

UNIVERSIDAD AMAZONICA DE PANDO

ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



PROYECTO DE GRADO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL HOTEL HACIENDA LOS MELLIZOS Y EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE COBIJA”

Proyecto de Grado para Optar el Grado Académico de Licenciatura en
Ingeniería Comercial

POSTULANTE: Laura Adriana Ampuero Gamboa

TUTOR: Ing. Carlos Martin Benquique Claire

Cobija-Pando-Bolivia

2016

DEDICATORIA

A Dios por su amor y fidelidad y a mi madre por todo el esfuerzo y sacrificio para brindarme todo el amor, la comprensión y el apoyo incondicional, por ser el pilar fundamental en todos mis pasos y darme el ejemplo de lucha y perseverancia, teniendo siempre las palabras correctas de aliento para seguir adelante.

AGRADECIMIENTOS

Primeramente agradezco a Dios, porque simplemente sin él nada de esto sería posible, por haber permitidos que concluya satisfactoriamente todos mis estudios y haberme dado la oportunidad de conocer gente maravillosa en este transcurrir del tiempo.

Agradecer a mi familia por el apoyo incondicional, por confiar en mi y ayudarme a vencer todos los obstáculos que se presentan durante la vida universitaria.

Andrez la ayuda que me brindaste ha sido sumamente importante, gracias por tu compañía, tus palabras de aliento y por tu paciencia, gracias por haber confiado en mi para realizar este proyecto que representa un sueño personal.

Dar gracias a la Universidad por abrir las puertas a las personas que quieren superarse, por poner a los docentes idóneos para nuestra enseñanza, quienes se esfuerzan por compartirnos sus conocimientos y apoyarnos a lo largo de nuestros estudios

Agradecer también al Ing. Carlos Benquique por ayudarme en todo lo correspondiente al proyecto, por su dedicación y profesionalismo, siempre dispuesto a ayudarnos y compartirnos sus conocimientos durante nuestra carrera universitaria.

A mis Amigos con quienes compartimos muchos momentos a lo largo de la vida universitaria, siempre apoyándonos unos con otros, para alcanzar un mismo objetivo.

Cuando se acaba una etapa tan importante en tu vida, se vienen tantos recuerdos a tu mente y en esos recuerdos todas las personas que de una u otra manera formaron parte de ella. Cada una aportando algo a tu crecimiento no solo como profesional sino como ser humano, con la seguridad de que no podría nombrar a todos, quiero simplemente agradecer a Dios por cada uno de ellos.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Título del proyecto	1
1.2. Antecedentes y/o Análisis del Entorno	2
1.2.1. Antecedentes Históricos	2
1.2.2. Características Principales	3
1.2.2.1. Geografía Física	3
1.2.2.2. Características del Ecosistema	5
1.2.2.3. Características Socio-Culturales	6
1.2.2.4. Aspectos Económicos	7
1.2.2.5. Fuerzas Políticas y legales	10
1.3. Grupo o Región Beneficiaria	11
1.3.1. Características Demográficas	11
1.3.1.1. Dinámica Poblacional	11
1.3.2. Transporte	12
1.3.3. Comunicación	15
1.4. Referencias Geográficas	16
1.4.1. Aspecto Espacial	16
1.4.1.1. Ubicación Geográfica	16
1.4.1.2. Extensión	17
1.4.1.3. División Político-Administrativa	18
1.4.1.4. Distritos y Cantones	19
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	20
2.1. Descripción del Problema	20
2.1.1. Árbol de Problemas	21

2.2. Justificación	22
3. OBJETIVOS	23
3.1. Objetivo General	23
3.2. Objetivos Específicos	23
4. MARCO REFERENCIAL	24
5. MARCO TEÓRICO	28
6. METODOLOGÍA	32
6.1. Mecanismos y Procesos de Investigación	32
6.2. Técnicas e Instrumentos	32
6.3. Fuentes de Recolección de Datos	33
6.4. Población y Muestra	33
6.4.1. Definición de la Población	33
6.4.2. Tamaño de la Muestra	34
6.5. Diseño de la Encuesta	34
6.6. Diseño del Procedimiento de Recolección de Datos	35
7. ESTUDIO DE MERCADO	36
7.1. Antecedentes del Mercado	36
7.1.1. Turismo en Bolivia	36
7.1.1.1. Patrimonio	36
7.1.1.2. Destinos	37
7.1.2. Turismo en Pando	39
7.1.3. Turismo en Cobija	41
7.2. Definición del Servicio	41
7.2.1. Características del Servicio	41

7.2.2. Propiedades del Servicio	43
7.2.2.1. Instalaciones	43
7.2.2.2. Actividades	45
7.2.2.3. Paquetes en Hospedaje	46
7.2.2.4. Paquetes en Eventos	47
7.3. Ubicación Geográfica del Mercado	48
7.4. Análisis de la Población	49
7.4.1. El Universo	49
7.4.2. Segmentación del Mercado	49
7.4.3. Calculo de la Muestra	51
7.4.4. Análisis de las Encuestas	53
7.5. Demanda y Consumidor	64
7.5.1. Análisis de la Demanda	64
7.5.2. Demanda Proyectada	66
7.6. Análisis de la Oferta	67
7.7. Análisis de la Demanda Insatisfecha	67
8. ESTRATEGIAS DE MERCADEO	68
8.1. Análisis Estratégico	69
8.1.1. Situación Competitiva- Análisis PORTER	71
8.2. Estrategias Comerciales: Marketing MIX	72
8.2.1. Servicio	73
8.2.1.1. Descripción del Servicio	73
8.2.1.2. Imagen Corporativa	79
8.2.2. Precio	81
8.2.3. Plaza	81
8.2.4. Promoción	82
8.2.5. Personas	90

8.2.6. Procesos	91
8.2.7. Presencia Física	92
8.3. Presupuesto en Promoción	93
9. ESTUDIO TÉCNICO	94
9.1. Tamaño del Proyecto	94
9.2. Ingeniería del Proyecto	95
9.2.1. Características del Producto	95
9.2.2. Proceso de Producción	100
9.2.3. Requerimientos	102
9.2.3.1. Maquinaria, Equipos y Vehículos	102
9.2.3.2. Edificaciones y Distribución	107
9.2.3.3. Materias Primas e Insumos	113
9.2.3.4. Personal	114
9.2.3.5. Muebles y Enceres	117
10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	118
11. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	121
11.1. Inversión Fija	121
11.2. Inversión Diferida	122
11.3. Capital de Trabajo	122
11.4. Inversión Total Requerida	124
11.5. Estructura del Financiamiento	125
12. ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO	126
12.1. Costos	126
12.1.1. Costos Anuales Proyectados	127

12.2.	Ingresos	129
12.2.1.	Ingresos Anuales Proyectados	129
12.3.	Punto de Equilibrio	133
12.4.	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectadas	134
12.5.	Estado de Flujo de Fondos	136
13.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	137
13.1.	Evaluación Financiera	138
13.2.	Indicadores de Evaluación	139
13.2.1.	Valor Actual Neto (VAN)	139
13.2.2.	Tasa Interna de retorno (TIR)	140
13.2.3.	Relación Beneficio/Costo (R B/C)	141
14.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	143
	BIBLIOGRAFIA	146
	ANEXOS	147

ÍNDICE TABLAS

Tabla N° 1	Principales Cuencas Hidrográficas del Departamento De Pando	5
Tabla N° 2	Pando: Producto Interno Bruto, 2009(P)	8
Tabla N° 3	Población y crecimiento anual del Municipio de Cobija	11
Tabla N° 4	División Política Departamento De Pando	18
Tabla N° 5	Organizaciones Territoriales de Base de Cobija	19
Tabla N° 6	Población proyectada Ciudad de Cobija	50
Tabla N° 7	Población Proyectada por Grupo de Edad	51
Tabla N° 8	Levantamiento de información Pregunta 1	53
Tabla N° 9	Levantamiento de información Pregunta 2	54
Tabla N° 10	Levantamiento de información Pregunta 3	55
Tabla N° 11	Levantamiento de información Pregunta 4	56
Tabla N° 12	Levantamiento de información Pregunta 5	57
Tabla N° 13	Levantamiento de información Pregunta 6	58
Tabla N° 14	Levantamiento de información Pregunta 7	59
Tabla N° 15	Levantamiento de información Pregunta 8	60
Tabla N° 16	Levantamiento de información Pregunta 9	61
Tabla N° 17	Levantamiento de información Pregunta 10	62
Tabla N° 18	Levantamiento de información Pregunta 11	63
Tabla N° 19	Demanda Hotel Hacienda Los Mellizos	65
Tabla N° 20	Estimación de Visitas del Interior del País	66
Tabla N° 21	Demanda Proyectada	66
Tabla N° 22	Demanda Insatisfecha	67
Tabla N° 23	Análisis FODA	69
Tabla N° 24	Precios Propuesto Marketing	81
Tabla N° 25	Presupuesto de Promoción- Expresado en Bolivianos	93
Tabla N° 26	Tamaño del Proyecto	94
Tabla N° 27	Descripción por Tipo de Cabaña	96
Tabla N° 28	Descripción de Instalaciones	97
Tabla N° 29	Descripción de los Paquetes Ofrecidos en Hospedaje	99

Tabla N° 30	Paquetes en Eventos	100
Tabla N° 31	Presupuesto en Maquinaria, Vehículos y Equipo	106
Tabla N° 32	Inversiones en Terrenos y Edificaciones	113
Tabla N° 33	Inversiones en Servicios Básicos	113
Tabla N° 34	Inversiones en Insumos	114
Tabla N° 35	Sueldos y Salarios	116
Tabla N° 36	Muebles y Enseres	117
Tabla N° 37	Inversión Fija	121
Tabla N° 38	Inversión Diferida	122
Tabla N° 39	Capital de Trabajo	123
Tabla N° 40	Inversión Total Requerida	124
Tabla N° 41	Estructura del Financiamiento Requerido	125
Tabla N° 42	Plan de Pagos del Financiamiento	126
Tabla N° 43	Proyección de Costos Anuales	127
Tabla N° 44	Ingresos Anuales Proyectados Hospedaje	129
Tabla N° 45	Ingresos Proyectados-Ingresos Uso de Instalaciones	130
Tabla N° 46	Ingresos Proyectados- Organización de Eventos	131
Tabla N° 47	Ingresos Proyectados- Comida y Bebida	132
Tabla N° 48	Total Ingresos Anuales Proyectados	132
Tabla N° 49	Punto de Equilibrio	134
Tabla N° 50	Estados de Pérdidas y Ganancias Proyectados	135
Tabla N° 51	Estado de Flujo de Fondos	136
Tabla N° 52	Flujo Ajustado de Inversiones	138
Tabla N° 53	Flujo Neto Financiero	139
Tabla N° 54	Relación Beneficio Costo	142

ÍNDICE FIGURAS

Figura N° 1	Municipio de Cobija	2
Figura N° 2	Límites de Pando	3
Figura N° 3	Vista aérea Rio Acre	4
Figura N° 4	Horizonte Ciudad de Cobija	5
Figura N° 5	Árbol de Castaña	9
Figura N° 6	Carretera La Paz- Cobija	12
Figura N° 7	Imágenes actuales de Cobija	13
Figura N° 8	Aeropuerto Capitán Aníbal Arab	14
Figura N° 9	Mapa de Bolivia	16
Figura N° 10	Mapa Satelital de Cobija	17
Figura N° 11	Mapa Político de Pando	18
Figura N° 12	Árbol de Problemas	21
Figura N° 13	Patrimonios de la Humanidad de Bolivia	36
Figura N° 14	Rio Madidi	37
Figura N° 15	Lago Titicaca	37
Figura N° 16	La Cordillera de los Andes	38
Figura N° 17	Huellas de Dinosaurio en el Parque Cretácico	38
Figura N° 18	Lago Bay	40
Figura N° 19	Atractivos Naturales de Pando	40
Figura N° 20	Croquis de Ubicación Hotel Hacienda Los Mellizos	41
Figura N° 21	Imagen satelital de la Ciudad de Cobija	48
Figura N° 22	Levantamiento de información Pregunta 1	53
Figura N° 23	Levantamiento de información Pregunta 2	54
Figura N° 24	Levantamiento de información Pregunta 3	55
Figura N° 25	Levantamiento de información Pregunta 4	56
Figura N° 26	Levantamiento de información Pregunta 5	57
Figura N° 27	Levantamiento de información Pregunta 6	58
Figura N° 28	Levantamiento de información Pregunta 7	59
Figura N° 29	Levantamiento de información Pregunta 8	60
Figura N° 30	Levantamiento de información Pregunta 9	61

Figura N° 31	Levantamiento de información Pregunta 10	62
Figura N° 32	Levantamiento de información Pregunta 11	63
Figura N° 33	Análisis PORTER	71
Figura N° 34	Siete Ps Marketing Mix	72
Figura N° 35	Nombre de la Empresa	79
Figura N° 36	Logotipo de la Empresa	80
Figura N° 37	Slogan de la Empresa	80
Figura N° 38	Canal de Distribución Directo	82
Figura N° 39	Canal de Distribución Indirecto	82
Figura N° 40	Mezcla Promocional	83
Figura N° 41	Publicidad Audiovisual	84
Figura N° 42	Publicidad Escrita	84
Figura N° 43	Tríptico Hotel Hacienda Los Mellizos	85
Figura N° 44	Logotipo Acre Tours	85
Figura N° 45	Banner Hotel Hacienda Los Mellizos	86
Figura N° 46	Regalos Promocionales (Sombreros)	88
Figura N° 47	Regalos Promocionales (Toallas)	88
Figura N° 48	Regalos Promocionales (Llaveros)	89
Figura N° 49	Regalos Promocionales (Poleras)	89
Figura N° 50	Proceso de Atención al Cliente	92
Figura N° 51	Flujo grama de procesos	101
Figura N° 52	Mini Van Suzuki APV	102
Figura N° 53	Cuadra track	102
Figura N° 54	Televisor 32" Samsung	103
Figura N° 55	Aire Acondicionado Marca IKA	103
Figura N° 56	Frigo bar	104
Figura N° 57	Equipo de Sonido	104
Figura N° 58	Cocina Industrial Marca General Electric	105
Figura N° 59	Lavadora LG 12 Kg.	105
Figura N° 60	Laptop HP	105
Figura N° 61	Plano de Distribución del Terreno	107
Figura N° 62	Recepción	108

Figura N° 63	Vista Frontal Restaurant	109
Figura N° 64	Restaurant	109
Figura N° 65	Vista 3D Cabaña Familiar	110
Figura N° 66	Cabaña Familiar	110
Figura N° 67	Vista 3D Cabaña Matrimonial	111
Figura N° 68	Cabaña Matrimonial	111
Figura N° 69	Vista 3D Cabaña Especial	112
Figura N° 70	Cabaña Especial	112
Figura N° 71	Organigrama de la Empresa	114

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como objetivo evaluar técnica y económicamente la implementación del Hotel Hacienda Los Mellizos, el cual estaría ubicado a 15 km de la ciudad de Cobija. La idea nace de la necesidad que tiene la ciudad de alternativas que fomenten las distracciones sanas y el cuidado e interacción con el medio ambiente, ya que Cobija cuenta con singulares atractivos naturales que pueden ser bien aprovechados en el sector turístico. La implementación de un Hotel Hacienda se presenta como una nueva unidad productiva, que pretende innovar introduciendo un nuevo concepto denominado Ecoturismo, dando una perspectiva distinta a lo ya conocido.

El estudio se inicia con el análisis del entorno, estableciendo las características principales del medio involucrado en el proyecto, luego se continúa con un Estudio de Mercado orientado a analizar la factibilidad de la implementación del hotel hacienda, determinando la oferta y demanda existente, debido a la escasa información y los pocos estudios a este sector relevante en la economía local se procedió a realizar y evaluar una encuesta dirigida a los posibles usuarios del proyecto, identificando los precios que estarían dispuestos a pagar por los servicios, y la frecuencia con la que asistirían que son aspectos muy importantes. Como siguiente paso se desarrolló un Plan de Marketing donde se definió las estrategias del marketing mix mostrando la gama de servicios, la imagen corporativa, los precios por servicio, los canales por los cuales se comercializaran y la promoción. Posteriormente se realiza una estructuración básica de un sistema administrativo, además de establecer las características legales necesarias para la implementación de cualquier establecimiento. Luego se continúa con la propuesta del diseño del Hotel, el cual se acomodaría a las especificaciones de una hacienda campestre y los requerimientos necesarios para la puesta en marcha. El presente estudio indica la inversión propuesta que asciende a un monto de Bs. 2.924.014 de los cuales el 28% será financiado por una entidad bancaria con una tasa de interés aplicada al sector productivo del 7%, además se especifican detalladamente los flujos, la inversión en obras civiles, costos fijos, costos variables, muebles y enceres, entre otros. Considerando los puntos anteriormente señalados se procede a realizar la evaluación económica y financiera con escenarios distintos para el proyecto, considerando para la factibilidad una tasa de descuento del 12%. Para estos distintos escenarios y basándose en los indicadores comúnmente utilizados como son la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN), es posible verificar que actualmente el proyecto es factible con un nivel de subsidio que asciende a Bs. 1.505.301, de manera de obtener un VAN mayor a cero y una TIR de 29,10% superior a la tasa de descuento establecida por la ASFI y la tasa inflacionaria del país, y la Relación Beneficio/Costo de 1,53 lo que determina que por cada boliviano invertido se gana 53 ctvs. Indicador que muestra una vez más que el proyecto viable desde el punto financiero.

ABSTRACT

This paper aims to assess the technical and economic implementation of the Hotel Hacienda Los Twins, which would be located 15 km from the city of Cobija. The idea stems from the need of the city of alternatives that promote healthy distractions and care and interaction with the environment, since Cobija has unique natural attractions that can be well used in the tourism sector. The implementation of a Hotel Hacienda is presented as a new production unit, which aims to innovate by introducing a new concept called Ecotourism, giving a different perspective what is already known.

The study begins with the analysis of the environment, establishing the main characteristics of the medium involved in the project, then it continues with a market study aimed at analyzing the feasibility of implementing Hacienda, determining supply and existing demand, due to the limited information and the few studies to this important sector in the local economy proceeded to conduct and evaluate a survey of potential users of the project, identifying the prices they are willing to pay for services, and often they attend which they are very important aspects. As a next step Marketing Plan where marketing mix strategies defined by showing the range of services, corporate image, service prices, the channels which were marketed and developed promotion. Subsequently, a basic structure of an administrative system is performed, in addition to establishing the legal characteristics necessary for the implementation of any establishment. Then it continues with the proposed design of the hotel, which would accommodate the specifications of a country estate and the requirements for startup. The present study indicates the proposed investment amounting to a total of Bs. 2,924,014 of which 28% will be financed by a bank with an interest rate applied to the productive sector of 7%, plus flows are specified in detail, investment in civil works, fixed costs, variable costs, furniture and enceres, among others. Considering the aforementioned points proceed to make the economic and financial evaluation with different scenarios for the project, considering the feasibility for a discount rate of 12%. For these different scenarios and based on the commonly used indicators such as the Internal Rate of Return (IRR) and Net Present Value (NPV), it is possible to verify that the project is now feasible with a level of subsidy amounting to Bs. 1,505 .301, so as to obtain a greater than zero NPV and an IRR of 29.10% above the discount rate established by the ASFI and the country's inflation rate, and the benefit / cost ratio of 1.53 which determines that for every Bolivian invested earns 53 cents. Indicator showing once again that the project viable from the financial point.

1. INTRODUCCIÓN

Es de conocimiento general que el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del mundo, dado que no solo impacta al sector económico, sino que además tiene influencias en otros sectores, en el aumento de la calidad de la vida de los habitantes y una mantención de los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente.

Previo a la implementación de un proyecto de inversión es necesario llevar a cabo estudios para determinar si es viable o no. La idea de implementar un hotel hacienda nace de la necesidad de ofrecer a los habitantes de esta bella tierra y a los turistas nacionales como extranjeros, la posibilidad de recrearse y disfrutar al contacto con la naturaleza y dejar de lado las tensiones y el estrés de la vida cotidiana de la ciudad.

La propuesta del Hotel Hacienda Los mellizos es convertirse en uno de los lugares preferidos a la hora de desear experiencias al contacto con la naturaleza, recrearse en una hacienda campestre donde cuyo atractivo y diferenciación es la interacción con el medio natural, al mismo tiempo de conocer más acerca de ella.

Para el desarrollo del presente proyecto se realizara una investigación de mercado para conocer las necesidades de nuestros clientes potenciales, así como también la diversidad de servicios que estaríamos en capacidad de brindar. Para luego proceder a la evaluación de la factibilidad de invertir en este proyecto, y los medios que emplearemos para financiarla.

1.1.TÍTULO DEL PROYECTO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL HOTEL
HACIENDA LOS MELLIZOS Y EL DISEÑO DE ESTRATEGIAS
COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE COBIJA

1.2. ANTECEDENTES Y/O ANALISIS DEL ENTORNO

1.2.1. Antecedentes históricos



Figura N° 1

Municipio de Cobija

Fuente: Imágenes Google

La ciudad de Cobija fue fundada con el nombre de Bahía por el Cnel. Enrique F. Cornejo, el 9 de febrero de 1906, en la margen derecha del río Acre, cumpliendo órdenes para su fundación del Mayor Gral. José Manuel Pando, bajo la presidencia de Ismael Montes.

En 1908, cambia el nombre al de Cobija, también conocida hasta hoy como "La perla del Acre". Durante la fiebre del oro verde, desde 1830, la entonces aldea comenzó a crecer rápidamente hasta convertirse en una de las más importantes ciudades durante el auge de la goma que duró casi cien años. En 1839 se conoce el proceso de la vulcanización. Charles Goodyear, descubre el modo de hacer inalterable la goma ante los cambios de temperatura y abre la llave para que cientos de empresarios fijen su interés en los siringales del Oriente boliviano. Comienza la proliferación de barracas (centros donde se organizaba la extracción de látex) y en algunas un reclutamiento obligatorio de los nativos de la zona para trabajar como siringueros.

La ciudad de Cobija cuenta con un paisaje singular por su topografía ondulada, donde se dispone de unas grandes palmeras. Esta es una ciudad pujante, que dispone de una

expansión cultural y económica.(Lavayen, 2001)

1.2.2. Características principales

1.2.2.1.Geografía física

a) Límites

Al norte con la Republica de Brasil

Al sur con el departamento de la Paz

Al oeste con el departamento de Beni y la República de Brasil

Al oeste con la Republica del Perú



Figura N° 2

Límites de Pando

Fuente:[hppt//:mapa-pando-politico-bolivia](http://mapa-pando-politico-bolivia)

b) Suelos

El departamento en su totalidad es llano, presenta ligeras ondulaciones proyectadas paralela y longitudinalmente de occidente a oriente. El territorio de Pando tiene algunas plataformas intermedias de poca elevación.

Los suelos de Pando son pobres en nutrientes debido a la naturaleza de la litología subyacente, la meteorización química fuerte (causada por altas temperaturas y elevada

humedad) y un lavado de nutrientes por la alta precipitación durante gran parte del año.

c) **Relieve y Topografía**

De acuerdo al estudio realizado por ZONISIG - 1993 (Zonificación Agro ecológica, Socioeconómica y perfil ambiental del Departamento de Pando), su superficie presenta 3 unidades geomorfológicas diferentes, todas pertenecientes a la Llanura Chaco — Beniana. La mayor parte está formada por planicies ubicadas a más de 150 m.s.n.m. con fuerte disección y colinas por encima de los 180 m.s.n.m. (superficies erosiónales) y pequeñas superficies (a orillas del río Acre) que pertenecen a las Llanuras aluviales, bajas y estrechas (superficies deposicionales).

d) **Hidrología**



Figura N° 3

Vista aérea Rio Acre

Fuente:<http://:rio-acre-amazonia-cobija-pando>

Los ríos del departamento de Pando corresponden en su integridad a la cuenca Amazónica. Pando está surcado, de Este a Oeste, por importantes ríos de la cuenca del Amazonas, cuyos orígenes son cordilleranos y de contrafuertes. Mencionados, en orden de importancia, son: Madera, Beni, Madre de Dios, Orthon, Abñuna, Manuripi, Acre y Negro; todos ellos, con gran cantidad de afluentes. El río Madera, que hace frontera con el Brasil, no acepta navegación, lo mismo que el tramo pandino del Mamoré.

TABLA N°1

Principales Cuencas Hidrográficas del Departamento De Pando

CUENCA	Superficie (Km2)	Proporción de la Superficie en Pando (%)
Abuná	23.578	37
Orthon	19.434	31
Madre de Dios	14.304	22
Beni	3.847	6
Acre	1.776	3
Madera	888	1
TOTAL	63.827	100

Fuente: Datos obtenidos de CORDEPANDO

1.2.2.2. Características del ecosistema

a. Vegetación y flora



Figura N° 4

Horizonte Ciudad de Cobija

Fuente: Google

Pando es un Departamento de enorme riqueza vegetal, que cuenta con extensas selvas de tipo amazónico, de hoja permanente.

La flora de esta región del territorio boliviano es característica del bosque tropical y está formada por grandes árboles, los que pueden superar con facilidad los 30 m de altura, presentando especies como aráceas, orquídeas, lianas y helechos. Entre las especies

forestales de maderas más nobles destacan las siguientes: caoba, castaña, incienso, jacarandá, ochoó, roble y siringa.

b. Fauna

La fauna del Departamento de Pando es básicamente tan rica como su flora, ya que es considerado como una zona con una amplia diversidad de especies de fauna silvestre, tal y como corresponde a una región que ha sido muy poco modificada por la acción del hombre.(Militar, 2001)

Incluye una gran cantidad de especies de mamíferos, aves, reptiles, anfibios, peces e invertebrados que se ubican de manera uniforme en la vegetación y ríos amazónicos, que pueden ser frecuentemente encontrados en los bosques primarios y secundarios del Municipio.

c. Clima y Temperatura

El departamento de Pando tiene una temperatura media de 26.6 grados centígrados, una precipitación pluvial promedio de, 1.800 mm/año.

El factor determinante en el clima son los movimientos migratorios estacionales de la Zona de Convergencia Intertropical. Desde la mitad de noviembre hasta fines de marzo, la ZCI de baja presión atmosférica está sobre el Norte de Argentina, Paraguay y el Sur de Bolivia,provocando condiciones atmosféricas inestables y lluvias fuertes. En la época seca, entre mayo y septiembre, se registra la llegada irregular de frentes fríos del Sur (surazos) que causan caídas bruscas de temperaturas en la región.

1.2.2.3.Características socio-culturales

a. Comidas Típicas de Cobija

Farofa: Alimento elaborado con harina de yuca con charque de res

Escabeche de Torcaza: Elaborado con torcaza (ave) o codornices, cebolla, hoja de

laurel, zanahoria, aceite de oliva, vinagre de uva, locoto, caldo de pollo, pimienta negra en granos y sal

Carne de Moroco: Elaborado con moroco (pierna de res que se ubica entre la rodilla y la cadera), cebolla, puerro picado, zanahoria y leche

Sudado de Surubí: Elaborado con filetes de surubí, mantequilla, tomates, dientes de ajo, perejil, tomillo, hierba luisa, cebollinos y cebollas

Pan de arroz: Es un pan típico de la región, preparado con harina de arroz

Empanada de arroz : Esta empanada se prepara con harina de arroz y tiene diversos rellenos

Locro de gallina: Sopa preparada generalmente con gallina criolla

Fuente: (Aide, 2013)

1.2.2.4.Aspectos Económicos

a. Situación Económica departamental

La economía del Departamento de Pando ha experimentado en las dos últimas décadas, un crecimiento elevado y sostenible, reflejado en la tasa de crecimiento promedio de los años 1988-1998 que alcanza el 17,4%, como también en la de los años 1999-2009 del 10%, indicadores que demuestran la gran proyección y tendencia de esta economía.

Las principales actividades económicas que conforman el PIB pandino en 2012 fueron, la agricultura y silvicultura (27.4 por ciento), administración pública (15.6 por ciento), minería (12.0 por ciento), construcción (8.6 por ciento) y manufacturas (6.5 por ciento)

Las exportaciones entre 2006 y 2012 han crecido en 103 por ciento, pasando de US\$ 9.9 millones a US\$ 20.1 millones, actualmente las exportaciones de castaña concentran el 76 por ciento, mientras que en 2006 solo concentraba el 1.4 por ciento.

Finalmente cabe destacar que el crecimiento de la economía pandina es muy volátil, pero tiene una gran potencialidad que permitiría incrementar sus niveles de ingreso, empleo y sostenibilidad en las diversas actividades económicas. El departamento de Pando requiere de inversión pública y privada que permita generar las bases para un crecimiento más intenso y sostenido.

TABLA N° 2

Pando: Producto Interno Bruto, 2009(P)

PANDO: CRECIMIENTO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA						
(En porcentaje)						
DESCRIPCION	2009	2010	2011	2012	2013	2014(p)
PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios de mercado)	0,51	4,05	2,37	2,53	3,02	4,84
Derechos s/Importaciones, IVA nd, IT y otros Imp. Indirectos	- 36,99	29,96	27,47	19,35	23,3	6,39
PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios básicos)	2,14	3,35	1,52	1,81	2	4,74
1. Agricultura, Silvicultura, Caza y Pesca	4,74	4,08	1,19	2,6	1,16	1,94
2. Extracción de Minas y Canteras	1,72	1,77	-3,07	- 13,14	0,1	2,11
3. Industrias Manufactureras	1,12	2,66	0,8	1,17	-0,11	0,1
4. Electricidad, Gas y Agua	3,55	5,81	4,4	5,55	2,81	1,41
5. Construcción	9,5	3,9	3,21	8,02	5,55	17,8
6. Comercio	3,32	2,72	1,78	0,69	1,5	0,41
7. Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	3,73	3,62	2,6	4,49	3,95	6,33
8. Establecimientos Financieros, Seguros, Bienes Inmuebles y Servicios Prestados a las Empresas	2,44	3,63	1,77	9,36	4,19	7,03
9. Servicios Comunales, Sociales, Personales y Domésticos	3,25	2,98	0,73	2,55	3,03	5,27
10. Restaurantes y Hoteles	2,52	3,04	1,28	2,67	1,08	2,94
11. Servicios de la Administración Pública	-9,38	3,46	4,27	4,51	3,76	7,62
Servicios Bancarios Imputados	3,11	2,14	1,17	41,46	12,79	14,11

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

(p): Preliminar

Fuente: INE-Datos Obtenidos en la página oficial del Instituto Nacional de Estadística

b. Actividades Productivas



Figura N° 5

Árbol de Castaña

Fuente:<https://www.google.com.bo/arbol-de-castaña>

El Departamento de Pando es poseedor de una cuantiosa cantidad de recursos forestales maderables y no maderables que se encuentran casi de manera uniforme a lo largo y ancho de su territorio, lo que define en sí mismo los tipos de vocaciones productivas que se ha desarrollado y se vienen desarrollando en este tiempo.

Los principales recursos del bosque amazónico han experimentado un aprovechamiento tradicional a lo largo de los años. Al inicio la quinina y la siringa., posteriormente la castaña y madera y, en este último tiempo, la reactivación de la producción de la goma o siringa son la base principal de la economía del departamento de Pando.

