

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

UNIDAD ACADÉMICA EL SENA

PROGRAMA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS



PROYECTO DE GRADO

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN HOTEL CON JACUZZI Y LAVANDERIA PARA
BRINDAR SERVICIOS DE ALTA CALIDAD EN EL MUNICIPIO DEL SENA”**

Modalidad Proyecto de Grado

Presentado Por: Melania Rodríguez Avalo

Para Optar el Título de Licenciatura Administración de Empresas

Tutor: Ing. Fernando Enrique Chávez Aparicio

**Sena - Pando – Bolivia
2025**

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la fuerza la sabiduría la inteligencia Y por darme más que todo salud.

para culminar esta etapa de mi vida que es tan importante para mí y para mi familia gracias a mis hijas a mi papá a mi mamá hermano gracias por su apoyo constante y por acompañarme en este proceso de la universidad por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente y por los conocimientos adquiridos durante esta mi carrera gracias a mis docentes por su guía por su compromiso por su paciencia y cariño durante todo este recorrido de mi carrera académica.

¡Gracias!

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este momento y ser la guía en mi camino.

A mi amado Padre Sr. Félix Rodríguez quien, con su amor incondicional, ejemplo de vida y sacrificio constante, que me enseñó el valor del esfuerzo que me dio las herramientas para alcanzar este sueño. Esta meta es tan suya como mía.

A mi Hermano Luis, por su aliento y alegría, que siempre fue un refugio y una motivación para mi

A mis hijas Arleth y Aimeth. que son la razón y la inspiración de cada uno de mis pasos. Espero que este logro les muestre que con perseverancia, todo es posible.

Con cariño, ¡Melania!

Índice General

| | |
|---|----|
| Resumen | 1 |
| Abstract..... | 2 |
| Introducción..... | 3 |
| CAPITULO I..... | 4 |
| PRESENTACION DEL PROBLEMA..... | 4 |
| 1.1. Título..... | 5 |
| 1.2. Antecedentes | 5 |
| 1.3. Nombre de la Entidad Beneficiaria..... | 6 |
| 1.4. Referencia Geográfica Del Proyecto | 7 |
| 1.4.1. Extensión Superficial | 7 |
| 1.4.2. Límites..... | 8 |
| 1.5.1. Formulación del Problema | 10 |
| 1.6. Justificación | 10 |
| 1.7. Objetivos..... | 11 |
| 1.7.1. Objetivo General | 11 |
| 1.7.2. Objetivos Específicos | 12 |
| CAPITULO II..... | 13 |
| SUSTENTACION TEORICA..... | 13 |
| 2.1. Marco Teórico..... | 14 |

| | |
|--|----|
| 2.1.1. Generalidades y Normas que Regulan la Hotelería | 14 |
| 2.1.2. Fundamentos de Estudios de Mercado y Económicos | 22 |
| 2.2. Marco Referencial | 27 |
| 2.2.1. Antecedentes Nacionales..... | 27 |
| 2.2.2. Antecedentes Internacionales | 27 |
| 2.2.3. Innovaciones y Tendencias en la Industria Hotelera..... | 28 |
| CAPITULO III | 29 |
| MARCO METODOLOGICO | 29 |
| 3.1. Metodología | 30 |
| 3.1.1. Tipo de Investigación | 30 |
| 3.1.2. Enfoque | 30 |
| 3.1.3. Método | 30 |
| 3.1.4. Población y Muestreo..... | 31 |
| 3.1.5. Técnicas e Instrumento de la Investigación | 34 |
| CAPITULO IV | 36 |
| PROPUESTA CENTRAL..... | 36 |
| 4.1. Estudio de Mercado | 37 |
| 4.1.1. Análisis de la Oferta..... | 38 |
| 4.1.3. Demanda Insatisfecha | 51 |
| 4.1.4. Marketing Mix | 53 |

