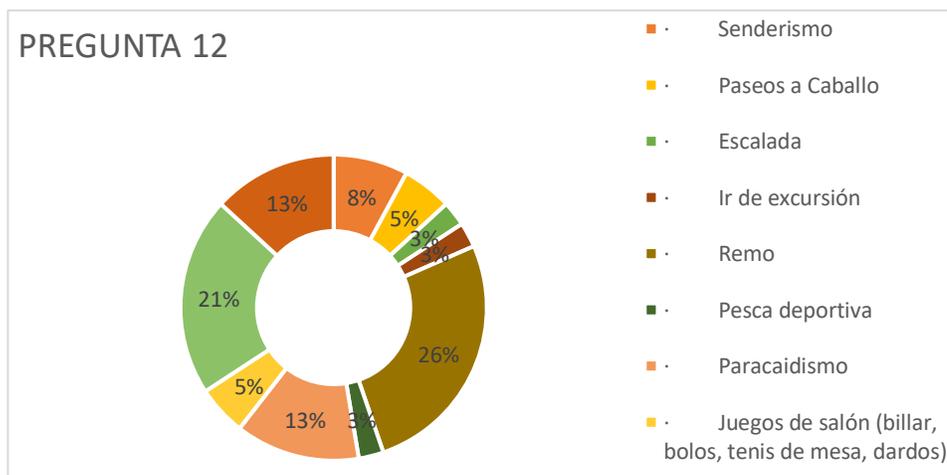
ANALISIS. -En la gráfica 11 nos demuestra que el 100% estarían gustosos de alojarse en el complejo de cabañas J&C en la comunidad de Alambrado Entre Ríos.

GRAFICA N° 12



ANALISIS. -En la gráfica 12 nos demuestra que de las 382 personas encuestadas 150 dijeron que es Buena la ubicación del complejo de cabañas turísticas J&C, otras 122 personas dicen que es regular y 100 personas dicen que es una excelente ubicación cerca del pueblo.

GRAFICA N° 13



ANALISIS. -En la gráfica 13 nos demuestra que de las actividades de esparcimiento que dimos a conocer sobre sale la actividad de remo, generando gran aceptación con una aprobación de 100 personas que desearían realizar esta actividad seguida de las

peñas culturales con 80 personas, 50 personas se interesaron en paracaidismo y otras 50 en festivales.

3.4.7 Conclusión de la Investigación de Mercado.

Como podemos apreciar el plan de negocio está siendo aceptable en la comunidad de Alambrado Entre Ríos, haciendo conocer cuáles son las principales actividades de esparcimiento y las personas están abiertos y emocionados con la nueva atracción turística que es el Kayak ya que ningún otro establecimiento cuenta con este plus como lo tiene el complejo de cabañas J&C.

También podemos evidenciar que la ubicación del complejo esta de manera idónea para las personas y turistas puedan ir a hacer uso de las instalaciones ya que se encuentra a 4 min de la plaza principal de Entre Ríos, lugar donde se realizan las actividades festivas del pueblo.

De la misma manera nos hicieron saber que toman muy en cuenta la infraestructura de los lugares donde se hospedan y por consiguiente las actividades de recreación al aire libre son de mucha importancia a la hora de tomar una decisión.

Nos sorprendió el rango de edad tanto en hombres como mujeres ya que están entre los 26 y 35 años casi la mitad de los encuestados, esto nos hace saber que la población en Entre Ríos y por qué no en el chaco tarijeño son un fuerte segmento de mercado donde buscan complacer sus deseos de actividades de esparcimientos de aventura y de diversión con la familia y amigos.

3.5. Determinación de la Demanda.

Para el cálculo de la demanda se tomará en cuenta los datos del INE (Instituto Nacional de Estadística) sobre el crecimiento de los turistas nacionales y extranjeros en Bolivia-Tarija.

TABLA N°1
DETERMINACIÓN DE LA TASA DE CRECIMIENTO DE LOS TURISTAS
NACIONALES

Bolivia: Población Total Proyectada Por Año Calendario Según Departamento
2018 – 2022

DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO	2018	2019	2020	2021	2022
BOLIVIA (TOTAL)	11.347.241	11.512.468	11.677.406	11.841.955	12.006.031
CHUQUISACA	633.612	640.264	647.089	654.035	661.119
LA PAZ	2.938.746	2.967.180	2.995.530	3.023.791	3.051.947
COCHABAMBA	1.996.220	2.026.460	2.056.710	2.086.930	2.117.112
ORURO	534.174	539.089	543.880	548.537	553.088
POTOSÍ	884.273	891.761	899.575	907.686	916.087
TARIJA	563.182	572.823	582.376	591.828	601.214
SANTA CRUZ	3.173.151	3.237.223	3.300.603	3.363.377	3.425.399
BENI	480.270	489.056	498.004	507.095	516.338
PANDO	143.613	148.612	153.639	158.676	163.727

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

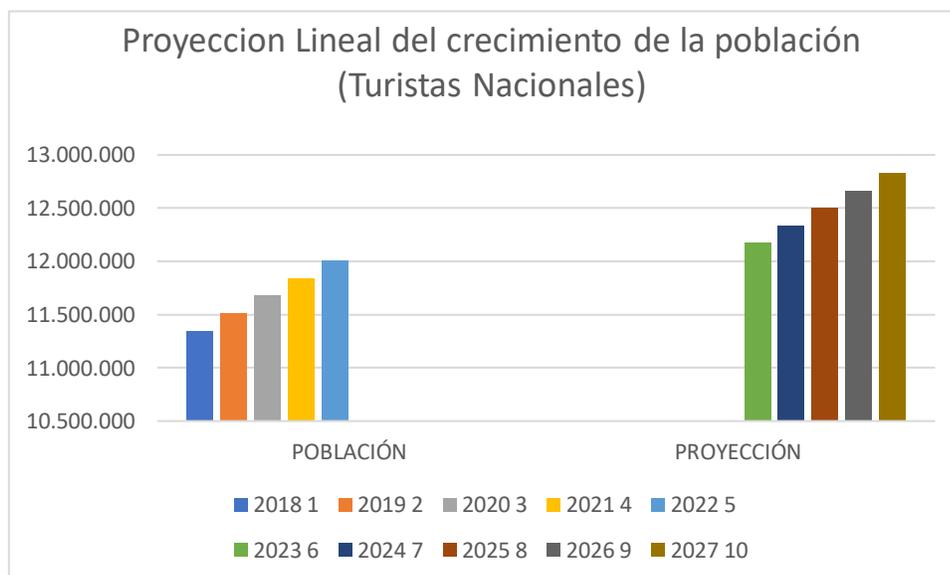
Con los datos proporcionados por el INE se realizará una proyección de la población a largo plazo considerando cinco años a través del método de proyección lineal.

TABLA N°2
Proyección de la población de Turistas Nacionales – Método de proyección
Lineal

AÑO	X	POBLACIÓN	PROYECCIÓN
2018	1	11.347.241	
2019	2	11.512.468	
2020	3	11.677.406	
2021	4	11.841.955	
2022	5	12.006.031	
2023	6		12.171.140,30
2024	7		12.335.847,00
2025	8		12.500.553,70
2026	9		12.665.260,40
2027	10		12.829.967,10

Fuente ; Elaboración Propia

GRAFICA N° 14
Proyección Lineal Para El Crecimiento De La Población De Turistas Nacionales



Como se puede observar en la gráfica el crecimiento de los turistas nacionales es notorio en los próximos 5 años.

TABLA N° 3
DETERMINACION DE LA TASA DE CRECIMIENTO DE LOS TURISTAS
EXTRANJEROS.

**Población de visitantes extranjeros por año según Principales países de
residencia 2018 – 2022**

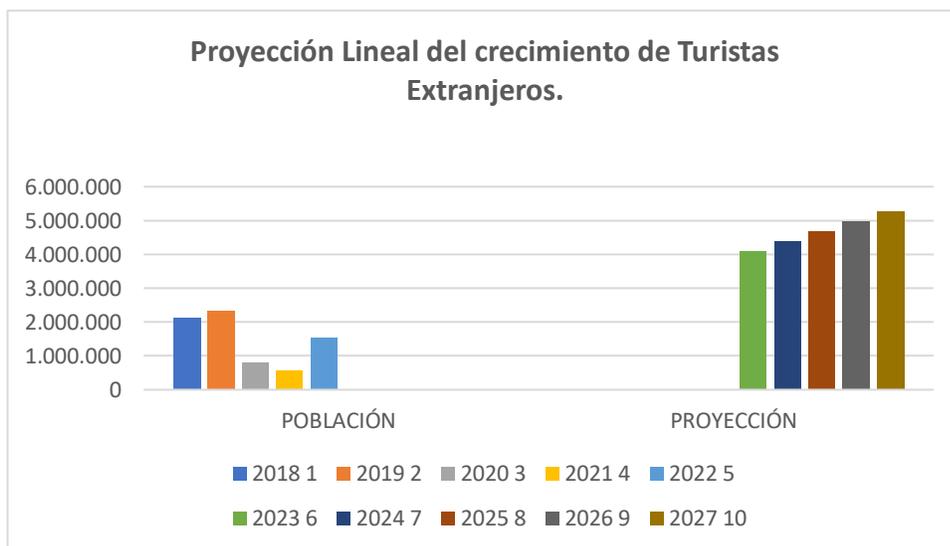
PAÍS	2018	2019	2020	2021	2022
TOTAL	2.129.210	2.339.652	796.006	570.767	1.555.269
Bolivia	987.350	1.100.371	472.734	390.861	831.234
Argentina	314.895	370.931	98.576	42.712	239.461
Perú	190.950	249.400	64.730	13.310	144.218
Brasil	88.509	89.850	28.317	23.394	63.492
Chile	79.485	79.980	25.959	5.780	31.240
Estados Unidos	58.841	52.764	14.176	23.993	43.529
España	41.322	42.530	10.161	14.529	31.502
Francia	35.582	35.969	5.136	2.722	15.793
Alemania	31.658	31.917	6.109	3.425	14.430
Colombia	34.356	31.296	9.619	9.279	21.627

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

TABLA N°4
Proyección de la población de Turista extranjeros – Método Proyección Lineal

AÑO	X	POBLACIÓN	PROYECCIÓN
2018	1	2.129.210	
2019	2	2.339.652	
2020	3	796.006	
2021	4	570.767	
2022	5	1.555.269	
2023	6		4.103.271,10
2024	7		4.394.947,80
2025	8		4.686.624,50
2026	9		4.978.301,20
2027	10		5.269.977,90

GRAFICO N° 15



Se evidencia un crecimiento considerable en los últimos 5 años de la proyección.