El bosque amazónico pandino también es escenario para el desarrollo y aprovechamiento de otros recursos (no tradicionales), como los frutos tropicales: cupoazú, cacao, café, manejo sustentable de la fauna silvestre, palmáceas y piscicultura, los cuales se convierten en alternativas de diversificación económica para los habitantes, y también como estrategia de seguridad alimentaria, ya que con la implementación de sistemas agroforestales se les permite a las comunidades indígenas y campesinas oportunidades para generar ingresos adicionales, como también asegurar alimentos que pueden ser utilizados por ellos mismos. Estos puntos son claves para lograr un desarrollo integral impulsado por el Gobierno Departamental de Pando.

1.2.2.5. Fuerzas políticas y legales

a) Artículo 95. (TURISMO).

I. De acuerdo a la competencia del Numeral 37 del Parágrafo II, Artículo 298, de la Constitución Política del Estado, el nivel central del Estado tendrá las siguientes competencias exclusivas:

1. Elaborar las políticas generales y el régimen de turismo.
2. Elaborar e implementar el Plan Nacional de Turismo en coordinación con las entidades territoriales autónomas.
3. Promover y fomentar los emprendimientos de las comunidades indígena originario campesinas y organizaciones de la sociedad civil, para que desarrollen actividades turísticas en coordinación con las instancias correspondientes.
4. Establecer y desarrollar un sistema de categorización, registro y certificación de prestadores de servicios turísticos, definiendo mediante reglamentación expresa las responsabilidades de las entidades territoriales autónomas en la administración de dichos registros y la correspondiente certificación.
5. Establecer y desarrollar un sistema de información sobre la oferta turística nacional, la demanda y la calidad de actividades turísticas, definiendo mediante reglamentación expresa, las responsabilidades de las entidades territoriales autónomas en la administración e integración de la información correspondiente.

b) Política 3. MERCADO Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

3.1. La satisfacción de las demandas turísticas nacional e internacional, mediante el conocimiento dinámico del mercado, el diseño de una oferta adecuada al mismo, y la aplicación de estrategias comunicacionales y de relacionamiento de los pueblos, que conecten la oferta nacional con los nichos y segmentos poblacionales de los territorios emisores en la construcción intercultural nacional, continental y global con soberanía.

c) Bolivia: Ley general de turismo “Bolivia te espera”, 25 de septiembre de 2012

La presente Ley tiene por objeto establecer las políticas generales y el régimen del turismo del Estado Plurinacional de Bolivia, a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario, a través de la adecuación a los modelos de gestión existentes, fortaleciendo el modelo de turismo de base comunitaria, en el marco de las competencias exclusivas asignadas al nivel central del Estado por la Constitución Política del Estado.

1.3. Grupo o Región Beneficiaria

1.3.1. Características demográficas

En el último censo del 2012 la población total del municipio de Cobija era de 46.267 habitantes, es el Municipio con mayor población en el Departamento y según el INE tiene un crecimiento poblacional del 107,3%. En la actualidad según su tasa de crecimiento es de 6,5%, se tendría aproximadamente 55.888 habitantes y vendría a ocupar el 51% de la población total del departamento.

Tabla N°3

Población y crecimiento anual del Municipio de Cobija

<u>Población total 2012</u>	<u>Área Urbana</u>		<u>Tasa de crecimiento Anual en porcentaje</u>
	<u>Hombres</u>	<u>Mujeres</u>	
46.267	23.978	22.289	6,5%

Fuente:INE- Datos Obtenidos del “Censo de Población y Vivienda 2012”

1.3.1.1.Dinámica Poblacional.

Según estudios realizados por Laura Huigens en un resumen de investigación indica que la mayor parte de los emigrantes a esta capital, es del Departamento del Beni, Especialmente de Guayaramerin y Riberalta, también, hay muchos emigrantes del interior del

Departamento en especial del campo y del departamento de la Paz.

Las razones para llegar a esta capital en su mayoría fueron económicas, Familiares y falta de trabajo, esta es la razón más importante para dejar su región.

Cobija la Capital de Pando, es el destino de un considerable flujo de migrantes del resto del país. Instalados en esa ciudad fronteriza, tienen dos áreas mayores de actividad: la prestación de servicios y el establecimiento de tiendas comerciales que cuentan entre sus grandes clientes a los vecinos brasileños.

La relación cuantitativa entre los inmigrantes de tierras altas (La Paz, Oruro, Potosí, Cochabamba y Chuquisaca) y de Tierras bajas (Beni, Santa Cruz y Tarija), muestra que los primeros son mayoría en el perímetro urbano, pues representan el 59%.

La razón principal de la migración entre la gente que está en Cobija, es la búsqueda de trabajo, en segundo plano están las razones familiares y como última alternativa es la posibilidad del comercio. La situación actual, el comercio como actividad principal de los migrantes de tierras alta, y la mano de obra de la gente que llega de tierras bajas, cubre las demandas de una ciudad, que como cobija, está en proceso de rápido crecimiento.(INE, 2012)

1.3.2. Transporte



Figura N° 6
Carretera La Paz- Cobija
Fuente:Google

La red vial del Municipio se compone de dos carreteras troncales y las demás todas son

vecinales, que intercomunican desde y hacia cobija, donde se destaca la carretera asfaltada Cobija Porvenir con una longitud de 30 Km. de los cuales 12 corresponden al municipio de cobija.

En lo que respecta a las vías secundarias o caminos vecinales, que son de tierra y algunos tramos con ripio, su transitabilidad se complica en la época de lluvias (Diciembre a mayo) que deteriora considerablemente estos caminos.

a. Calles y Avenidas del Área Urbana de Cobija



Figura N° 7

Imágenes actuales de Cobija

Fuente:Google

El sistema vial Urbano en los Últimos años (a partir del 2002) ha venido mejorando de una forma acelerada a través de los programas de mejoramiento de Barrios (Toda la zona Norte y centro de la ciudad) y avenidas que se han pavimentado y se están ejecutando actualmente, tratando de completar un sistema vial Urbano que permita el adhesionamiento de la mancha Urbana.

Ya se cuenta con la Terminal de Flotas, tanto hacia las provincias como para el Inter-departamental, en la zona sur de la ciudad.

La ciudad solo cuenta con servicios de transporte publico pequeños (Minibuses), Trufis, Taxis y principalmente Moto taxis, lamentablemente los vehículos son pequeños y con muy pocas rutas dentro del casco Urbano, dejando grandes zonas de la ciudad sin ser atendidas.

b. Transporte Aéreo

Cobija cuenta con una moderna pista de aterrizaje, apta para casi todos los tipos de aviones, con excepción de los de porte mayor por el tamaño de la faja de aterrizaje (faltan 400 Mts.), una pista alternativa en casos de emergencia y algunos otros detalles técnicos, para ser considerado un aeropuerto internacional.

Su antigua Terminal de Pasajeros era incomoda y muy pequeña lo cual se puede apreciar en los días de arribo de los aviones Boeing. Pero actualmente se está construyendo la nueva terminal aeroportuaria que cuenta con un estilo moderno y cómodas y espaciosas instalaciones. Las líneas aéreas permanentes que llegan a la Terminal aérea de Cobija y los días de frecuencia son las siguientes:

ECOJET: Lunes, Martes, miércoles, Jueves, Viernes, Sábados y Domingos

BOA: Lunes, Martes, miércoles, Jueves, Viernes, Sábados y Domingos

TAM : Lunes, miércoles, jueves y Viernes

TAXIS AEREOS: de acuerdo a Necesidades principalmente a Riberalta



Figura N° 8

Aeropuerto Capitán Aníbal Arab

Fuente: Google

c. Principales vías de acceso

El departamento de Pando se comunica con el interior y exterior del país mediante vía aérea y terrestre

El departamento presenta un escaso desarrollo de las vías de transporte terrestre.

Las principales vías de comunicación terrestre son las siguientes:

- ✓ Cobija - Porvenir-Puerto Rico- El Sena - Puerto Copacabana- Riberalta
- ✓ Porvenir - San Silvestre - Chivé.

Ambos caminos presentan ciertas dificultades en su transitabilidad durante la época lluviosa.

1.3.3. Comunicación

a. Medios de Comunicación en Cobija

El Municipio de Cobija cuenta con una decena de radio emisoras, ocho canales de televisión y dos medios impresos que recogen y transmiten la información que se genera, sobre todo en la Ciudad Capital del Departamento.

Radio Emisoras

Entre las radios emisoras más destacadas están:

- Radio Universitaria
- Radio Perla del Acre
- Radio Fides Cobija
- Radio Internacional

En este sentido, la programación de las emisoras de radio en el Municipio de Cobija, se halla saturada de contenidos musicales, para públicos mayormente juveniles con bastante improvisación en sus emisiones. (Estudio de medición de Audiencia)

Canales televisivos

Entre los más vistos se encuentran:

- Canal SPC
- Canal UNITEL



Figura N° 10

Mapa Satelital de Cobija

Fuente: Google Maps

El departamento de Pando se encuentra situado en el extremo Norte de la República de Bolivia entre los paralelos 9° 38' y 12° 30' de latitud Sur y entre los meridianos 69° 35' y 65° 17' de longitud Oeste. Fue creado el 24 de Septiembre de 1938, durante la presidencia del Ten. Coronel Germán Busch Becerra.

La capital Cobija fue fundada a orillas del río Acre el 9 de febrero de 1906, a través de Decreto Delegacional emitido por el Delegado del Gobierno General José Manuel Pando, inicialmente fue llamada Puerto Bahía, luego Puerto Cobija y finalmente designada con el nombre de Cobija, está ubicada en la provincia Nicolás Suárez al Noroeste del Departamento y en el ámbito nacional se sitúa en el extremo Norte de Bolivia.

1.4.1.2.Extensión

En la actualidad, Bolivia presenta una extensión total de 1,098,581 Km², ocupando el quinto lugar entre los países sudamericanos, mientras que la extensión territorial del departamento Pando es de 63,827 Km², representando el 5.81% de la superficie del territorio nacional. Si bien la provincia Nicolás Suárez tiene 9,819 Km², que constituye el 15.38 % del total de la superficie del Departamento, el municipio de Cobija cuenta con una extensión territorial de 449.14 Km², abarcando el 4.57% de la superficie provincial (Superintendencia Agraria, 2000 pág. 17).

1.4.1.3.División Político – Administrativa



Figura N° 11
 Mapa Político de Pando
Fuente: Google

La estructura política administrativa de Pando está representada por 5 provincias y 15 secciones municipales con una población total de 78,250 habitantes, equivalentes al 0,77% del total nacional, de 10, 227,229 habitantes. en una superficie de 63,827 Km², donde la provincia Nicolás Suárez es la que tiene más secciones municipales seguida de las provincias Manuripi, Madre de Dios y Federico Román.

TABLA N° 4
 División Política Departamento De Pando

PROVINCIA	POBLACIÓN	SUPERFICIE (km ²)	DENSIDAD DE LA POBLACIÓN	MUNICIPIOS
Nicolás Suárez	60.297	9.819	5,23	Cobija
				Porvenir
				Bolpebra
				Bella Flor
Manuripi	14.986	22.461	0,45	Puerto Rico
				San Pedro
				Filadelfia
Madre de Dios	24.070	10.879	1,11	Pto. Gonzalo Moreno
				San Lorenzo
				Sena
Abuná	4.049	7.468	0,49	Santa Rosa del

				Abuna
				Ingavi (Humaita)
Federico Román	7.034	13.200	0,27	Nuevo Manoa (N. Esperanza)
				Villa Nueva (Loma Alta)
				Santos Mercado

Fuente: INE-Instituto Nacional de Estadística

1.4.1.4. Distritos y Cantones

El municipio de Cobija cuenta con un cantón “Santa Cruz”, que comprende toda la sección municipal y se encuentra dividido en 5 distritos; 4 distritos urbanos y uno rural donde se encuentran 15 comunidades campesinas, dispersas en toda el área del municipio.

TABLA N° 5
 Organizaciones Territoriales de Base de Cobija

N°	DISTRITO	NOMBRE DE LA JUNTA VECINAL	ANIVERSARIO
1	I	Barrio Mapajo	19 de marzo
2	I	Barrio Puerto Alto	19 de noviembre
3	I	Barrio Villamontes	10 de junio
4	I	Barrio Junín	6 de Agosto
5	II	Barrio Progreso	9 de febrero
6	II	Barrio 16 de julio	16 de julio
7	II	Barrio Santa Cecilia	22 de septiembre
8	II	Barrio Internacional	
9	II	Barrio Conavi	24 de septiembre
10	II	Barrio Central	
11	II	Barrio Miraflores	20 de mayo
12	II	Barrio el Bosque	6 de octubre
13	II	Barrio Petrolero	21 de diciembre
14	III	Barrio la Cruz	3 de mayo
15	III	Barrio 27 de mayo	27 de mayo
16	III	Barrio SENAC	15 de enero
17	III	Barrio Brisas del Acre	16 de julio
18	III	Barrio Villa Cruz	5 de marzo
19	IV	Barrio Madre Nazaria	27 de octubre
20	IV	Barrio Paz Zamora	18 de Noviembre
21	IV	Barrio 11 de Octubre	11 de Octubre
22	IV	Barrio Senador	7 de febrero
23	IV	Barrio Los Tajibos	5 de Diciembre
24	IV	Barrio Paraiso II	5 de julio
25	IV	Barrio Santa Clara	7 de diciembre
26	IV	Barrio Pantanal	5 de marzo
27	IV	Barrio Manantial	12 de octubre
28	IV	Barrio San Juan	24 de septiembre
N°	DISTRITO	COMUNIDAD	ANIVERSARIO
1	V	Mejillones	1 de mayo
2	V	Fontón	21 de julio
3	V	Alto Bahía	7 de octubre
4	V	Villa Fátima	13 de mayo
5	V	Abaroa	23 de marzo
6	V	Marapaní	21 de septiembre
7	V	Nueva Esperanza	16 de Julio
8	V	Nuevo Triunfo	12 de marzo
9	V	Limera	1 de mayo
10	V	Bella Vista	23 de abril
11	V	Villa Rosario	31 de agosto
12	V	Villa Busch	17 de marzo
13	V	Sujal	6 de enero
14	V	Bajo Virtudes	

Fuente: Elaboración Propia en base a información recabada en GAMC

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

2.1. Descripción del problema

Pando considerado como el departamento más pequeño del país pero con más desarrollo en los últimos años, se encuentra ubicado al norte de Bolivia y es fronterizo con los países de Brasil y Perú. Su capital Cobija caracterizada por su calidad humana, su armonía y singular belleza, muestra paisajes inigualables que podrían ser bien aprovechados.

Pese a los grandes riquezas naturales que tiene el municipio que son fuentes de iniciativas turísticas potenciales tiene un bajo flujo de turistas, pues son pocas las personas que llegan a la capital para realizar paseos y conocer más sobre ella.

Según datos obtenidos de la encargada de Turismo del Gobierno Autónomo Municipal de Cobija Lic. Eli Echeverria, el municipio no cuenta con estrategias comerciales que promocionen los atractivos turísticos.

Actualmente por ser una ciudad pequeña, Cobija no cuenta áreas de recreación donde familias y grupos de amigos habitantes de la misma puedan realizar actividades en conjunto y distraer su mente de la vida cotidiana, donde las familias no tengan necesidad de viajar muchos kilómetros para estar en contacto con la naturaleza, explorarla y tener experiencias nuevas en conjunto.

Con los antecedentes anteriormente mencionados vemos que se tiene una limitación de acceso a espacios de esparcimiento seguros para el desarrollo de actividades grupales que incentiven e incrementen el turismo ecológico en el municipio de Cobija, razón por la cual se crean problemas en el área turística, puesto que la ciudad no cuenta con un lugar que les brinde comodidad, seguridad, diversos planes de entretenimiento, precios acordes a los productos turísticos y en general un servicio al más alto nivel que marque la diferencia y permita la satisfacción plena de las necesidades de los clientes.

2.1.1. Árbol del Problemas

Para lograr los resultados esperados se utilizó el árbol de problemas como método pues es uno de los más utilizados y eficientes para una buena identificación del problema.

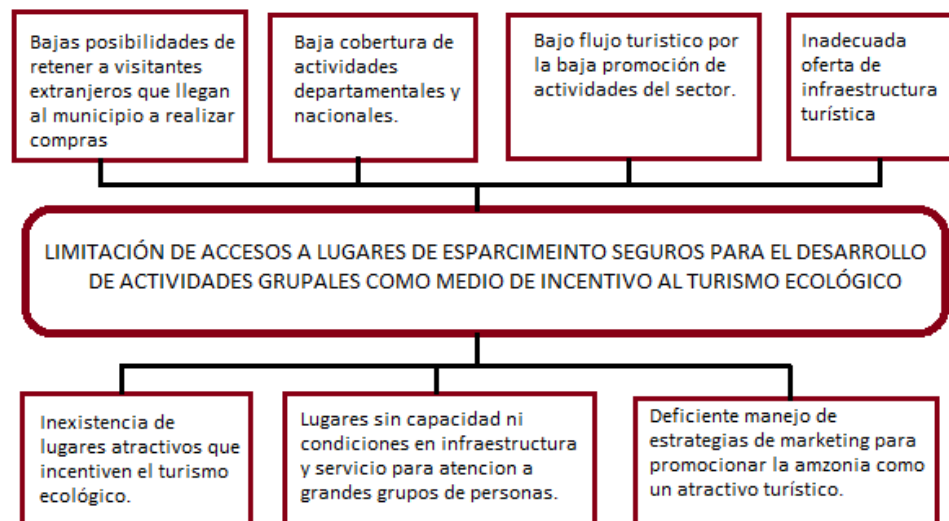


Figura N° 12

Árbol de problemas

Fuente: Elaboración Propia

2.2. Justificación

La base de un turismo prospero, es la industria hotelera eficiente, ya que unos buenos alojamientos y una excelente gastronomía satisfacen las necesidades básicas de los turistas, quienes buscan alternativas que sean mejores que las que podrían encontrar en su lugar de origen.

Pero actualmente no existen condiciones en hoteles, restaurants, lugares turísticos para que los visitantes tengan la posibilidad de recrearse y disfrutar al contacto con la naturaleza y así poder distraer su mente de la vida cotidiana de la ciudad. El turismo es un potencial en nuestro departamento que penosamente no está siendo aprovechado.

Con una adecuada infraestructura que muestre la simplicidad de la vida campestre, un servicio eficiente y actividades del lugar, sencillas pero innovaciones para personas de afuera, se lograra generar mayor flujo de visitantes, lo que influirá en el sector económico del municipio, desarrollando no solo el sector comercial sino también el sector turístico.

Por ende, el siguiente proyecto persigue la importancia de crear una nueva unidad productiva con un servicio diferenciado al que se conoce en la ciudad que logre satisfacer las necesidades turísticas actuales del departamento, con el Estudio de factibilidad para la implementación del “Hotel Hacienda Los Mellizos” en y el diseño de estrategias comerciales en el municipio de Cobija se asegurara la inversión el departamento en su totalidad porque al brindarle al turista una atención especializada y satisfacción en el servicio tendrá la curiosidad de conocer más de nuestra cultura y visitar nuevos lugares, lo que ayudara al desarrollo de los sitios turísticos, y de esta manera se podrá realizar convenios con instituciones turísticas públicas y privadas con el fin de generar un mayor servicio y un funcionamiento eficiente para lograr el posicionamiento esperado.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Elaborar el estudio de factibilidad para la implementación del Hotel Hacienda Los Mellizos y el diseño de estrategias comerciales en el municipio de Cobija, para satisfacer las necesidades tanto de la población pandina como también de turistas nacionales y extranjeros.

3.2. Objetivos específicos

- Realizar el diagnóstico situacional para conocer los factores internos y externos
- Realizar el estudio de mercado, donde se establezca la oferta y demanda de hoteles turístico en el departamento, y así conocer la demanda de los clientes en preferencias y deseos.
- Determinar el estudio técnico y los requerimientos en base a la ingeniería del proyecto.
- Diseñar las estrategias comerciales para la promoción y posicionamiento en el mercado meta.
- Evaluar la factibilidad financiera del proyecto, estimando los resultados del cálculo de indicadores de rentabilidad de la inversión.

4. MARCO REFERENCIAL

Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. (ColinF.Bruce, 1982).

Estudio de mercado

El **estudio de mercado** consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.(Ferré, 1997)

Análisis situacional

Un análisis situacional a menudo se llama la base de un plan de marketing. Un análisis de la situación incluye un examen detallado de los factores internos y externos que afectan un negocio. Crea una visión general de la organización que llevará a una mejor comprensión de los factores que influirán en su futuro. (Lorette K. , 2014)

Análisis interno

El análisis interno es un profundo conocimiento y comprensión de las fortalezas y debilidades de una organización. Estos factores se ven en la cultura de la empresa y la imagen, la estructura organizacional, el personal, la eficiencia operativa y la capacidad, la conciencia de marca, recursos financieros, etc. Las fortalezas son atributos positivos, que pueden ser tangibles o intangibles, y están dentro del control de la organización. Las debilidades son factores que pueden dificultar el logro de la meta deseada.(Lorette K. , 2015)

Análisis externo

Las oportunidades y amenazas se miden como parte de un análisis externo. Ambas pueden ocurrir cuando las cosas suceden en el entorno externo que puede requerir un cambio en la empresa. Estos cambios externos pueden atribuirse pero no se limitan a las tendencias del mercado, los proveedores, socios, clientes, competidores, las nuevas tecnologías y el entorno económico. Las oportunidades se presentan como factores atractivos que pueden impulsar o influir positivamente en la organización de algún modo. Las amenazas son

factores externos que puedan poner la meta de la organización en riesgo. Estas a menudo se clasifican por su nivel de severidad y probabilidad de ocurrencia. (Lorette K. , 2015)

Análisis de consumidores

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.). Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores. (Ramonez, 2008)

Estudio de la Demanda

Cuando se habla de demanda, se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico.

La demanda que una persona, una familia, una empresa o un consumidor en general tiene de un determinado producto o servicio puede estar influenciada por un gran número de factores que determinarán la cantidad de producto solicitado o demandado o, incluso, si éste tiene demanda o no. (Ramonez, 2008)

Estudio de la Oferta

Cuando se habla de oferta se hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones. El precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta de un determinado bien en un mercado. (Ramonez, 2008)

Marketing

Es el proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes a través de la satisfacción de sus necesidades y generan relaciones con ellos para en reciprocidad captar el valor de sus clientes. (Kotler, 2013)

Indicadores de rentabilidad

El VAN y el TIR son otros indicadores financieros que permiten evaluar la rentabilidad de un proyecto los cuales toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

El valor actual neto (VAN) mide la ganancia que tendrá un proyecto al descontar el monto

de la inversión al valor actual del total del flujo de caja proyectado. Si el VAN es mayor que cero el proyecto es rentable pues se estará cumpliendo con la tasa esperada

Mientras que la tasa interna de retorno (TIR) es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para ser considerado rentable.

Para hallar la TIR se debe encontrar la tasa que permita que el BNA sea igual que la inversión (VAN igual a cero).

Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado como su nombre lo indica es el proceso de dividir el mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.(Kotler, 2013)

Posicionamiento de la empresa.

El posicionamiento adquiere una relevancia básica y fundamental porque llega a definir el lugar que ocupa nuestra marca en la mente del consumidor.(Kotler, 2013)

Diseño de estrategias Comerciales

El análisis de segmentación y la determinación, en su caso, de los grupos objetivo constituye la etapa previa al diseño e implantación de la **estrategia comercial**. La empresa debe determinar prioridades y definir a qué mercados va a dirigirse.

Si la empresa desea adaptar la estrategia a las características de los segmentos, puede configurar por cada uno de ellos no sólo productos distintos, sino también precios, formas de distribución y medios de promoción.(Kotler, 2013)

Tipos de Estrategias

Una vez determinados los distintos segmentos del mercado, la empresa puede optar entre tres tipos de estrategias básicas: **indiferenciada, diferenciada y concentrada**.

- Estrategia Indiferenciada (o Masivo)
- Estrategia Diferenciada
- Estrategia Concentrada (nicho)

Marketing Mix: Las 7 Ps.

Tradicionalmente, el Marketing venía definido por las 4 P's, algo que, actualmente, se ha visto complementado por otras tres palabras, dando lugar al conocido como Marketing Mix.

Por cierto, se les dice las 7 Ps, porque son 7 palabras que comienzan, en su idioma natal de invención, por la letra P. Las P's, al fin y al cabo vienen a representar unos puntos sobre los que fijarse para realizar y llevar a cabo un buen plan o estrategia de marketing. (Hernandez, 2014)

Elementos del Marketing mix

Personas. – La gente es un factor importantísimo dentro de las 7 P del marketing mix. Además de juzgar los productos y buscar información en un sitio y otro, el cliente, habla y opina sobre las personas que representan a una empresa. La prestación de servicios, es otro de los valores muy observados por la gente. (Hernandez, 2014)

Procesos. – La forma en la que se ofrece un servicio y la efectividad de éste, es parte de tu empresa. Es muy importante llevar a cabo un proceso correcto. En internet, un buen proceso para que el usuario llegue fácilmente a nuestro producto, podría ser el posicionamiento correcto en los resultados de búsqueda; así, el usuario accede a nuestros servicios más rápidamente.

Presencia física. – Un sitio web innovador, o una tienda a la última en la que el cliente se sienta a gusto, hará que este regrese y permanezca más tiempo en un sitio web / instalaciones.

Plaza. – Es el lugar o punto desde el que ofrecemos el producto a los clientes, es decir lo distribuimos. Como ejemplos, podríamos citar: tiendas online, tiendas físicas, grandes superficies... También hay que tener en cuenta el canal mediante el cual vamos a distribuir los productos.

Promoción. – Forma parte de las antiguas 4 P del marketing. Todos sabemos en que consiste esto: hacer llegar al usuario información sobre nuestros productos y sus características.

Precio. – Está claro: la cantidad de dinero que vamos a exigir al consumidor o cliente, por adquirir nuestros productos. Es indispensable tener en cuenta varios factores a la hora de establecer un precio final para nuestro producto.

Producto. – El producto, es lo que ofrecemos al cliente, por ese motivo, es otro de los elementos fundamentales de marketing. Establecer el producto que vamos a ofrecer y elaborar éste, son acciones indispensables en el correcto desarrollo de una empresa o negocio.

Estudio técnico o ingeniería del proyecto

Modelo general de lo que podría conformar la estructura del proyecto a realizar en su tercer módulo. Sin embargo él puede ajustarse a las particularidades de cada proyecto específico. (Montoya, 2012)

- Estudio de procesos:
- Tecnología
- Logística
- Estudio de Localización, diseño y distribución en planta
- Estudio organizacional administrativo

5. MARCO TEÓRICO

Turismo

Mucho se ha hablado y se ha dicho sobre el turismo, dando en cada caso en particular una conceptualización que lo define de maneras diferentes, en todo caso, solo se concreta como una actividad humana realizada al desplazarse de un lugar a otro con diferentes motivos.

Conceptos: es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tanto de los negocios como de las consideraciones profesionales.

Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanzas derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.

El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento. (Wikipedia, 2015)

Clasificación del Turismo

Atendiendo al último concepto expuesto antes, clasificamos al turismo según la actividad

que se realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo en: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional.(Wikipedia, 2015)

Clasificación de los Hoteles

Unhotel es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento.(Wikipedia, 2015)

Los hoteles están normalmente, clasificados en categorías según el grado de confort, posicionamiento, el nivel de servicios que ofrecen. En cada país pueden encontrarse las siguientes categorías:

- Estrellas (de 0 a 5)
- Letras (de A a E)
- Clases (de la cuarta a la primera)
- Diamantes y "WorldTourism"

Hotel Hacienda

Los hoteles hacienda se perfilan ante los turistas como excelentes vías de hospedaje, especialmente por su sugestiva propuesta en donde se combinan historia, cultura y las más variadas comodidades además por contar con amplios jardines e interactuar con la naturaleza y la vida de campo. Y aunque pudiera pensarse que se orientan principalmente a turistas de grandes recursos económicos, en realidad esto no es así. Varios de los hoteles hacienda son bastante accesibles en su costo.

Los hoteles hacienda han surgido por la necesidad de mayores opciones de alojamiento, para un creciente número de visitantes. Además de los mencionados hoteles hacienda, existen pensiones, apartamentos residencias, camping y muchas otras alternativas.(Wikipedia, 2015)

Turismo Ecológico

Es aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza, así como cualquier manifestación cultural del presente y del pasado, que promueva la conservación, tiene bajo impacto de visitación y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente

benéfico de las poblaciones locales.”(Definicion ABC, 2014)

Características de la Actividad

La TIES (Sociedad Internacional del Ecoturismo) es organización sin fines de lucro dedicada a promover el ecoturismo fundada en 1990, la misma destaca las siguientes características del turismo ecológico:

- Influye en la creación de parques y áreas protegidas;
- Favorece la conservación de la biodiversidad;
- Contribuye en atraer la atención sobre especies en peligro de extinción;
- Fomenta una mejor comprensión de parte de los visitantes hacia las poblaciones locales;
- Promueve una ética medio ambiental positiva y anima a un comportamiento adecuado de sus participantes;
- Está orientado hacia el medio ambiente en sí y no hacia los seres humanos;
- Involucra una experiencia directa con ambientes naturales y culturales;
- No degrada los recursos naturales y culturales, reconoce que estos elementos son claves para la experiencia del viaje y por lo tanto acepta que hay límites de uso.
- Busca el mínimo impacto en el ambiente visitado y busca beneficiar anaturaleza.

Turismo de aventura

El **turismo de aventura** (o **turismo-aventura**) es un tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con destrezas especiales condiciones físicas.

Las actividades de turismo aventura, si bien se derivan de la práctica del deporte aventura ya sea por deportistas fuera de su lugar de residencia habitual o por personas que desean experimentar la práctica de estos deportes en el medio natural pero debe existir una relación económica (prestador de servicios-cliente), lo que permite definir claramente las responsabilidades contractuales entre un prestador (tour operador, agencia de viajes, guía de turismo) que ofrezca este servicio y un cliente (excursionista o turista) quien está dispuesto a pagar por estos servicios.(Definicion ABC, 2014)

Actividades Recreativas

En este sentido se considera que desde el punto de vista personal las actividades recreativasson todas las actividades realizadas por el sujeto en el tiempo libre elegidas

libremente que le proporcionen placer y desarrollo de la personalidad.

Para su implementación adecuada, por parte de profesores de recreación, recreadores y otro personal implicado, dependiendo del contexto, consideramos necesario el conocimiento de las características, tipología y beneficios de las actividades recreativas, aspectos a los que se les da tratamiento a continuación.(Definición ABC, 2014)

Características de las actividades recreativas

A continuación se muestran las características de la actividad recreativa según M. Vigo citado por A. Pérez (2003) asumidas por el presente autor.

- Es voluntaria, no es compulsada.
- Es de participación gozosa, de felicidad.
- No es utilitaria en el sentido de esperar una retribución o ventaja material.
- Es regeneradora de las energías gastadas en el trabajo o en el estudio, porque produce distensión y descanso integral.
- Es compensadora de las limitaciones y exigencias de la vida contemporánea al posibilitar la expresión creadora del ser humano a través de las artes, las ciencias, los deportes y la naturaleza.
- Es saludable porque procura el perfeccionamiento y desarrollo del hombre.
- Es un sistema de vida porque se constituye en la manera grata y positiva de utilizar el tiempo libre.

6. METODOLOGÍA

6.1. Mecanismos y procesos de investigación

Los mecanismos y procesos de investigación que utilizaremos son:

Investigaciones exploratorias o cualitativas.- Con las cuales buscaremos exclusivamente tener una idea concreta sobre las cualidades del servicio que se desea ofrecer. Se realizaran por medio de entrevistas, que nos suministrarán datos actuales sobre el comportamiento, percepciones y actitudes de los clientes potenciales.