| | |
|---|----|
| 4.2. Estudio Organizacional y Legal..... | 56 |
| 4.2.1. Registro Legal | 56 |
| 4.2.2. Organigrama..... | 63 |
| 4.2.3. Manual de Funciones | 64 |
| 4.3. Estudio Técnico | 67 |
| 4.3.1. Macro Localización..... | 67 |
| 4.3.2. Micro Localización | 68 |
| 4.3.3. Tamaño del Proyecto..... | 69 |
| 4.3.4. Tecnología y Capacidad Instalada | 70 |
| 4.4. Estudio Económico | 71 |
| 4.4.1. Inversión Inicial | 71 |
| 4.4.2. Costo de Operación | 74 |
| 4.4.3. Depreciación | 76 |
| 4.4.4. Capital de Trabajo | 78 |
| 4.5. Factibilidad del Proyecto | 79 |
| 4.5.1. Proyecciones de Ingresos | 79 |
| 4.5.2. Flujo de Caja | 81 |
| 4.5.3. Indicadores Financieros | 82 |
| CAPITULO V | 85 |
| INVERSION Y CRONOGRAMA DE EJECUCION..... | 85 |

| | |
|--|----|
| 5.1. Presupuesto de Inversión del Proyecto | 86 |
| 5.2. Cronograma de Ejecución de la Propuesta | 88 |
| CAPITULO VI | 89 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 89 |
| 6.1. Conclusiones | 90 |
| 6.2. Recomendaciones | 92 |
| Bibliografía..... | 93 |
| ANEXOS | 96 |

Índice de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Relación de superficie territorial | 8 |
| Tabla 2 Clasificación y categorización de los Hoteles en Bolivia | 22 |
| Tabla 3 Determinación de la Muestra..... | 32 |
| Tabla 4 Competencia Hotelera en El Sena | 41 |
| Tabla 5 Evaluación de la satisfacción de los clientes | 42 |
| Tabla 6 Identificación del Cargo de Gerente..... | 64 |
| Tabla 7 Identificación del Cargo del Recepcionista..... | 65 |
| Tabla 8 Identificación del Cargo del Personal de Limpieza..... | 66 |
| Tabla 9 Terreno e Infraestructura | 71 |
| Tabla 10 Muebles y Enseres | 72 |
| Tabla 11 Equipos de Computación y Televisores | 72 |
| Tabla 12 Equipos de Computación y Televisores | 73 |
| Tabla 13 Ropa Blanca o Lencería para Hotel..... | 73 |
| Tabla 14 Servicios Básicos..... | 74 |
| Tabla 15 Mano de Obra..... | 75 |
| Tabla 16 Depreciación..... | 76 |
| Tabla 17 Materiales y Accesorios | 77 |
| Tabla 18 Material de Escritorio..... | 77 |
| Tabla 19 Capital de Trabajo | 78 |
| Tabla 20 Proyección de Ingresos..... | 79 |
| Tabla 21 Cantidad de Habitaciones | 79 |
| Tabla 22 Demanda de Habitaciones | 80 |
| Tabla 23 Flujo de Caja | 81 |

| | |
|--|----|
| Tabla 24 Presupuesto de inversión de la propuesta..... | 86 |
| Tabla 25 Capital de Trabajo | 86 |
| Tabla 26 Cronograma de Actividades | 88 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1 Plan Territorial de Desarrollo el Sena..... | 8 |
| Figura 2 Clasificación de Establecimientos hoteleros | 16 |
| Figura 3 Motivo de la visita..... | 44 |
| Figura 4 ¿Es su primera visita a El Sena? | 46 |
| Figura 5 ¿Utiliza alguno de los siguientes servicios?..... | 47 |
| Figura 6 ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofreciera el hotel?..... | 49 |
| Figura 7 Organigrama de la microempresa | 63 |

Resumen

El presente proyecto propone la implementación del HOTEL MELANIA en el municipio de El Sena, con el objetivo de brindar servicios de hospedaje de alta calidad que respondan a la creciente demanda turística de la región. La investigación combina enfoques cuantitativos y cualitativos para identificar las limitaciones actuales en la infraestructura hotelera, caracterizadas por servicios básicos sin valor agregado. A partir de un estudio de mercado aplicado a los usuarios de hoteles locales, se evidenció que la mayor insatisfacción se concentra en la ausencia de servicios complementarios, como lavandería y jacuzzi, considerados prioritarios por los potenciales clientes. El análisis financiero demuestra la viabilidad del proyecto con un VAN positivo de 141.320,82, una TIR del 8% y un RBC de 1,29, lo que confirma su rentabilidad y sostenibilidad. Además, se estima un impacto positivo en el desarrollo económico local mediante la generación de empleos directos e indirectos y el fortalecimiento de la oferta turística del Sena. En conclusión, el HOTEL MELANIA se proyecta como una propuesta innovadora y diferenciadora que contribuirá a la competitividad turística del municipio y al bienestar de visitantes y residentes.