3.6. Estrategias De Marketing

3.6.1. Objetivo de la función de Marketing.

Como objetivo de la función de marketing en la industria del turismo, es la de poder captar y conservar a los turistas como promover lugares y servicios turísticos para maximizar el aprovechamiento social y económico para la comunidad, en el cual se basa en el agrado del cliente y la creación de nuevas experiencias imborrables para el turista.

3.6.1.1. Objetivo General

Definir el marketing Mix del Complejo de Cabañas J&C y proponer estrategias de marketing tomando en cuenta las necesidades, gustos y preferencias de cada segmento del mercado y definir una tasa de crecimiento de la demanda del servicio.

3.6.1.2. Objetivos Específicos

- Identificar y segmentar mercados objetivo para Entre Ríos.
- Desarrollar estrategias de marketing personalizadas el complejo de cabañas.
- Crear una marca, slogan y logotipos atractivos para el Complejo de Cabañas a fin de conseguir el posicionamiento del negocio en el mercado hotelero y la mente de los clientes.
- Mejorar la visibilidad de Entre Ríos en línea y en redes sociales.
- Diseñar una estrategia competitiva para asegurar la permanencia del complejo de cabañas en el mercado y su crecimiento a largo plazo.

3.6.2. Marketing Estratégico

3.6.2.1. Segmentación de Mercado

Se realizará una segmentación demográfica y pictográfica, porque se tomará en cuenta los intereses de los clientes potenciales, sus gustos y preferencias, etapa de ciclo de vida en que se encuentran, su ocupación y por último su estilo de vida e ingresos.

Este segmento de mercado se conformará por un segmento de turistas que realizan viajes en grupos de amigos, otro segmento serán turistas que viajan con la familia, segmento de personas que viajan con delegaciones de alguna institución u organización.

Sin dejar de lado a las personas de la ciudad de Tarija que deseen hacer uso de los servicios que ofrecen en el complejo de Cabañas Turísticas J&C y quienes necesiten un establecimiento con instalaciones adecuadas para realizar eventos sociales.

3.6.2.2. Estrategia de diferenciación.

El Complejo De Cabañas Turística J&C ofrece un servicio diferenciado que ofrece cabañas con dormitorios bien equipados con electrodomésticos, utensilios, accesorios e instalaciones adecuada para la conservación y preparación de alimentos, sala comedor, baños y garajes privado y además de ofrecer de ofrecer los servicios que generalmente ofrecen los servicios de hotelería, se ofrecerán servicios recreativos y especiales tales que los mismos estarán orientados a la relajación, diversión, gastronomía, el ocio, el deporte y el entretenimiento.

Uno de sus servicios será la de actividades de río que se realizara es el kayak, remos y tirolesas.

El complejo de cabañas tendrá una infraestructura moderna y adecuadas con ambientes cómodos distribuidos y decorados de manera que este en armonía para que el turista logre tener una experiencia más cómoda y agradable.

El complejo de también fomentará al desarrollo del turismo al incluir en sus ambientes e instalaciones imágenes y objetos originarios de la zona, por tal motivo se ofrecerá el servicio de restaurante con una gastronomía originaria de la comunidad y así como también del departamento de Tarija.

Logo:



Slogan: *“Un Lugar Donde Conectas Con La Naturaleza”*

3.6.3. Marketing Operativo

3.6.3.1. Servicio

El complejo de Cabañas Turísticas J&C brindará el servicio de hospedaje con una amplia oferta de habitaciones y suites totalmente amobladas y equipadas con dormitorios, baños, sala de estar.

Los ambientes que se ofrecerán tendrán lo siguiente:

- ✓ Cabañas para 2 personas
- ✓ Cabañas para 4 personas
- ✓ Cabañas familiares 6 personas
- ✓ Cabañas matrimoniales (suites)
- ✓ Cabañas amplias para 10 personas.

En simultáneo se ofertarán múltiples servicios complementarios con el fin de ofrecer al turista una estadía grata y confortable, el Complejo de Cabañas contará con:

- Cancha poli funcional
- Spa
- Parque de juegos para niños
- Piscinas para niños y adultos
- Resto-bar
- Estacionamientos
- Salón de eventos

3.6.3.2. Precio

Las tarifas habitacionales de los diferentes ambientes y suites del complejo de cabañas J&C se mostrarán en la siguiente tabla.

TABLA N°5

TARIFAS DE AREA HABITACIONAL COMPLEJO DE CABAÑAS TURISTICAS J&C		
	CANTIDAD	PRECIO POR NOCHE
CABAÑAS MATRIMONIALES	4	300bs
Dormitorio Con Una Cama	1	
Baño Privado	1	
Sala Pequeña	1	
Televisión	1	
Tocador	1	
Aire Acondicionado	1	
CABAÑAS FAMILIARES	5	500bs
Dormitorio Con Dos Camas	1	
Baño Privado	1	
Sala De Estar	1	
Televisión	1	
Tocador	1	
Aire Acondicionado	1	
CABAÑAS PARA 6 PERSONAS	2	900bs
Dormitorio Principal	1	
Dormitorio Con 2 Camas	1	
Baño Privado	1	
Sala De Estar	1	
Televisión	1	
Mesa	1	
Sillas	4	
Aire Acondicionado	1	700bs
CABAÑA SUITE	5	
Dormitorio Con Una Cama 3 Plazas	1	
Baño Privado	1	
Sala De Estar	1	
Televisión	1	
Aire Acondicionado	1	
Alfombra	1	
Tocador	1	
Sillón	1	
Balcón	1	
Jacuzzi	1	

CABAÑA PARA 10 PERSONAS	2	1300bs
Dormitorio Principal	1	
Dormitorio Con 4 Camas	1	
Baño Privado	1	
Sala De Estar	1	
Televisión	1	
Aire Acondicionado	1	
Hamacas	1	
Mesa	1	
Sillas	6	

Fuente: (Elaboración propia)

3.6.3.3. Plaza/Distribución

Para hacer conocer los servicios que brindará el Complejo de Cabañas Turísticas J&C y poder así llegar a una mayor cantidad de posibles clientes, es de mucha importancia los convenios con empresas que apoyen al turismo como ser Agencias de viajes, Aeropuertos, Lugares de Información turística, empresas de transportes para que ellos los consideren que seremos su mejor opción para poder hospedarse.

3.6.3.4. Promoción

El Complejo de Cabañas Turísticas J&C realizará la promoción de los servicios por diferentes medios de comunicación masivo como ser:

- ✓ Televisión
- ✓ Radio
- ✓ Redes sociales
- ✓ Anuncios en revistas y periódicos
- ✓ Folletos
- ✓ Almanagues
- ✓ Panfletos y banners

Esto se realiza con el propósito de lograr captar la atención del mayor número posible de clientes potenciales.

TABLA N°6

PRESUPUESTO PARA EFECTUAR LA COMUNICACIÓN EN TELEVISIÓN

TELEVISIÓN	PROGRAMAS	PASES	PRECIOS POR MES	PRECIOS ANUALES
Unitel	La revista - Regional	4	1800bs	21600 Bs
	Tele País - Regional Noche	3	1350bs	16200 Bs
Red Uno	El Mañanero - Regional	3	1800bs	21600 Bs
ATB	ATB noticia 1ra edición	2	900bs	10800 Bs
	ATB noticia 2da edición	2	900bs	10800 Bs
Abigail (Entre Ríos)	anuncios publicitarios	6	1800bs	21600 Bs
TOTAL				102600 Bs

TABLA N° 7

PRESUPUESTO PARA EFECTUAR LA COMUNICACIÓN EN RADIO

RADIO	PASES	PRECIO POR MES	RECIO ANUAL
Fides	5	1200Bs	14400 Bs
Aclo Tarija	3	720 Bs	4640 Bs
Tropical	4	960 Bs	11520 Bs
Abigail	10	2400 Bs	28800 Bs
TOTAL			59360 Bs

3.6.4. Presupuesto del plan de marketing.

TABLA N° 8

PRESUPUESTO GENERAL DE MARKETING			
N°	DETALLE	CANTIDAD TOTAL	PRECIO TOTAL (Anual)
1	Televisión	1	102600 Bs
2	Radio	1	59360 Bs
3	Periódico	1	5000bs
4	Creación de página Web.	1	700 Bs
5	Letrero Principal del hotel.	1	2500 Bs
6	Publicidad en revistas de Turismo y guías turísticas.	3	2100
7	alianzas y convenio con agencias de turismo, aerolíneas, empresas de transporte.	5	7500 Bs
TOTAL			179760 Bs

Fuente: Elaboración propia

El costo total del presupuesto de Marketing es de 179.760 Bs para el año 1, a partir del año 2 algunos gastos de marketing no serán necesarios volver a tomar en cuenta como sr el letrero y la página web.

CAPITULO IV

PLAN

ORGANIZACIONAL Y

DE RECURSOS

HUMANOS

4. PLAN ORGANIZACIONAL

4.1. Objetivos

4.1.1. Objetivo General

Plantear una estructura organizacional y diseñar perfiles de puestos para el complejo de cabañas J&C, para posteriormente contratar personal que cuente con habilidades y motivaciones suficientes para el desarrollo de las tareas de sus puestos de manera eficaz y eficiente.