La Investigación cuantitativa o descriptiva en la cual se describirá las características de una población: hábitos de compra, tamaño del mercado, acciones de la competencia, etc. Además de determinar las respuestas a las preguntas quien, que, donde, como y cuando.

Es recomendable utilizar ambos métodos, es por eso que los utilizaremos debido a que ayudaran a proporcionar mayor información al momento del análisis de la investigación.

6.2. Técnicas e instrumentos

Las técnicas e instrumentos que se utilizaran para la recolección de datos pertinentes y así responder a las interrogantes planteadas son las siguientes:

- Encuestas

Es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

- Estimación

Se llama estimación al conjunto de técnicas que permiten dar un valor aproximado de

un parámetro de una población a partir de los datos proporcionados por una muestra.

- Entrevista

La entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto.

6.3.Fuentes de recolección de datos

Fuentes Primarias

Las fuentes primarias contienen información nueva y original, que son fruto de producción intelectual y nos proporcionan datos de primera mano. Para el presente proyecto se utilizara la encuesta como fuente de información primaria, quien nos proporcionara datos que nos ayudaran en el estudio.

Fuentes Secundarias y Terciarias

Las fuentes secundarias son documentos que recopilan y reseñan la información publicada en las fuentes primarias. Tienen por finalidad analizar, resumir o interpretar una fuente primaria.

Las fuentes terciarias son aquellas que generalmente se adquieren a través de internet, y hoy en día gracias al avance de la tecnología es bastante utilizada por su facilidad y rapidez.

Como uno de los clientes meta son las personas que llegan a la ciudad de Cobija, por motivos varios, se utilizaran dichas fuentes para obtener información que proporcione datos estadísticos ya existentes en artículos de revistas, periódicos, etc.

6.4.Población y Muestra

6.4.1. Definición de la población

La población que se consideró para el proyecto son todas las personas de la ciudad de Cobija de un rango de edad de entre 20 a 59 años, que estén interesados en disfrutar de unas

vacaciones rodeados de la hermosa naturaleza que ofrece la capital pandina.

6.4.2. Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se deberá considerar los siguientes datos:

Población o universo (N): La cantidad total de entre 20 y 59 años de edad.

Tamaño de la muestra (n): Se tomará en cuenta un pequeño grupo del sector, que sea representativo de la población lo cual será más reducido, en este caso serán personas de entre 20 y 59 años.

Error muestral (e): Es una medida de la variabilidad de las estimaciones de la muestra repetidas entorno al valor de la población. Siempre se comete un error y la naturaleza de la investigación nos indicara hasta que medida podemos cometerlo.

Nivel de confianza (Z): Esta es la probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad.

$$n = \frac{NZ^2 p q}{Ne^2 + Z^2 p q}$$

Z= Nivel de confianza que será del 95% que equivale a 1,96

n= Tamaño de la muestra

N= Población

p = variable positiva (probabilidad de exito)

q = Variable negativa (probabilidad de fracaso)

e = Limite aceptable de error muestral

6.5. Diseño de la encuesta

La base de la investigación es conocer los gustos, preferencias y necesidades de los habitantes de Cobija y de los turistas para hacer de su estadía en el Hotel un momento inolvidable.

Para iniciar con la investigación cuantitativa nos planteamos una encuesta para la población cobijeña, la que consta de 11 preguntas cerradas las cuales nos ayudaran a determinar y conocer las necesidades y preferencias de los posibles clientes.

6.6. Diseño del procedimiento de recolección de datos

La recolección de datos y la determinación de la muestra son las claves para reducir el margen de error en la investigación de mercado.

Se utilizara la técnica de la encuesta para la recolección de datos ya que nuestro público objetivo son los pobladores de la ciudad de Cobija y como también nuestro objetivo es llegar a los visitantes del interior de país que llegan al departamento por diferentes motivos a los cuales por razones de distancia no se podrá utilizar encuestas se utilizara el método de la estimación.

La forma en que recopilamos la información fue la siguiente:

- Las encuestas se realizaron en las calles de la ciudad.
- Mediante entrevistas personales a propietarios de hoteles.
- Documentación ya existente sobre datos estadísticos

7. ESTUDIO DE MERCADO

7.1. Antecedentes del mercado

7.1.1. Turismo en Bolivia

Bolivia es un país con mucho potencial turístico, que cuenta con variados atractivos turísticos, debido a su diversa cultura, regiones geográficas, rica historia y gastronomía.

7.1.1.1. Patrimonios

En el país hay seis Patrimonios de la Humanidad declarados por la Unesco:



Figura N° 13

Patrimonios de la Humanidad de Bolivia

Fuente: <http://www.patrimonios-de-la-humanidad-bolivia.unesco.mpd>.

- Las ruinas de la ciudad de Tiwanaku, unas de las cunas de la civilización humana, y la más antigua de toda América ya que existió durante 27 siglos.
- La ciudad de Potosí, ciudad histórica por sus monumentos religiosos y civiles, sus calles, su gente y por supuesto, por su majestuoso e imponente Cerro Rico descubierta el año de 1545, hoy convertido en un ícono nacional.
- **La Amazonia, el gran pulmón del planeta, santuario de la vida silvestre.**
- Las Misiones Jesuíticas de Chiquitos, las únicas misiones vivas de todas las de Sudamérica.
- El Fuerte de Samaipata, la gran roca tallada por los incas en las estribaciones de los Andes como límite de su imperio.
- El Carnaval de Oruro, gran festividad donde se mezcla lo religioso con lo pagano.

7.1.1.2. Destinos

- El río Madidi se encuentra entre las provincias Iturralde y Franz Tamayo



Figura N° 14

Rio Madidi

Fuente:<http://www.lago-madidi-bolivia>

- El Titicaca, el lago navegable más alto del mundo.



Figura N° 15

Lago Titicaca

Fuente:<http://www.lago-titicaca-bolivia-imagenes>

- La Isla del Sol, lugar sagrado para los incas y lugar de nacimiento de los fundadores del Imperio Inca, Manco Cápac y Mama Ocllo
 - La Isla de la Luna, otro lugar sagrado de los incas, cerca de la Isla del Sol.
 - Copacabana, pequeña ciudad situada a orillas del Titicaca, alberga a la Virgen de Copacabana, Reina coronada de Bolivia.
- La Cordillera de los Andes, la cadena montañosa más extensa del planeta que

atraviesa todo el continente, y presenta regiones de singular atractivo:



Figura N° 16

La Cordillera de los Andes

Fuente:<http://www.cordillera-de-los-andes-bolivia-imagenes>

- La pista de esquí más alta del mundo, llamada Chacaltaya.
 - La montaña más alta del país: el Nevado Sajama, con el bosque más alto del mundo.
 - Bolivia es también el **único país del mundo** en poseer el único hotel **fabricado totalmente** de sal, que se encuentra en el salar de Uyuni.
 - Las lagunas Verde y Colorada, santuario de los flamencos andinos junto a uno de los mayores volcanes activos del planeta, el Licancabur.
-
- Vista de las huellas de dinosaurio en el Parque Cretácico Cal Orko



Figura N°17

Huellas de Dinosaurio en el Parque Cretácico

Fuente:<http://www.huellas-de-dinosaurios.parque.cretacico>

- Las ciudades históricas de:
 - Potosí con su Cerro Rico, antiguamente el mayor yacimiento de plata del orbe.
 - Sucre, la capital de los cuatro nombres, en la cual se levantó el primer grito libertario de América, y que es además sede de una de las más antiguas y prestigiosas universidades del continente americano.

Los países europeos que más se sienten atraídos por el turismo en Bolivia son Francia, España y Alemania con un número medio de visitas por año que está entre los diez y los quince mil visitantes. Otros países como México y Argentina también se mueven en esas cifras, pero todos por debajo de la principal fuente de visitantes extranjeros que tiene la nación: Estados Unidos, *con casi 30.000 ingresos de mediodos dos últimos años registrados (2012 y 2013, según datos del INE)*, es el país que más turistas aporta.

Son cifras tremendamente bajas para la riqueza natural y turística de la nación y, en este sentido, los últimos años el Gobierno boliviano está tratando de fomentar la actividad con campañas como la de BOLIVIA TE ESPERA, a través de *BOLTUR* (agencia de turismo estatal) y apostando por eventos deportivos de mucho potencial internacional como el Rally Dakar ; éste ha puesto en el panorama mundial al *Salar de Uyuni*, en particular, y a Bolivia, en general.

7.1.2. Turismo en Pando

Pando, el departamento más joven del Estado Plurinacional de Bolivia, es el corazón de la Amazonía, que debido a su accesibilidad, y a la actividad económica que se desarrolla en ella, ha mantenido conservada a su exuberante vegetación en este gran bosque húmedo.

El visitante será llanamente acogido y podrá disfrutar de la cordialidad de la gente pandina e interactuar con las actividades económicas y turísticas que se desarrollan en ella, como la extracción de goma y castaña y su biodiversidad.

Podrá introducirse, en una aventura única en la Amazonía, por sus áridos caminos o por una incursión de bote o barco a través de carreteras de agua.



Figura N° 18

Lago Bay

Fuente:<http://www.belleza-amazonica-lago-bay-pando>

Existen lugares paradisiacos y lagunas de ensueño como el Lago Bay, formaciones rocosas moldeadas por los ríos en Cachuelas, playas doradas y aguas cristalinas en el Sena y Puerto Rico.

La aventura no puede estar ausente, y la encontrarán realizando una incursión en la Reserva Manuripi y Bruno Rácuá áreas protegidas que albergan a una gran cantidad y variedad de plantas animales que conviven de manera armoniosa con etnias ancestrales en estos vastos territorios.

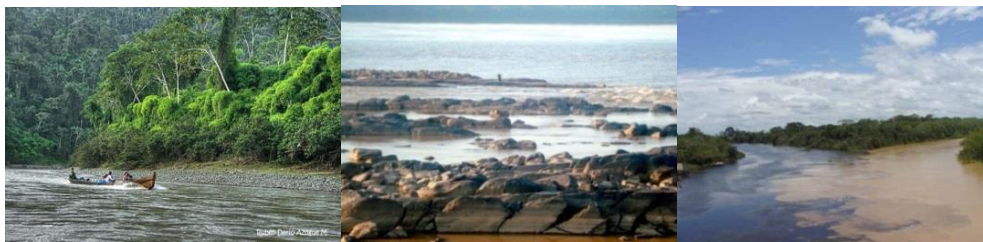


Figura N° 19

Atractivos Naturales de Pando

Fuente:<http://www.imagenes-pando-amazonia>

7.1.3. Turismo en Cobija

Sus destinos turísticos son poco conocidos pero es una invitación a la aventura y al ecoturismo, por la belleza y misterio que encierran los inexplorados bosques, llanuras, poblados y ríos.

7.2. Definición del Producto

7.2.1. Características del servicio

Hotel Hacienda Eco turístico Los mellizos, es un Hotel ecológico, cuyo ente diferenciador con los hoteles del municipio es transmitir experiencias mediante la convivencia con el medio ambiente al natural, con alta calidad en atención, cómodos y confortables ambientes.

El hotel hacienda Los Mellizos será un espectacular ambiente fuera de lo común, con inigualables paisajes, con lagunas artificiales, senderos aptos para caminatas, cabalgatas y hermosos jardines tropicales. El éxito de la empresa será la innovación contante lo que llevara a la rentabilidad de la misma.

El proyecto estará ubicado en la provincia de Villa Busch, en la comunidad de Alto Bahía, sus principales vías de acceso son:

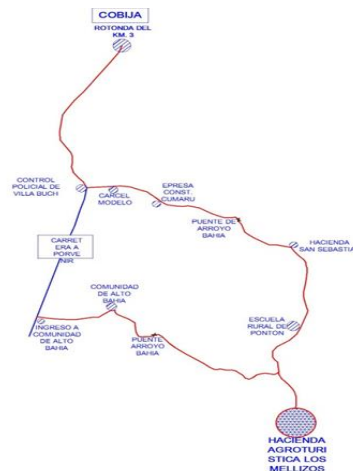


Figura N° 20

Croquis de Ubicación Hotel Hacienda Los Mellizos

Fuente: Elaboración Propia

Hotel Hacienda Eco turística Los Mellizos contara inicialmente con seis cabañas para disposición de los huéspedes, con servicios básicos, senderos para caminar, montar caballos y pasear en cuadra trac.

Existirán tres tipos de cabañas, para elección de nuestros huéspedes, desde la Suit Matrimonial que es una habitación de lujo para clientes exigentes hasta las más espaciosas para grupos de familias o amigos, todas ellas disponen de baños completos, agua fría y caliente, TV cable, mini-bar, y todos esos pequeños detalles relacionados con el máximo confort del viajero. Además contaremos con áreas para personas aventureras que desean acampar a la luz de la luna, ellos también para su comodidad contarán con baños completos.

La construcción de las cabañas estará dada en la base y las áreas húmedas con material de cemento y la habitación serán completamente de madera para dar un ambiente campestre con decoraciones propias del lugar.

Durante su estadía en el Hotel Hacienda los Mellizos, disfrutaran de todo su entorno y de las actividades propias de una hacienda como caminatas alrededor de senderos ecológicos donde podrán estar en contacto con la flora y fauna que habita en los bosques al mismo tiempo de conocer más acerca de ellos, conocer sus nombres según sus especies y sus características. Dar paseos por el lago y, participar en actividades agrícolas del lugar como ordeñar las vacas, dar comidas a los chanchos y gallinas, aprender a plantar un árbol y conocer cómo debemos cuidarlos, etc.

Realizar actividades deportivas como futbol, vóley, natación y aprender a pescar de la forma más segura y tranquila, poder realizar campamentos entre amigos y un sinnúmero de actividades más.

Adicionalmente tendrán servicio de restaurant o si gustas prepararla por ti misma se contara con áreas de churrasqueros individuales con derecho al área de piscina, sala de juegos, gimnasio, así como también durante las noches podrán disfrutar de nuestro bar-karaoke.

7.2.2. Propiedades del servicio

El Hotel Hacienda Eco turística Los Mellizos dedicada al ecoturismo y educación ambiental, ubicada en la provincia de Villa Busch a solo a 25 minutos de la ciudad de Cobija, donde usted podrá disfrutar de la naturaleza y la diversidad biológica de su entorno.

Contamos con cómodas cabañas, restaurant, bar-karaoke, áreas de relajación, piscina, canchas deportivas, sala de juegos. Y diversas actividades dirigidas como sedentarismo, paseo a caballo en medio de la selva, observando la flora y fauna, noches de fogata a la orilla de la laguna artificial amenizados por grupos de música.

Nuestro objetivo no es solo ofrecer un servicio al más alto nivel tanto en alojamiento, diversión y alimentación sino que al llegar a nuestras instalaciones nuestros empleados y clientes se sientan como en casa.

7.2.2.1.Instalaciones:

- **Cabañas.-** Nuestro hotel contara con cabañas de diversas capacidades, y habitaciones para mayor capacidad, equipadas con todo lo necesario para crear un ambiente confortable y de calidad, en una combinación perfecta con la naturaleza para que usted pueda disfrutar de una experiencia inolvidable.

- Cabaña Doble

- ✓ Capacidad para 2 personas
- ✓ 1 suit con baño privado (Cama matrimonial)
- ✓ Aire acondicionado
- ✓ Tv. Cable
- ✓ Frigo bar (Costo adicional de acuerdo a consumo)

- Cabaña Especial

- ✓ Capacidad para 3 o 4 personas
- ✓ 2 Habitaciones (1 cama matrimonial, 2 simples)

- ✓ Baño privado
- ✓ Aire acondicionado
- ✓ Tv. Cable
- ✓ Frigo bar (Costo adicional de acuerdo a consumo)
- ✓ wifi

- Cabaña familiar.-

- ✓ Capacidad de 4 a 6 personas
- ✓ 1 suit (1 cama matrimonial y baño privado)
- ✓ 2 habitaciones dobles (con 2 camas simples cada una)
- ✓ 1 baño
- ✓ Aire acondicionado
- ✓ Tv. Cable
- ✓ Frigo bar (Costo adicional de acuerdo a consumo)

- Áreas de campamentos

- ✓ Baños
- ✓ Vestidores
- ✓ Duchas
- ✓ Equipo de camping incluido

- **Restaurant.-** construido al estilo rustico, en un entorno confortable y rodeado de árboles que dan una frescura única al momento de disfrutar de alimentos naturales propio de la región.
- **Bar-karaoke.-** donde podremos reunirnos en familia y amigos compartiendo charlas amenas, música y bebidas refrescantes.
- **Capilla.-** un lugar destinado para matrimonios, bautizos o cualquier evento religioso, con detalles rústicos que van de acuerdo con el lugar.

- **Piscina, hamacarios.-** lugares cómodos para que disfrute su estadía como usted lo prefiera.
- **Churrasqueros individuales.-** si bien usted desea pasar en el día con su familia o amigos y desea realizar su propia comida, contamos con áreas de Churrasqueros para su propia comodidad.
 - Churrasqueros
Diviértase con sus seres queridos preparando su propio churrasquito. El paquete Churrasqueros ofrece:
 - ✓ Parrilla
 - ✓ Sillas
 - ✓ mesas
 - ✓ Todos los utensilios (platos, cubiertos, etc.)

7.2.2.2.Actividades:

- **Caminatas o sedentarismo.-** en los alrededores del hotel existen infinidad de lugares interesantes para visitar. La exuberante belleza predomina y privilegia sitios que son verdaderos paraísos. En la caminata se podrá observar la hermosa biodiversidad que existe en el lugar, conocer y conocer más acerca de ella.
- **Paseo a caballo.-** Disfrutar y aprender a montar caballo y pasear con ellos por los campos del hotel, es sin duda una experiencia inolvidable.
- **Paseo en cuadra trac o bicicleta.-** Paseos por los senderos, sintiendo la adrenalina de sentir ser el piloto de tus propias aventuras.
- **Paseo en canoa.-** Disfrutar paseos en las lagunas artificiales y pasar una experiencia inolvidable a lado de tus seres queridos.
- **Participar en actividades agrícolas.-** Si alguna vez te pusiste a pensar cómo será

la vida de campo, esta es tu oportunidad para conocerla y aprender de ella, despertar de madrugada para ordeñar tu propia leche para el desayuno, dar comida a los chanchos, aprender a plantar un árbol y saber cómo cuidarlo, conocer como es la actividad ganadera y muchas cosas más que te llenaran de experiencias inolvidables.

- **Fogata.-** Una velada a la orilla de la laguna artificial a la luz de la luna y sintiendo el calor del fuego, compartiendo con música, guitarras, bailes,anécdotas y mucho más.
- **Sala de juegos.-** Si te gustan los juegos de mesa y deseas pasar un momento divertido con tus amigos, contamos con mesas de ping pon y villar.
- **Actividades deportivas.-** Si lo tuyo son los deportes al aire libre contamos con canchas deportivas de futbol y vóley ball.

7.2.2.3.Paquetes en Hospedaje

➤ **Los Mellizos Full Día (1 día)**

- Almuerzo buffet
- Uso de las instalaciones
- Acceso a áreas recreativas

Este este punto se tiene que resaltar que no todas la personas accederán al servicio de almuerzo buffet por diferentes motivos, para eso se en el punto de precios se estableceráprecios por separado para un mejor manejo de los ingresos.

➤ **Los Mellizos Full Fin de Semana (2 días 1 noche)**

- Hospedaje en cabañas
- Desayuno al estilo campestre con buffet de frutas de la región
- Almuerzo Buffet
- Cena Buffet
- Uso de las instalaciones

- Karaoke o fogata
- Acceso a áreas recreativas

➤ **Los Mellizos Full Vacación (3 días 2 noches)**

- Hospedaje en Cabañas
- Desayuno al estilo campestre con buffet de frutas de la región
- Almuerzos Buffet
- Cena Buffet
- Uso de las instalaciones
- Karaoke y fogata
- Acceso a áreas recreativas

7.2.2.4. Paquete en eventos

➤ **Los Mellizos Fiesta**

Para que usted pase un momento agradable en la fecha de su cumpleaños, matrimonio, 15 años o cualquier evento importante le ofrecemos un servicio inigualable y con todo el equipamiento necesario, como ser:

- Mesas
- Sillas
- Mantelería
- Decoración
- Atención de garzones
- Todo de acuerdo al pedido del cliente

Servicios adicionales:

- Comida
- Bebidas
- Grupo musical
- Equipo de sonido

- Arreglos florales

➤ Los Mellizos Eventos

Hotel Los Mellizos cuenta con ambientes propicios para la realización de eventos en sus instalaciones, áreas verdes y áreas cerradas, que se acomodan a los requerimientos del cliente. Este paquete ha sido elaborado especialmente para grupos empresariales que desean realizar encuentros, reuniones y/o convenciones en nuestras instalaciones.

El paquete incluye:

- Uso de áreas verdes
- Cafetería permanente (refrigerios AM PM, Almuerzo, Cena)
- Equipo de sonido
- Acceso a áreas de recreación (limitadas)

7.3. Ubicación Geográfica del Mercado



Figura N° 21

Imagen satelital de la Ciudad de Cobija

Fuente: Google Maps

El mercado al cual nos dirigimos con el servicio del Hotel Hacienda Los mellizos es la Ciudad de Cobija, capital de departamento de Pando, también se pretende llegar a las personas del interior del país, quienes llegan al municipio por diferentes causas, las que podrían ser paseo, visita a familiares, cuestiones laborales, etc.

7.4. Análisis de la población

7.4.1. El Universo

El universo del presente proyecto de investigación viene a ser la totalidad de la población del municipio de Cobija que según el último censo realizado en 2012 asciende a 46.267 habitantes.

7.4.2. Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores y poder llegar a ellos con más facilidad.

Ya que es de carácter importante tener una adecuada segmentación de mercado el presente proyecto de investigación utilizara dos criterios para su segmentación.

➤ Segmentación Geográfica

Este tipo de segmentación nos permite usar un parámetro geográfico para segmentar a los clientes que pueden ser regiones, pueblos, ciudades, países, etc.

Para lo que es importante conocer el número de personas que viven en las regiones donde deseamos ingresar con el proyecto, para ello nuestro segmento geográfico será la ciudad de Cobija.

Como es de conocimiento general la ciudad de Cobija tuvo un incremento poblacional sobresaliente en esta última década ya que de 22.324 habitantes registrados en el CENSO 2001, en el 2012 alcanzaron los 46.267 habitantes con una tasa de crecimiento anual del 6.5%.

TABLA N° 6
 Población proyectada Ciudad de Cobija

AÑO	POBLACIÓN
2012	46.267
2013	51.130
2014	54.923
2015	58783
2016	62653

Fuente: Elaboración Propia según datos INE BOLIVIA

Con los datos estadísticos podremos conocer con más facilidad el comportamiento de nuestros posibles clientes en la región segmentada en cuanto a sus gustos y preferencias y que es lo que ellos desean y su actitud respecto a la implementación de un nuevo proyecto en la ciudad.

➤ **Segmentación Demográfica**

La segmentación demográfica consiste en dividir el mercado en variables como el sexo, edad, estado civil, familia, etc. La variable que utilizaremos para realizar la segmentación demográfica será la edad y el nivel de ingresos para conocer a nuestros posibles clientes potenciales.

Agruparemos por edades según los datos que nos proporcionada el INE para tener más facilidad en el manejo de la información, los cuales son:

Tabla N° 7
 Población Proyectada por Grupo de Edad

<u>Población por Grupo de Edad</u>	<u>Cobija</u> <u>Población CENSO</u> <u>2012</u>	<u>Cobija</u> <u>Población</u> <u>Proyectada 2016</u>
0-5 años	6.686	8.601
6-19 años	13.909	17.893
20-39 años	16.952	21.808
40-59	6.669	8.579
60 o más años (Tercera Edad)	2.051	2.639
TOTAL	46.267	59.521

Fuente: Elaboración Propia

El segmento de mercado el cual vamos a direccionar nuestro proyecto es una población de entre 20 – 59 años de edad, de clase media a alta, donde podemos determinar los siguientes grupos de clientes según la región donde viven y las actividades que realizan:

- Parejas, familias o grupos de amigos ya sean de la ciudad de Cobija o de los municipios cercanos interesados en realizar actividades de eco-turismo y aventura.
- Familias o grupos de amigos de los distintos departamentos del país que quieran salir de lo tradicional que deseen experimentar la vida campestre y les guste la aventura y el ecoturismo dentro de la amazonia boliviana.
- Grupos de trabajo que lleguen a la ciudad para convenciones o encuentros que necesiten tener todos los servicios concentrados en un solo lugar para mejor logística.

7.4.3. Calculo de la Muestra

Como mencionamos anteriormente nuestro segmento elegido son los habitantes del municipio de cobija de entre 20 y 59 años de edad, lo que nos lleva que para poder acceder

a la información necesario se deberá realizar una encuesta para el municipio de Cobija.

Ya que recoger información de todos los individuos es una tarea bastante difícil por no decir imposible por el tamaño de la población es necesario seleccionar una muestra representativa que nos ayude a recabar la información que necesitamos para el presente proyecto.

Para calcular la muestra representativa se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{NZ^2 p q}{Ne^2 + Z^2 p q}$$

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{30.387 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{30.387 * 0,5^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 95.70 \approx 96 \text{ encuestas}$$

Los resultados de la ecuación nos muestran que para poder obtener y conocer un poco más sobre las preferencias del municipio de Cobija se debe encuestar a un total de 96 personas aleatoriamente.

Con el fin de lograr lo propuesto se realizó las encuestas en el municipio de Cobija tratando de obtener los datos de todos los barrios de la ciudad.

7.4.4. Análisis de las Encuestas

PREGUNTA 1

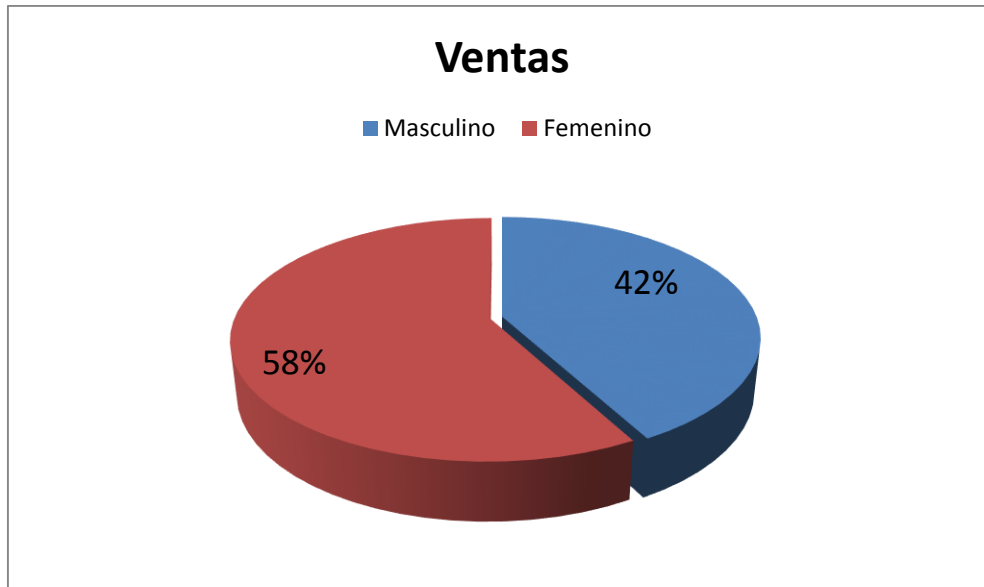


Figura N° 22

Levantamiento de información Pregunta 1 (**Genero**)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis.- De acuerdo con estos datos establecidos, se observa que de un 100% de las personas encuestadas el 42% son de sexo masculino y el restante es decir el 58% son de sexo femenino.

Tabla N° 8

Levantamiento de información Pregunta 1 (**Genero**)

<u>GENERO</u>	<u>PORCENTAJE</u>	<u>CANTIDAD</u>
MASCULINO	42%	41 Hombres
FEMENINO	58%	55 Mujeres

Fuente: Elaboración Propia

PREGUNTA 2

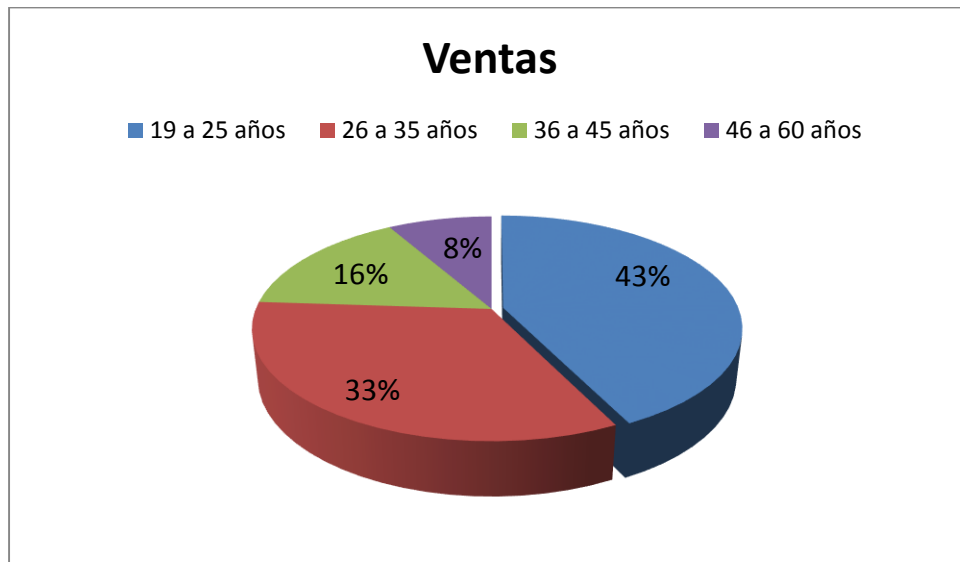


Figura N° 23

Levantamiento de información Pregunta 2 (**Edad**)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis.-Nos indica que el 42,71% de las personas encuestas están entre el rango de edad de 19 a 25 años, el 29.17% están entre los 26 y 35 años, el 15,62% entre los 36 y 45 años, el 8,34% entre los 46 y 60 años.