Palabras Clave: Hotelería, turismo, inversión, servicios de calidad, desarrollo local.

Abstract

This project proposes the implementation of HOTEL MELANIA in the municipality of El Sena, aiming to provide high-quality accommodation services that meet the growing tourism demand in the region. The research combines quantitative and qualitative approaches to identify the current limitations in the hotel infrastructure, which are mainly limited to basic services without added value. Based on a market study applied to users of local hotels, it was found that the main dissatisfaction lies in the lack of complementary services, such as laundry and jacuzzi, which are considered essential by potential customers. The financial analysis demonstrates the project's viability with a positive NPV of 141,320.82, an IRR of 8%, and a BCR of 1.29, confirming its profitability and sustainability. In addition, the project is expected to generate a positive impact on local economic development through the creation of direct and indirect jobs and the strengthening of Sena's tourism offer. In conclusion, HOTEL MELANIA is projected as an innovative and differentiated proposal that will contribute to the tourism competitiveness of the municipality and to the well-being of both visitors and residents.

Keywords: Hospitality, Tourism, Investment, Quality services, Local Development.

Introducción

El turismo y la hospitalidad representan sectores estratégicos para el desarrollo económico y social de las regiones. En el municipio de El Sena, ubicado en el departamento de Pando, se observa un crecimiento sostenido de visitantes que, sin embargo, no encuentra una oferta hotelera que satisfaga plenamente sus necesidades de confort y calidad. La mayoría de los establecimientos existentes ofrecen únicamente servicios básicos, lo que limita la competitividad de la zona frente a otros destinos turísticos.

Ante esta situación, surge la propuesta de implementar el HOTEL MELANIA, un proyecto que busca diferenciarse mediante la incorporación de servicios complementarios innovadores como jacuzzi y lavandería, orientados a brindar una experiencia más completa y satisfactoria a los huéspedes.

La presente investigación tiene como propósito demostrar la viabilidad técnica, comercial y financiera del hotel, considerando estudios de mercado, estructura organizacional, plan de operaciones y evaluación económica. A través de un enfoque cuantitativo y cualitativo, se analizó la oferta y demanda de hospedaje en El Sena, identificando la oportunidad de posicionar un hotel que combine la calidez de un ambiente familiar con la profesionalidad de un servicio turístico moderno.

Asimismo, se presentan los beneficios sociales, económicos y ambientales del proyecto, destacando la generación de empleo, la dinamización del turismo local y el compromiso con prácticas sostenibles. En este sentido, el HOTEL MELANIA no solo busca ser rentable, sino también convertirse en un actor clave para el desarrollo integral del municipio y su proyección como destino turístico emergente en la región amazónica de Bolivia.

CAPITULO I

Presentación del Problema

1.1. Título

Implementación de un Hotel con Jacuzzi y Lavandería para Brindar Servicios de Alta Calidad en el Municipio del Sena

1.2. Antecedentes

Desde la antigüedad, el ser humano ha viajado por diversas motivaciones, como la búsqueda de mejores condiciones de vida, el comercio, la conquista y, en la actualidad, el ocio. La evolución de los medios de transporte, desde caminar y el uso de animales hasta la aparición de la aviación moderna, ha marcado las distintas etapas del viaje, mostrando cómo el desplazamiento ha dependido siempre de los recursos disponibles para la locomoción. La actividad viajera permitió el surgimiento y desarrollo de la industria de la hospitalidad, la cual se ha transformado constantemente para responder a las demandas y expectativas de los viajeros. Los viajeros a lo largo de los siglos no hubieran requerido mayores facilidades para alojarse, los establecimientos seguirían ofreciendo servicios muy básicos, sin embargo, la industria ha evolucionado a la par del crecimiento de las necesidades del ser humano. .