4.1.2. Objetivos Específicos

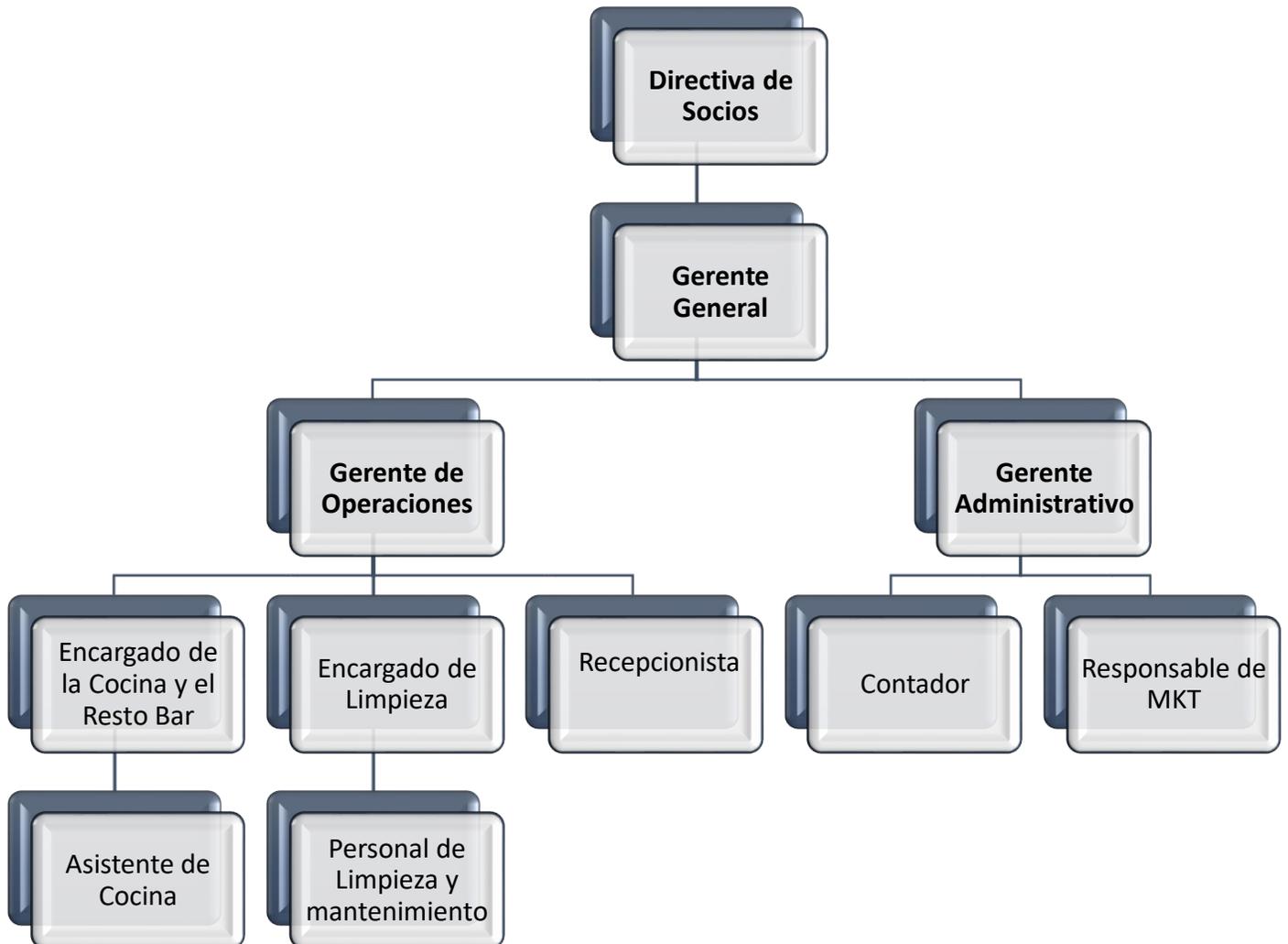
- Diseñar una estructura organizacional del complejo de cabañas J&C.
- Determinar los perfiles para los cargos y puestos del establecimiento y sus funciones.
- Establecer una escala salarial para los cargos y puestos.
- Definir el marco legal del complejo de cabañas J&C.

4.2. Diseño organizacional

4.2.1. Estructura Organizacional

Como se muestra el organigrama existe una jerarquía de diferentes niveles, se muestra el nivel estratégico del complejo de cabañas J&C en el que se encuentra el gerente general quien tendrá a su cargo

GRAFICA N°16
ORGANIGRAMA DEL COMPLEJO DE CABAÑAS J&C



Fuente: Elaboración Propia

4.2.2. Descripción del personal requerido.

En la tabla que se presenta a continuación se encuentra los puestos o cargos disponibles en el complejo de cabañas J&C y el número de personas requeridas para cada uno de ellos.

TABLA N° 9
PUESTOS O CARGOS DISPONIBLES

N°	Puesto o Cargo	Personal Requerido
1	Gerente General	1
2	Gerente Administrativo	1
3	Gerente Operaciones	1
4	Encargado del Resto-Bar	1
5	Encargado de limpieza	1
6	Recepcionista	1
7	Asistente de cocina	1
8	Personal de limpieza	1
9	Contador	1
10	Responsable de marketing	1
Total		10

4.2.3. Descripción del puesto o Manual De Funciones

TABLA N° 10

DESCRIPCION DEL PUESTO	
Título del puesto o cargo	Gerente General
Superior Inmediato	Junta Directiva
Responsable Directo de:	Gerente Administrativo Y Gerente Operativo
Funciones	Estar a cargo de la administración, control y desarrollo del complejo de cabañas, cuidando que las distintas áreas lleven a acabo de la mejor manera posible sus funciones y cumplan con sus objetivos para que el desempeño del establecimiento en general sea satisfactorio.
PERFIL DEL PUESTO	
Habilidades Personales	Liderazgo e Iniciativa
Grado de formación	Licenciatura en Administración de Empresa
Experiencia Laboral	2 años
Sexo	Indistinto
Edad	30 - 34 años
DESCRIPCION DEL PUESTO	
Título del puesto o cargo	Gerente Administrativo
Superior Inmediato	Gerente General
Responsable Directo de:	Contador y Responsable de marketing
Funciones	Supervisar las actividades realizadas por las demás dependencias, planear ejecutar, dirigir la gestión administrativa y operativa del establecimiento. Elaborar y controlar el proceso de reclutamiento y selección, ingreso e inducción del personal nuevo a las cabañas.
PERFIL DEL PUESTO	
Habilidades Personales	Capacidad de liderazgo de negociación y planificación estratégica.
Grado de formación	licenciatura en Administración de Empresas, posgrado en recursos humanos, finanzas y marketing.
Experiencia Laboral	2 años
Sexo	Indistinto
Edad	27 años o más

DESCRIPCION DEL PUESTO	
Título del puesto o cargo	Contador
Superior Inmediato	Gerente Administrativo
Responsable Directo de:	Contador
Funciones	Manejo de las operaciones financieras de las cabañas, reportar los estados financieros y proporcionar un análisis financiero y administrar el proceso contable para garantizar la calidad.
PERFIL DEL PUESTO	
Habilidades Personales	Conocimiento de las normas Contables y de la Legislación Tributaria
Grado de formación	Licenciatura En Contaduría Pública.
Experiencia Laboral	2 años
Sexo	Indistinto
Edad	25 años o más

DESCRIPCION DEL PUESTO	
Título del puesto o cargo	Encargado de Marketing
Superior Inmediato	GERENTE ADMINISTRATIVO
Responsable Directo de:	Encargado de Marketing
Funciones	Manejo y responsable de todas las habilidades de publicidad y promociones para el complejo de cabañas, realizando actividades actualizadas y que se vean reflejadas en la imagen que tendrá el complejo.
PERFIL DEL PUESTO	
Habilidades Personales	Conocimiento y manejo de todas las Estrategias de marketing, persona proactiva.
Grado de formación	Licenciatura en marketing y publicidad
Experiencia Laboral	3 años
Sexo	Indistinto
Edad	25 años o más

DESCRIPCION DEL PUESTO	
Título del puesto o cargo	Gerente De Operaciones
Superior Inmediato	Gerente General
Responsable Directo de:	Encargado Del Resto Bar, Encargado De Recepción, Encargado De Limpieza Y Mantenimiento
Funciones	Responsable del control de las actividades diarias de las cabañas y del manejo de las operaciones, control del estado general de las instituciones y seguimiento a los responsables de los servicios complementarios de las cabañas.
PERFIL DEL PUESTO	
Habilidades Personales	Habilidades de comunicación, liderazgo, capacidad de gestión de los recursos (instalaciones, materia prima).
Grado de formación	Licenciatura en Administración de empresas o Ingeniería Comercial.
Experiencia Laboral	3 años
Sexo	Indistinto
Edad	27 años o más
DESCRIPCION DEL PUESTO	
Título del puesto o cargo	Encargado Del Resto-Bar
Superior Inmediato	Gerente De Operaciones
Responsable Directo de:	Chef Y Barman
Funciones	Dirigir y supervisar el personal del resto bar, atención de quejas y reclamos o sugerencias, compra de víveres y suministros para el resto bar
PERFIL DEL PUESTO	
Habilidades Personales	Manejo De Personal, Liderazgo, Capacidad De Realizar Múltiples Tareas
Grado de formación	Maitre
Experiencia Laboral	3 años
Sexo	Indistinto

DESCRIPCION DEL PUESTO	
Título del puesto o cargo	Encargado de la cocina y el resto bar
Superior Inmediato	Gerente de operaciones
Responsable Directo de:	Asistentes de Cocina Y Mozos
Funciones	Diseñar el menú con sus diferentes platos siguiendo criterios de balance nutricional, diseñar recetas estándar, supervisar, dirigir a los asistentes de cocina ya los mozos, delegar funciones, diseñar lista de mercado.
PERFIL DEL PUESTO	
Habilidades Personales	Habilidades de comunicación, liderazgo, capacidad de gestión de los recursos (instalaciones, materia prima).
Grado de formación	Chef Profesional, gastronomía profesional.
Experiencia Laboral	1 año
Sexo	Indistinto
Edad	25 años o más
DESCRIPCION DEL PUESTO	
Título del puesto o cargo	Asistente De Cocina
Superior Inmediato	Encargado de la cocina y el resto bar
Responsable Directo de:	Asistentes De Cocina Y Mozos
Funciones	Ayudar al chef en la preparación de platos, procesar la materia prima y entregar platos con la presentación adecuada, limpiar el área de trabajo.
PERFIL DEL PUESTO	
Habilidades Personales	TRABAJO EN EQUIPO, COLABORADOR, CONOCIMIENTOS EN COCINA Y GASTRONOMIA.
Grado de formación	CURSOS DE COCINA
Experiencia Laboral	6 meses
Sexo	Indistinto
Edad	20 años o más