Tabla N° 9

Levantamiento de información Pregunta 2 (**Edad**)

<u>RANGO DE EDAD</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>PORCENTAJE</u>
19 a 25 años	41 personas	42,71%
26 a 35 años	28 personas	29,17%
36 a 45 años	15 personas	15,62%
46 a 60 años	8 personas	8,34%
Más de 60 años	4 personas	4,15%

Fuente: Elaboración Propia

PREGUNTA 3

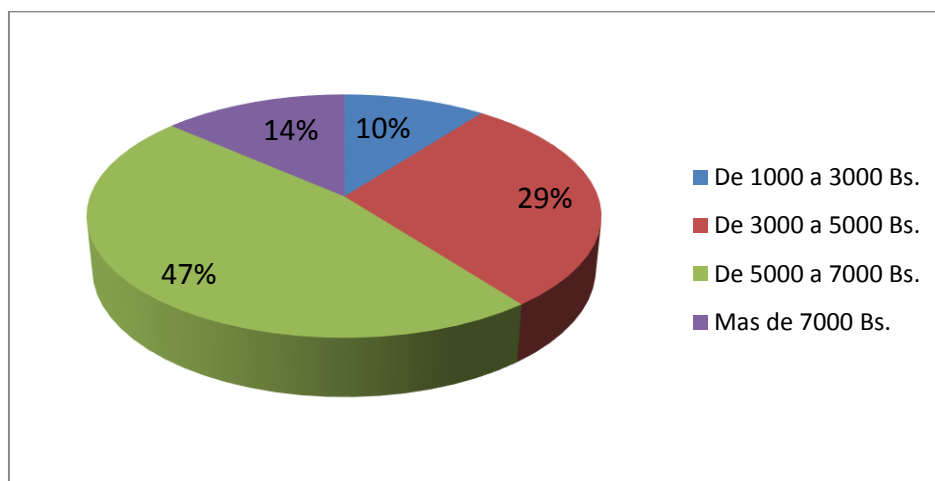


Figura N° 24

Levantamiento de información Pregunta 3 (**Ingreso Promedio Familiar**)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis.-En el gráfico podemos observar que mayor porcentaje encuestado dice que su promedio de ingreso mensual es de 5000 a 7000 Bs, seguido de un 29% que dice que su ingreso es de 3000 a 5000 bs. Un 14% nos dice que su ingreso mensual sobrepasa los 7000 bs. Y un 10% dice que su ingreso esta entre 1000 a 3000 bs. Cabe resaltar que promedio familiar resulta de la sumatoria de ingresos en una familia tomando en cuenta todos sus integrantes que estas tengan, además que solo se tomó en cuenta familias de clase media a alta.

Tabla N° 10

Levantamiento de información Pregunta 3 (**Ingreso Promedio Familiar**)

<u>Ingreso Mensual</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje</u>
De 1000 a 3000 Bs	10 personas	10,42%
De 3000 a 5000 Bs.	28 personas	29,17%
De 5000 a 7000 Bs.	45 personas	46,88%
Más de 7000 Bs.	13 personas	13,54%

Fuente: Elaboración Propia

PREGUNTA 4

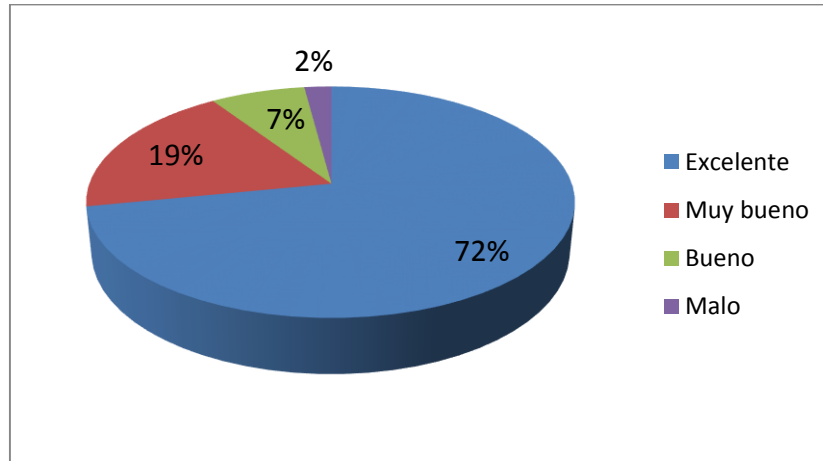


Figura N° 25

Levantamiento de información Pregunta 4(**Opinión respecto a la creación del Hotel Hacienda Los Mellizos**)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis.-En el resultado de las encuestas vemos que hay una gran aceptación de la población ante la creación del Hotel Hacienda Los Mellizos en la ciudad de Cobija ya que a un contundente 72% de la gente le pareció una excelente idea su implementación, seguido de un 19% que le parece que es muy bueno, un 7% que le parece Bueno y tan solo el 2% que no está de acuerdo con la creación del Hotel.

Tabla N° 11

Levantamiento de información Pregunta 4 (**Opinión respecto a la creación del Hotel Hacienda Los Mellizos**)

<u>Opinión</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje</u>
Excelente	69 personas	72%
Muy Bueno	18 personas	19%
Bueno	7 personas	7%
Regular	2 personas	2%

Fuente: Elaboración Propia

PREGUNTA 5

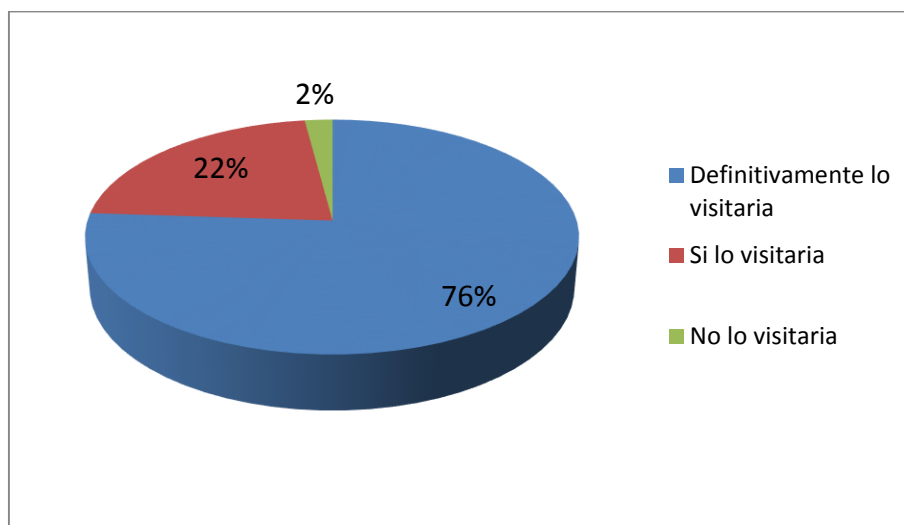


Figura N° 26

Levantamiento de información Pregunta 5 (**Visitaría usted un sitio de este tipo**)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis.-Del 100% de las personas encuestadas 72% dijo que definitivamente lo visitarían, el 22% que si lo visitarían y solo el 2% dijo que no les interesa visitarlo.

Tabla N° 12

Levantamiento de información Pregunta 5 (**Visitaría usted un sitio de este tipo**)

<u>Visitaría este sitio</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje</u>
Definitivamente lo visitaría	73 personas	72%
Si lo visitaría	21 personas	22%
No lo visitaría	2 personas	2%

Fuente: Elaboración Propia

PREGUNTA 6

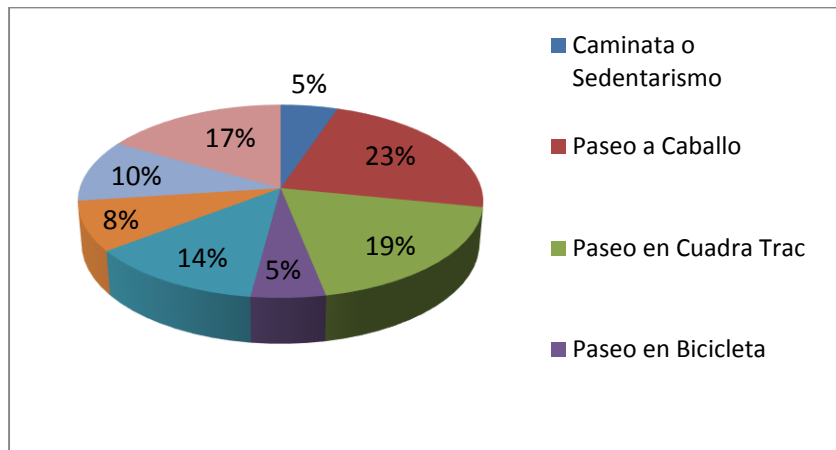


Figura N° 27

Levantamiento de información Pregunta 6 (**Le gustaría que el lugar contara con actividades de eco aventura**)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis.-La pregunta para determinar qué tipo de actividades de eco aventura contara el hotel hacienda arrojó los siguientes resultados sin duda alguna la actividad más solicitada por nuestros encuestados es el paseo a caballo con un 23%, seguido paseo en cuadra trac con un 19%, también genera mucho interés el participar en actividades agrícolas del lugar con un 17%, el paseo en canoa y pesca con un 14%, las excursiones un 10%, el camping un 8%, y se divide en último lugar la caminata y el paseo en bicicleta con un 5% cada uno.

Tabla N° 13

Levantamiento de información Pregunta 6 (**Le gustaría que el lugar contara con actividades de eco aventura**)

<u>Actividades de Eco aventura</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje</u>
Caminata o sedentarismo	5 personas	5%
Paseo en caballo	22 personas	23%
Paseo en cuadra trac	18 personas	19%
Paseo en Bicicleta	5 personas	5%
Paseo en Canoa y pesca	12 personas	14%

Camping	8 personas	8%
Excursiones	10 personas	10%
Participar en actividades agrícolas del lugar	16 personas	17%

Fuente: Elaboración Propia

PREGUNTA 7

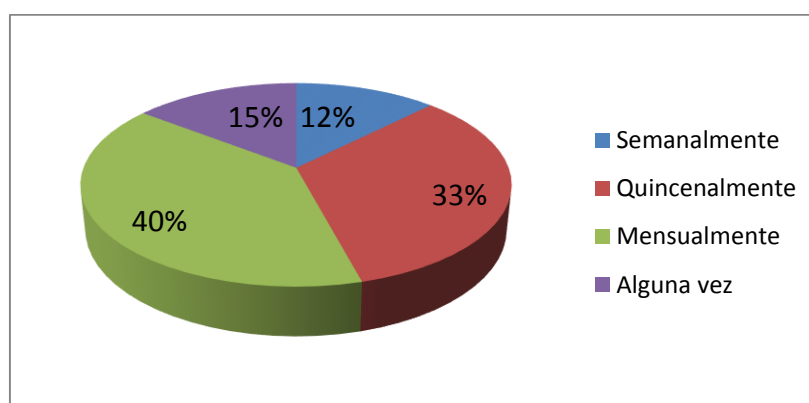


Figura N° 278

Levantamiento de información Pregunta 7 (Con qué frecuencia lo visitaría)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis.-Según las encuestas el 40% estarían dispuestas a visitar en Hotel Hacienda una vez al mes, el 33% lo visitaría quincenalmente, el 15% dice que lo visitaría alguna vez y el 12% lo visitaría semanalmente.

Tabla N° 14

Levantamiento de información Pregunta 7 (Con qué frecuencia lo visitaría)

<u>Frecuencia de visita</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje</u>
Semanalmente	12 personas	12,5%
Quincenalmente	32 personas	33,33%
Mensualmente	38 personas	39,58%
Alguna vez	14 personas	14,58%

Fuente: Elaboración Propia

PREGUNTA 8

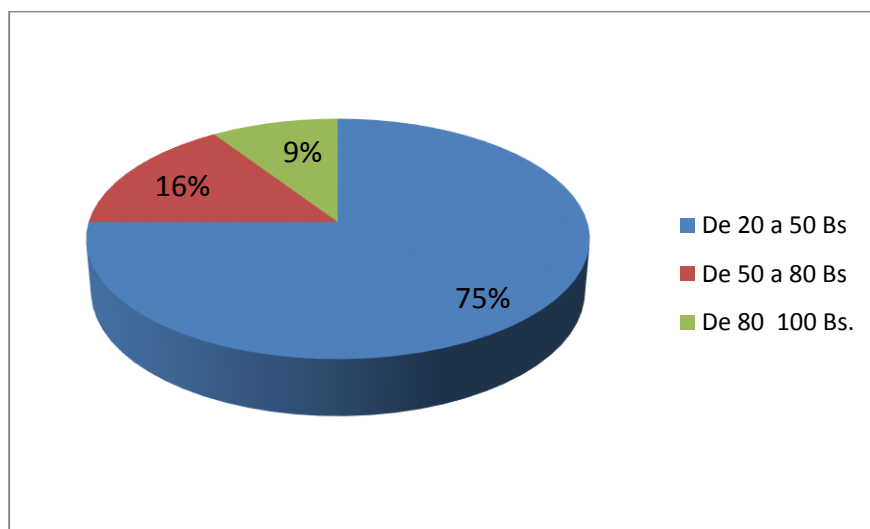


Figura N° 29

Levantamiento de información Pregunta 8 (Cuanto estaría dispuesto a Pagar por el ingreso a las instalaciones, incluyendo las actividades de eco aventura)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis.-La población encuestada nos indica en un 75% que estarían dispuestos a pagar por el acceso a las instalaciones en un rango de 20 a 50 Bs. El 15,63% nos dice que aceptarían pagar entre 50 y 80 Bs por el servicio diferenciado que ofrece el Hotel Hacienda y el 9% accedería a pagar entre 80 y 100 Bs.

Tabla N° 15

Levantamiento de información Pregunta 8 (Cuanto estaría dispuesto a Pagar por el ingreso a las instalaciones, incluyendo las actividades de eco aventura)

<u>Precio por uso de instalaciones</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje</u>
De 20 a 50 Bs.	72 personas	75%
De 50 a 80 Bs.	15 personas	15,63%
De 80 a 100 Bs	9 personas	9,38%

Fuente: Elaboración Propia

PREGUNTA 9

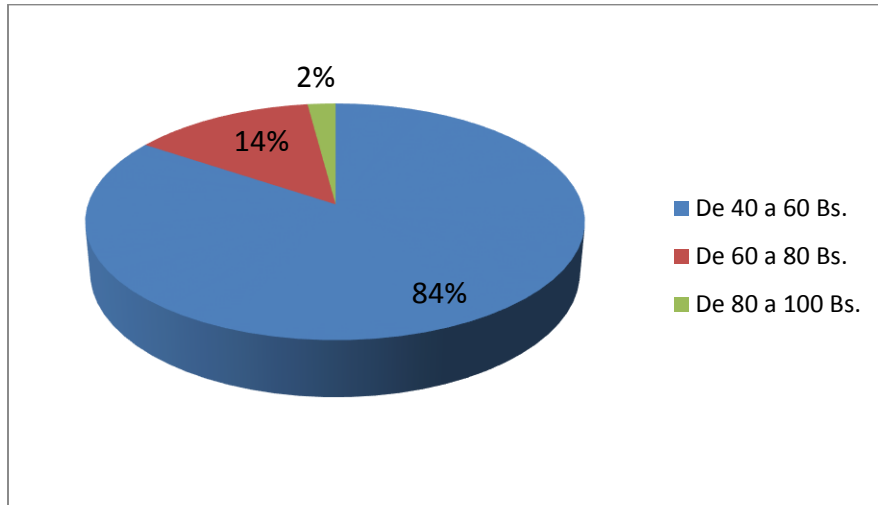


Figura N° 30

Levantamiento de información Pregunta 9 (**Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo buffet (tenedor libre) dentro de las instalaciones**)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis.-El resultado de las encuestas nos muestra que el 84% de las personas encuestadas aceptan con un precio justo el rango de 40 a 60Bs. Para un almuerzo buffet en las instalaciones del Hotel Hacienda Los Mellizos, el 14% dice que accedería a pagar entre 60 a 80 Bs. Y solo el 2% podría pagar de 80 a 100Bs.

Tabla N° 16

Levantamiento de información Pregunta 9 (**Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo buffet (tenedor libre) dentro de las instalaciones**)

<u>Precio Comida Buffet</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje</u>
De 40 a 60 Bs.	81 personas	84,38%
De 60 a 80 Bs.	13 personas	13,54%
De 80 a 100 Bs.	2 personas	2,08%

Fuente: Elaboración Propia

PREGUNTA 10

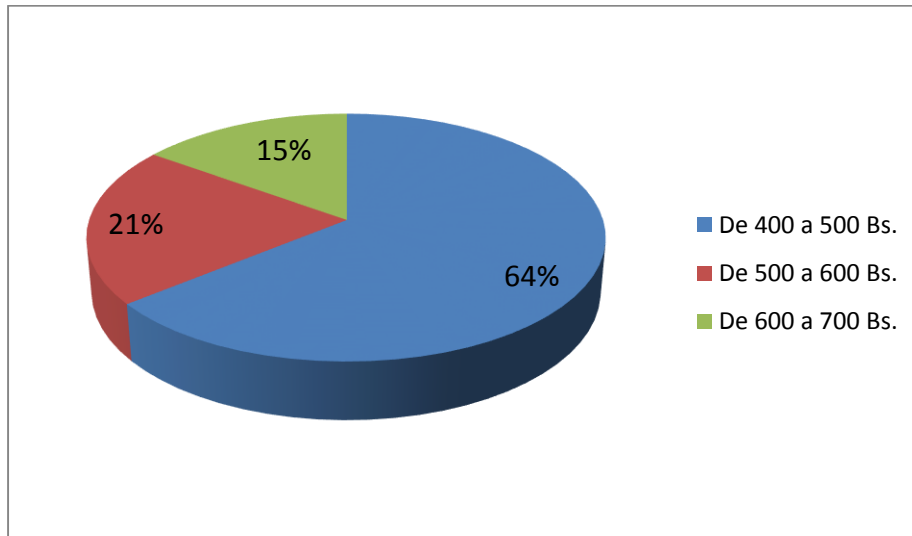


Figura N° 31

Levantamiento de información Pregunta 10 (**Cuanto estaría dispuesto a pagar por una noche en el Hotel Hacienda Los Mellizos para dos personas con desayuno incluido**)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis.- Por una noche en el Hotel Hacienda Los Mellizos el 64% estaría dispuesto a pagar entre 400 y 500 Bs. El 21% estaría dispuesto a pagar entre 500 y 600 Bs. Y el 15% accedería a pagar entre 600 y 700 Bs.

Tabla N° 17

Levantamiento de información Pregunta 10 (**Cuanto estaría dispuesto a pagar por una noche en el Hotel Hacienda Los Mellizos para dos personas con desayuno incluido**)

<u>Precio de Hospedaje</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje</u>
400 a 500 Bs.	68 personas	70,83%
500 a 600 Bs.	22 personas	22,92%
600 a 700 Bs.	16 personas	16,67%

Fuente: Elaboración Propia

Pregunta 11

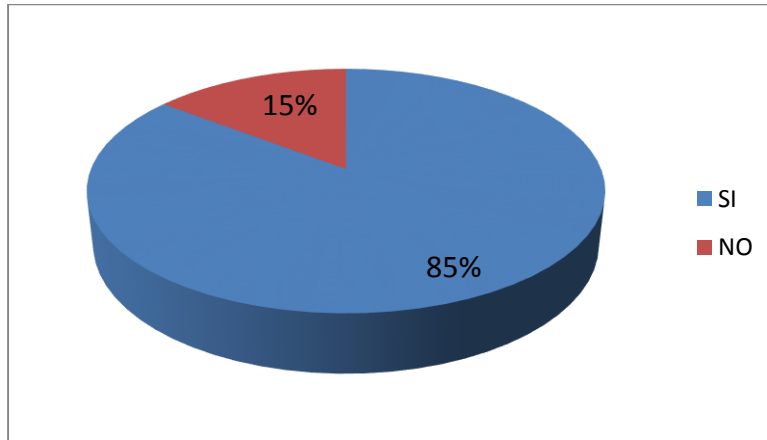


Figura N° 32

Levantamiento de información Pregunta 11 (**Posee vehículo Propio**)

Fuente: Elaboración Propia

Análisis.-Los resultados nos muestran que el 85% de las personas encuestadas poseen vehículo propio y solo el 14% no tiene, lo que nos favorece mucho porque se tiene mayor facilidad para llegar al Hotel Hacienda.

Tabla N° 18

Levantamiento de información Pregunta 11 (**Posee vehículo Propio**)

<u>Posee Vehículo</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Porcentaje</u>
SI	82 Personas	85,41%
NO	14 Personas	14,58%

Fuente: Elaboración Propia

7.5. Demanda y consumidor

Los destinos más visitados por los turistas nacionales y extranjeros durante los últimos cinco años son el Salar de Uyuni y el Madidi, el primero que desde que se inició con las actividades del DAKAR tuvo un notable incremento en sus visitas, tomando en cuenta que en el año 2012 en los meses de Enero a Julio ingresaron 42.576 turistas y en el 2014 solo el tiempo que duro el DAKAR se registró el ingreso de un total de 245.800 turistas. Lo que convierte en el principal atractivos del país.

El análisis de la demanda en esta investigación, desea conocer las características de la población en relación con:

- Su oportunidad en el mercado, si existe demanda insatisfecha o demanda satisfecha del servicio que se desea dar.

7.5.1. Análisis de la Demanda

El presente proyecto por ser pionero en el servicio ofrecido en la ciudad no cuenta con demanda histórica, por lo se realiza el análisis de acuerdo a las encuestas realizadas y los datos estadísticos obtenidos del CENSO 2012.

Tomando en cuenta que se consideró como población segmentada a las personas de entre 20 a 59 años de la ciudad de Cobija que da un total de 30.387 habitantes para el 2016, de los cuales el 72% dijo que si definitivamente visitaria el Hotel Hacienda Los Mellizos por los servicios ofrecidos, pero con el objetivo de crear una demanda lo más real posible se tomara en cuenta solo la clase media a alta del población que creemos que es la con más accesibilidad a nuestros servicios.

Según una publicación del periódico Los Tiempos de fecha de febrero del 2016 donde contiene un documento que expone la percepción que tiene los bolivianos de sus situación socioeconómica en base a encuestas en 38 países incluidos Bolivia da como resultado que el 53% de los bolivianos se declara como clase media, el 39% clase baja y el 5% restante de

clase alta. Según los datos podemos decir que los clientes meta a los que nuestro servicio va destinado representaría el 58% de la población segmentada.

Tabla N° 19

Demanda Hotel Hacienda Los Mellizos

DEMANDA HOTEL HACIENDA LOS MELLIZOS	
Población entre 20 y 59 años	30.387
Población que definitivamente visitaría en	
Hotel Hacienda Los Mellizos	72%
Posibles clientes	21.878
Porcentaje Clase media-alta	58%
Cientes reales de Hotel por año	12.689

Fuente: Elaboración Propia

Por la dificultad que resulta realizar las encuestas en el interior del país y habiendo puesto como público objetivo a los mismos es necesario realizar el análisis de la demanda utilizando otros recursos, en este caso el de la estimación respaldándolos con información de fuentes secundarias y terciarias.

De acuerdo a un artículo del periódico EL MUNDO de fecha 31 de julio del año 2015, son alrededor de 123.000 pasajeros que utilizan el Aeropuerto Aníbal Arab de la ciudad de Cobija de los cuales el 30 % no radican ni viven en la ciudad, ni en los municipios aledaños, pues estos llegan a la ciudad por lo general a visitar a algún familiar, por cuestiones de negocios o por algún encuentro o convención interdepartamental de empresas o instituciones donde la capital pandina es elegida como anfitrión para dichos eventos. Ver anexo n° 2.

De la cifra estimada de visitantes, el proyecto pretende captar al 5% que llegaría a representar aproximadamente 1.800 personas anualmente que visitarían el Hotel Hacienda Los Mellizos.

Tabla N° 20

Estimación de Visitas del Interior del País

Personas que llegan a Cobija temporalmente	Estimación de visitas por año	Estimación de visitas por mes	Estimación de visitas por semana
36.000	1.800	150	38

Fuente: Elaboración Propia

7.5.2. Demanda Proyectada

Se entiende por demanda proyectada al comportamiento que tiene la demanda del servicio en el tiempo, tomando en cuenta los factores que intervienen actuaran de la misma forma en el futuro. Por lo tanto tomaremos la tasa de crecimiento poblacional del 6,5% obtenido por el INE de acuerdo a los datos del CENSO 2012.

Tabla N° 21

Demanda Proyectada

AÑO	POBLACION	DEMANDA DE VISITA POR AÑO	DEMANDA DE VISITA POR MES	DEMANDA DE VISITA POR SEMANA
2016	30.387	12.689	1,057	264
2017	32.362	13.513	1.126	281
2018	34.465	14.391	1.199	299
2019	36.705	15.326	1.277	319
2020	39.090	16.322	1.360	340
2021	41.630	17.382	1.448	362

Fuente: Elaboración Propia

7.6. Análisis de la Oferta

La Oferta es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

Se realizó el análisis de la oferta para identificar si en la ciudad de Cobija existe un lugar que cuente con las mismas características al Hotel Hacienda Los Mellizos, pero según la información actualmente no se cuenta con lugares similares al propuesto por lo tanto no se tiene una competencia directa.

7.7. Análisis de la Demanda Insatisfecha

Se entiende por demanda insatisfecha a aquella demanda planteada que excede a la oferta planteada y que por lo tanto no se puede acceder a la compra efectiva de un bien o servicio.

Al no contar con otra oferta similar en la ciudad de Cobija, podemos determinar que la demanda es igual a la demanda insatisfecha.

Tabla N° 22

Demanda Insatisfecha

<u>Demanda</u>	<u>Oferta</u>	<u>Demanda Insatisfecha</u>
12.689	0	12.689 por año

Fuente: Elaboración Propia

8. ESTRATEGIA DE MERCADEO

El plan de marketing que se realizara tendrá como objetivo desarrollar las estrategias necesarias en el mercado para obtener la satisfacción del cliente, aprovechando las fortalezas de la empresa.

Para ello es fundamental definir cuál será la Misión y Visión de la empresa como referencia que orienta todas las acciones la empresa.

MISIÓN

Ofrecer servicios de recreación y hospedaje superando las expectativas de nuestros clientes, combinando la naturaleza y las actividades recreativas para lograr la satisfacción de todas las necesidades y deseos con una excelente actitud de servicio, para que nuestros visitantes tengan experiencias inolvidables ayudando a la conservación del medio ambiente y fomentando el ecoturismo.

VISIÓN

Posicionarse como el mejor ambiente tanto para descanso como para el ecoturismo, llegando a convertirnos en el complejo más innovador y líder a nivel departamental, logrando el reconocimiento por la calidad de nuestros servicios, la optimización de nuestros recursos, el trabajo en equipo y la conservación del medio ambiente.

VALORES

- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Honradez

8.1. Análisis estratégico

Se refiere a la forma que se utilizaran las fortalezas de la empresa para aprovechar las oportunidades que nos ofrezca el mercado.

Tabla N° 23
 Análisis FODA

FORTALEZAS:	DEBILIDADES:
<p>Excelente ubicación: Cobija por estar en la amazonia boliviana posee una biodiversidad incomparable, y hace de este lugar el indicado para desarrollar un proyecto de esta naturaleza, en el que el medio ambiente es el atractivo principal.</p> <p>Actividades recreativas: Hotel Hacienda Los Mellizos ofrecerá actividades recreativas, para que nuestros visitantes puedan dejar de lado el estrés de la vida cotidiana de la ciudad.</p> <p>Precios accesibles: se tendrá la capacidad de combinar precios medios con calidad en el servicio.</p> <p>Bienestar: Brindaremos salud física, mental y espiritual al poder descansar y disfrutar en medio de la naturaleza.</p> <p>Experiencias: Lo que vendemos no es un simple hospedaje sino experiencias en conjunto al estar en contacto con la amazonia, conocerla y disfrutar de actividades dentro de ella.</p>	<p>Falta de promoción: Pese a que Cobija posee una hermosa naturaleza y atractivos turísticos, no es un lugar muy visitado por los turistas, porque no se ha promocionado sus imagen como lugar turístico de Bolivia.</p> <p>Distancia: Cobija se encuentra ubicado al norte de Bolivia por lo que la distancia con los otros departamentos es considerable. Dado esta situación se utiliza como medio de transporte el avión que muchas veces incrementa el presupuesto al turista.</p> <p>Financiamiento: Pese a que el Gobierno instauro una ley para incentivar el turismo, aun en el municipio se tiene grandes dificultades para ser beneficiado con un crédito bancario.</p>

OPORTUNIDADES:	AMENAZAS:
<p>Municipio de Cobija: está considerado como atractivo turístico por su riqueza amazónica por esta razón se analiza propuestas para desarrollar el turismo de la zona, lo que beneficiaría al hotel hacienda porque incrementaría la demanda potencial.</p> <p>Agro- Eco turismo: Por su riqueza de la región podemos combinar el turismo con áreas como la agricultura, ganadería, y la ecología, para que el visitante pueda ser parte de estas actividades, conocer cómo se las realizan y disfrutar de actividades que tal vez nunca antes realizo.</p> <p>Bolivia: Ley general de turismo “Bolivia te espera”, 25 de septiembre de 2012.- La presente Ley tiene por objeto establecer las políticas generales y el régimen del turismo del Estado Plurinacional de Bolivia, a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario. Ley que pretende incentivar y fomentar el turismo en todo el territorio nacional lo que ayuda de grana manera al Hotel Hacienda</p>	<p>Temporada de crecida del rio Acre.- Durante los últimos años la capital pandina ha sufrido serias consecuencias a causa de las crecidas del rio Acre dejando muchas familias sin hogar y afectando a la economía local. Aunque dichas inundaciones no afectan directamente al Hotel porque este se encuentra en una zona lejana y además alta, si se podría sufrir sus repercusiones en el tema económico, ya que por estas razones muchos de los turistas abandonan su idea de viajar por miedo a su bienestar físico y se pierden muchos clientes locales por las mismas razones de verse ajustados económicamente.</p> <p>Deficiente Infraestructura en vías.- Poco mantenimiento en vías que conectan al Hotel con la ciudad, provocando temporalmente perdida de comunicación ocasionando perjuicios para el traslado.</p>

Fuente: Elaboración propia

8.1.1. Situación competitiva- análisis PORTER

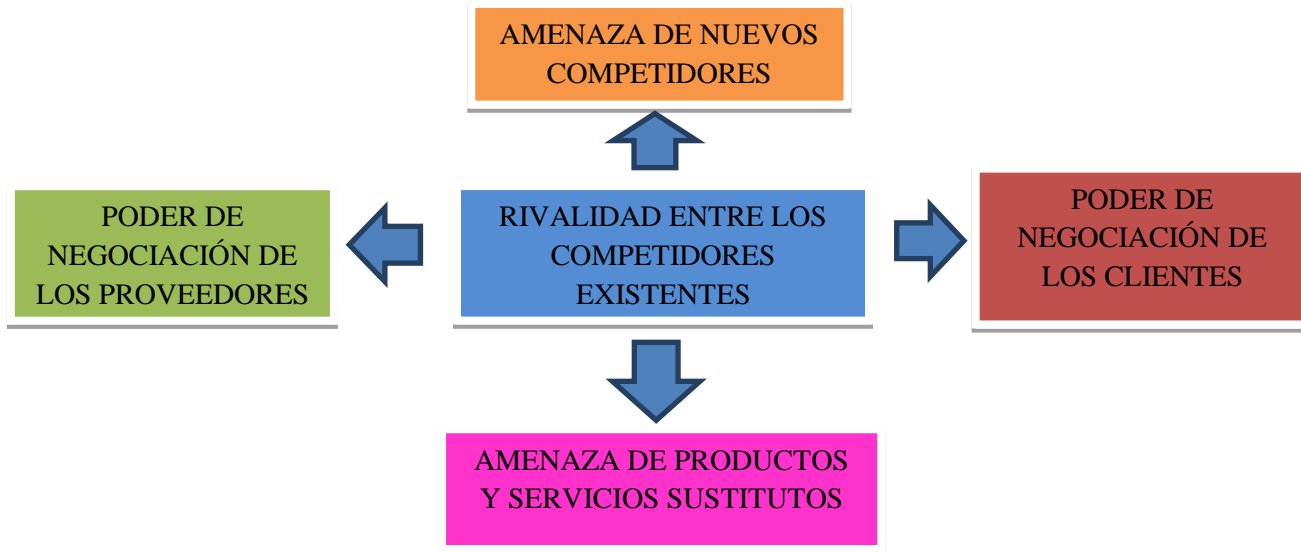


Figura N° 33

Análisis PORTER

Fuente: Elaboración Propio

➤ Poder de Negociación de los Proveedores

Se tendrá un poder de negociación bajo con respecto a los proveedores, ya que en este mercado van a existir una cantidad de ofertantes, por lo que puede resultar útil obtener mejores precios.