(Garcia, H., 2015)

La historia de la hotelería en Bolivia tiene sus orígenes en tiempos precoloniales, cuando las redes de caminos del Imperio Inca facilitaban el tránsito y el comercio a lo largo del extenso territorio andino. En ese contexto existían los tambos, alojamientos rudimentarios destinados a brindar descanso y refugio a viajeros y comerciantes. Estos espacios no solo cumplían una función de hospedaje, sino que también eran centros de intercambio económico y cultural, lo que evidencia la importancia que la hospitalidad tenía en las sociedades andinas desde épocas ancestrales. Con el tiempo, estos alojamientos evolucionaron con la llegada de la

colonización, el crecimiento urbano y el surgimiento del turismo como actividad económica, lo que impulsó la creación de hoteles más estructurados y con servicios cada vez más diversificados.

En el contexto regional, la demanda de hospedaje en la ciudad de Cobija mostró un crecimiento sostenido entre los años 2015 y 2019. En 2015 se registraron 34.339 viajeros que pernoctaron en establecimientos de hospedaje, cifra que aumentó en 2016, tuvo una leve disminución en 2017 y retomó un incremento en 2018 y 2019, alcanzando 36.835 viajeros. Este comportamiento representa aumentos absolutos de 851 y 677 visitantes en los dos últimos años del periodo analizado. Mientras a nivel nacional el número total de viajeros descendía, Cobija incrementó su participación en el volumen nacional de 1,8% en 2015 a 2,1% en 2019. Estos datos evidencian una tendencia favorable para el sector hotelero en la región amazónica, mostrando un mercado en expansión que requiere nuevas alternativas de hospedaje y servicios de mayor calidad.

1.3. Nombre de la Entidad Beneficiaria

La entidad beneficiaria de la presente propuesta es la empresa hotelera que se establecerá en el municipio de El Sena, la cual tendrá como objetivo brindar servicios de alojamiento y bienestar de alta calidad a turistas y visitantes de la región.

Este proyecto beneficiará directamente a la población local, mediante la generación de empleos formales en áreas de atención al cliente, lavandería y mantenimiento, así como al sector turístico del municipio, al ofrecer instalaciones modernas que promuevan la estadía de visitantes y contribuyan al desarrollo económico local. Asimismo, la propuesta impactará de

manera indirecta a proveedores de insumos y servicios, quienes tendrán nuevas oportunidades de negocio derivadas de la operación del hotel.

1.4. Referencia Geográfica Del Proyecto

El Municipio de Sena se encuentra ubicado en el extremo sur del Departamento Pando, extremos Oeste de la Provincia Madre de Dios, se halla ubicado entre coordenadas geográficas correspondientes a los paralelos 11° 27' a 12° 30' de Latitud Sur, y los meridianos 67° 00' a 68° 00' Longitud Oeste. Teniendo como altitud de 148 m.s.n.m. (Plan Territorial de Desarrollo el Sena, 2021: 17). Geográficamente, el punto de impacto y operación central del emprendimiento se ubica en las siguientes coordenadas del sistema Universal Transverse Mercator (UTM), referidas al datum WGS84:

| Datum | Zona UTM | Coordenada Este (X) | Coordenada Norte (Y) |
|--------------|-----------------|----------------------------|-----------------------------|
| WGS84 | 19 Sur | 691174.022 E | 8729652.243 N |

1.4.1. Extensión Superficial

El Municipio de Sena tiene una extensión superficial de 7.540 Km², que corresponde al 63% de la superficie territorial de la Provincia Madre de Dios y el 19% del departamento de Pando, de acuerdo al detalle del siguiente cuadro.

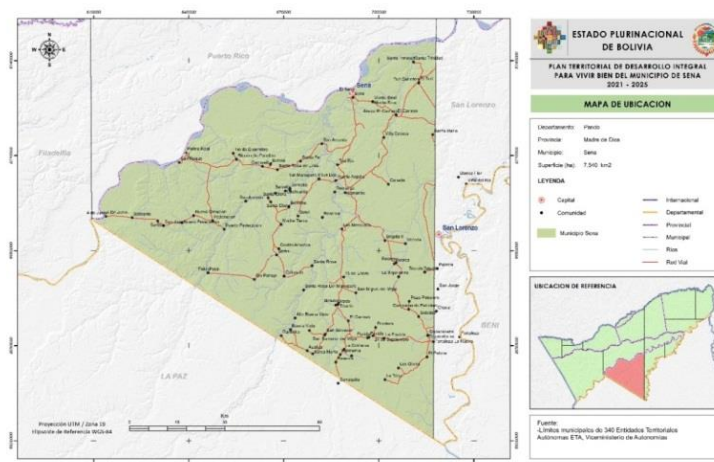
Tabla 1*Relación de superficie territorial*