DESCRIPCION DEL PUESTO	
Título del puesto o cargo	Encargado De Recepción
Superior Inmediato	Gerente De Operaciones
Responsable Directo de:	Recepcionistas, Botones Y Guardias De Seguridad
Funciones	Recibir a los huéspedes que están ingresando a la cabaña, registrar sus datos y verificar que tengan los permisos correspondientes en caso d que sean extranjeros. Dirigirlos a sus respectivas cabañas y estar predispuesto a brindarle l mayor comodidad al huésped.
PERFIL DEL PUESTO	
Habilidades Personales	Liderazgo, observación, capacidad de resolver imprevistos, trabajo en equipo, conocimiento en idiomas
Grado de formación	Licenciatura o Técnico en Turismo y Hotelería, conocimientos En Computación, Dominio De Ingles.
Experiencia Laboral	6 meses
Sexo	Indistinto
Edad	20 años o más

DESCRIPCION DEL PUESTO	
Titulo del puesto o cargo	Encargado de Limpieza y Mantenimiento
Superior Inmediato	Gerente de Operaciones
Responsable Directo de:	Personal de limpieza y mantenimiento
Funciones	Recibir de proveedores los suministros de limpieza y blancos, ordenar y clasificar, realizar la compra de suministros cuando sea necesario, hacer inventarios de fin de mes y anuales y proporcionar de suministros a mucamas y personal de servicio.
PERFIL DEL PUESTO	
Habilidades Personales	Orden, capacidad de realizar múltiples tareas
Grado de formación	Bachiller
Experiencia Laboral	Sin Experiencia
Sexo	Indistinto

4.2.4. Proceso de Reclutamiento y Selección del Personal

4.2.4.1. Proceso de Reclutamiento

Una vez definida los perfiles y las descripciones de los puestos requeridos en el complejo de cabañas J&C, se procede a realizar la búsqueda o reclutamiento de los postulantes que cumplan en su mayoría con la competencia o características definidas previamente, para ello será necesario lanzar una convocatoria al público en general por diferentes medios de comunicación, anuncios, avisos en el periódico, internet.

4.2.4.2. Evaluación

Una vez que los postulantes respondan a la convocatoria con la presencia de sus currículos se procederá a evaluar con el fin de elegir entre todos ellos al más idóneo para el puesto que se ofrece, se realizara la pre selección para apartar a los postulantes que no cumplan con los requisitos solicitados, además que ello permitirá tener un numero razonable de postulantes a los cuales evaluar, ni bien se tenga un número razonable se procederá a citarlos y evaluarlos a través del siguiente proceso.

a) Prueba de conocimiento

El postulante llenara de forma escrita una planilla con el fin de determinar si cumple con los conocimientos necesarios para el puesto.

b) Entrevista

Consistirá en una entrevista formal y estricta en la que se realizará una serie de preguntas con el fin de conocer a profundidad al postulante.

Durante este proceso de evaluación se deberá considerarse evaluar cómo ha sido el desempeño del postulante en sus antiguos trabajos, mediante la comunicación con sus antiguos trabajos.

4.3. Administración de Sueldos y Salarios.

Se detallara en una planilla el sueldo de cada puesto de la cabaña considerando las atribuciones de cada puesto o cargo, su nivel de responsabilidad y aspectos legales de la Ley General del Trabajo, los beneficios sociales y los impuestos.

4.3.1. Planilla de Sueldos y Salarios

PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS														
Enero - Febrero				Aporte Laboral 12,71%						Aporte Patronal 6,71%				
N°	Cargos	Dias trabajados	Bono de Antigüedad	Haber Basico	Comisión 0,5%	Aport. Soc. del Aseg. 0,5%	Cost. Mensual 10%	Prima por Riesgo Prof. 1,71%	TOTAL APORTE	Prima por riesg. Prof.	Aport. Patronal 13%	Aporte de v. patronal 2%	TOTAL APORT. PATRONAL	TOTAL LIQUIDO PAGABLE
1	OPERARIOS			17.824					2265,43				1196	16.755
	Contador	30	0	2.800	14	14	280	47,88	355,88	47,88	84	56	187,9	2.632
	Encargado de cocina y resto bar	30	0	2.600	13	13	260	44,46	330,46	44,46	78	52	174,5	2.444
	Encargado de limpieza	30	0	2.400	12	12	240	41,04	305,04	41,04	72	48	161,0	2.256
	Recepcionista	30	0	2.500	12,5	12,5	250	42,75	317,75	42,75	75	50	167,8	2.350
	Encargado de MKT	30	0	2.800	14	14	280	47,88	355,88	47,88	84	56	187,9	2.632
	Personal de limpieza y mantenimiento	30	0	2.362	11,81	11,81	236,2	40,3902	300,21	40,3902	70,86	47,24	158,5	2.220
	Asistente de cocina	30	0	2.362	11,81	11,81	236,2	40,3902	300,21	40,3902	70,86	47,24	158,5	2.220
2	ADMINISTRATIVOS			12.500					1588,8				838,8	11.750
	Gerente General	30	0	4.500	22,5	22,5	450	76,95	571,95	76,95	135	90	302,0	4.230
	Gerente Administrativo	30	0	4.000	20	20	400	68,4	508,4	68,4	120	80	268,4	3.760
	Gerente Operacional	30	0	4.000	20	20	400	68,4	508,4	68,4	120	80	268,4	3.760
	TOTAL			30.324					3854				2035	28.505

TABLA N° 11

4.4. Marco Legal De La Organización

4.4.1. Tipo de Sociedad

El complejo de cabañas turísticas JyC será una sociedad de responsabilidad limitada, estará conformado por una junta directiva de socios inversionistas que respondan a las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportes individuales.

4.4.2. Obligaciones fiscales y reglamentarias

Los establecimientos turísticos y hoteleros en el departamento de Tarija realizan sus actividades bajo algunas obligaciones fiscales y reglamentarias, las mismas que se mencionaran a continuación:

Las nuevas empresas para constituirse legalmente deberán cumplir con algunos requisitos e inscribirse en las siguientes instituciones:

- SEPREC
- Servicios de Impuestos Nacionales
- Gobierno Municipal
- Caja de Salud
- AFP'S
- Ministerio de Trabajo

El reglamento de hospedaje turístico resolución ministerial N°185/01 La Paz 11 de octubre de 2011

4.4.3. Presupuestos gastos operacionales

A continuación, se mostrará en la tabla los costos en los que se incurrirá para la realización de los diferentes trámites para la constitución legal del Complejo de Cabañas Turísticas JyC como empresa.

TABLA N°12
PRESUPUESTO DE GASTOS DE ORGANIZACIÓN – TRAMITES
LEGALES PARA LA CONSTITUCIONLEGAL DE LA
EMPRESA

N°	TRAMITE	COSTO UNITARIO (Bs)	COSTO TOTAL (Bs)
1	SEPREC		
	Inscripción	455	647
	Publicación en gaceta electrónica el registro de comercio	192	
2	SERVICIOS DE IMPUESTOS NACIONALES	350	350
3	GOBIERNO MUNICIPAL		
	Timbres	100	105
	Caratula	5	
4	CAJA DE SALUD		
	Examen pre-ocupacional para cada trabajador	100	1500
5	AFP'S	0	0
6	MINISTERIO DE TRABAJO	80	80
TOTAL			2227

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO V

PLAN OPERACIONAL

5. PLAN DE OPERACIONES

5.1. Objetivos

5.1.1. Objetivo General

Establecer los servicios a ofertar en el complejo de cabañas J&C, describir la distribución y características de las instalaciones y definir los requerimientos de muebles, enseres, equipos e insumos necesarios para las cabañas.

5.1.2. Objetivos Específicos.

- Definir y describir los servicios ofertados por el complejo de cabañas.
- Describir la distribución de las instalaciones físicas del complejo de cabañas J&C.
- Determinar la capacidad instalada en el complejo de cabañas,
- Definir los costos directos e indirectos en los que se incurrirá con el requerimiento de muebles y enseres e insumos.

5.2. Descripción De Los Servicios Ofertados

En esta etapa se realizará la descripción del proceso operativo y cada servicio que brindará el complejo de cabañas J&C, se realizará el inventario de los requerimientos de materiales para las cabañas y se determinará el nivel de operatividad y la capacidad instalada que estará disponible para atender la demanda del complejo de cabañas J&C.

5.2.1. Servicio de Hospedaje

El complejo de cabañas J&C brindara el servicio de hospedaje con la oferta de habitaciones completamente amobladas e equipadas, ofreciendo habitaciones grandes, pequeñas con capacidad para varias personas para que los huéspedes puedan estar cómodos, contara también con los servicios de internet, wifi, Televisión, aire acondicionado.

Los ambientes que se ofrecerán serán:

- Cabañas para 2 personas
- Cabañas para 4 personas
- Cabañas familiares 6 personas
- Cabañas matrimoniales (suites)
- Cabañas amplias para 10 personas.

5.2.1.1. Servicio de Limpieza y mantenimiento

Las cabañas contarán con un servicio de limpieza que se limpiarán con una periodicidad diaria y en el momento que el huésped lo solicite y en el momento que se hayan abandonado las cabañas.

El personal de limpieza estará a disposición de los clientes si algún momento se solicita el servicio.

5.2.1.2. Servicios Complementarios y Recreacionales

El complejo de cabañas J&C contará con el servicio de Resto-Bar donde se ofrecerá almuerzos, buffet, tragos y bebidas.

El huésped tendrá opciones por optar por desayunos, almuerzos por un costo adicional, además de los almuerzos el restaurante ofrecerá otros platos a la carta, variedad de piques dulces y salados, bebidas, gaseosas, jugos, cocteles.

Contará con una sala de reuniones destinada a los huéspedes que realizan viajes por motivos de trabajo y deseen un lugar para sus reuniones.

Contará con un salón de eventos donde se contará con una sala Vip y sus respectivos baños, cocineta, sala de sonido e iluminación, así como todas las comodidades. También piscina un parque de juegos para los niños, una cancha poli funcional para los huéspedes.

5.3. Descripción de las instalaciones Físicas del complejo de cabañas J&C

El complejo de cabañas J&C contara con las siguientes instalaciones:

Área de Exteriores

AMBIENTES	N° DE AMBIENTES
Plaza de Acceso	1
Rampa	1
Jardines	3
Parques y juegos para niños	1
Recorridos	1
Cancha Poli funcional	1
Resto Bar	1

5.4. Capacidad del área Habitacional

La capacidad del complejo de cabañas J&C se determinará según el tamaño de la superficie y de los ambientes e instalaciones.