➤ Poder de Negociación de los clientes

El poder de negociación con los clientes será alto ya que estos podrán comparar los precios de otros hoteles locales, ya que algunos buscan economía antes de servicio diferenciado.

➤ Rivalidad entre los Competidores existentes

No se presenta actualmente competencia directa, ya que actualmente no existen en la ciudad lugares similares al que ofrecemos, por lo tanto la rivalidad entre competidores es baja.

➤ **Amenaza de Nuevos Competidores**

No se presentan competidores potenciales por el momento, puesto que se tiene registro legal de alguno.

➤ **Amenaza de Productos y Servicios Sustitutos**

Se podría catalogar como sustituto a los hoteles de la ciudad que solo presentan el servicio de hospedaje y alimentación con precio más bajo, pero no llegaría a compararse con el servicio que ofreceremos

8.2. Estrategias comerciales: Marketing mix

Con el objetivo de producir la respuesta deseada en el mercado meta, la empresa ha decidido combinar de la siguiente manera las herramientas de marketing conocidas como las siete Ps de servicio:



Figura N° 34

Siete Ps Marketing Mix

Fuente: Elaboración Propia

8.2.1. Servicio

8.2.1.1. Descripción del Servicio

Hotel Hacienda Los mellizos, es un Hotel ecológico, cuyo ente diferenciador con los hoteles del municipio es transmitir experiencias mediante la convivencia con el medio ambiente al natural, con alta calidad en atención, cómodos y confortables ambientes.

El hotel hacienda Los Mellizos será un espectacular ambiente fuera de lo común, con inigualables paisajes, con lagunas artificiales, senderos aptos para caminatas, cabalgatas y hermosos jardines tropicales. El éxito de la empresa será la innovación constante lo que llevara a la rentabilidad de la misma.

Hotel Hacienda Los Mellizos contara inicialmente con seis cabañas para disposición de los huéspedes, con servicios básicos, senderos para caminar, montar caballos y pasear en cuadra trac.

Durante su estadía en el Hotel Hacienda los Mellizos, disfrutaran de todo su entorno y de las actividades propias de una hacienda como caminatas alrededor de senderos ecológicos donde podrán estar en contacto con la flora y fauna que habita en los bosques al mismo tiempo de conocer más acerca de ellos, conocer sus nombres según sus especies y sus características. Dar paseos por el lago y, participar en actividades agrícolas del lugar como ordeñar las vacas, dar comidas a los chanchos y gallinas, aprender a plantar un árbol y conocer cómo debemos cuidarlos, entre otros.

Realizar actividades deportivas como futbol, vóley, natación y aprender a pescar de la forma más segura y tranquila, poder realizar campamentos entre amigos y un sinnón de actividades más.

Adicionalmente tendrán servicio de restaurant o si gustas prepararla por ti misma se contara con áreas de churrasqueros individuales con derecho al área de piscina, sala de juegos, gimnasio, así como también durante las noches podrán disfrutar de nuestro bar-karaoke.

Nuestra oferta es brindar la más alta calidad en servicios y así marcar la diferencia, esto se

lograra en base a nuestras instalaciones físicas, personal capacitado, promoción e innovación constante.

Instalaciones:

➤ **Cabañas.-** Nuestro hotel contara con cabañas de diversas capacidades, y habitaciones para mayor capacidad, equipadas con todo lo necesario para crear un ambiente confortable y de calidad, en una combinación perfecta con la naturaleza para que usted pueda disfrutar de una experiencia inolvidable.

- Cabaña Doble

- ✓ Capacidad para 2 personas
- ✓ 1 suit con baño privado (Cama matrimonial)
- ✓ Aire acondicionado
- ✓ Tv. Cable
- ✓ Frigo bar (Costo adicional de acuerdo a consumo)

- Cabaña Especial

- ✓ Capacidad para 3 o 4 personas
- ✓ 2 Habitaciones (1 cama matrimonial, 2 simples)
- ✓ Baño privado
- ✓ Aire acondicionado
- ✓ Tv. Cable
- ✓ Frigo bar (Costo adicional de acuerdo a consumo)
- ✓ wifi

- Cabaña familiar.-

- ✓ Capacidad de 4 a 6 personas
- ✓ 1 suit (1 cama matrimonial y baño privado)
- ✓ 2 habitaciones dobles (con 2 camas simples cada una)

- ✓ 1 baño
- ✓ Aire acondicionado
- ✓ Tv. Cable
- ✓ Frigo bar (Costo adicional de acuerdo a consumo)
 - Áreas de campamentos
- ✓ Baños
- ✓ Vestidores
- ✓ Duchas
- ✓ Equipo de camping incluido

- **Restaurant.-** construido al estilo rustico, en un entorno confortable y rodeado de árboles que dan una frescura única al momento de disfrutar de alimentos naturales propio de la región.
- **Bar-karaoke.-** donde podremos reunirnos en familia y amigos compartiendo charlas amenas, música y bebidas refrescantes.

- **Capilla.-** un lugar destinado para matrimonios, bautizos o cualquier evento religioso, con detalles rústicos que van de acuerdo con el lugar.
- **Piscina, hamacarios.-** lugares cómodos para que disfrute su estadía como usted lo prefiera.

- **Churrasqueros individuales.-** si bien usted desea pasar en el día con su familia o amigos y desea realizar su propia comida, contamos con áreas de Churrasqueros para su propia comodidad.
 - Churrasqueros
Diviértase con sus seres queridos preparando su propio churrasquito. El paquete Churrasqueros ofrece:

- ✓ Parrilla
- ✓ Sillas
- ✓ mesas
- ✓ Todos los utensilios (platos, cubiertos, etc.)

Actividades:

- **Caminatas o sedentarismo.-** en los alrededores del hotel existen infinidad de lugares interesantes para visitar. La exuberante belleza predomina y privilegia sitios que son verdaderos paraísos. En la caminata se podrá observar la hermosa biodiversidad que existe en el lugar, conocer y conocer más acerca de ella.
- **Paseo a caballo.-** Disfrutar y aprender a montar caballo y pasear con ellos por los campos del hotel, es sin duda una experiencia inolvidable.
- **Paseo en cuadra trac o bicicleta.-** Paseos por los senderos, sintiendo la adrenalina de sentir ser el piloto de tus propias aventuras.
- **Paseo en canoa.-** Disfrutar paseos en las lagunas artificiales y pasar una experiencia inolvidable a lado de tus seres queridos.
- **Participar en actividades agrícolas.-** Si alguna vez te pusiste a pensar cómo será la vida de campo, esta es tu oportunidad para conocerla y aprender de ella, despertar de madrugada para ordeñar tu propia leche para el desayuno, dar comida a los chanchos, aprender a plantar un árbol y saber cómo cuidarlo, conocer como es la actividad ganadera y muchas cosas más que te llenaran de experiencias inolvidables.
- **Fogata.-** Una velada a la orilla de la laguna artificial a la luz de la luna y sintiendo el calor del fuego, compartiendo con música, guitarras, bailes, anécdotas y mucho más.

- **Sala de juegos.-** Si te gustan los juegos de mesa y deseas pasar un momento divertido con tus amigos, contamos con mesas de ping pon y villar.
- **Actividades deportivas.-** Si lo tuyo son los deportes al aire libre contamos con canchas deportivas de futbol y vóley val.

Paquetes en Hospedaje

- **Los Mellizos Full Día (1 día)**
 - Uso de las instalaciones
 - Acceso a áreas recreativas

- **Los Mellizos Full Fin de Semana (2 días 1 noche)**
 - Hospedaje en cabañas
 - Desayuno al estilo campestre con buffet de frutas de la región
 - Almuerzo Buffet
 - Cena Buffet
 - Uso de las instalaciones
 - Karaoke o fogata
 - Acceso a áreas recreativas

- **Los Mellizos Full Vacación (3 días 2 noches)**
 - Hospedaje en Cabañas
 - Desayuno al estilo campestre con buffet de frutas de la región
 - Almuerzos Buffet
 - Cena Buffet
 - Uso de las instalaciones
 - Karaoke y fogata
 - Acceso a áreas recreativas

Paquete en eventos

➤ Los Mellizos Fiesta

Para que usted pase un momento agradable en la fecha de su cumpleaños, matrimonio, 15 años o cualquier evento importante le ofrecemos el servicio de ión de eventos en nuestras instalaciones y con todo el equipamiento necesario para 200 personas, como ser:

- Mesas
- Sillas
- Mantelería Básica
- Atención de garzones

Todo de acuerdo al pedido del cliente

Servicios adicionales:

- Comida
- Bebidas
- Grupo musical
- Equipo de sonido
- Arreglos florales

➤ Los Mellizos Eventos

Hotel Los Mellizos cuenta con ambientes propicios para la realización de eventos en sus instalaciones, áreas verdes y áreas cerradas, que se acomodan a los requerimientos del cliente.

Este paquete ha sido elaborado especialmente para grupos empresariales que desean realizar encuentros, reuniones y/o convenciones en nuestras instalaciones

El paquete incluye:

- Uso de áreas verdes
- Cafetería permanente (refrigerios AM PM, Almuerzo, Cena)
- Equipo de sonido
- Acceso a áreas de recreación (limitadas)

8.2.1.2. Imagen Corporativa

La imagen corporativa es la forma en que se percibe una compañía, es la imagen de lo que la compañía significa, es la percepción del espectador. La imagen corporativa es nuestra carta de presentación, la primera impresión que el espectador tendrá de nosotros, para que esta funcione y ayude a obtener confianza del público objetivo debe reflejar la personalidad de la empresa y sus valores.

La imagen corporativa está formada por diversos componentes que al trabajar conjuntamente permiten posicionar a la empresa en la mente del cliente. Algunos de estos son:

➤ **Nombre de la Empresa**

Del nombre depende la primera impresión que los clientes se llevan de una empresa, por ello es importante escogerlo correctamente.

El nombre que llevara será:

HOTEL HACIENDA LOS MELLIZOS

Figura N° 35

Nombre de la Empresa

Fuente: Elaboración Propia

➤ **Isologotipo**

Este cuenta con el logotipo (la tipografía) más el isotipo (logo o imagen). El logo debe ser comprensible por el público y al mismo tiempo atractivo para los clientes potenciales.

El logo del presente proyecto es el siguiente:



Figura N° 36

Logotipo de la Empresa

Fuente: Elaboración Propia

➤ **Slogan**

Debe ser atractivo y dar impresión de prestigio y originalidad, es de gran efectividad para la credibilidad de un negocio.

Nuestro slogan es el siguiente:

Viví la Experiencia Amazónica

Figura N° 37

Slogan de la Empresa

Fuente: Elaboración Propia

8.2.2. Precio

En la determinación del precio de nuestros servicios se consideró que debido a que nuestra estrategia está enfocada en la diferenciación, para poder ofrecer servicios de calidad, debemos de establecer precios que nos ayuden a cubrir los costos y así satisfacer las necesidades de los visitantes más exigentes, por lo que nuestros clientes meta tendrán el poder adquisitivo suficiente para acceder a nuestros servicios.

Tabla N° 24

Precios Propuesto Marketing

<u>Descripción</u>	<u>Precio Propuesto</u>
Ingreso al complejo con derecho a actividades recreativas (full día)	40 Bs.
Manilla para almuerzo buffet por persona	65 Bs.
Paquete Hospedaje para 2 días y una noche	400 Bs.
Paquete Hospedaje para 3 días y 2 noches	700 Bs.
Paquete Los Mellizos Fiesta 200 Personas	7.000 Bs.
Atención de eventos Corporativos 100 personas	12.000 Bs.

Fuente: Elaboración Propia

8.2.3. Plaza

Para poder llegar a todo público contaremos con una página de internet, en la cual se describirá todos los servicios que ofrecemos y se brindara las facilidades para poder realizar reservas y cotizaciones de paquetes turísticos incluyendo las actividades ofrecidas en cada uno.

También se participara en actividades de promoción turística organizadas a nivel departamental y nacional, además con la cercanía a la frontera brasilera participaremos en ferias y eventos para hacernos conocer.

Canal Directo

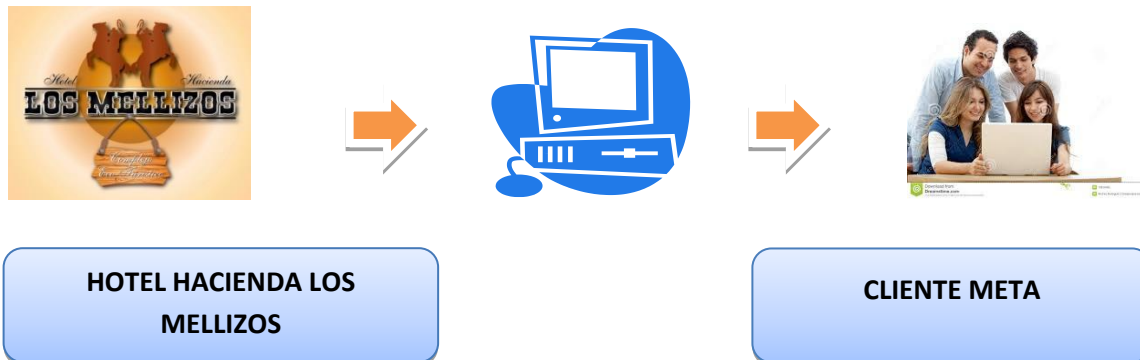


Figura N° 38
Canal de Distribución Directo
Fuente: Elaboración Propia

Canal Indirecto



Figura N° 39
Canal de Distribución Indirecto
Fuente: Elaboración Propia

8.2.4. Promoción

Debido a la alta influencia que ejerce la comunicación en las ventas. Es muy importante que se utilicen los medios adecuados para dar a conocer el Hotel Hacienda Los Mellizos a sus clientes potenciales.

Para la mezcla promocional se utilizaran los siguientes medios para comunicar nuestros servicios:

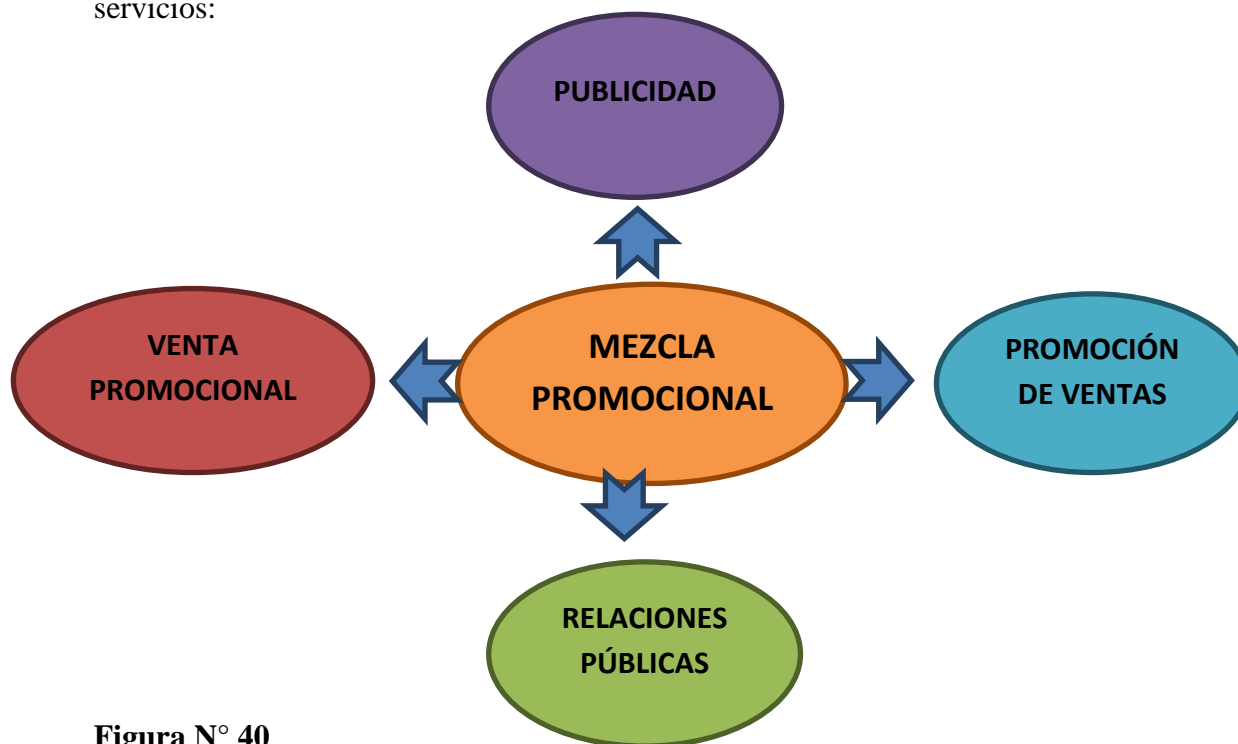


Figura N° 40

Mezcla Promocional

Fuente: Elaboración Propia

➤ **Publicidad**

Se realizara una campaña publicitaria, la cual comunicara las ventajas competitivas del proyecto como el precio, la calidad en servicios, actividades de ecoturismo y aventura, etc., que marcan la diferencia de nuestro proyecto de los demás.

Entre las Herramientas que usaran están los medios como:

- **Televisión:** Se realizara un spot publicitario para dar a conocer el Hotel Hacienda destacando primeramente sus atractivos naturales, fotos de los paisajes, de la flora y fauna del lugar darán vida a la publicidad, se mostrara de entrada en pantalla completa el logo del hotel, para después mientras se ofrecen los servicios este estará en la parte inferior izquierda y para concluir de nuevo con la pantalla completa para

lograr el posicionamiento en la mente de los televidentes. El spot tendrá una duración aproximada de 55 segundos en los cuales se informara brevemente de los servicios que se ofrecerán, aprovechando que en la ciudad de Cobija el precio de la publicidad es accesible y se podría decir poco costosa en comparación al resto del país. Se colocara en dos medios que son los más vistos con un precio de Bs. 1000 por un mes y con 8 pases diarios.

Estos medios son:



Figura N° 41

Publicidad Audiovisual

Fuente: Elaboración Propia

- **Revistas:** Se harán publicaciones en las revistas de mayor interés tanto locales y también nacionales como: IMPULSO REVISTA-COBIJA, JP MAGAZINE. Se comprara media página de la revista en el sector de novedades y espectáculos con el fin de que los lectores visualicen el anuncio, este estará compuesto primeramente con el logotipo de la empresa, fotografías de los ambientes, atractivos naturales, servicios ofrecidos y también se mostraran promociones y descuentos por fechas especiales. El anuncio saldrá una vez al mes, con un costo de Bs. 600.



Figura N° 42

Publicidad Escrita

Fuente: Elaboración Propia

- **Agencias de Viajes:** Se repartirán trípticos en agencias de viajes con el objetivo que están incentiven al viajero a conocer más de la amazonia. Los trípticos mostrara la esencia de la empresa quienes somos, se mostraran los servicios que se ofrecen con fotografías y atractivos del lugar, el mapa con la dirección y el teléfono y correo electrónico para cualquier consulta o reserva.



Figura N° 43
Tríptico Hotel Hacienda Los Mellizos
Fuente: Elaboración Propia

La agencia de viajes con la cual tendremos convenio y nos ayudara a promocionar y posicionar en la mente de los clientes como una alternativa para la sana diversión en compañía de los nuestros será:



Figura N° 44
Logotipo Acre Tours
Fuente: Agencia Acre Tours

- **Internet:** se utilizara este medio de comunicación para dar a conocer más sobre nuestras ofertas, en donde se podrá interactuar más con posibles clientes, contestar sus inquietudes, hacer reservaciones, acceder a descuentos y estar al tanto de todos

los servicios ofrecidos por el Hotel Hacienda. Se abrirá una página en Facebook ya que este es el medio más utilizado en la actualidad donde se postearán fotografías, promoción de ventas y todos los datos necesarios para que el cliente pueda acceder a todos los servicios de una forma fácil y rápida. La apertura de la página no tiene costo alguno, pero para una mayor cobertura se realiza un pago de Bs. 100.

- **Banner:** Se realizarán banners donde se pueda mostrar los servicios del Hotel Hacienda, donde lleve el logotipo en gran tamaño para que la gente pueda identificar con facilidad y que tenga un rápido posicionamiento. Es necesario que acompañemos con imágenes llamativas para que los clientes se sientan atraídos por los servicios ofrecidos. Se elaborarán 4 banners por año con un costo por unidad de Bs. 900.



Figura N° 45

Banner Hotel Hacienda Los Mellizos

Fuente: Elaboración Propia

➤ **Promoción de Ventas**

La promoción de ventas es una herramienta de la mezcla de promoción que se emplea para apoyar a la publicidad y a las ventas personales; de tal forma que la mezcla comunicacional resulte mucho más efectiva. Es decir mientras la publicidad y las ventas personales dan razones por las que se debe comprar el servicio, la promoción de ventas da motivos por los que se debe comprar lo más antes posible.

El Hotel Hacienda Los Mellizos realizara la promoción de ventas mediante tarjetas de descuento a las personas que accedan a comprar nuestro servicio en el stand Hacienda Los Mellizos en la Expo Pando o algún otro evento.

También se harán promociones por visitas en ocasiones o fechas especiales.

➤ **Material Pop**

Es el material promocional colocado en las tiendas para captar la atención del consumidor e impulsarlo a comprar. Incluye letreros que se colocan en los estantes, anuncios en las ventanas, módulos de presentación, etc.

- ✓ **Afiches.-** se realizaran 2000 afiches por año, cada uno con un valor de 2 Bs. que serán colocados en las ventanas y paredes para promocionar e informar a los clientes, principalmente mostrando el logotipo para lograr un mayor posicionamiento de la marca.

- ✓ **Regalos Promocionales.-** Nos ayudaran al rápido posicionamiento de la empresa, generando una buena imagen de nuestros servicios e incentivando a la compra.
Estos serán:



Figura N° 46

Regalos Promocionales (Sombreros)

Fuente: sombrero de vaquero imágenes

- ✓ Sombreros vaqueros que llevarán el nombre de la empresa, para que nuestros visitantes se sientan como verdaderos rancheros al realizar las actividades recreativas. Se realizarán 50 sombreros que se obsequiarán aleatoriamente a nuestros visitantes hasta agotar stock, los cuales tendrán un precio unitario de bs. 50.



Figura N° 47

Regalos Promocionales (Toallas)

Fuente:<http://toallas-bordadas-hoteles>

- ✓ Toallas que llevarán bordado el logotipo del Hotel Hacienda Los Mellizos, que no solo la utilizarán en el momento sino que al utilizarla en sus casas se acordarán de la experiencia que vivieron y desearán regresar. Se realizarán 100 toallas que se obsequiarán aleatoriamente a nuestros visitantes hasta agotar stock, los cuales tendrán un precio unitario de bs. 50.



Figura N° 48

Regalos Promocionales (Llaveros)

Fuente: llaveros-de-cuero

- ✓ Llaveros con el logotipo del Hotel Hacienda, Se realizaran 100 llaveros que se obsequiaran aleatoriamente a nuestros visitantes hasta agotar stock, los cuales tendrán un precio unitario de bs. 8.



Figura N° 49

Regalos Promocionales (Poleras)

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ Se realizaran 100 poleras que se obsequiaran aleatoriamente a nuestros visitantes hasta agotar stock, los cuales tendrán un precio unitario de bs. 35.

➤ **Relaciones Publicas**

Con el fin de dar a conocer y crear relaciones publicas el Hotel Hacienda Los Mellizos realizara un acto por su inauguración donde se pretende tener como invitados especiales al Alcalde del Municipio de Cobija H. Luis Gatty Ribeiro, al Gobernador del Departamento Sr. Luis Adolfo Flores, a la Lic. Yovana Maradey Directora de la Unidad de Turismo del Gobierno Autónomo Departamental de Pando, entre otras autoridades.

Por otra parte se pretende participar en las ferias exposición tanto a nivel departamental como también nacional con el fin no solo de promover mediante medios publicitarios sino también realizar relaciones publicas y ganar una imagen que es muy importante.

Podríamos decir que con las 4Ps clásicas se pretende capturar nuevos clientes y con las nuevas 3 Ps conseguir que esos clientes se fidelicen y no se vayan. Podemos gastar millones en promoción, pero si no somos capaces de cumplir con las expectativas creadas en nuestros clientes, todo no nos sirve de nada. Por eso, es vital que el departamento de marketing ponga gran énfasis en estos tres puntos siguientes.

8.2.5. Personas

Se puede tener el mejor producto o servicio, a un precio adecuado y las mejores promociones de ventas, pero si el dependiente no quiere vender el producto, el producto no se vende. Personas se refiere no solamente al personal que atiende al cliente sino a todas las personas de la empresa. Todo el que trabaja para la empresa ha de ser prescriptor de la misma y de sus productos, desde el convencimiento de que nuestro servicio es el mejor de todos. Si no es así, nuestra empresa acabara siendo ignorada por los consumidores con miles de otras opciones.

Para que nuestro equipo de trabajo logre la eficiencia que esperamos es necesario que se sientan parte y se identifiquen con la empresa para ello adoptaremos la frase “No somos empleados” “Somos socios” porque apasionadamente compartimos objetivos comunes de éxito mutuo, Para tener clientes felices es necesario que quienes los atienden son personas

felices.

Una vez al mes se capacitara al personal tanto teórica como de una manera muy particular pues los invitaremos a que ellos experimenten los servicios que ofrecemos para que ellos disfruten y experimenten, para posteriormente puedan aconsejar a los clientes sobre la amplia gama de servicios ofrecidos.

Una manera de motivación para que hagan su trabajo de la mejor manera será elegir al EMPLEADO DEL MES, quien será escogido directamente por los clientes a través de una pequeña encuesta al finalizar su estadía, quien recibirá beneficios extras por su gran actitud de servicio.

Todos los socios llevaran sus nombres en su vestimenta, de esta manera lograremos que los clientes sientan que están hablando con amigos, así lograremos un ambiente de lazos de amistad, cómodo y acogedor.

8.2.6. Procesos

También es vital que estructuremos correctamente los procesos de nuestro producto y nuestra empresa. Si todos los procesos de nuestra empresa son como una maquina bien engrasada que funciona sin fisuras y sin roces, entonces podremos adquirir compromisos de precio, entrega y servicio que hagan que la experiencia de compra del cliente sea la mejor posible.

Es necesario que el sistema funcione de la manera más eficaz y eficiente, para lograr dicho objetivo una parte fundamental tiene que ver con el personal, pues el trabajo y el rendimiento de los empleados juegan un papel importante en la calidad del servicio.

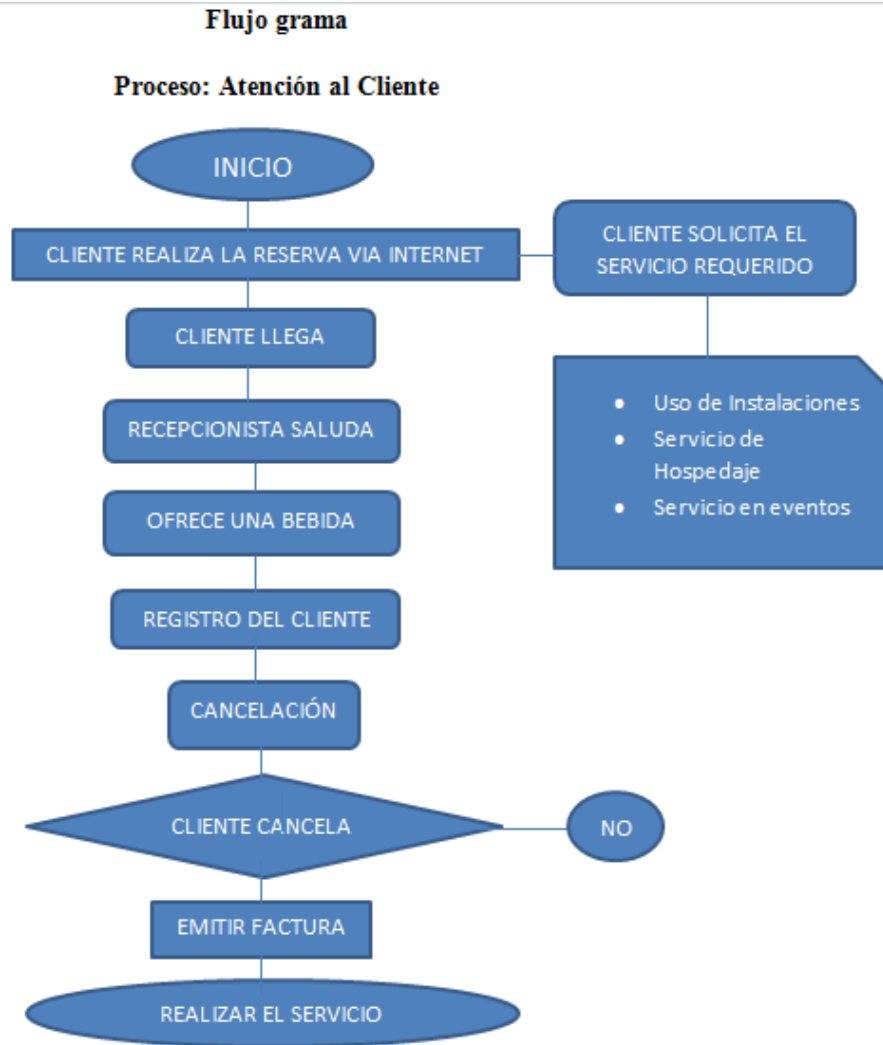


Figura N° 50

Proceso de Atención al Cliente

Fuente: Elaboración Propia

8.2.7. Presencia física

No vendemos productos sino vendemos experiencias, nuestros clientes no pagan por un producto tangible, nuestros clientes pagan para disfrutar de su tiempo, al entrar en las instalaciones lo que se mostrara es un ambientes limpios, agradables, cómodos que sobrepasen las expectativas ya creadas en ellos.

Es necesario poner énfasis en mostrar siempre un ambiente acogedor donde el cliente disfrute de su entorno, comparta con la naturaleza sin dañarla, aprenda a convivir en ella, crear conciencia de su cuidado y sean ellos mismos quienes mantengan el ecosistema del lugar sin alteraciones.

De esta manera lograr que su estadía sea una experiencia única e inolvidable, posicionarnos en la mente de nuestros clientes como un lugar de ambientes agradables, con un personal tan amable que lo haga sentir como en casa y al lado de la mejor compañía.

8.3. Presupuesto para la promoción

Tabla N° 25

Presupuesto de Promoción- Expresado en Bolivianos

<u>Medio de Comunicación</u>	<u>Descripción</u>	<u>Costo Unitario</u>	<u>Cantidad</u>	<u>Costo total</u>
Televisión	Mensual	1000	6	6000
Revista	Media pagina	575	4	2400
Trípticos	Realización	6	1000	6000
Banner	Realización	900	4	3600
Afiches	Realización	2	2000	4000
Sombreros Seri grafiados	Realización	50	50	2500
Poleras Xerografiados	Realización	35	100	3500
Toallas Bordadas	Realización	50	100	5000
Capacitación del Personal	Mensual	500	4	2500
Llaveros Bordados	Realización	8	100	800
Facebook	Mayor cobertura	100	1	100
Total				36300

Fuente: Elaboración Propia

9. ESTUDIO TÉCNICO

9.1. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de sus capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un periodo de tiempo determinado.