| Unidad Territorial | Km² |
|--------------------------------|-----------------------|
| Departamento de Pando | 63.834 |
| Provincia Madre de Dios | 11.970 |
| Municipio Sena | 7.540 |

1.4.2. Límites

Los límites del Municipio de Sena son:

- **Norte:** Río Madre de Dios, límite natural con el Municipio de Puerto Rico.
- **Sur:** Río Beni, límite natural con Municipio de Reyes de la provincia Ballivian del Dpto. Beni.
- **Este:** Municipio de San Lorenzo.
- **Oeste:** Municipio de Ixiamas, Provincia Abel Iturralde del Dpto. de La Paz.

Figura 1*Plan Territorial de Desarrollo el Sena*

1.5. Descripción Problema

El presente proyecto de investigación tiene como objeto de estudio es la implementación de un hotel con jacuzzi en el municipio de El Sena, orientado a ofrecer servicios de hospedaje de alta calidad que respondan a las nuevas exigencias del turismo moderno.

En el municipio de El Sena, el desarrollo turístico ha sido limitado por la falta de infraestructura hotelera adecuada y servicios diferenciados que respondan a las expectativas del turista actual. A pesar de contar con potencial natural, cultural y estratégico, la oferta de alojamiento no ha evolucionado al ritmo de la demanda, lo que limita la atracción de visitantes nacionales y extranjeros. La limitada oferta de servicios hoteleros de alta calidad en el municipio de El Sena se debe, principalmente, a la falta de inversión en infraestructura turística moderna, lo que impide el desarrollo de espacios innovadores y atractivos para los visitantes. A esto se suma la escasa diversificación en los servicios de hospedaje, ya que la mayoría de los establecimientos existentes ofrecen únicamente condiciones básicas, sin incorporar elementos diferenciadores como jacuzzis, spa u otras áreas de relajación. También se observa un bajo nivel de innovación por parte de los emprendedores locales, quienes no han integrado las nuevas tendencias del turismo actual.

Como consecuencia, El Sena enfrenta una competitividad reducida frente a otros destinos que sí ofrecen experiencias turísticas más completas y modernas. Esto ha provocado una disminución en el flujo de visitantes y ha impactado negativamente en la economía local, restringiendo las oportunidades de empleo y los ingresos de emprendedores y prestadores de

servicios turísticos. Además, los turistas que visitan la región suelen percibir una baja calidad en los servicios, lo que disminuye su satisfacción y reduce las probabilidades de que regresen o recomienden el destino. En conjunto, esta situación representa un claro desaprovechamiento del significativo potencial turístico y económico que posee el municipio.

Una solución viable es la implementación de un hotel con jacuzzi que brinde servicios de alta calidad, dirigido tanto al turismo de descanso como al turismo de aventura o ecológico. Esta propuesta no solo mejorará la oferta de hospedaje, sino que también fortalecerá el posicionamiento de El Sena como un destino atractivo, diversificado y competitivo, promoviendo así el desarrollo económico y turístico de la zona.

1.5.1. Formulación del Problema

¿De qué manera la ausencia de servicios hoteleros diferenciados como jacuzzi, lavandería y espacios de bienestar, está afectando la competitividad turística, la satisfacción del huésped y la permanencia de los visitantes en el municipio de El Sena, un entorno con potencial turístico, pero con oferta de hospedaje básica y poco innovadora?

1.6. Justificación

La presente investigación se realiza con el propósito de dar respuesta a la creciente necesidad de mejorar la calidad de los servicios turísticos en el municipio de El Sena, una zona con alto potencial natural y cultural, pero con una infraestructura hotelera limitada y poco innovadora. Actualmente, los servicios de hospedaje disponibles no satisfacen plenamente las expectativas de los turistas, lo cual afecta la competitividad del destino y limita su desarrollo económico. En este contexto, se plantea la implementación de un hotel con

jacuzzi como una propuesta que eleva los estándares de confort y modernidad, alineándose con las nuevas demandas del mercado turístico.