TABLA N° 13

CANTIDAD	AMBIENTES	CAPACIDAD POR AMBIENTES	CAPACIDAD TOTAL
6	Cabañas Matrimoniales	2 personas	12 personas
8	Cabañas Familiares	4 personas	32 personas
5	Habitaciones Triples	6 personas	30 personas
3	Habitaciones múltiples	10 personas	30 personas
3	Suite Matrimoniales	2 personas	6 personas
TOTAL			110 personas.

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar el complejo de cabañas J&C tendrá una capacidad máxima de hospedar a 110 personas.

Área del servicio al público

- **Resto-Bar:** En este espacio se encontrará una barra de bebidas, un salón comedor, un despacho de comidas y bebidas, dos baños públicos y un depósito de limpieza.
- **Piscina:** Se contará con una piscina para los adultos y otra para los niños, dos jacuzzis, dos baños, 1 vestidor y ducha y un depósito de limpieza.
- **Área de eventos y conferencias:** Se contará con un salón de eventos y conferencias el mismo que constará de una sala vip, un baño en la sala vip, un cuarto de sonido e iluminación, un salón y un depósito de limpieza.
- **Área administrativa:** Se contará con una sala de espera, sala de reuniones, una oficina de administración, una de gerencia, una oficina del jefe de personal.
- **Área de mantenimiento:** Se contará con una sala del personal, una sala de depósito general y de limpieza.
- **Área de Estacionamiento:** En esta área se contará con un ambiente espacioso para el garaje para administrativos, personal de servicio y huéspedes.

TABLA N° 14
CAPACIDAD DEL AREA DEL RESTO-BAR

Cantidad	Ambiente	Capacidad Total
1	Resto - Bar	140
Total		140 personas

La capacidad de atención para comensales en el resto bar será de 140 personas, en este ambiente se brindará atención tanto a huéspedes como clientes externos.

TABLA N° 15
CAPACIDAD DEL AREA DE ESTACIONAMIENTO

Cantidad	Estacionamiento	Capacidad Total
1	Administrativos y de servicios	6
1	Huéspedes	14
Total		20

El área de estacionamiento contara con un despacio total de 15 vehículos en total.

TABLA N° 16
CAPACIDAD DEL SALON DE EVENTOS Y SALA DE REUNIONES

Cantidad	Ambiente	Capacidad Total
1	Salón de eventos y convenciones	200 personas
Total Capacidad		200 personas
1	Sala de reuniones	20 personas
Total Capacidad		20 personas

El salón de eventos contara con una capacidad para la atención de 200 personas, que deseen contratar este ambiente para la realización de algún acontecimiento, evento social o académico.

Para la sala de reuniones podrá recibir a 20 personas con máxima capacidad para la realización de juntas y reuniones.

TABLA N° 17

PROYECCION DE VENTAS DEL AREA HABITACIONAL					
N°	TIPO	Costo Unitario	Ingresos Diario	Ingresos Mensual	Proyección Anual
8	Cabaña Familiar	500	2000	20000	240000
6	Cabaña Matrimonial	300	900	13500	162000
5	Cabaña Familiar 6 pers.	900	2700	40500	486000
3	Cabaña Grupal	1300	3900	58500	702000
3	Cabaña Suite	700	1400	21000	252000
TOTAL		3700,00	10900	163500	1962000

TABLA N° 18

PROYECCIÓN DE EL ÁREA DE SALON DE EVENTOS					
N°	TIPO	Costo Unitario	Ingresos Diario	Ingresos Mensual	Proyección Anual
1	Alquiler salon de eventos	900	900	9000	108000
TOTAL		900	900	9000	108000

TABLA N° 19

PROYECCIÓN DE EL ÁREA DE SALA DE REUNIONES					
N°	TIPO	Costo Unitario	Ingresos Diario	Ingresos Mensual	Proyección Anual
1	Alquiler sala de reuniones	100	100	1000	12000
TOTAL		100	100	1000	12000

5.5. Requerimiento de Muebles y Enseres e Insumos.

El complejo de cabañas J&C requiere de una adquisición de muebles enseres y otros artículos para sus deferentes áreas e instalaciones, así mismo será también necesario el adquirir insumos y suministros para su funcionamiento diario. A continuación, se detalla todos estos requerimientos.

TABLA N° 20
REQUERIMIENTO DE MUEBLES EQUIPOS DE COMPUTACION,
MAQUINARIA, ENSERES, HERRAMIENTAS, TERRENO Y
VEHICULO

MUEBLES				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Juego De Dormitorio Con Cama De Dos Plazas 1/2 Y Mesa De Luz.	5	3.100	15.500
2	Juego De Dormitorio Con Cama De Dos Plazas Y Su Mesa De Luz	20	2.500	50.000
3	Mesa con 4 Sillas	10	1.050	10.500
4	Mesas con 6 Sillas	4	1.180	4.720
5	Juego De Living (3 Sofás Y 2 Mesas Pequeñas)	2	5.000	10.000
6	Mesa Mediana Para Kitchenette	20	400	8.000
7	Escritorio Con Silla	2	3.800	7.600
8	Taburete Para Recepción	10	200	2.000
9	Juego De 2 Sillones Con Mesa	2	9.600	19.200
10	Mesas De 10 Personas Para El Resto Bar	10	5.800	58.000
11	Silla Para Bebe	10	400	4.000
12	Mesa Para Bufet	4	3.200	12.800
13	Banquetas De Madera	10	700	7.000
TOTAL				209.320 Bs

MAQUINARIA				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Cocina De 6 Hornallas	1	3.200	3.200
2	Horno Industrial	1	7.000	7.000
3	Microondas	1	2.500	5.000
4	Frigobar	10	3.000	30.000
5	Heladera	1	7.000	7.000
6	Licuadaora	2	4.300	8.600
7	Procesadora	1	250	250
8	Tostadora	1	330	330
9	Extractor De Jugos	1	450	450
10	Batidora	1	850	850
11	Jaras Eléctricas	1	760	760
12	Cafetera	1	120	120
13	Aspiradora	2	250	500
14	Plancha De Ropa	1	250	250
15	Cortador De Césped	1	600	600
16	Lavadora De Ropa Y Secadora	1	5.000	5.000
TOTAL				69.910

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Computadora De Escritorio	2	5.500	11.000
2	Impresora	1	1.000	1.000
3	Teléfono	2	500	1.000
4	Equipo De Sonido (Alexa)	5	700	3.500
5	Televisor	27	4.500	121.500
TOTAL				138.000

ENSERES				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Colchón De Dos Plazas Y Media	5	2.000	10.000
1	Colchón De Dos Plazas Y Media	20	1.500	30.000
3	Espejos De Pared	25	80	2.000
4	Cristalería	20	100	2.000
6	Cubertería	25	750	18.750
7	Estante	10	1.000	10.000
8	Porta Equipaje	5	650	3.250
9	Bandejas	3	200	600
10	Alcuza	20	95	1.900
11	Manteles Y Servilleteros	10	50	500
12	Utensilios De Cocina	35	130	4.550
13	Juego De Ollas, Sartenes Y Otros	15	1.400	21.000
14	Contenedores De Alimentos	25	600	15.000
15	Juego De Sabanas	35	100	3.500
16	Juego De Toallas	50	80	4.000
17	Uniformes Para El Personal	30	100	3.000
18	Baldes	20	50	1.000
19	Trapos De Piso	20	15	300
20	Productos De Limpieza (Liquido)	40	10	400
TOTAL				129.750

HERRAMIENTAS				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Rastrillo	3	25	75
2	Tijera Podadora	1	50	50
3	Machete	2	100	200

4	Juego De Destornilladores y llaves	2	100	200
5	Alicate	1	50	50
6	SERRUCHO	1	60	60
7	Taladro	1	110	110
8	Llave Cresen	1	80	80
9	Juego De Brocas	1	100	100
10	Tenaza	1	100	100
11	Inflador	2	60	120
TOTAL				1.145

TERRENO				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Terreno	1	350.000	350.000
TOTAL				350.000

EDIFICIO				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Cabañas	25	17.500	437.500
TOTAL				437.500

VEHICULOS				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Camioneta	1	70.000	70.000
TOTAL				70.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS				1.405.625 BS

5.6. Requerimiento de insumos y suministros

A continuación, se muestra un listado de los suministros de cocina e insumos alimenticios requeridos para el funcionamiento del Resto Bar. Como también de los materiales de escritorio y artículos de limpieza.

TABLA N°21
INVENTARIO DE INSUMOS Y SUMINISTROS PARA EL RESTO-
BAR

N	DETALLE	CANTIDAD (Mensual)	UNIDAD DE MEDIDA
1	Pan común	500	Unidades
2	Pan francés	300	Unidades
3	Arroz	90	Kilos
4	Maíz	500	Unidades
5	trigo	80	Kilos
6	Harina de maíz	800	Kilos
7	Harina de trigo	100	Kilos
8	Avena	50	Kilos
9	Fideo	100	Kilos
10	Carne de res	900	Kilos
11	Carne molida	300	Kilos
12	Carne de cerdo	250	Kilos
13	Carne de pollo	500	Kilos
14	Chorizos	250	Kilos
15	Quesos	100	Kilos
16	Huevo	100	Docena
17	Aceite	200	Litros
18	Fruta	800	Unidades
19	verduras	500	Kilos
20	Café	200	Kilos
21	Mates	150	Paquetes
22	Bebidas gaseosas	600	Litros
23	Jugos	600	Litros
24	Bebidas alcohólicas	800	Botellas

TABLA N° 22
REQUERIMIENTO DE ARTICULOS DE LIMPIEZA Y AMENITIES

N	DETALLE	CANTIDAD (Mensual)	UNIDAD DE MEDIDA
1	Jabón de tocador	500	Unidad
2	Limpiadores	100	Litros
3	Shampoo	100	Unidades
4	Ambientadores	40	Botellas
5	Toallas de piso	30	Unidades
6	Paños de limpieza	60	Unidades
7	Escobas	8	Unidades
8	Desinfectantes	8	Botellas
9	Plumeros	5	Unidades
10	Detergentes de vajilla	12	Botellas
11	Papel higiénico	20	Paquetes
12	Esponjas de Limpieza	20	Unidades
13	Bolsas y Contenedores de basura	200	Unidades

TABLA N° 23
REQUERIMIENTO DE MATERIAL DE ESCRITORIO

N	DETALLE	CANTIDAD (Mensual)	UNIDAD DE MEDIDA
1	Computadora de escritorio	2	Unidad
2	Perforadoras	2	Unidad
3	Impresora	2	Unidad
4	Bolígrafo	12	Unidad
5	Engrampadoras	2	Unidad
6	Hojas de papel bond	3	Paquetes
7	Cuaderno de registro	2	Unidad
8	Teléfono	15	Unidad
9	Equipo de música	10	Unidad
10	Televisor	25	Unidad

CAPITULO VI

PLAN FINANCIERO

6. PLAN FINANCIERO

6.1. Objetivos

6.1.1. Objetivo General

Determinar la rentabilidad, la Variabilidad económica y los indicadores financieros a través de un análisis de costos para minimizar la incertidumbre y el riesgo financiero en el Complejo de Cabañas Turísticas J&C.