Los factores que determinan o condicionan el tamaño son los siguientes:

- ✓ **Dimensión del mercado.**- Como no se cuenta con una competencia directa y al ser únicos en el servicio que prestamos se determinó que la demanda insatisfecha es del 100%, pero al no poder cubrir con toda la demanda insatisfecha solo se atenderá en su capacidad máxima en instalaciones a 164 personas por semana. Que representa el 54% de la demanda insatisfecha.

Tabla N° 26

Tamaño del Proyecto

<u>Posibles Clientes</u>	<u>Demanda Insatisfecha</u>	<u>Capacidad de atención por Semana</u>	<u>Capacidad de atención por Año</u>
Hospedaje en Hotel		24 personas	1.152 personas
Visitantes Pandinos	264 personas	120 personas	5.760 personas
Visitantes del interior o extranjeros	38 personas	20 personas	960 personas
Eventos			12 Eventos
Total		164 personas	7.872 personas

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ **Capacidad de Financiamiento.**- como se trata de una inversión fuerte por el tamaño de la infraestructura, el material para equiparlo y los recursos para ponerlo en marcha se necesitara no solo de la inversión propia sino que se recurrirá a un financiamiento

bancario.

Según un artículo de Pagina Siete de fecha 9 de septiembre del 2014, el Ministerio de Economía informo que el sector de turismo podrá acceder a tasas de interés destinadas al sector productivo, que fija una tasa anual máxima de 6% para la empresa grande, de 7% para la mediana y de 11,5% para la microempresa. La medida responde a las políticas gubernamentales, que buscan fomentar al sector para que inviertan en infraestructuras y hoteles.

9.2. Ingeniería del Proyecto

El estudio de la ingeniería del proyecto tiene como objetivo aportar la información que permita hacer una evaluación económica del proyecto y establecer las bases técnicas sobre las que se construirá e instalara en caso que demuestre ser económicamente atractivo.

9.2.1. Características del Producto

Hotel Hacienda Eco turístico Los mellizos, es un Hotel ecológico, cuyo ente diferenciador con los hoteles del municipio es transmitir experiencias mediante la convivencia con el medio ambiente al natural, con alta calidad en atención, cómodos y confortables ambientes.

El hotel hacienda Los Mellizos será un espectacular ambiente fuera de lo común, con inigualables paisajes, con lagunas artificiales, senderos aptos para caminatas, cabalgatas y hermosos jardines tropicales. El éxito de la empresa será la innovación contante lo que llevara a la rentabilidad de la misma.

Durante su estadía en el Hotel Hacienda los Mellizos, disfrutaran de todo su entorno y de las actividades propias de una hacienda como caminatas alrededor de senderos ecológicos donde podrán estar en contacto con la flora y fauna que habita en los bosques al mismo tiempo de conocer más acerca de ellos, conocer sus nombres según sus especies y sus características. Dar paseos por el lago y, participar en actividades agrícolas del lugar como ordeñar las vacas, dar comidas a los chanchos y gallinas, aprender a plantar un árbol y

conocer cómo debemos cuidarlos, etc.

Realizar actividades deportivas como futbol, vóley, natación y aprender a pescar de la forma más segura y tranquila, poder realizar campamentos entre amigos y un sinfín de actividades más.

Instalaciones:

- **Cabañas.-** Nuestro hotel contara con cabañas de diversas capacidades, y habitaciones para mayor capacidad, equipadas con todo lo necesario para crear un ambiente confortable y de calidad, en una combinación perfecta con la naturaleza para que usted pueda disfrutar de una experiencia inolvidable.

Tabla N° 27

Descripción por Tipo de Cabaña

<u>Cabaña Doble</u>	<u>Cabaña Especial</u>	<u>Cabaña familiar</u>	<u>Áreas de campamentos</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para 2 personas • 1 suite con baño privado (Cama matrimonial) • WIFI • Aire acondicionado • Tv. Cable • Frigo bar (Costo adicional de acuerdo a consumo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para 3 o 4 personas • 2 Habitaciones (1 cama matrimonial, 2 simples) • Baño privado • WIFI • Aire acondicionado • Tv. Cable • Frigo bar (Costo adicional de acuerdo a consumo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de 4 a 6 personas • 1 suite (1 cama matrimonial y baño privado) • 2 habitaciones dobles (con 2 camas simples cada una) • 1 baño • WIFI • Aire acondicionado • Tv. Cable • Frigo bar (Costo adicional de acuerdo a consumo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Baños • Vestidores • Duchas • Equipo de camping incluido

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 28
 Descripción de Instalaciones

<u>Servicio</u>	<u>Descripción</u>
Restaurant	Construido al estilo rustico, en un entorno confortable y rodeado de árboles que dan una frescura única al momento de disfrutar de alimentos naturales propio de la región.
Bar-karaoke	Donde podremos reunirnos en familia y amigos compartiendo charlas amenas, música y bebidas refrescantes
Capilla	Un lugar destinado para matrimonios, bautizos o cualquier evento religioso, con detalles rústicos que van de acuerdo con el lugar.
Piscina, gimnasio, hamacarios	Lugares cómodos para que disfrute su estadía como usted lo prefiera.
Churrasqueros individuales.-	Si bien usted desea pasar en el día con su familia o amigos y desea realizar su propia comida, contamos con áreas de Churrasqueros para su propia comodidad.
<u>Actividades</u>	<u>Descripción</u>
Caminatas o sedentarismo	En la caminata se podrá observar la hermosa biodiversidad que existe en el lugar, conocer y conocer más acerca de ella.
Paseo a caballo	Disfrutar y aprender a montar caballo y pasear con ellos por los campos del hotel, es sin duda una experiencia inolvidable.

Paseo en cuadra tracción bicicleta	Paseos por los senderos, sintiendo la adrenalina de sentir ser el piloto de tus propias aventuras.
Paseo en canoa	Disfrutar paseos en las lagunas artificiales y pasar una experiencia inolvidable a lado de tus seres queridos.
Participar en actividades agrícolas	Si alguna vez te pusiste a pensar cómo será la vida de campo, esta es tu oportunidad para conocerla y aprender de ella, despertar de madrugada para ordeñar tu propia leche para el desayuno, dar comida a los chanchos, aprender a plantar un árbol y saber cómo cuidarlo, conocer como es la actividad ganadera y muchas cosas más que te llenaran de experiencias inolvidables.
Fogata	Una velada a la orilla de la laguna artificial a la luz de la luna y sintiendo el calor del fuego, compartiendo con música, guitarras, bailes, anécdotas y mucho más.
Sala de juegos	Si te gustan los juegos de mesa y deseas pasar un momento divertido con tus amigos, contamos con mesas de ping pon y villar.
Actividades deportivas	Si lo tuyo son los deportes al aire libre contamos con canchas deportivas de futbol y vóley val.

Fuente: Elaboración Propia

Paquetes en Hospedaje

Tabla N° 29

Descripción de los Paquetes Ofrecidos en Hospedaje

Los Mellizos Full Día 1 Día	Los Mellizos Full Fin de Semana (2 días 1 noche)	Los Mellizos Full Vacación (3 días 2 noches)
<ul style="list-style-type: none"> • Uso de las instalaciones • Acceso a áreas recreativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje en cabañas • Desayuno al estilo campestre con buffet de frutas de la región • Almuerzo Buffet • Cena Buffet • Uso de las instalaciones • Karaoke o fogata • Acceso a áreas recreativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Hospedaje en Cabañas • Desayuno al estilo campestre con buffet de frutas de la región • Almuerzos Buffet • Cena Buffet • Uso de las instalaciones • Karaoke y fogata • Acceso a áreas recreativas

Fuente: Elaboración Propia

Paquete en eventos

Para que usted pase un momento agradable en la fecha de su cumpleaños, matrimonio, 15 años o cualquier evento importante le ofrecemos el servicio de organización de eventos en nuestras instalaciones 200 personas y con todo el equipamiento necesario 200 personas

También ofrecemos un paquete destinado especialmente para grupos empresariales que desean realizar encuentros, reuniones, Seminarios, etc. contamos con ambientes propicios para la realización de eventos en sus instalaciones, áreas verdes y áreas cerradas, que se acomodan a los requerimientos del cliente.

Tabla N° 30
 Paquetes en Eventos

Los Mellizos Fiesta	Los Mellizos Eventos
<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mesas • Sillas • Mantelería Básica • Atención de garzones 	<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de áreas verdes • Cafetería permanente (refrigerios AM PM, Almuerzo, Cena) • Equipo de sonido • Acceso a áreas de recreación (limitadas)
<p>Servicios Adicionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comida • Bebidas • Grupo musical • Equipo de sonido • Arreglos florales 	

Fuente: Elaboración Propia

9.2.2. Proceso de Producción

Proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. Su objetivo es la satisfacción de la demanda. El proceso de producción de los servicios que se brindara en el Hotel es destinado a satisfacer las necesidades y deseos de los visitantes en ambientes propicios de relajación y aventura

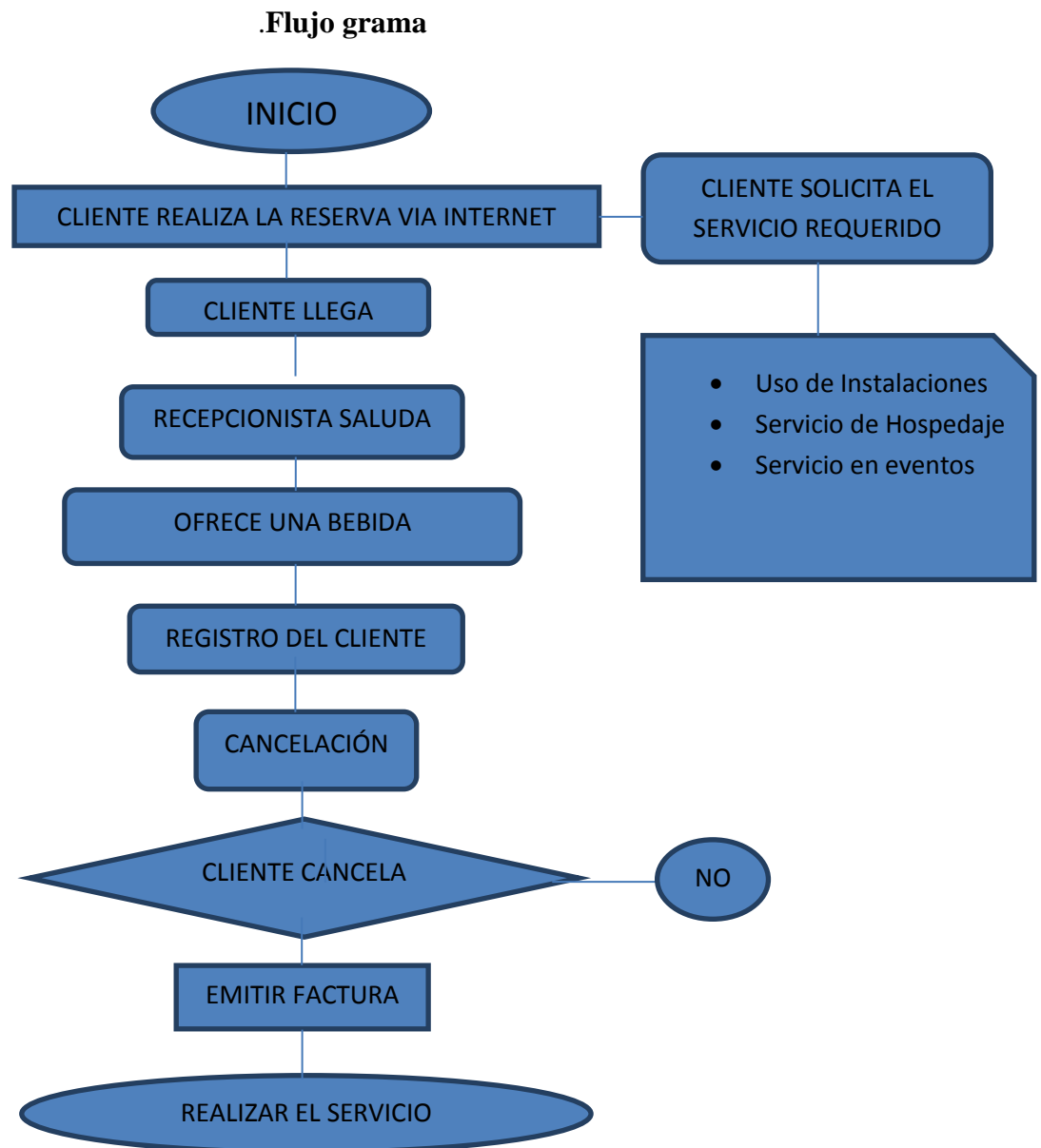


Figura N° 51
Flujo grama de procesos
Elaboración Propia

9.2.3. Requerimientos

En este punto se desglosara la cantidad de recursos a utilizarse, así como también desarrollaremos sus costos, ya que los datos son de suma importancia para el análisis de costos y financieros.

9.2.3.1. Maquinaria, Equipos y Vehículos

En este punto se mencionaran las maquinarias, equipos y vehículos necesarios para la operación del Hotel Hacienda, para especificar la inversión en equipamiento de acuerdo a la cantidad precisada.



Figura N° 52

Mini Van Suzuki APV

Fuente: Pagina Web Suzuki

Para el abastecimiento de los insumos necesarios para el buen funcionamiento del Hotel Hacienda se pretende contar con un Minivan, que además nos servirá en un futuro como medio de transporte para un nuevo servicio que se pretende incluir para incentivar el turismo en el departamento.



Figura N° 53

Caudratrack

Fuente: Auto venta Waracachi Motors

Una de las actividades recreativas que ofrece el Hotel Hacienda Los Mellizos es el Paseo en Cuadratrack, actividad muy solicitada por el público,



Figura N° 54

Televisor 32” Samsung

Fuente: Import-Export Acre Corp

Cada Habitación contara con un televisor marca Philips de 32” con antena parabólica para que nuestros huéspedes se sientan como en casa y no dejen de informarse o de ver sus programas favoritos.



Figura N° 55

Aire Acondicionado Marca IKA

Fuente: Import-Export Acre Corp

Se contara con un aire acondicionado marca IKA de 18 watts en cada cabaña ya que por ser un departamento cálido es necesario para que los huéspedes puedan descansar tranquilos y cómodos.



Figura N° 56

Frigo bar

Fuente: Import-Export Acre Corp

Cada habitación contara con un Mini bar para que el cliente tenga a su alcance refrigerante y apetitivo para su comodidad y mejor atención.



Figura N° 57

Equipo de Sonido

Fuente: Import-Export Acre Corp

Sistema HI-FI música de calidad cercana a la alta resolución con DSEEHX, que se utilizara en seminarios



Figura N° 58
Cocina Industrial Marca General Electric
Fuente:Catalogo Tienda TENTA

Cocina Industrial General Electric de 5 hornillas con dos hornos independientes, que servirá para la preparación de todo el menú que se ofrecerá en el Hotel Hacienda Los Mellizos



Figura N° 59
Lavadora LG 12 Kg.
Fuente: Catalogo Tienda TENTA

Lavadora LG con capacidad para 12kg. La cual se encargará del lavado de toda la ropa de cama que se dispondrá para la atención en las cabañas.



Figura N° 60

Laptop HP

Fuente: Import. Export. Acre Corp

La computadora será utilizada netamente para la atención del cliente, mediante este medio se realizaran reservaciones, se harán consultas, se registrara al cliente y se llevara la contabilidad básica de los ingresos y gastos que tiene el hotel.

A continuación de una forma más práctica se detallaran los requerimientos en Vehículos, maquinaria y Equipo.

Tabla N° 31

Presupuesto en Maquinaria, Vehículos y Equipo- Expresado en Bolivianos

Detalle	costo unitario	cantidad	Costo Total
Vehículos			249.168,00
Mini van Suzuki APV	123.888,00	1,00	123.888,00
Cuadratrac	62.640,00	2,00	125.280,00
Equipo			66.760,00
Equipo de Computación	5.000,00	1,00	5.000,00
Teléfonos para las habitaciones	170,00	7,00	1.190,00
Televisores	2.000,00	6,00	12.000,00
Equipo de audio y sonido	2.280,00	1,00	2.280,00
Cocina GENERAL ELECTRIC	6.190,00	1,00	6.190,00
Frigo bar	1.000,00	6,00	6.000,00
Congeladora Horizontal Electro lux	3.500,00	2,00	7.000,00
Equipo de Karaoke	10.500,00	1,00	10.500,00
lavadora LG	4.000,00	1,00	4.000,00
aire acondicionado 12w IKA	2.100,00	6,00	12.600,00

Fuente: Elaboración Propia

9.2.3.2. Edificaciones y Distribución

En este punto se incluirán las estimaciones relativas al tamaño y características de las edificaciones necesarias y la forma en que se distribuirán en el terreno.

❖ Plano de Distribución del Terreno

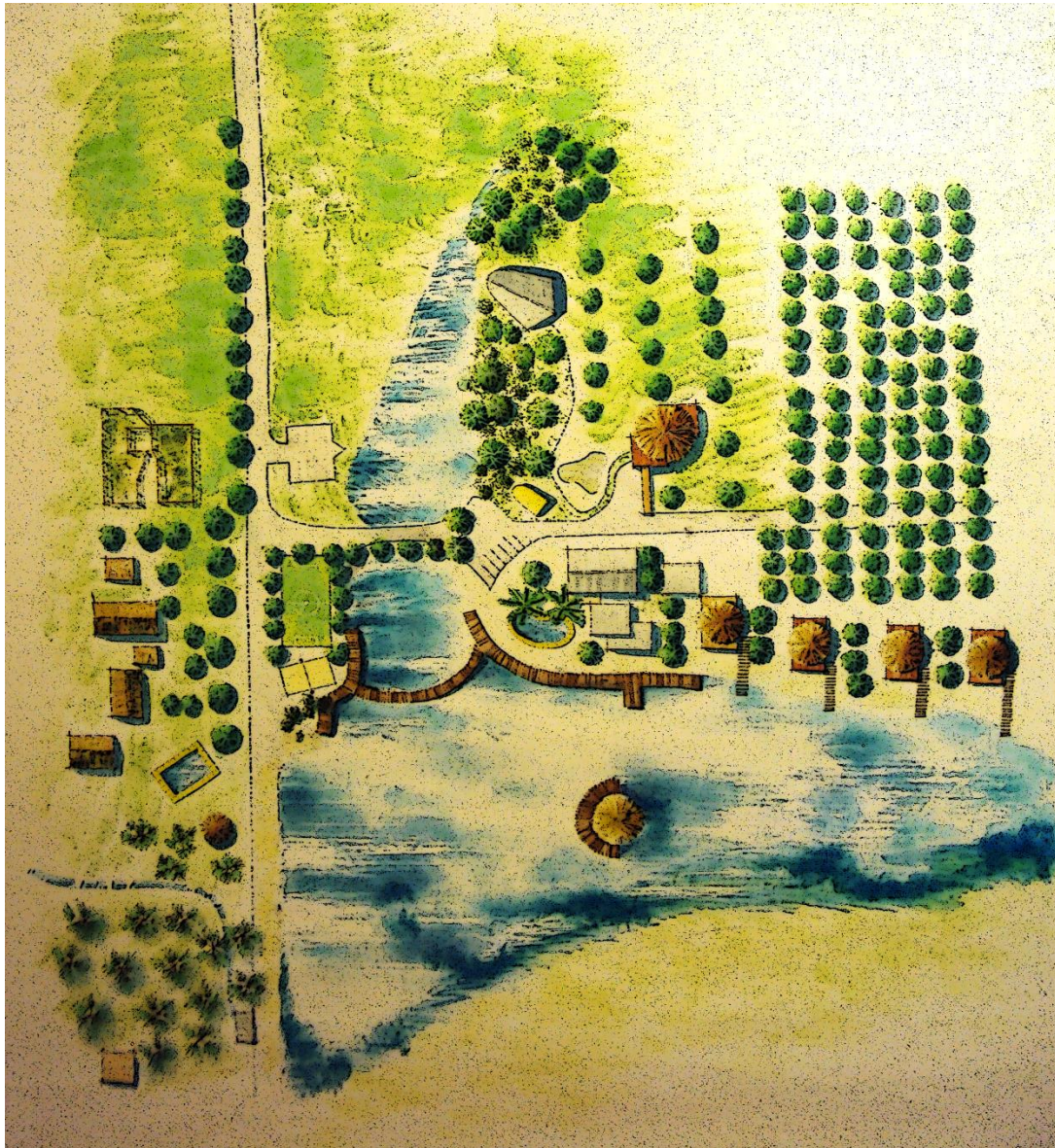


Figura N° 61

Plano de Distribución del Terreno

Fuente: Arq. Andrez Valenzuela Becerra

❖ **Recepción.-**

La recepción como ambiente deberá tener los mejores acabados en detalles o elementos ornamentales. Al ingresar estará el espacio gourmet para la espera de los que se van a decepcionar como también para los que ya se retiran, posterior a este espacio se ubicara la administración y un pequeño ambiente que servirá como maletero.

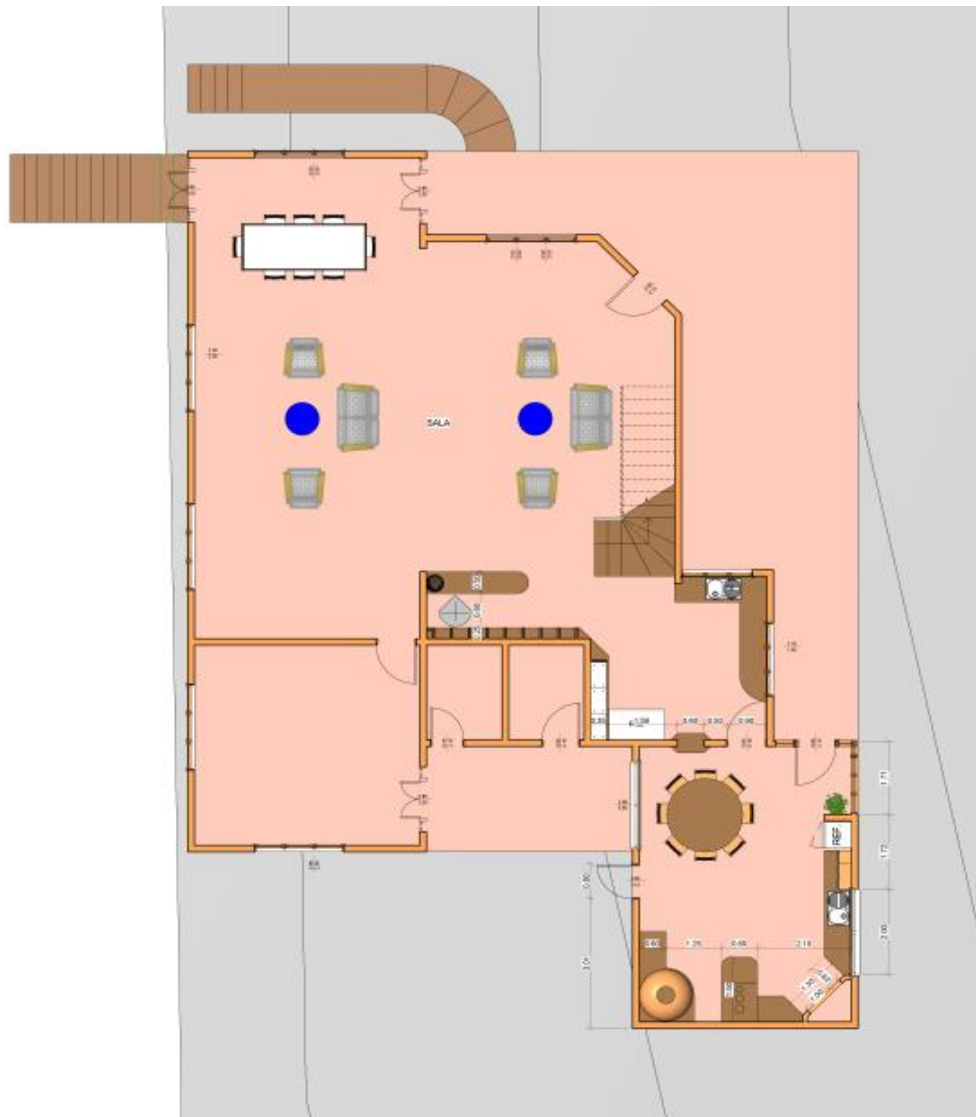


Figura N° 62

Recepción

Fuente: Arq. José Andrez Valenzuela Becerra

❖ **Restaurant.-**

Este ambiente consta de un bar con mesón, incluido un lava-vajillas, cocina con mesón amplio y el acoplado de 2 lavaplatos, espacio suficiente para ubicar los frízer y otros equipos además de su despensa. El ingreso estará semi cubierto con un pergolado con vigas y columnas de madera y piso de ladrillo visto para lograr un aspecto rustico acorde al lugar.



Figura N°63

Vista Frontal Restaurant 3D

Fuente: Arq. Andrez Valenzuela



Figura N° 64

Restaurant

Fuente: Arq. José Andrez Valenzuela Becerra

❖ Cabaña Matrimonial



Figura N° 67

Vista 3D Cabaña Matrimonial

Fuente: Arq. Andrez Valenzuela Becerra

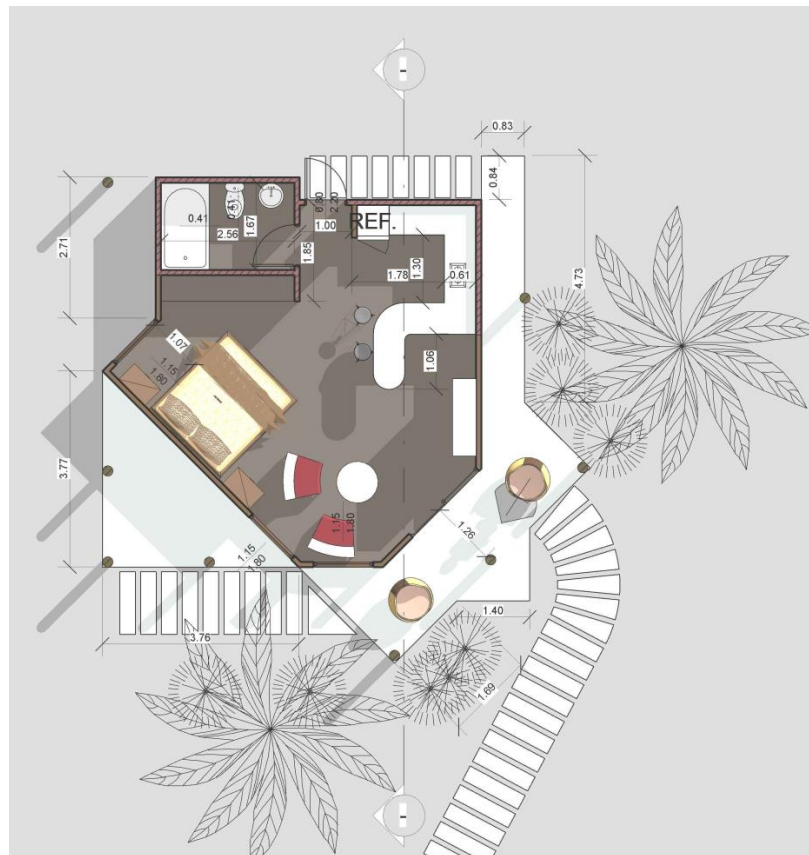


Figura N° 68

Cabaña Matrimonial

Fuente: Arq. José Andrez Valenzuela Becerra

❖ Cabaña Especial



Figura N° 69

Vista 3D Cabaña Especial

Fuente: Arq. Andrez Valenzuela Becerra

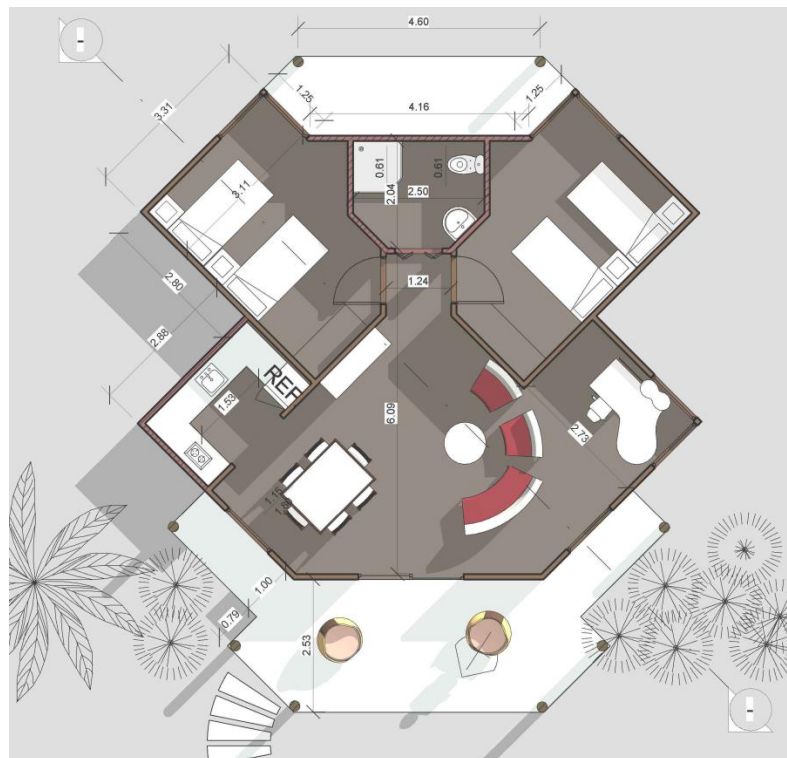


Figura N° 70

Cabaña Especial

Fuente: Arq. José Andrez Valenzuela Becerra

Tabla N° 32

Inversiones en Terrenos y Edificaciones- Expresado en Bolivianos

Descripción	Sup. M2	Costo Unit. M2	Costo Total bs
Terreno			0,00
Terreno	0,00	0,00	0,00
Edificaciones	2.578,00		2.296.164,00
Recepción	120,00	2.230,00	267.600,00
Restaurant	230,00	1.948,80	448.224,00
Piscina	250,00	1.948,80	487.200,00
Capilla	24,00	1.740,00	41.760,00
Circulación	700,00	348,00	243.600,00
Exteriores	900,00	104,40	93.960,00
Sala Multifunción	84,00	2.230,00	187.320,00
Cabaña Familiar (2)	100,00	1.950,00	195.000,00
Cabaña Matrimonial (2)	80,00	1.950,00	156.000,00
Cabaña Especial (2)	90,00	1.950,00	175.500,00
TOTAL			2.296.164,00

Fuente: Elaboración Propia

9.2.3.3. Materias Primas e Insumos

La fijación de una cuantía en términos físicos es la hipótesis básica para estimar los costos de operación y el de los insumos, también servirá como elemento de comparación para juzgar la eficacia administrativa y técnica estimada para la empresa ya en funcionamiento.