Este proyecto aporta una alternativa concreta para diversificar y mejorar la oferta hotelera en El Sena, integrando servicios diferenciadores que puedan posicionar al municipio como un destino atractivo para distintos tipos de turistas. Además, ofrece una base técnica y estratégica para futuros emprendimientos turísticos, fomentando la inversión local y regional. La investigación también contribuye al conocimiento aplicado en el ámbito del turismo sostenible y la gestión de servicios de calidad, promoviendo el desarrollo de infraestructura orientada a satisfacer tanto al visitante como al entorno socioeconómico.

Los principales beneficiarios de este proyecto serán los turistas que visiten El Sena y encuentren una opción de hospedaje con mayores niveles de confort y atención personalizada. Asimismo, se beneficiarán los emprendedores y empresario, al generarse nuevas oportunidades de negocio e inversión. La comunidad local también será favorecida a través de la generación de empleos directos e indirectos, el fortalecimiento de la economía regional y la promoción de la identidad turística del municipio.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Evaluar la viabilidad técnica, comercial, organizacional y financiera para la implementación de un hotel con jacuzzi y servicio de lavandería que brinde servicios turísticos de alta calidad en el municipio de El Sena.

1.7.2. Objetivos Específicos

1. Realizar un estudio de mercado para identificar la oferta y demanda de servicios de hospedaje en el municipio de El Sena.

2. Desarrollar el estudio técnico para determinar el tamaño, localización, infraestructura y equipamiento necesario para la implementación del hotel.

3. Elaborar el estudio organizacional–administrativo para definir la estructura de funcionamiento y los procesos operativos del hotel.

4. Realizar el estudio económico–financiero que incluya la inversión inicial, costos de operación, proyección de ingresos e indicadores de rentabilidad.

CAPITULO II

Sustentación Teórica

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Generalidades y Normas que Regulan la Hotelería

2.1.1.1. Alojamiento. La OMT, define al Alojamiento, como aquella actividad ejercida por los establecimientos que presten servicios de hospedaje al público a cambio de un pago de forma profesional, este puede ser de modo temporal o permanente y puede incluir otros servicios complementarios. (Organización Mundial del Turismo, 2000).

Sumada a esta conceptualización de alojamiento, tenemos también la conceptualización de Rivas, quien manifiesta que se entiende por alojamientos turísticos a todos aquellos establecimientos destinados a proporcionar mediante un precio servicios de habitación y/o residencia junto a otros servicios. La conjugación de las estructuras físicas con la organización de los servicios que se prestan, la imagen y el precio bajo un criterio de calidad definirán la categoría de este alojamiento. Basado en esta conceptualización esta actividad está orientada a satisfacer las necesidades de hospedaje del turista en conjunto con otros servicios complementarios en función a un precio.

En la actualidad, contamos también con una modalidad de hospedaje en hogares – Departamentos, casas de campo, etc. –, caracterizado por brindar el servicio de habitación o de residencia, incluyendo o no el servicio de comidas, mediante el pago de un precio, en un edificio con características estéticas propias de la arquitectura de la zona donde se ubique y que reúna de igual manera una serie de instalaciones y servicios mínimos. (García & Olmos, 2016)

Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo, OMT, indica que el servicio y alojamiento se clasifica en:

- **Establecimientos Hoteleros:** Los Establecimientos Hoteleros a su vez se encuentran formados por: Hoteles, hoteles apartamento, moteles y hostales o pensiones.

- **Extra Hoteleros:** Los establecimientos Extra Hoteleros se encuentran conformados por campamentos, casas de alojamiento, casas rurales y departamentos privados.