6.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto durante el periodo de planificación de 10 años.
- Calcular los indicadores de evaluación del negocio para identificar la rentabilidad del presente plan de manera que contribuya en la toma de decisiones financieras.
- Identificar la necesidad de gestionar el financiamiento externo de entidades financieras que permitan minimizar el costo de endeudamiento y logra una mayor rentabilidad.
- Determinar, controlar y prever los beneficios netos esperados a través de un análisis de sensibilidad para minimizar el grado de incertidumbre y riesgo.

6.2. Componentes de Inversión

A continuación, se muestran los diferentes componentes de la inversión.

6.2.1. Inversión en capital de trabajo

Esta inversión es el monto de dinero que se precisa para dar inicio a las actividades de funcionamiento del complejo de cabañas J&C, esta inversión la comprende la mano de obra, directa e indirecta, la materia prima y los gastos de administración.

TABLA N°24

INVENTARIO DE INSUMOS, SUMINISTRO PARA EL RESTO BAR, ARTICULOS DE LIMPIEZA Y AMENITIES Y MATERIAL DE ESCRITORIO						
N	Detalle	Cantidad (Mensual)	Unidad De Medida	Precio Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
1	Pan común	500	Unidades	0,5	250	3000
2	Pan francés	300	Unidades	1	300	3600
3	Arroz	90	Kilos	7	630	7560
4	Maíz	500	Unidades	1,5	750	9000
5	Trigo	80	Kilos	12	960	11520
6	Harina de maíz	800	Kilos	5	4000	48000
7	Harina de trigo	100	Kilos	6	600	7200
8	Avena	50	Kilos	10	500	6000
9	Fideo	100	Kilos	4,5	450	5400
10	Carne de res	300	Kilos	40	12000	144000
11	Carne molida	200	Kilos	32	6400	76800
12	Carne de cerdo	150	Kilos	30	4500	54000
13	Carne de pollo	300	Kilos	15	4500	54000
14	Chorizos	150	Kilos	34	4500	54000
15	Quesos	80	Kilos	30	2400	28800
16	Huevo	100	Docena	12	1200	14400
17	Aceite	200	Litros	10	2000	24000
18	Fruta	800	Unidades	3,5	2800	33600
19	verduras	500	Kilos	8	8000	96000
20	Café	100	Kilos	4,5	450	5400
21	Mates	75	Paquetes	10	750	9000
22	Bebidas gaseosas	600	Litros	13	13000	156000
23	Jugos	600	Litros	10	6000	72000
24	Bebidas alcohólicas	800	Botellas	45	36000	432000
25	Jabón de tocador	500	Unidad	2,5	2000	24000
26	Limpiadores	100	Litros	20	2000	24000

27	Shampoo	150	Unidades	2	300	3600
28	Ambientadores	30	Botellas	10	300	3600
29	Toallas de piso	30	Unidades	15	450	5400
30	Paños de limpieza	60	Unidades	5,5	330	3960
31	Escobas	2	Unidades	15	30	360
32	Desinfectantes	8	Botellas	17	136	1632
33	Plumeros	3	Unidades	20	60	720
34	Detergentes de vajilla	12	Botellas	10	120	1440
35	Papel higiénico	20	Paquetes	40	800	9600
36	Esponjas de Limpieza	20	Unidades	5	100	1200
37	Bolsas y Contenedores de basura	90	Unidades	2	180	2160
38	Computadora de escritorio	2	Unidades	5500	11000	11000
39	Perforadoras	2	Unidad	50	100	1200
40	Impresora	2	Unidad	200	400	4800
41	Bolígrafo	12	Unidad	5	60	720
42	Engrampadoras	2	Unidad	35	70	840
43	Hojas de papel bond	3	Paquetes	30	90	1080
44	Cuaderno de registro	2	Unidad	35	70	840
45	Teléfono	15	Unidad	700	10500	126000
46	Equipo de música	5	Unidad	700	3500	3500
47	Televisor	27	Unidad	4500	121500	121500
					267586	3211032
TOTAL COSTOS DE INVENTARIOS POR UN AÑO						3.204.432
SUELDOS Y SALARIOS MAS APORTES PATRONALES POR UN AÑO						366.480
GASTOS DE COMERCIALIZACION POR UN AÑO						35.580
TOTAL DE INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO POR UN AÑO						3.606.492

Fuente: Elaboración propia

6.2.2. Inversión Diferida

Son los costos de los servicios y derechos adquiridos para el estudio y la implementación del proyecto, son intangibles y comprenden los gastos pre-operativos como la investigación de mercados, gastos organizacionales, estudios, contratación de abogado para la validación de documentos de la constitución de la empresa como el acta de constitución y seguros.

TABLA N° 25
INVERSIONES DIFERIDAS

N°	DETALLE	MONTO (Bs)
1	Investigación de mercados	3.500
2	Gastos Organizacionales	2.227
3	Estudio Topográfico	4.500
4	Abogados	2.500
5	Seguros	30.500
TOTAL COSTO DIFERIDO		43.227

6.2.3 Inversión en Activos fijos

TABLA N°26

MUEBLES				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Juego De Dormitorio Con Cama De Dos Plazas 1/2 Y Mesa De Luz.	5	3.100	15.500
2	Juego De Dormitorio Con Cama De Dos Plazas Y Su Mesa De Luz	20	2.500	50.000
3	Mesa con 4 Sillas	10	1.050	10.500
4	Mesas con 6 Sillas	4	1.180	4.720
5	Juego De Living (3 Sofás Y 2 Mesas Pequeñas)	2	5.000	10.000

6	Mesa Mediana Para Kitchenette	20	400	8.000
7	Escritorio Con Silla	2	3.800	7.600
8	Taburete Para Recepción	10	200	2.000
9	Juego De 2 Sillones Con Mesa	2	9.600	19.200
10	Mesas De 10 Personas Para El Resto Bar	10	5.800	58.000
11	Silla Para Bebe	10	400	4.000
12	Mesa Para Bufet	4	3.200	12.800
13	Banquetas De Madera	10	700	7.000
TOTAL				209.320 Bs

MAQUINARIA				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Cocina De 6 Hornallas	1	3.200	3.200
2	Horno Industrial	1	7.000	7.000
3	Microondas	1	2.500	5.000
4	Frigobar	10	3.000	30.000
5	Heladera	1	7.000	7.000
6	Licuadaora	2	4.300	8.600
7	Procesadora	1	250	250
8	Tostadora	1	330	330
9	Extractor De Jugos	1	450	450
10	Batidora	1	850	850
11	Jaras Eléctricas	1	760	760
12	Cafetera	1	120	120
13	Aspiradora	2	250	500
14	Plancha De Ropa	1	250	250
15	Cortador De Césped	1	600	600
16	Lavadora De Ropa Y Secadora	1	5.000	5.000
TOTAL				69910

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Computadora De Escritorio	2	5.500	11.000
2	Impresora	1	1.000	1.000
3	Teléfono	2	500	1.000
4	Equipo De Sonido (Alexa)	5	700	3.500
5	Televisor	27	4.500	121.500
TOTAL				138.000

ENSERES				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Colchón De Dos Plazas Y Media	5	2.000	10.000
1	Colchón De Dos Plazas Y Media	20	1.500	30.000
3	Espejos De Pared	25	80	2.000
4	Cristalería	20	100	2.000
6	Cubertería	25	750	18.750
7	Estante	10	1.000	10.000
8	Porta Equipaje	5	650	3.250
9	Bandejas	3	200	600
10	Alcuzas	20	95	1.900
11	Manteles Y Servilleteros	10	50	500
12	Utensilios De Cocina	35	130	4.550
13	Juego De Ollas, Sartenes Y Otros	15	1.400	21.000
14	Contenedores De Alimentos	25	600	15.000
15	Juego De Sabanas	35	100	3.500
16	Juego De Toallas	50	80	4.000
17	Uniformes Para El Personal	30	100	3.000
18	Baldes	20	50	1.000

19	Trapos De Piso	20	15	300
20	Productos De Limpieza (Liquido)	40	10	400
TOTAL				129.750

HERRAMIENTAS				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Rastrillo	3	25	75
2	Tijera Podadora	1	50	50
3	Machete	2	100	200
4	Juego De Destornilladores y llaves	2	100	200
5	Alicate	1	50	50
6	SERRUCHO	1	60	60
7	Taladro	1	110	110
8	Llave Cresen	1	80	80
9	Juego De Brocas	1	100	100
10	Tenaza	1	100	100
11	Inflador	2	60	120
TOTAL				1.145

TERRENO				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Terreno	1	350.000	350.000
TOTAL				350.000

EDIFICIO				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Cabañas	25	17.500	437.500
TOTAL				437.500

VEHICULOS				
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Camioneta	1	70.000	70.000
TOTAL				70.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS				1.405.625

6.3. Depreciación de Activos Fijos

MUEBLES						
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Años de vida útil	Depreciación 10%
1	Juego De Dormitorio Con Cama De Dos Plazas 1/2 Y Mesa De Luz.	5	3.100	15.500	10	1.550
2	Juego De Dormitorio Con Cama De Dos Plazas Y Su Mesa De Luz	20	2.500	50.000	10	5.000
3	Mesa con 4 Sillas	10	1.050	10.500	10	1.050
4	Mesas con 6 Sillas	4	1.180	4.720	10	472
5	Juego De Living (3 Sofás Y 2 Mesas Pequeñas)	2	5.000	10.000	10	1.000
6	Mesa Mediana Para Kitchenette	20	400	8.000	10	800
7	Escritorio Con Silla	2	3.800	7.600	10	760