Tabla N° 33

Inversiones en Servicios Básicos

<u>DETALLE</u>	<u>Costo Mensual</u>	<u>Costo Anual</u>
Internet	245	2940
Luz	4000	48.000
Gasolina	900	10.800
TOTAL	7741	61.740

Fuente: Elaboración Propia

Tabla N° 34
 Inversiones en Insumos

DETALLE	Costo Mensual	Costo Anual
Material de Escritorio	400	4.800
Gastos Generales	2000	24.000
Alimentos y Bebidas	7000	84.000
Insumos de Limpieza	600	7.200
TOTAL	10800	120.000

Fuente: Elaboración Propia

9.2.3.4. Personal

Un parte importante en el proyecto es la mano de obra, pues es necesario identificar y cuantificar el personal que se precisa. Para ello se debe realizar un Organigrama de la empresa que permita conocer la cantidad de personal sus funciones respectivas.



Figura N°71
 Organigrama de la Empresa
 Fuente: Elaboración Propia

Las responsabilidades y funciones de cada uno de los miembros de la empresa, se detallan a continuación:

Gerente General.- El gerente general será el dueño de la Hacienda, que estará encargado de supervisar todo el negocio.

Jefe de Alimentos y Bebidas.- sus funciones serán de coordinar y vigilar que todo proceso con respecto a la preparación de los alimentos y bebidas para los visitantes y huéspedes, sean bajo los estándares de calidad y sanidad. Adicionalmente deberá administrar a su personal subordinado para que realicen el trabajo de manera óptima.

Cocineros.- Esta persona estará encargada de decidir los tipos de menús que se ofrecerán en el restaurant, para que sean del gusto de nuestros visitantes y huéspedes. Además tendrán la tarea de hacer las compras necesarias para el procesado de los alimentos.

Barman.- Se encargara de atender a los visitantes y huéspedes preparándoles las bebidas a su elección.

Jefe Administrativo y Marketing.- Esta persona será la encargada de supervisar y controlar todo proceso contable del proyecto, es decir, deberá vigilar que toda cuenta se lleve de manera adecuada.

Adicionalmente estará a cargo de las ventas, de la publicidad del Hotel y de las reservas, para atraer más clientes utilizando todos los medios descritos en el capítulo de marketing con el fin de comunicar a nuestros clientes potenciales de todas las ventajas y atractivos con el objetivo de posicionar el Hotel en la mente de los clientes, como su lugar de preferencia para recrearse en el medio ambiente natural que caracteriza a la amazonia. Los días de atención se ocuparán del registro y Caja.

Jefe de Mantenimiento.- Se dedicara a supervisar y realizar todo trabajo necesario para que las instalaciones del Complejo estén a la altura de las necesidades de los visitantes y huéspedes. Además que tendrán la tarea de ayudar a los visitantes en las actividades

recreativas y administrar los equipos e implementos que se utilicen.

Camareras.- Se encargaran de la limpieza de la instalaciones, esto incluye limpieza de las habitaciones, lavado de ropa de cama, limpieza de áreas común como recepción, restaurant, etc.

Mantenimiento de áreas verdes.- Se encargara de la limpieza y mantenimiento de las áreas de recreación para que se conserve en buen estado y conservando la biodiversidad del lugar.

Seguridad.- Serán los encargados de resguardar las instalaciones, para asegurarles a los visitantes y huéspedes una estadía tranquila.

Recursos Humanos.- Se encargara de la capacitación y supervisión a los funcionarios y tener un registro con los datos de cada uno de ellos. También apoyara de cerca al área administrativa y de marketing.

Tabla N° 35

Sueldos y Salarios- Expresados en Bolivianos

DETALLE		H. MENSUAL BS.	TOTAL H. M. bs	APORTES PATRONALES	TOTAL + APORTES MES	AGUINALDO	TOTAL AÑO
CARGO	N°			12,71%			
Gerente General	1	3.500	3.500	445	3.945	3.945	51.283
Jefe de Alimentos y Bebidas	1	3.000	3.000	381	3.381	3.381	43.957
Jefe de Mantenimiento	1	3.000	3.000	381	3.381	3.381	43.957
Jefe Administrativo y Marketing	1	3.000	3.000	381	3.381	3.381	43.957
Cocineros	2	2.000	4.000	508	4.508	4.508	58.609
Barman	1	1.500	1.500	191	1.691	1.691	21.978
Mozos	2	1.000	2.000	254	2.254	2.254	29.305
Camareras	2	1.500	3.000	381	3.381	3.381	43.957

Mantenimiento de áreas verdes	2	2.000	4.000	508	4.508	4.508	58.609
Seguridad	1	1.500	1.500	191	1.691	1.691	21.978
Recursos Humanos	1	2.500	2.500	318	2.818	2.818	36.631
TOTAL		24.500	31.000	3.940	34.940	32.122	451.404

Fuente: Elaboración Propia

Es importante resaltar que el servicio del hotel inicialmente será solo fin de semana, es decir de viernes a domingo y feriados, por lo que se determinó de acuerdo a eso los salarios.

9.2.3.5. Muebles y Enseres

Se refiere a la inversión de aquellos muebles y enseres necesarios para el funcionamiento del proyecto.

Tabla N° 36

Muebles y Enseres- Expresado en Bolivianos

Muebles y Enseres			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
			0,00
Escritorio	1.500,00	3,00	4.500,00
Sillas Ejecutiva	500,00	3,00	1.500,00
Juego de Sofá	5.000,00	1,00	5.000,00
Camas matrimoniales box	3.960,00	6,00	23.760,00
Camas simples box	2.160,00	8,00	17.280,00
Juego de sábanas	160,00	28,00	4.480,00
Almohadas	48,00	20,00	960,00
veladores de madera	300,00	20,00	6.000,00
Armarios	1.062,00	12,00	12.744,00
Lámparas	120,00	20,00	2.400,00
Juego de Toallas	250,00	40,00	10.000,00
Tachos de Basura	25,00	25,00	625,00

Utensilios de Cocina	900,00	4,00	3.600,00
Hamacas	300,00	6,00	1.800,00
Mesas redondas para 10 personas	1.200,00	20,00	24.000,00
Mesas Cuadradas para 4 personas	600,00	10,00	6.000,00
Sillas	190,00	250,00	47.500,00
Cristalería	25,00	500,00	12.500,00
Vajilla	40,00	500,00	20.000,00
Cubiertos	7,00	600,00	4.200,00
Cafetera	150,00	2,00	300,00
Licuada	170,00	2,00	340,00
Sanduchera	220,00	1,00	220,00
Muebles de bar	5.000,00	1,00	5.000,00
Equipo de camping	250,00	5,00	1.250,00
Parrilleros	500,00	5,00	2.500,00
Balones de futbol	90,00	4,00	360,00
Balones de vóley ball	50,00	4,00	200,00
Mesa de pin pon	3.500,00	1,00	3.500,00
Mesa de billar	4.000,00	1,00	4.000,00
Bicicletas	6,00	1.500,00	9.000,00
Total			235.519,00

Fuente: Elaboración Propia

10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

El estudio administrativo y legal hace parte de los pasos fundamentales que se deben seguir para la preparación, formulación, ejecución y evaluación de un proyecto de inversión.

El estudio legal es aquel que busca determinar la viabilidad de un proyecto a luz de las normas que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos, subproductos y

patentes. El estudio administrativo proporcionara información para identificar las necesidades administrativas en las áreas de planeación, personal, licitaciones, adquisiciones, información, comunicación, finanzas y cobranzas, entre otras.

Empresa Unipersonal

La empresa Unipersonal es aquella que está conformada por un solo propietario, que tiene responsabilidad ilimitada frente a las obligaciones sociales. El ejercicio individual del comercio se encuentra regulado en el Art. 5 núm. 1 del Código de Comercio

Para tener una empresa legalmente constituida es necesario seguir algunos pasos y cumplir con algunos requisitos, los que se detallan a continuación:

a) FUNDEMPRESA

Es una fundación que opera el Registro de Comercio en Bolivia, apoyando al desarrollo empresarial. Para que una empresa sea legalmente establecida es necesario el Registro en FUNDEMPRESA para obtener la Matricula de Comercio.

Para el registro de la empresa en FUNDEMPRESA se deberá presentar los siguientes requisitos:

- Formulario N° 0020 de solicitud de Matricula con carácter de declaración jurada.
- Balance de Apertura firmado por el Representante Legal y el profesional que interviene acompañando la respectiva.
- Cédula de identidad original del propietario y una fotocopia de la misma firmada por el titular.
- En caso de tener representante legal, se debe adjuntar el Testimonio de Poder correspondiente.

b) SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES

Nos proporciona la inscripción al Padrón Nacional de Contribuyentes para la obtención del NIT que es el número de identificación tributaria, que nos sirve para estar registrado

y poder funcionar legalmente.

Requisitos:

- Documento de identidad en original y fotocopia.
- Fotocopia de factura de consumo de energía eléctrica del domicilio donde se desarrolla la actividad.
- Croquis del Domicilio Fiscal y domicilio habitual.

c) LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Autoriza la apertura de una actividad económica que sirve para obtener la autorización mediante la licencia de F-401. Es requisito fundamental que la empresa cuente con la Licencia de Funcionamiento otorgado por la Unidad de Ingresos Municipales del Gobierno Autónomo Municipal de Cobija.

d) CAJA NACIONAL DE SALUD

Afilia al empleador y al trabajador a la Caja Nacional de Salud, que sirve para que el personal acuda en caso de enfermedad y accidentes comunes que no necesariamente tiene relación con la actividad laboral.

e) ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIONES-AFP

Registra a la empresa en el Seguro Social Obligatorio de Largo Plazo, que sirve para el bienestar de los empleados con pensiones justas y dignas, su función es administrar los recursos de los trabajadores cuando estos lleguen a una edad avanzada. Es un registro obligatorio e irrenunciable.

f) MINISTERIO DE TRABAJO

Registra como empleador ante el MTEPS y obtener el Certificado de Inscripción en el Registro. Sirve para que esté autorizado y pueda hacer uso de la utilización del libro de asistencia, Sistema alternativo de control de personal, del libro de accidentes, etc. Establece los deberes, obligaciones y derechos de tanto los empleadores como de los

empleados.

11. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

La inversión son los recursos necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto es la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto. En el proceso de determinar la inversión podemos clasificar en:

- Inversión Fija
- Inversión Diferida
- Capital de Trabajo

11.1. Inversión Fija

Son aquellos recursos tangibles (Terreno, edificaciones, muebles y enseres) necesarios para la realización del proyecto.

La inversión fija del presente proyecto que se definió en el estudio técnico, se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla N° 37
 Inversión Fija- Expresado en Bolivianos

DETALLE	Año Cero
INVERISON FIJA	2.847.611
Terreno	0
Obras Civiles	2.296.164
Maquinaria	249.168
Equipo	66.760
Muebles y Enseres	235.519

Fuente: Elaboración Propia

11.2. Inversión Diferida

Es un conjunto de bienes necesarios para el funcionamiento de la empresa, que generalmente se pagan por adelantado y cuya principal característica es que son intangibles. A continuación se detallan la inversión diferida del presente proyecto:

Tabla N° 38
 Inversión Diferida- Expresado en Bolivianos

INVERSION DIFERIDA	Año Cero
TOTAL	21.380
Tramite de FUNDEMPRESA	450
Tramite de Impuestos Nacionales	0
Tramites Licencia de Funcionamiento	3.000
Tramite caja de salud	350
Tramites AFPs	0
Tramite Ministerio de Trabajo	80
Organización y Constitución	3.500
Montaje e Instalación	10.000
Puesta en Marcha	4.000

Fuente: Elaboración Propia

11.3. Capital de Trabajo

Son los recursos financieros que se debe contar para que el proyecto empiece a operar. Es decir, es un presupuesto inicial para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos, después de esto se transforman en costos.

El ciclo productivo es el número de días que va desde el momento que se compra los insumos, hasta el momento que se recibe el pago por la prestación del servicio ofrecido.

Para calcular el capital de trabajo del presente proyecto se utilizara la siguiente fórmula:

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Costo Total Año}}{365 \text{ días/año}} * N^{\circ} \text{ días ciclo productivo}$$

Por tratarse de un servicio, se ha considerado que lo ideal es considerar 30 días como ciclo productivo, es así que presentamos a continuación el capital de trabajo expresado en la siguiente tabla.

Tabla N° 39
 Capital de Trabajo- Expresado en Bolivianos

<u>Descripción</u>	<u>Costo Total Año</u>	<u>Días del Año</u>	<u>Número de Días ciclo Productivo</u>	<u>Monto Capital de Trabajo</u>
Servicios Básicos e Insumos	181.740	365	30	14.937,53
Recursos Humanas	451.404	365	30	37.101,66
Mercadeo y Comercialización	36300	365	30	2.983,56
TOTALES	992.128,30			55.022,76

Fuente: Elaboración Propia

11.4. Inversión Total Requerida

Una vez ya establecidos los montos de inversión necesarios para la realización del proyecto, lo resumimos en el siguiente cuadro para una fácil comprensión.

Tabla N° 40
 Inversión Total Requerida- Expresado en Bolivianos

DETALLE	Año Cero
INVERISON FIJA	2.847.611
Terreno	0
Obras Civiles	2.296.164
maquinaria	249.168
Equipo	66.760,00
Muebles y Enseres	235.519
INVERSION DIFERIDA	21.380
Tramite de FUNDEMPRESA	450
Tramite de Impuestos Nacionales	0
Ministerio de Trabajo	80
Tramites Licencia de Funcionamiento	3.000
Tramite caja de salud	350
Tramites AFPs	0
Organización y Constitución	3.500
Montaje e Instalación	10.000
Puesta en Marcha	4.000
CAPITAL DE TRABAJO	55.022,76
Recursos Humanos	37.101,66
Servicio Básicos e Insumos	14.937,53
Mercadeo y Comercialización	2.983,56
TOTAL INVERSIONES	2.924.014

Fuente: Elaboración Propia

11.5. Estructura del Financiamiento

Se refiere a la manera de cómo la empresa puede obtener recursos financieros para llevar a cabo el proyecto.

Tabla N° 41

Estructura del Financiamiento Requerido-Expresado en Bolivianos

<u>Detalle</u>	<u>Descripción</u>	<u>Monto Total</u>	<u>Aporte Propio</u>	<u>Aporte Solicitado</u>
	Total Inversión Fija	2.847.611,00	2.067.031,00	780580,0
INVERSIÓN FIJA	Terreno	0		
	Obras Civiles	2.296.164,00	1.582.344,00	713.820,00
	maquinaria	249.168,00	249.168,00	
	Equipo	66.760,00		66.760,00
	Muebles y Enseres	235.519	235.519,00	
	Total Inversión Diferida	21.380,00	21380,00	0
INVERSIÓN DIFERIDA	Tramite de FUNDEMPRESA	450	450,00	
	Tramite de Impuestos Nacionales	0		
	Tramites Licencia de Funcionamiento	3.000	3000,00	
	Tramite caja de salud	350	350,00	
	Tramites AFPs	0		
	Tramite Ministerio de Trabajo	80	80,00	
	Organización y Constitución	3.500	3500,00	
	Montaje e Instalación	10.000	10.000,00	
	Puesta en Marcha	4.000	4.000,00	
	Total Capital de Trabajo	52.243,61	21.270,57	37.101,66
CAPITAL DE TRABAJO	Servicios Básicos e Insumos	18.287	18287	
	Recursos Humanos	37.101,66		37.101,66
	Mercadeo y Comercialización	2.983,56	2.983,56	
	TOTAL INVERSIÓN REQUERIDA	2.924.013,76	2.106.332,09	817.681,66

Fuente: Elaboración Propia

Como el Hotel ya se encuentra actualmente ocupado como una hacienda personal del propietario, ya cuenta con infraestructura que formara parte del nuevo proyecto, por esta razón el Aporte Propio asciende a Bs. 2.106.332, que corresponde al 72% de la Inversión Total Requerida.

Para el Aporte Solicitado se financiera con una Entidad bancaria y se aplicara al crédito correspondiente al sector productivo con un interés del 7% para las medianas empresas. Para ello se elaborara un plan de pagos durante los próximos cinco años donde se contemple la amortización y el interés anual a cancelar.

Tabla N° 42

Plan de Pagos del Financiamiento- Expresado en Bolivianos

<u>Año</u>	<u>Saldo a Capital</u>	<u>Interés</u>	<u>Amortización</u>	<u>Total</u>
1	817.682	57.238	163.536	220.774
2	654.145	45.790	163.536	209.327
3	490.609	34.343	163.536	197.879
4	327.073	22.895	163.536	186.431
5	163.536	11.448	163.536	174.984
Total		171.713	817.682	989.395

Fuente: Elaboración Propia

La tabla nos muestra el plan de pagos proyectados a los próximos cinco años, donde se puede observar un claro descenso de los intereses, pagando el primer año Bs. 57.238y el quinto año Bs. 11.448.

12. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

12.1. Costos

12.1.1. Costos Anuales Proyectados

Los costos son los gastos necesarios para mantener un proyecto, entre los que se encuentran los recursos materiales, humanos y financieros. Según su variabilidad los costos pueden ser fijos o variables, el primero son aquellos que permanecen constantes ante cualquier volumen de producción, y los variables son los que varían de forma directa con la variación de los volúmenes.

Una vez conocida la clasificación de los costos y con la información obtenida de la ingeniería del proyecto se procede al cálculo de los costos con una proyección de cinco años.

Tabla N° 43

Proyección de Costos Anuales- Expresado en Bolivianos

<u>Detalle</u>	<u>Descripción</u>	<u>Producción</u>				
		<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
	COSTOS TOTALES	895.063	862.900	835.006	810.392	788.310
	Costos Fijos	225.620	193.456	165.562	140.949	118.866
COSTOS FIJOS	Amortización Inv. Diferida	4.276	4.276	4.276	4.276	4.276
	Costos Financieros (Interés)	57.238	45.790	34.343	22.895	11.448
	Depreciación	154.106	133.390	116.943	103.778	93.143
	Otros	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
	Costos Variables	669.444	669.444	669.444	669.444	669.444
COSTOS VARIABLES	Servicios Básicos e Insumos	181.740	181.740	181.740	181.740	181.740
	Recursos Humanos	451.404	451.404	451.404	451.404	451.404
	Mercadeo y Comercialización	36.300	36.300	36.300	36.300	36.300

Fuente: Elaboración Propia

Costos Fijos

Amortización Inversión Diferida

Para recuperar el valor monetario de estas inversiones se incorpora en los costos el rubro denominado amortización diferida, es decir la inversión diferida que es un desembolso de la etapa Pre-Operativa, para su amortización sufre un prorratio en varios periodos en este caso cinco años, para efectos de cálculo de impuestos sobre las utilidades de la empresa.

La inversión diferida que asciende a Bs. 21.380.- es amortizada mediante prorratio en un periodo de cinco años con un costo anual de Bs. 4.276.

Costo Financiero (Intereses)

Son aquellos gastos derivados de los fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones destinadas a cubrir. Es decir son los intereses generados por el financiamiento del aporte solicitado.

Depreciación

Se refiere a la disminución periódica del valor de un bien material, a partir de la puesta en marcha del proyecto, los activos fijos sufren una depreciación gradual debido a varias razones, las que pueden ser desgaste por el uso, el paso del tiempo y la vejez. Para su cálculo se precede a utilizar el método lineal que se basa en un supuesto donde el bien se deprecia de una manera constante cada año según su función o actividad.

El valor total de las depreciaciones corresponde a la suma total de las depreciaciones unitarias de los activos fijos.

Otros

Se considera como otros a todos aquellos costos que puedan aparecer de imprevistos y no estén dentro del análisis

Costos Variables

Servicios Básicos e Insumos

Los servicios básicos e insumos están en base al estudio técnico, y de acuerdo al incremento que se pretende obtener tendría una variación del 5% anual.

Recursos Humanos y Mercadeo

Los costes respecto a Recursos Humanos y mercadeo se mantiene constante en los cinco años proyectados.

12.2. Ingresos

12.2.1. Ingresos Anuales Proyectados

Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas.

En este caso tomaremos de referencia los precios obtenidos en el estudio de mercado, a continuación se detallara los ingresos proyectados por los servicios más importantes que el Hotel Hacienda ofrece.

Tabla N° 44

Ingresos Anuales Proyectados Hospedaje- Expresado en Bolivianos

HOSPEDAJE			
<u>AÑO</u>	<u>PRECIO DE VENTA</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>MONTO TOTAL</u>
Año 1	400	1.728	691.200
Año 2	400	1.901	760.320
Año 3	400	2.091	836.352
Año 4	400	2.300	919.987
Año 5	400	2.530	1.011.986

Fuente: Elaboración Propia

La tabla nos indica los ingresos proyectados generados del paquete Los Mellizos Full Fin de Semana (2 días 1 noche) que incluye lo siguiente:

- Hospedaje en cabañas (1 noche)
- Desayuno al estilo campestre con buffet de frutas de la región (1)
- Almuerzo Buffet
- Cena Buffet
- Uso de las instalaciones
- Karaoke o fogata amenizado con música al vivo.
- Acceso a áreas recreativas

Tabla N° 45

Ingresos Proyectados-Ingresos Uso de Instalaciones- Expresado en Bolivianos

INGRESO A LAS INSTALACIONES (Los Mellizos Full Día)			
<u>AÑO</u>	<u>PRECIO DE VENTA</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>MONTO TOTAL</u>
Año 1	40	6.720	268.800
Año 2	40	7.728	309.120
Año 3	40	8.887	355.488
Año 4	40	10.220	408.811
Año 5	40	11.753	470.133

Fuente: Elaboración Propia

La tabla nos muestra los ingresos proyectados por el uso de las instalaciones que incluye el ingreso al lugar con derecho a la elección del lugar donde desean pasar el día, y accesos a área de recreación.

Tabla N° 46

Ingresos Proyectados- Organización de Eventos- Expresados en Bolivianos

<u>ORGANIZACIÓN DE EVENTOS</u>			
<u>AÑO</u>	<u>COSTO TOTAL</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>MONTO TOTAL</u>
Año 1	7000	12	84.000
Año 2	7000	18	126.000
Año 3	7000	24	168.000
Año 4	7000	30	210.000
Año 5	7000	36	252.000

Fuente: Elaboración Propia

El Hotel Hacienda Los Mellizos tendrá el servicio de organización de Eventos y la tabla nos indica los ingresos proyectados de este servicio, con un precio referencial para 200 personas y con todo el equipamiento necesario, como ser:

- Mesas
- Sillas
- Mantelería
- Decoración
- Atención de garzones

Todo de acuerdo al pedido del cliente

Tabla N° 47

Ingresos Proyectados- Comida y Bebida- Expresados en Bolivianos

COMIDA BUFFET-BEBIDA			
<u>AÑO</u>	<u>COSTO TOTAL</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>MONTO TOTAL</u>
Año 1	65	4.032	262.080
Año 2	65	4.637	301.392
Año 3	65	5.100	331.531
Año 4	65	5.611	364.684
Año 5	65	6.172	401.153

Fuente: Elaboración Propia

La tabla refleja los ingresos proyectados de Alimentación (Buffet) que se ofrecerá a todos los visitantes, a los cuales se les entregara una manilla que les dará derecho a este servicio de alimentación buffet más una bebida a elección. Cabe resaltar que se hizo una estimación, la cual dice que de todos los visitantes el 60% accederá a este servicio, ya que de una manera realista entendemos que algunas personas no accederán por diferentes motivos.

Tabla N° 48

Total Ingresos Anuales Proyectados- Expresados en Bolivianos

INGRESOS ANUALES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALOJAMIENTO	691.200	760.320	836.352	919.987	1.011.986
ENTRADA	268.800	309.120	355.488	408.811	470.133
EVENTOS	84.000	126.000	168.000	210.000	252.000
ALIMENTACIÓN	262.080	301.392	331.531	364.684	401.153
TOTAL	1.306.080	1.496.832	1.691.371	1.903.483	2.135.272

Fuente: Elaboración Propia

La tabla refleja el total de ingresos proyectados de los servicios más destacados que tiene el Hotel Hacienda, con un ingreso el primer año que alcanza a Bs. 1.306.080, con tendencia a subir gradualmente hasta alcanzar el quinto año a Bs 2.135.272. Cabe resaltar que los servicios mencionados son solo algunos de todo lo que se pretende ofrecer, pero son los con más relevancia en ingresos.

12.3. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se da cuando el valor de los ingresos es igual al valor de los costos de producción.

El punto de equilibrio muestra la relación entre los costos fijos, costos variables y los beneficios, es decir nos muestra el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables.

El punto de equilibrio no representa una técnica de evaluación del proyecto, tan solo permite tener una referencia del nivel de producción necesario para no incurrir en pérdidas.

Para determinar el punto de equilibrio utilizaremos la siguiente formula:

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Una vez desarrollada la formula con los datos del proyectos se calculó en Punto de Equilibrio proyectados para los cinco años.

Tabla N° 49
 Punto de Equilibrio

AÑO	COSTO FIJO TOTAL	COSTO VARIABLE TOTAL	VENTAS TOTALES	PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO	PUNTO DE EQUILIBRIO PORCENTUAL
AÑO 1	225.620	669.444	1.306.080	462.866	35,44%
AÑO 2	193.456	669.444	1.496.832	349.982	23,38%
AÑO 3	165.562	669.444	1.691.371	274.018	16,20%
AÑO 4	140.949	669.444	1.903.483	217.411	11,42%
AÑO 5	118.866	669.444	2.135.272	173.152	8,11%

Fuente: Elaboración Propia

El resultado nos muestra que el primer año para tener un equilibrio en pérdidas y ganancias se tiene que generar Bs. 462.866 que representa el 35,44% de la proyección calculada, cifra que va disminuyendo en los siguientes años hasta llegar al quinto año solo a cubrir el 8% de lo proyectado.

12.4. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectadas

Es un estado Financiero Básico, conocido también con el nombre de Estado de Resultados porque muestra los ingresos, los gastos, así como la utilidad o pérdida neta resultado de las operaciones de un negocio, durante un periodo cubierto por el informe, es un estado que refleja la actividad, por lo que se le considera un estado Dinámico.

A continuación se detalla de manera sistematizada la información de todos los datos referentes a los costos de producción, comercialización, administración e ingresos generados por la venta del servicio. Para ello se considera los valores de los Ingresos Anuales y Estructura de Costos Anuales proyectados.

Tabla N° 50

Estados de Pérdidas y Ganancias Proyectados- Expresado en Bolivianos

DESCRIPCIÓN	PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADAS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	1.426.080	1.622.832	1.823.671	2.042.398	2.281.132
VENTAS	1.306.080	1.496.832	1.691.371	1.903.483	2.135.272
OTROS INGRESOS	120.000	126.000	132.300	138.915	145.861
COSTOS TOTALES	895.063	862.900	835.006	810.392	788.310
COSTOS FIJOS	225.620	193.456	165.562	140.949	118.866
COSTOS VARIABLES	669.444	669.444	669.444	669.444	669.444
UTILIDAD BRUTA	531.017	759.932	988.666	1.232.005	1.492.823
IMPUESTOS IUE 25%	132.754	189.983	247.166	308.001	373.206
UTILIDAD NETA	398.263	569.949	741.499	924.004	1.119.617

Fuente: Elaboración Propia

El cuadro nos hace un resumen de las ganancias proyectadas a cinco años que tendrá la empresa, mostrando la Utilidad Bruta que viene a ser los ingresos totales menos los costos totales y la Utilidad Neta es el resultado de la Utilidad Bruta menos el Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas (IUE), que representa el 25% de la misma.

Cabe resaltar que se refiere a otros ingresos al conjunto de recursos que se perciben por otros servicios prestados, tomando en cuenta que son varios los servicios que no se mencionaron en los precios como ser:

- Servicio a la Habitación
- Atención de Quiosco
- Comida y bebidas
- Organización de Eventos
- Alquiler de Churrasqueros
- Excursiones y paseos
- Alquiler de indumentaria para campamentos

12.5. Estado De Flujo De Fondos

El estado de flujo de fondos es un estado financiero básico que informa sobre las variaciones y movimientos de efectivo y sus equivalentes en un periodo determinado. Su objetivo es suministrar a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y el equivalente de este, así como sus necesidades de liquidez, toma de decisiones económicas.

El flujo de fondos debe exponer de manera clara la previsión para cubrir los préstamos obtenidos, aquí se analiza la disponibilidad de los recursos financieros y no las utilidades arrojadas por el proyecto.

Tabla N° 51

Estado de Flujo de Fondos- Expresado en Bolivianos

DESCRIPCIÓN	INSTALACIÓN	FLUJO DE FONDOS				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	2.924.014	556.645	707.615	862.719	1.032.058	3.518.310
APORTE PROPIO	2.106.332					
APORTE SOLICITADO	817.682					
UTILIDAD NETA		398.263	569.949	741.499	924.004	1.119.617
DEPRECIACION		154.106	133.390	116.943	103.778	93.143
AMORTIZACION INV. DIFERIDA		4.276	4.276	4.276	4.276	4.276
VALOR RESIDUAL						2.246.252
CAPITAL DE TRABAJO						55.023
COSTOS	2.924.014	220.774	209.327	197.879	186.431	174.984
INVERSION FIJA	2.847.611					
INVERSION DIFERIDA	21.380					
CAPITAL DE TRABAJO	55.023					
COSTO FINANCIERO		57.238	45.790	34.343	22.895	11.448
AMORTIZACION		163.536	163.536	163.536	163.536	163.536
FLUJO ACTUAL	0	335.870	498.289	664.840	845.626	3.343.326
FLUJO ACUMULADO		335.870	834.159	1.498.999	2.344.625	5.687.951

Fuente: Elaboración Propia

Como podemos ver para la evaluación del flujo de fondos se parte del momento cero cuando la inversión se realiza pero no se tiene ingresos propios, y se considera como año uno cuando la inversión se implementa y se empieza a generar ingresos.

Se puede observar que en el periodo cero tiene un saldo final de 0 debido a que en este período se está realizando la inversión y aún no se pone en marcha el proyecto, desde el primer período comprendido por el año uno se puede apreciar un saldo positivo.

13. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Es el análisis del conjunto de antecedentes donde se establecen las ventajas y desventajas de asignar recursos a una actividad u objetivo determinado. La información recopilada y analizada, y las premisas y supuestos a partir de los cuales se elaborarán los antecedentes, deben nacer de la realidad en la cual el proyecto está inserto. La evaluación se enmarca en una rutina metodológica que en general puede aplicarse a cualquier proyecto. Un proyecto está asociado a múltiples circunstancias que al variar afectan su rentabilidad esperada. Cambios en la tecnología, en el contexto político, en el marco legal o en el marco financiero pueden transformar un proyecto rentable en no rentable o a la inversa.

En la evaluación del proyecto Se busca evitar la realización de proyectos que no cumplan los objetivos para los que fueron concebidos.

La calidad de la información disponible tiene para el que realiza el análisis un costo tanto financiero como de tiempo. Lo que se busca es obtener la mejor información que permita evitar la decisión de llevar a cabo un mal proyecto, ya sea porque no alcance los objetivos para los que fue diseñado, o se contradiga con la estrategia de la empresa.

En términos generales la evaluación del proyecto comprende las siguientes etapas:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Relación Costo Beneficio (B/C)

13.1. Evaluación Financiera

La evaluación financiera tiene como fin indicar la capacidad que tiene la empresa para hacer frente a sus obligaciones financieras con terceros y mostrar la rentabilidad del capital propio; para ello es necesario conocer la estructura del financiamiento, porque en el análisis financiero se confrontara la utilidad neta luego de cubrir el costo financiero con el capital propio.

El primer paso para la evaluación financiera el flujo de fondos, que ya se lo desarrollo en el punto anterior, el siguiente paso a seguir es la elaboración del cuadro del flujo de Inversiones, atendiendo a la estructura del financiamiento.