8	Taburete Para Recepción	10	200	2.000	10	200
9	Juego De 2 Sillones Con Mesa	2	9.600	19.200	10	1.920
10	Mesas De 10 Personas Para El Resto Bar	10	5.800	58.000	10	5.800
11	Silla Para Bebe	10	400	4.000	10	400
12	Mesa Para Bufet	4	3.200	12.800	10	1.280
13	Banquetas De Madera	10	700	7.000	10	700
TOTAL				209.320		20.932

MAQUINARIA						
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Años de vida útil	Depreciación 12.5%
1	Cocina De 6 Hornallas	1	3.200	3.200	8	400
2	Horno Industrial	1	7.000	7.000	8	875
3	Microondas	1	2.500	5.000	8	625
4	Frigobar	10	3.000	30.000	8	3.750
5	Heladera	1	7.000	7.000	8	875
6	Licuada	2	4.300	8.600	8	1.075
7	Procesadora	1	250	250	8	31
8	Tostadora	1	330	330	8	41
9	Extractor De Jugos	1	450	450	8	56
10	Batidora	1	850	850	8	106
11	Jaras Eléctricas	1	760	760	8	95
12	Cafetera	1	120	120	8	15
13	Aspiradora	2	250	500	8	62.5
14	Plancha De Ropa	1	250	250	8	32

15	Cortador De Césped	1	600	600	8	75
16	Lavadora De Ropa Y Secadora	1	5.000	5.000	8	625
TOTAL				69.910		8.739

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN						
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Años de vida útil	Depreciación 25%
1	Computadora De Escritorio	2	5.500	11.000	4	2.750
2	Impresora	1	1.000	1.000	4	250
3	Teléfono	2	500	1.000	4	250
4	Equipo De Sonido (Alexa)	5	700	3.500	4	875
5	Televisor	27	4.500	121.500	4	30.375
TOTAL				138.000		34.500

ENSERES						
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Años de vida útil	Depreciación 10%
1	Colchón De Dos Plazas Y Media	5	2.000	10.000	10	1000
1	Colchón De Dos Plazas Y Media	20	1.500	30.000	10	3000
3	Espejos De Pared	25	80	2.000	10	200
4	Cristalería	20	100	2.000	10	200
6	Cubertería	25	750	18.750	10	1875
7	Estante	10	1.000	10.000	10	1000
8	Porta Equipaje	5	650	3.250	10	325
9	Bandejas	3	200	600	10	60
10	Alcuzas	20	95	1.900	10	190
11	Manteles Y Servilleteros	10	50	500	10	50

12	Utensilios De Cocina	35	130	4.550	10	455
13	Juego De Ollas, Sartenes Y Otros	15	1.400	21.000	10	2100
14	Contenedores De Alimentos	25	600	15.000	10	1500
15	Juego De Sabanas	35	100	3.500	10	350
16	Juego De Toallas	50	80	4.000	10	400
17	Uniformes Para El Personal	30	100	3.000	10	300
18	Baldes	20	50	1.000	10	100
19	Trapos De Piso	20	15	300	10	30
20	Productos De Limpieza (Liquido)	40	10	400	10	40
TOTAL				129.750		12.975

HERRAMIENTAS						
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Años de vida útil	Depreciación 25%
1	Rastrillo	3	25	75	4	18.75
2	Tijera Podadora	1	50	50	4	12.50
3	Machete	2	100	200	4	50
4	Juego De Destornilladores y llaves	2	100	200	4	50
5	Alicate	1	50	50	4	12.50
6	SERRUCHO	1	60	60	4	15
7	Taladro	1	110	110	4	27.5
8	Llave Cresen	1	80	80	4	20
9	Juego De Brocas	1	100	100	4	25
10	Tenaza	1	100	100	4	25
11	Inflador	2	60	120	4	30
TOTAL				1.145		286.25

EDIFICIO						
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Años de vida útil	Depreciación 2.5%
1	Cabañas	25	17.500	437.500	40	10.938
TOTAL				437.500		10.938

VEHICULOS						
N°	Detalle	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Años de vida útil	Depreciación 20%
1	Camioneta	1	70.000	70.000	5	14.000
TOTAL				70.000		14.000
TOTAL DEPRECIACIÓN						102.370

6.4. Determinación de los Costos Fijos y Variables

6.4.1. Costos Fijos

TABLA N° 27
COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sueldos y salarios	Monetaria	10	28.505	342.060
Energía Eléctrica	Kwh	1000	200	2.400
Telefonía	Llamada	30	150	1.800
Gas Natural	Lt	85	40	480
Combustible	Lt	60	224.4	2.693
Agua	Mt3	15	100	1.200
Seguros 2%	Monetaria	10	606.5	7.278
Depreciación	Monetaria			102.370
TOTAL COSTOS FIJOS				454.281

Fuente: Elaboración propia

6.4.2. Costos variables

TABLA N° 28
COSTOS VARIABLES

COSTO VARIABLE	MONTO ANUAL (Bs)
Capital de trabajo	3.606.492
Gastos de Comercialización	35.580
Mano de Obra	104.520
TOTAL COSTO VARIABLE	3.746.592

6.4.3. Determinación del punto de equilibrio

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{I}} = \frac{454.281}{1 - \frac{3.746.592}{1.962.000}} = 250.991Bs$$

El punto de equilibrio tiene por objetivo de proyectar las ventas netas en que la empresa puede vender para encontrarse en un punto en el que no incurra en pérdidas ni ganancias, es decir, beneficio total igual a cero. En este caso el establecimiento del complejo de cabañas turísticas debe vender 250.991 unidades de sus servicios para encontrarse en un punto de equilibrio.

6.5. Financiamiento

TABLA N°29
DETALLES DE LAS INVERSIONES

N°	DETALLE	MONTO (Bs)
1	Inversión Fija	1.405.625
2	Inversión Diferida	240.728
3	Capital de trabajo	3.606.492
TOTAL INVERSION		5.055.344

TABLA N° 30
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

DETALLE	INTERNA	EXTERNA
Total Inversión	3.538.741 (70%)	
Préstamo		1.516.603 (30%)
TOTAL		5.055.344 Bs

6.5.1. Financiamiento Interno o propio

TABLA N° 31
FINANCIAMIENTO PROPIO

DETALLE	INTERNA	%	TOTAL (Bs)
Total Inversión	3.538.741 Bs	70%	3.538.741

Considerando que el código de comercio señala que los socios de una sociedad de responsabilidad limitada deben aportar por partes iguales, se redondeó el aporte a lo entero siendo el aporte de cada socio de 1.769.370,5 bolivianos.

6.5.2. Financiamiento Externo

TABLA N° 32
FINANCIAMIENTO EXTERNO

DETALLE	EXTERNO	%	TOTAL (Bs)
Préstamo	1.516.603 Bs	30%	1.516.603

El préstamo que se pretende obtener mediante la entidad bancaria banco nacional de Bolivia será otorgado con una tasa del 12% anual con diez años

plazo y un año de gracia ya que el proyecto a realizarse es nuevo, dicho préstamo es comercial.

6.5.2.1. Amortización

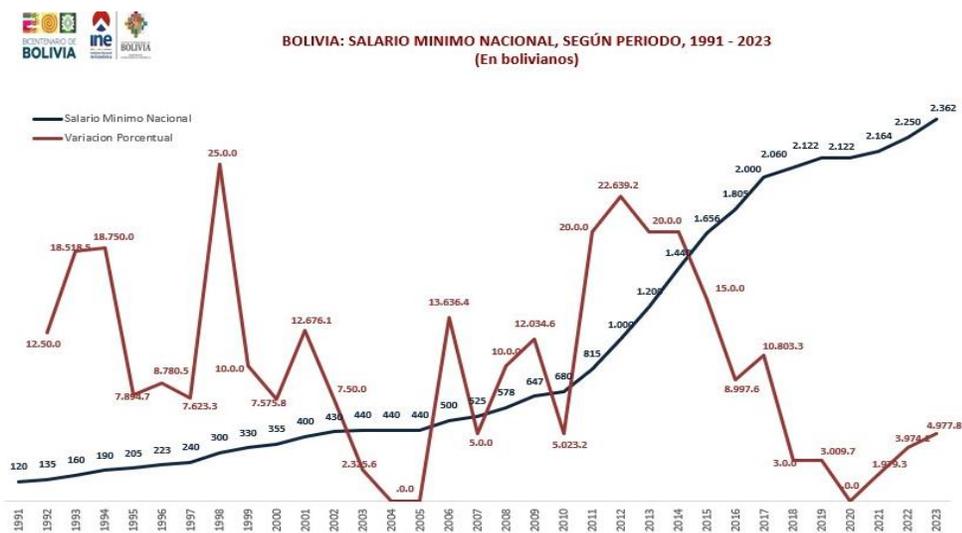
TABLA N° 33

AMORTIZACIÓN CONSTANTE (METODO FRANCES)

N°	CUOTA	INTERES	AMORTIZACIÓN	CAPITAL VIVO	CAPITAL AMORTIZADO
0				1.516.603	
1	\$b 268.414,71	181992	\$b 86.422,35	1430180,65	\$b 86.422,35
2	\$b 268.414,71	171622	\$b 96.793,04	1333387,61	\$b 183.215,39
3	\$b 268.414,71	160007	\$b 108.408,20	1224979,41	\$b 291.623,59
4	\$b 268.414,71	146998	\$b 121.417,19	1103562,22	\$b 413.040,78
5	\$b 268.414,71	132427	\$b 135.987,25	967574,97	\$b 549.028,03
6	\$b 268.414,71	116109	\$b 152.305,72	815269,26	\$b 701.333,74
7	\$b 268.414,71	97832	\$b 170.582,40	644686,85	\$b 871.916,15
8	\$b 268.414,71	77362	\$b 191.052,29	453634,56	\$b 1.062.968,44
9	\$b 268.414,71	54436	\$b 213.978,57	239655,99	\$b 1.276.947,01
10	\$b 268.414,71	28759	\$b 239.655,99	0,00	\$b 1.516.603,00