Tabla N° 52

Flujo Ajustado de Inversiones- Expresado en Bolivianos

DETALLE	INSTALACIÓN	PRODUCCIÓN				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN REAL	2.921.235					
PRÉSTAMO	814.903					
FLUJO AJUSTADO DE INVERSIÓN	-2.106.332					

Fuente: Elaboración Propia

Una vez determinado el Flujo de Fondos y el Flujo de Inversiones se pasamos a desarrollar el Flujo Neto Financiero, que nos ayudaran posteriormente a la evaluación financiera encontrando el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno.

Tabla N° 53

Flujo Neto Financiero- Expresado en Bolivianos

DESCRIPCIÓN	INSTALACIÓN	FLUJO NETO FINANCIERO				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE INVERSIÓN	-2.106.332					
FLUJO FINANCIERO		335.870	498.289	664.840	845.626	3.343.326
FLUJO NETO FINANCIERO	-2.106.332	335.870	498.289	664.840	845.626	3.343.326

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro se muestra el Flujo Neto del proyecto donde se puede evidenciar que solo se toma en cuenta la inversión de aporte propio, ya que el préstamo ya se amortiza a partir del primer año.

13.2. Indicadores de Evaluación

Los Indicadores de Rentabilidad son herramientas financieras procedentes de las matemáticas financieras que nos permiten evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión.

13.2.1. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos que tendrá el proyecto, para determinar si luego de descontar la inversión inicial nos quedaría alguna ganancia.

Para la determinación de la tasa de descuento, se tomó la sumatoria de la tasa de interés del 6% en relación a la tasa mayor pagada en DPF Banca privada y Bonos del BCB y la tasa de inflación esperada en el país del 6%, lo cual da como resultado el 12%, con el cual se calcula el VAN mediante la siguiente formula:

$$VAN = -\frac{FN}{(1+i)^0} + \frac{FN}{(1+i)^1} + \frac{FN}{(1+i)^2} + \frac{FN}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FN}{(1+i)^n}$$

Dónde:

FN= Flujo Neto

n = Vida Útil del proyecto

i= Tasa de interés de actualización

$$VAN = -\frac{2.106.332}{(1+0,12)^0} + \frac{335.870}{(1+0,12)^1} + \frac{498.289}{(1+0,12)^2} + \frac{664.840}{(1+0,12)^3} + \frac{845.626}{(1+0,12)^4} + \frac{3.343.326}{(1+0,12)^5}$$

$$VAN= 1.505.301$$

Si el VAN resulta ser negativo no es conveniente invertir en el negocio porque a futuro solo traerá pérdidas que no podrán cubrir los ingresos. Si el VAN resulta positivo como es el caso del proyecto, es conveniente realizar la inversión.

13.2.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno representa el rendimiento en donde, los beneficios actuales son iguales a los desembolsos. En otras palabras la Tasa Interna de Retorno hace que el valor presente neto se vuelva cero o sea que el valor presente que se obtiene en los flujos de caja sean iguales a cero.

La fórmula para el cálculo de la tasa interna de Retorno (TIR) es la siguiente:

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \left[\frac{VAN 1}{VAN 1 + VAN 2} \right]$$

Dónde:

i_1 = Tasa de descuento del ultimo VAN POSITIVO

i_2 = Tasa de descuento del primer VAN NEGATIVO

VAN 1= Valor Actual Neto, obtenido con i_1

VAN 2= Valor Actual Neto, obtenido con i_2

Reemplazando los datos el resultado es el siguiente:

$$TIR = 29,10 \%$$

Para el cálculo de la tasa de retorno se estableció una tasa de descuento del 12% que representa la intervención de dos factores, el costo de oportunidad actualmente establecida como el 6% según la ASFI y la inflación esperada en el país que representa el 6%. Por lo tanto la tasa de retorno es la máxima rentabilidad del estudio, obteniéndose un 29,10%, que es mayor a la tasa de descuento mínima esperada en el proyecto, por lo que el estudio realizado es viable y se recomienda su ejecución.

13.2.3. Relación Beneficio-Costo

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.

Situaciones que se pueden presentar en la Relación Beneficio Costo:

- **Relación B/C >0**

Índice que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio. En consecuencia, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.

• **Relación B/C < 0**

Índice que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio.

Para su cálculo de la relación Beneficio/Costo, se emplea la siguiente formula:

$$B/C = \frac{\frac{B1}{(1+i)^1}}{\frac{CO}{(1+i)^0}} + \frac{\frac{B2}{(1+i)^2}}{\frac{CO}{(1+i)^1}} + \frac{\frac{B3}{(1+i)^3}}{\frac{CO}{(1+i)^2}} + \dots + \frac{\frac{Bn}{(1+i)^n}}{\frac{CO}{(1+i)^n}}$$

Tabla N° 54

Relación Beneficio Costo-Expresado en Bolivianos

DETALLE	RELACION COSTO BENEFICIO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BENEFICIOS		556.645	707.615	862.719	1.032.058	3.518.310
COSTOS	2.106.332	220.774	209.327	197.879	186.431	174.984
FLUJO NETO	-2.106.332	335.870	498.289	664.840	845.626	3.343.326

Fuente: Elaboración Propia

Tasa 12%

R C/B = 1,53

El cálculo de la relación Costo Beneficio nos muestra que el proyecto es viable, ya que por cada boliviano invertido se tendrá una rentabilidad de 53 Cts.

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez completado todo el estudio para conocer la factibilidad del presente proyecto se llega a las siguientes conclusiones que vienen a ser respuesta a los objetivos trazados al inicio.

- El diagnostico situacional nos muestra que la población pandina no cuenta con áreas de descanso y recreación, sin necesidad de trasladarse grandes distancias para poder disfrutar de la naturaleza y su entorno. Pese a los atractivos naturales que posee la región, su rápido crecimiento y los incentivos para el sector turístico que hay en el país, estos no están siendo bien aprovechados, con una carencia de infraestructuras adecuadas, inexistencia de estrategias de promoción y trabajo de logística ineficiente en el sector turístico, hacen de la ciudad sea poco atractiva para los visitantes.

La implementación de un Hotel Hacienda que combine infraestructura adecuada, ecoturismo y excelente atención al cliente trae a la ciudad una perspectiva de crecimiento, contribuyendo al sector económico y turístico. Como se trata de un proyecto innovador superando lo que existe actualmente en la ciudad crea mucha expectativa en los ciudadanos.

- El estudio de mercado nos permitió identificar a nuestros posibles clientes en la ciudad de Cobija, primeramente segmentamos a la población por grupos de edades y se escogió al segmento comprendido de personas entre 20 y 59 años, pues ellos son quienes tienen independencia económica y de decisión. A través de una encuesta conocimos su opinión acerca de esta nueva propuesta de servicio, que sin duda nos muestra que hay una gran aceptación por parte de la población.
- Para desarrollo del Estrategias de mercadeo basado en un Plan de Marketing se realizó en análisis FODA describiendo las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa, lo cual nos orientó para la definición del marketing Mix donde se desarrolló la gama de servicios, la imagen corporativa, los precios por servicio, los canales por los

cuales se comercializaran los servicios y paquetes ofrecidos, la promoción para los mismos, el cual juega un papel muy importante a la hora de hacer conocer las características de un nuevo negocio, destacando como medio más rápido y eficiente el internet y la televisión.

- En el estudio técnico primeramente se determinó el tamaño del proyecto para ello se tomó en cuenta dos factores, la dimensión del mercado y la capacidad de financiamiento, como no se cuenta con una competencia directa nuestra demanda viene a representar el 100% pero al no poder cubrirla por la gran inversión que representa, se propuso atención a un máximo de 164 personas por semana, , que gradualmente se irá incrementando a medida que se perfeccione la logística de la empresa.

- En el punto de Inversiones y Financiamiento se determinó que la inversión total requerida es de Bs. 2.924.014 de los cuales el 28% será financiado por una entidad bancaria con una tasa de interés aplicada al sector productivo del 7%. Para el aporte propio se tomó en cuenta toda la infraestructura con la que actualmente cuenta la hacienda donde se pretende implementar el proyecto.

Se tiene como los costos más elevados al de Recursos Humanos con un costo anual de 451.404 bolivianos, seguido por los servicios Básicos e insumos con 181.740 bolivianos y depreciación con 154.106 bolivianos, este último que tiende a decrecer al pasar de los años. En cuanto a los ingresos generados se tiene buena utilidad frente a los costos, lo cual nos indica en el punto de equilibrio el primer año se tiene llegar a un 35% de lo proyectado para cubrir con los costos de producción, llegando así el quinto año solo a necesitar el 8% de las ventas para lograrlo.

- La factibilidad financiera se la determino en base a la evaluación financiera representada por los siguientes indicadores:

VAN de Bs.1.505.301 en base a una tasa de actualización del 6% establecida por la ASFI, mas la inflación esperada del país del 6%, determinando como tasa de mínima esperada de 12% lo que nos muestra que es conveniente realizar la inversión.

TIR de 29,10 %que es mayor a la tasa de descuento mínima esperada del 12%, por lo

que el estudio realizado es viable y se recomienda que sea ejecutado.

Relación Beneficio/Costo de 1,53 lo que nos determina que por cada boliviano invertido se gana 53 ctvs. Indicador que muestra un proyecto viable desde el punto financiero.

Como punto final en cuanto a las conclusiones se establece que la Implementación del Hotel Hacienda Los Mellizos y las estrategias comerciales para su promoción en la Ciudad de Cobija resulta un proyecto factible técnica económica y financieramente, ya que la evaluación financiera permitió establecer que la generación de este servicio logrará resultados positivos que permitirán obtener una liquidez y rentabilidad esperada.

Recomendaciones

Se recomienda al propietario de la Hacienda realizar la inversión porque se ha demostrado que es un proyecto factible, con capacidad de generar buenas utilidades.

También se recomienda que como se ve un crecimiento de la demanda y el buen ingreso por ventas, es necesario pasado los 5 años realizar un nuevo estudio para la ampliación y diversificación tanto en infraestructuras como en servicios.

Se recomienda la implementación del proyecto ya que el mismo tendría un favorable impacto social especialmente en el área turística del departamento y fortalecer el esparcimiento y recreamiento familiar.

BIBLIOGRAFÍA

Apaza, R. (7 de noviembre de 2013). Recuperado el 20 de Junio de 2015, de <http://ruben-apaza.blogspot.com>

espinoza, r. (6 de mayo de 2014). *gestiopolis*.

Montoya, J. (8 de junio de 2012). *dudamovile*. Recuperado el 19 de junio de 2015, de <http://www.dudamobile.com>

Ramonez, T. (Junio de 2008). El estudio de mercado. *PromoNegocios.net*, 5.

Kotler, P., Armstrong, G. (2013) Fundamentos del marketing. (11° Ed) México: Pearson Educación

Bolivia, INE: Población en los censos de 2001 y 2012 según Edad, Departamento y Área.

Cusi, E. (2013) Semillas para la investigación 2. Pando, Bolivia: Sodesbo Pando-Ciencias Económicas y Financieras UAP.

Cusi, E. (2015) Semillas para la investigación 4: El Perfil. Pando- Bolivia: SODESBO-Pando.

Cervantes, G. (1998). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. México. Editorial Mac Graw Hill.

Kotler, P. (2005) Las preguntas más frecuentes sobre marketing. Bogotá, Colombia: Grupo Norma.

Gamarra, G. (2011) Marketing y Estrategias. Bolivia: Editorial Bolivia.

Segmentación de mercados. (s.f.). Recuperado el 20 de Junio del 2015, de https://es.m.wikipedia.org/wiki/segmentacion_de_mercados

Nassir, S. (1999) *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Mexico. Editorial Mc Graw Hill.

www.monografias.com

<https://www.google.com.bo/maps/place/cobija/>

<https://www.bolivianet.com>turismo>ecoturismo>

- Definicion ABC.* (23 de Marzo de 2014). Recuperado el 23 de noviembre de 2015, de Definicion ABC: <http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/turismo-ecologico.php>
- Wikipedia.* (26 de mayo de 2015). Recuperado el 22 de diciembre de 2015, de Wikipedia: <http://www.wikipedia.com>
- Aide. (18 de abril de 2013). *Comidas Típicas de Bolivia.* Recuperado el 22 de Noviembre de 2015, de Comidas Típicas de Pando: [/comidastipicasdebolivia.blogspot.com/2009/10/comidas-tipicas-de-pando-html](http://comidastipicasdebolivia.blogspot.com/2009/10/comidas-tipicas-de-pando-html)
- Apaza, R. (7 de noviembre de 2013). Recuperado el 20 de Junio de 2015, de <http://ruben-apaza.blogspot.com>
- espinoza, r. (6 de mayo de 2014). *gestiopolis.*
- Ferré, J. M. (1997). Investigación de Mercados estrategica. En J. M. Ferre, *Investigación de Mercados estrategica* (pág. 78). Barcelona: Grupo Planeta.
- Hernandez, A. (22 de Agosto de 2014). *Marketing Digital.* Recuperado el 28 de Enero de 2016, de Marketing Digital: <http://alfredohernandezdiaz.com/2013/03/04/de-4ps-a-7ps-del-marketing/>
- INE. (2012). *Dinamica Poblacional de Pando.*
- Kotler, P. (2013). Fundamentos de Marketing 11va Edicion. En P. Kotler, *Fundamentos del Marketing 11va Edicion* (pág. 60). España: Always Learning.
- Lavayen, F. (27 de FEBRERO de 2001). *EDUCA.* Recuperado el 15 de NOVIEMBRE de 2015, de EDUCA: www.educa.com.bo/geografia/cobija-municipio-de-nicolas-suarez
- Lorette, K. (22 de Junio de 2014). *PYME.* Recuperado el 12 de Diciembre de 2015, de PYME: <http://pyme.lavoztx.com/un-analisis-situacional-de-un-plan-estrategico-de-marketing.html>
- Lorette, K. (2015). Un análisis situacional de plan estratégico de marketing. *La Voz*, 12.
- Militar, I. G. (15 de Noviembre de 2001). Fauna. Cobija, Nicolas Suarez, Bolivia.
- Montoya, J. (8 de junio de 2012). *dudamovile.* Recuperado el 19 de junio de 2015, de <http://www.dudamobole.com>
- Ramonez, T. (Junio de 2008). El estudio de mercado. *PromoNegocios.net*, 5.

ANEXOS

Anexo 1

Modelo de Encuestas

Anexo 2

Respaldo de Datos Pág. Periódicos

Anexo 3

Calculo de la Depreciaciones

Anexo 4

Árbol de Objetivos

Anexo 4

Respaldo Fotográfico Encuestas

Anexo 5

Archivo Fotográfico Actual Hacienda Los Mellizos

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN PANDINA

Soy estudiante de decimo semestre de Ingeniería Comercial de la Universidad Amazónica de Pando, estoy elaborando mi proyecto de grado y el objetivo de la siguiente encuesta es conocer la opinión acerca de la creación una nueva unidad productiva denominada HOTEL HACIENDA ECOTURISTICA LOS MELLIZOS, por lo que su comentario es de suma importancia para fines académicos.

1. **Sexo:** F ____ M ____
2. ¿En cuál de estos grupos de edades se encuentra?
 - a) De 19 a 25
 - b) De 26 a 35
 - c) De 36 a 45
 - d) De 46 a 60
3. ¿Cuál es el promedio de ingreso familiar en su hogar
 - a) De 1000 a 3000 Bs. _____
 - b) De 3000 a 5000 Bs. _____
 - c) De 5000 a 7000 Bs. _____
 - d) Más de 7000 Bs. _____
4. ¿Cuál es su opinión con respecto a la creación del Hotel Hacienda Eco turística en el municipio de Cobija?
 - a) Excelente
 - b) Muy bueno
 - c) Bueno
 - d) Regular
 - e) Malo
5. ¿Visitaría usted un sitio de este tipo?
 - a) Definitivamente si lo visitaría
 - b) Si lo visitaría
 - c) No la visitaría
6. ¿Le gustaría que el lugar contara con actividades de eco aventura? Cuales desearía realizar. ANOTAR DEL 1 AL 6 EN ORDEN DE IMPORTANCIA, siendo la 1 la más importante.
 - a) Caminata o senderismo _____
 - b) Paseo a caballo _____
 - c) Paseo en cuadra trac _____
 - d) Paseo en bicicleta _____
 - e) Paseo en canoa y pesca _____
 - f) Camping _____
 - h) Excursiones _____
 - i) Participar en actividades agrícolas _____

7. ¿Con que frecuencia lo visitaría?

- a) Semanalmente _____
- b) Quincenalmente _____
- c) Mensualmente _____
- d) Algunas veces _____

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para el uso de las instalaciones incluyendo las actividades de eco aventura?

- a) De 20 a 50 bs _____
- b) De 50 a 80 bs _____
- c) De 80 a 100 bs _____

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo buffet (tenedor libre) dentro de las instalaciones del Hotel Hacienda Los Mellizos

- a) De 40 a 60
- b) De 60 a 80
- c) De 80 a 100

10. Cuanto estaría dispuesto a pagar por una noche en el Hotel Hacienda Los Mellizos para dos personas con desayuno incluido

- a) De 400 a 500
- b) De 500 a 600
- c) De 600 a 700

11. Posee vehículo propio

SI ____ NO ____

Economía

Cobija tendrá el cuarto aeropuerto más moderno

El gobernador de Pando, Luis Adolfo Flores, informó que en marzo de 2016 entregará el aeropuerto internacional de Cobija, el que se convertirá en el cuarto aeropuerto más moderno del país.

Fuente:ANF

10 de Agosto de 2015

"Avanzan las obras de construcción del aeropuerto internacional de Cobija. Se prevé que en marzo de 2016, la capital de Pando tenga el cuarto aeropuerto mejor equipado de todo el país", dijo Flores a la prensa.

Según la autoridad departamental la construcción demandó el financiamiento de más de Bs. 40 millones e informó que hasta la fecha se tiene un avance del 45 %.

Inicialmente estaba prevista la entrega para diciembre de este año, pero no demolieron antes la improvisada infraestructura que ahora funciona, para no ocasionar perjuicio a los pasajeros, por lo que la entrega está prevista para marzo de 2016.

Aseguró que después de Santa Cruz, Cochabamba y La Paz, la terminal aérea de Pando será la cuarta más grande de Bolivia.

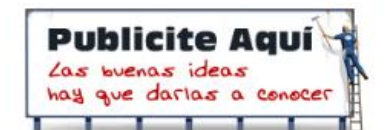
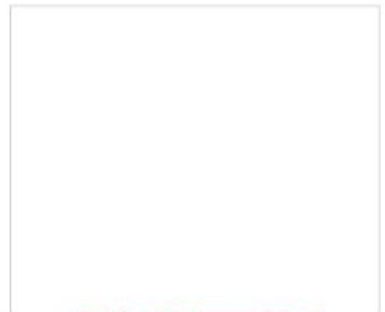
El proyecto comparte responsabilidades económicas. La Gobernación está encarando la construcción de la terminal, mientras que el Gobierno central se hace cargo de la ampliación de la pista aérea.

"La ampliación será de los 30 a 45 metros de ancho y de largo, de 2.000 a 2.600 metros en la pista", informó la autoridad.

Asimismo enfatizó en que con la construcción de la nueva terminal aérea "Capitán Aníbal Ara Fadol" se está realizando un aporte significativo al desarrollo de la región amazónica, al comercio y se espera que el flujo de pasajeros, sobre todo turistas, incremente considerablemente.

Según publicaciones de la prensa de 2013, cuando fue anunciada la obra, la construcción beneficiará a un promedio de 123.000 pasajeros nacionales e internacionales que utilizan anualmente el aeropuerto de Cobija en Pando.

El presidente Evo Morales visitó la obra y ratificó que la terminal aérea será entregada en marzo de 2016.



Indicadores Economicos

Ciudadanos bolivianos en el aeropuerto Jorge Wilstermann de Cochabamba. - José Rocha Los Tiempos

Multimedia

 Galería de fotos (2)

El 53 por ciento de los bolivianos se considera de clase media, un porcentaje incluso más alto que el promedio de la región latinoamericana, que es del 38 por ciento.

La información está contenida en Informe Latinobarómetro 2013, un documento donde se expone la percepción que tienen los países de su situación socioeconómica y que fue conocido ayer en Santiago de Chile.

El documento (http://www.nacion.com/nacional/politica/INFORMELB2013_LNCFIL20131101_0001.pdf) fue elaborado a base de encuestas en 38 países (incluido Bolivia entre el 31 de mayo y 30 de junio del presente año. Como resultado, 53 por ciento de los bolivianos se declara de clase media, el 39 por ciento de clase baja y el 5 por ciento restante de clase alta, sorprende si se toma en cuenta que para el Banco Mundial (BM) sólo el 17 por ciento de la población boliviana es de clase media.

El 39 por ciento se declara en el Latinobarómetro de clase baja, mientras que el BM dice que este nivel (suma de pobres y vulnerables) está conformada por un 83 por ciento. "No estamos frente a un problema de medición, sino de concepto", aclara el Latinobarómetro.

Según el informe, la satisfacción de vida no tiene relación con el progreso, ni el ingreso, ni tampoco con la situación económica presente de las personas, y de esta manera se puede explicar que haya una brecha tan grande entre lo que sucede realmente y lo que siente la gente.

"El auto posicionamiento de clase es una medida no absoluta y objetiva de una cantidad de bienes, sino más bien una medida relativa de la posición de cada cual en la sociedad. Se trata del poder de cada cual para "ser" en un grupo social. Los pobres no son sólo pobres en bienes, sino pobres en

- 16 55 Más de 27.000 efectivos darán seguridad en el referendo
- 16 50 TSE prevé tener resultados oficiales a más del 50% de votos ese mismo día
- 13 54 Referendo: más de 70.000 bolivianos podrán votar en España
- 13 07 Acusaciones caldean los últimos días de campaña
- 09 29 Evo: "No es falta de líderes, es la confianza"
- 09 12 Asesinato de niña de siete años conmociona Santa Cruz
- 07 38 Evo da por cerrado el caso Zapata
- Impo. El Sí y el No tienen tres días para ganar indecisos
- Impo. Advierten sobre costo de mal manejo de caso Zapata

[>> Ver todas las últimas noticias](#)

En Vídeo



DETALLE	Costo Total	Tasa de Depreciación	Depreciación Año 1	Valor Residual Año 1	Depreciación Año 2	Valor Residual Año 2	Depreciación Año 3	Valor Residual Año 3	Depreciación Año 4	Valor Residual Año 4	Depreciación Año 5	Valor Residual Año 5
Vehículos												
Mini van Suzuki APV	123.888	12,50%	15.486	108.402	13.550	94.852	11.856	82.995	10.374	72.621	9.078	63.543
Cuadra trac	125.280	12,50%	15.660	109.620	13.703	95.918	11.990	83.928	10.491	73.437	9.180	64.257
SUB TOTAL VEHÍCULOS			31.146	218.022	27.253	190.769	23.846	166.923	20.865	146.058	18.257	127.800
Equipo												
Equipo de Computación	5.000	10,00%	500	4.500	450	4.050	405	3.645	365	3.281	328	2.952
Teléfonos para las habitaciones	1.190	10,00%	119	1.071	107	964	96	868	87	781	78	703
Televisores	12.000	10,00%	1.200	10.800	1.080	9.720	972	8.748	875	7.873	787	7.086
Equipo de audio y sonido	2.280	10,00%	228	2.052	205	1.847	185	1.662	166	1.496	150	1.346
Cocina GENERAL ELECTRIC	6.190	10,00%	619	5.571	557	5.014	501	4.513	451	4.061	406	3.655
Frigo bar	6.000	10,00%	600	5.400	540	4.860	486	4.374	437	3.937	394	3.543
Congeladora Horizontal Electro lux	7.000	10,00%	700	6.300	630	5.670	567	5.103	510	4.593	459	4.133
Equipo de Karaoke	10.500	10,00%	1.050	9.450	945	8.505	851	7.655	765	6.889	689	6.200
lavadora LG	4.000	10,00%	400	3.600	360	3.240	324	2.916	292	2.624	262	2.362
aire acondicionado 12w IKA	12.600	10,00%	1.260	11.340	1.134	10.206	1.021	9.185	919	8.267	827	7.440
SUB TOTAL EQUIPO			6.676	60.084	6.008	54.076	5.408	48.668	4.867	43.801	4.380	39.421
muebles y enseres												
Escritorio	4.500	25,00%	1.125	3.375	844	2.531	633	1.898	475	1.424	356	1.068
Sillas Ejecutiva	1.500	25,00%	375	1.125	281	844	211	633	158	475	119	356
Juego de Sofá	5.000	25,00%	1.250	3.750	938	2.813	703	2.109	527	1.582	396	1.187

Camas matrimoniales box	23.760	25,00%	5.940	17.820	4.455	13.365	3.341	10.024	2.506	7.518	1.879	5.638
Camas simples box	17.280	25,00%	4.320	12.960	3.240	9.720	2.430	7.290	1.823	5.468	1.367	4.101
Juego de sábanas	4.480	25,00%	1.120	3.360	840	2.520	630	1.890	473	1.418	354	1.063
Almohadas	960	25,00%	240	720	180	540	135	405	101	304	76	228
veladores de madera	6.000	25,00%	1.500	4.500	1.125	3.375	844	2.531	633	1.898	475	1.424
Armarios	12.744	25,00%	3.186	9.558	2.390	7.169	1.792	5.376	1.344	4.032	1.008	3.024
Lámparas	2.400	25,00%	600	1.800	450	1.350	338	1.013	253	759	190	570
Juego de Toallas	10.000	25,00%	2.500	7.500	1.875	5.625	1.406	4.219	1.055	3.164	791	2.373
Tachos de Basura	625	25,00%	156	469	117	352	88	264	66	198	49	148
Utensilios de Cocina	3.600	25,00%	900	2.700	675	2.025	506	1.519	380	1.139	285	854
Hamacas	1.800	25,00%	450	1.350	338	1.013	253	759	190	570	142	427
Mesas redondas para 10 personas	24.000	25,00%	6.000	18.000	4.500	13.500	3.375	10.125	2.531	7.594	1.898	5.695
Mesas Cuadradas para 4 personas	6.000	25,00%	1.500	4.500	1.125	3.375	844	2.531	633	1.898	475	1.424
Sillas	47.500	25,00%	11.875	35.625	8.906	26.719	6.680	20.039	5.010	15.029	3.757	11.272
crystalería	12.500	25,00%	3.125	9.375	2.344	7.031	1.758	5.273	1.318	3.955	989	2.966
vajilla	20.000	25,00%	5.000	15.000	3.750	11.250	2.813	8.438	2.109	6.328	1.582	4.746
Cubiertos	4.200	25,00%	1.050	3.150	788	2.363	591	1.772	443	1.329	332	997
cafetera	300	25,00%	75	225	56	169	42	127	32	95	24	71
licuadora	340	25,00%	85	255	64	191	48	143	36	108	27	81
sanduchera	220	25,00%	55	165	41	124	31	93	23	70	17	52
Muebles de bar	5.000	25,00%	1.250	3.750	938	2.813	703	2.109	527	1.582	396	1.187
equipo de camping	1.250	25,00%	313	938	234	703	176	527	132	396	99	297
parrilleros	2.500	25,00%	625	1.875	469	1.406	352	1.055	264	791	198	593
balones de futbol	360	25,00%	90	270	68	203	51	152	38	114	28	85
balones de volley ball	200	25,00%	50	150	38	113	28	84	21	63	16	47
mesa de pin pon	3.500	25,00%	875	2.625	656	1.969	492	1.477	369	1.107	277	831
mesa de billar	4.000	25,00%	1.000	3.000	750	2.250	563	1.688	422	1.266	316	949
bicicletas	9.000	25,00%	2.250	6.750	1.688	5.063	1.266	3.797	949	2.848	712	2.136

SUB TOTAL MUEBLES Y ENSERES			58.880	176.639	44.160	132.479	33.120	99.360	24.840	74.520	18.630	55.890
Edificaciones												
Recepción	267.6 00	2,50%	6.690	260.910	6.523	254.387	6.360	248.028	6.201	241.827	6.046	235.781
Restaurant	448.2 24	2,50%	11.206	437.018	10.925	426.093	10.652	415.441	10.386	405.055	10.126	394.928
Piscina	487.2 00	2,50%	12.180	475.020	11.876	463.145	11.579	451.566	11.289	440.277	11.007	429.270
Capilla	41.76 0	2,50%	1.044	40.716	1.018	39.698	992	38.706	968	37.738	943	36.795
Circulación	243.6 00	2,50%	6.090	237.510	5.938	231.572	5.789	225.783	5.645	220.138	5.503	214.635
Exteriores	93.96 0	2,50%	2.349	91.611	2.290	89.321	2.233	87.088	2.177	84.911	2.123	82.788
Sala Multifunción	187.3 20	2,50%	4.683	182.637	4.566	178.071	4.452	173.619	4.340	169.279	4.232	165.047
Cabaña Familiar (2)	195.0 00	2,50%	4.875	190.125	4.753	185.372	4.634	180.738	4.518	176.219	4.405	171.814
Cabaña Matrimonial (2)	156.0 00	2,50%	3.900	152.100	3.803	148.298	3.707	144.590	3.615	140.975	3.524	137.451
Cabaña Especial (2)	175.5 00	2,50%	4.388	171.113	4.278	166.835	4.171	162.664	4.067	158.597	3.965	154.632
SUB TOTAL EDIFICACIONES			57.404	2.238.760	55.969	2.182.791	54.570	2.128.221	53.206	2.075.016	51.875	2.023.140
TOTALES			31.146	2.693.505	89.230	2.560.115	116.943	2.443.172	103.778	2.339.394	93.143	2.246.252

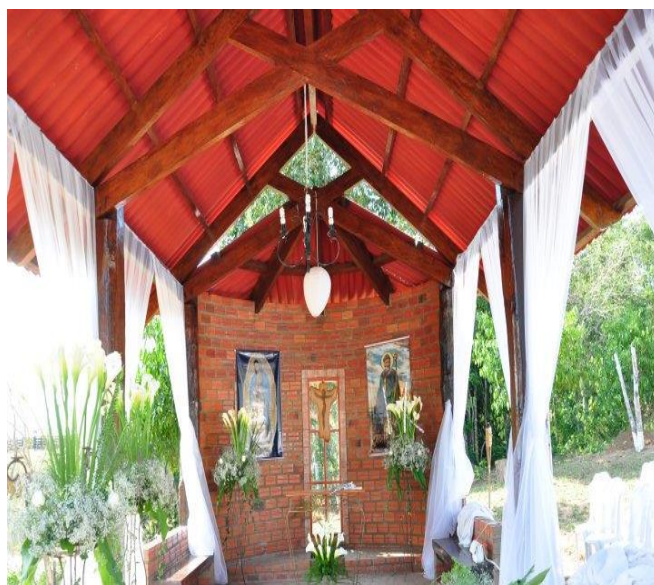
ARCHIVO FOTOGRAFICO ENCUENTAS



ARCHIVO FOTOGRAFICO ACTUAL HACIENDA LOS MELLIZOS



ARCHIVO FOTOGRAFICO ACTUAL HACIENDA LOS MELLIZOS



ARCHIVO FOTOGRAFICO ACTUAL HACIENDA LOS MELLIZOS



ARCHIVO FOTOGRAFICO ACTUAL HACIENDA LOS MELLIZOS



ARCHIVO FOTOGRAFICO ACTUAL HACIENDA LOS MELLIZOS