Fuente: elaboración propia

6.5.2.2. Proyección del Incremento Salarial



GRAFICA N°17 (Fuente Instituto Nacional de Estadística)

6.6. Balance inicial Financiero

COMPLEJO DE CABAÑAS JyC SRL

BALANCE DE APERTURA

PRACTICADO AL MES DE ENERO DEL 2024 (En Bs)

BALANCE DE APERTURA					
COMPLEJO DE CABAÑAS TURISTICAS JyC S.R.L					
PRACTICADO EN GESTION 2024					
(Expresado en Bs)					
ACTIVOS			PASIVO		
Activo Circulante		3.538.741	Pasivo Circulante		0
Caja	3.538.741		Ctas/Doc por pagar	0	
Banco	0				
Activos no Circulantes		1.516.603			
Activos Fijos	1.275.875		Pasivo No Circulante		1.516.603
Terreno	350.000		Crédito Bancario	1.516.603	
Construcción de Cabañas	437.500				
Vehículo	70.000				
Equipo de Computación	138.000				
Maquinaria y Equipo	69.910				
Muebles y Enseres	209.320				
Herramientas	1.145				
			PATRIMONIO		
			Capital Contable		3.538.741
			Aporte de Socio A	1.769.370,5	
Activos Intangibles	240.728		Aporte de Socio B	1.769.370,5	
Activo Diferido	240.728				
TOTAL ACTIVO		5.055.344	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		5.055.344

6.7. Evaluación financiera

6.7.1. Valor actual neto (VAN)

$$\text{VAN} = -I + \frac{\sum FC}{(1+K)^n} = -1.962.000 + \frac{39.385.080}{(1+18)^{10}}$$

$$\text{VAN} = 1.962.000$$

La medida de rentabilidad del valor presente neto afirma una rentabilidad absoluta del proyecto expresado en bolivianos, ya que el valor lanzado es mayor a cero.

6.7.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$\text{TIR} = \frac{\sum FC}{(1+K)^n} = \frac{39.385.080}{(1+18)^{10}} = 6.4\%$$

La tasa interna de retorno muestra un porcentaje de rentabilidad aceptable puesto que es mayor a la tasa de actualización del proyecto.

6.7.3. Beneficio - Costo (B/C)

$$\text{B/C} = \frac{\frac{\sum I}{1+In}}{\frac{\sum C^o}{1+in}} = \frac{\frac{2.142.000}{1+0.18^{10}}}{\frac{3.746.592^o}{1+10}} = 6.29$$

El indicador de Beneficio-costo lanza un número mayor a uno, evidenciando que el plan de negocio es rentable.

6.7.4. Periodo de recuperación (PR)

$$\text{PR} = \text{tn} + \frac{|SA1|}{|SA1| + |SA2|} - 1$$

$$\text{PR} = 10 + \frac{|585.000|}{|585.000| + |3.203.043|} - 1 = 10 \text{ años.}$$

6.8. Balance Inicial Económico

6.10.1.- Valor actual neto (VAN)

$$VAN = I + \frac{\sum FC}{(1+K)^n} = 5.055.344 + \frac{115.906.705}{(1+0.18)^{10}}$$

$$VAN = 27.200.997$$

La medida de rentabilidad del valor presente neto afirma una rentabilidad absoluta del proyecto expresado en bolivianos, ya que el valor lanzado es mayor a cero.

6.9.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$TIR = \frac{\sum FC}{(1+K)^n} = \frac{115.906.705}{(1+0.18)^{10}} = 22\%$$

La tasa interna de retorno muestra un porcentaje de rentabilidad aceptable puesto que es mayor a la tasa de actualización del proyecto.

6.9.3. Beneficio - Costo (B/C)

$$B/C = \frac{\frac{\sum I}{1+I^n}}{\frac{\sum C^o}{1+in}} = \frac{\frac{2.142.000}{1+0.18^{10}}}{\frac{3.926.128}{1+10}} = 6$$

El indicador de Beneficio-costo lanza un número mayor a uno, evidenciando que el plan de negocio es rentable.

6.9.4. Periodo de recuperación (PR)

$$PR = tn + \frac{|SA1|}{|SA1| + |SA2|} - 1$$

$$PR = 10 + \frac{|7.272.612|}{|7.272.612| + |108.634.093|} - 1 = 9.06 \text{ años.}$$

Como se puede observar, el periodo de recuperación determina que en 9.06 años se lograra recuperar el total de la inversión inicial sin incurrir a pérdidas significativas en los periodos.

6.10. Cuadro de comparación entre el análisis financiero y el análisis económico

TABLA N°33

CUADRO DE COMPARACIÓN			
FINANCIERO		ECONÓMICO	
VAN	1.962.000	VAN	27.200.997
TIR	6.4%	TIR	22,00%
B/C	6.29	B/C	6
PR	10	PR	9

Los resultado muestran una favorable inclinación para la evaluación económica, el cual se trabaja con capital propio de los socios sin préstamos bancarios, de igual manera se puede observar el periodo de recuperación es menor al del análisis financiero.

CONCLUSIONES

Y

RECOMENDACIONES

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIO

7.1. Conclusiones

A partir de la información recabada y de la elaboración del presente plan de negocios se presentan las siguientes conclusiones:

- Con la creación del emprendimiento del “Complejo de cabañas J&C”, se pretende innovar en el mercado tarijeño apostando por un lugar tranquilo, acogedor donde los turistas y visitantes puedan sentirse cómodos con su estadía, ofreciendo un servicio diferente.
- El complejo de cabañas J&C, presenta una idea de negocio con una ventaja de novedad con respecto a otros servicios en la comunidad de alambrado Entre Ríos, lo cual pretende ser un complejo de cabañas reconocido por brindar a los turistas y visitantes actividades diferentes.
- Después de haber realizado un análisis del macro entorno se concluye que existe estabilidad política tanto en Bolivia como en el departamento, también se percibió una estabilidad económica evidenciada en los últimos años. Ya que Bolivia se encuentra en el 3er lugar con el 2.5 % es un nivel alto lo que resulta favorable para el negocio, así mismo la posibilidad de crear empleos formales en el sector hotelero y los esfuerzos realizados por entidades locales y nacionales al promover a Tarija como un lugar turístico son oportunidades de negocio; sin embargo las exigentes cargas impositivas y laborales para el sector privado, los excesivos trámites para la constitución de nuevas empresas, la inseguridad jurídica junto con los posibles cambios en las regulaciones que perjudiquen influyan al sector hotelero.
- Después de analizar del micro entorno, se puede concluir que existen factores favorables para el negocio que se propone, como que el departamento de Tarija

sea un destino turístico para quienes desean vacacionar y por qué la demanda que existe en la ciudad de establecimientos con infraestructura y las condiciones adecuadas para la realización de actividades culturales, sociales, académicas, corporativas y otras de forma permanente tienen presencia en la ciudad, lo que muestra que existen varios segmentos de mercado a los cuales dirigir los servicios, así mismo al ser el complejo de cabañas J&C un establecimiento de categoría única con múltiples servicios complementarios que lo diferencian del resto de establecimientos y al existir pocos competidores actuales en el mercado, no obstante existen también otros factores los numerosos competidores potenciales con trayectoria y experiencia en el rubro de la hotelería y el posible surgimiento de nuevos competidores, que podrían dificultar este éxito.

- En el plan de recursos humanos se realizó una propuesta de una estructura organizacional, se diseñaron 10 perfiles de puestos, para los cuales se requería la contratación de personas, administrativos y operativos; quienes conformen la nómina de personal deberán ser capaces de asumir múltiples responsabilidades en sus puestos de trabajo, al inicio se tendrá un reducido número de personal en el complejo de cabañas J&C a fin de reducir los costos de sueldos y salarios.
- En el plan operacional se establecieron los servicios que se ofertaron en el complejo de cabañas J&C, que serán el hospedaje con la oferta de apartamentos, habitaciones y suites, el servicio de resto-bar y otros servicios complementarios, se definieron los costos directos en los que se incurrirá con el requerimiento de mano de obra, los costos indirectos y suministros necesarios, así como los proveedores de los mismos, también se determinaron los costos del terreno, tras realizar todo lo anterior se concluyó que la inversión dada la magnitud del negocio está bastante significativa.
- Tras la elaboración del plan financiero se puede concluir que el negocio es rentable, puesto que el periodo de recuperación determina que en 9 años se

lograra recuperar el total de la inversión inicial sin incurrir a pérdidas significativas. De igual manera los indicadores financieros como el VAN de **1.962.000** y la TIR 22% resultan mayores a cero y positivos lo que evidencia la viabilidad económica del proyecto y su rentabilidad una vez cubiertos los costos operacionales y obtenida la utilidad mínima esperada.

7.2. Recomendaciones

- Al crear un negocio no siempre se tiene la certeza de que este tendrá éxito y pueden surgir elementos que representen tanto oportunidades como amenazas, sin embargo se deberán asumir ciertos riesgos y proponer ideas de negocio novedosas. Si en un futuro se desea hacer realidad el complejo de cabañas J&C que se propone se deberá tomar en cuenta al macro entorno y sus constantes cambios pues este será un factor que influirá en cierta medida al negocio.
- Se sugiere considerar ampliar la estructura organizacional del complejo de cabañas J&C con la inclusión de un gerente de marketing a la nómina de personal que se dediquen íntegramente a realizar funciones atribuidas a su cargo.
- La mejora y revisión continua del plan operacional permitirá ajustar aspectos que puedan requerir cambios o mejoras a fin de lograr el óptimo uso de recursos en el complejo de cabañas J&C y la disminución de los costos.
- Tomar en cuenta el surgimiento de nuevos competidores con servicios similares que pudieran resultar una amenaza para el negocio, como también la posibilidad de que otros establecimientos hoteleros de la competencia incluyan eventualmente a los servicios que ofrecen otros nuevos con el fin de atraer a un mayor número de clientes y crear una ventaja competitiva.
- Se recomienda a los inversionistas que tomen en cuenta la inversión sin financiamiento económico ya que el TIR es más atractivo que el financiero, así también el VAN tiene un mayor porcentaje positivo donde se determina que la inversión es mucho más rentable que el análisis financiero además en análisis económico cuenta con un periodo de recuperación menor con nueve años a comparación del financiero que es en diez años para recuperar la inversión.