2.1.1.2. Establecimientos de Hospedaje Turístico, hotel y hotelería. Conforme a la denominación especificada en el Reglamento de hospedaje turístico consultado para la investigación, los establecimientos de Hospedaje Turístico son todos aquellos que prestan un servicio para alojarse en forma temporal, y que funcionen en una edificación construida o acondicionada para tal fin, cuyas instalaciones reúnan las condiciones mínimas requeridas para el huésped, conformando su infraestructura un todo unitario. (Reglamento de Hospedaje Turístico, 2001)

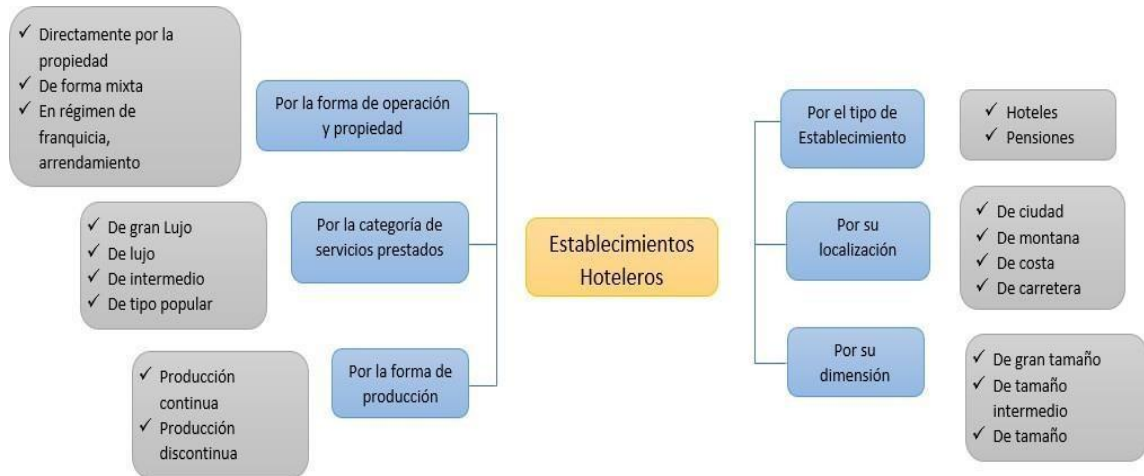
Un Hotel es "un establecimiento de carácter público, destinado a dar una serie de servicios, alojamiento, alimentos, bebidas y entretenimiento; que persigue tres grandes objetivos: ser fuente de ingresos, ser fuente de empleos y dar servicio a la comunidad". (Perez, 2012)

Asimismo, la OMT, define a la Hotelería como “la rama del turismo que presta el servicio del alojamiento al turista y esta puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren, además de la clasificación de cada país o región. (Foster, 1994)

Los establecimientos hoteleros de acuerdo a la OMT, se clasifican de la siguiente manera:

Figura 2

Clasificación de Establecimientos hoteleros



En cuanto a la clasificación de su oferta o tipologías de empresas hoteleras, podemos citarlas siguientes como las más significativas:

- Según el tipo de establecimientos: hoteles, moteles y pensiones.
- De acuerdo con su localización: de ciudad, de montaña, de costa, de carretera.
- En función de su categoría: lujo (cuatro y cinco estrellas), categoría intermedia (tres estrellas) y tipo popular (dos y una estrella).

- Según su dimensión: de gran tamaño (más de 300 habitaciones), de tamaño intermedio (de 100 a 300 habitaciones) y de tamaño pequeño (menos de 100 habitaciones).

- Por la forma de operación y su relación con la propiedad: explotadas directamente por la propiedad, explotadas de forma mixta y explotada en régimen de franquicia, arrendamiento y gestión o malajemente.

- A través del contrato de franquicia, un hotel franquiciado pasa a operar con la misma imagen de marca y mismo método productivo que el franquiciador. La empresa franquiciadora debe ser una cadena hotelera de gran prestigio que procurará mantener su buena imagen, y para ello impondrá la adopción de su imagen corporativa y la asunción de su proceso de producción. El contrato de franquicia suele firmarse por tres o más años por una cantidad fija anual, pudiendo prorrogarse si ambas partes están de acuerdo.

- El contrato de arrendamiento se fundamenta en el alquiler de un establecimiento hotelero por un tiempo normalmente no inferior a tres años, haciéndose una especie de inventario de las instalaciones, mobiliario, existencias, plantilla de la cual se hará cargo la empresa arrendadora, etc.

- El contrato de dirección o management consiste en la contratación de un equipo directivo especializado en la gestión y administración de empresas hoteleras, que se encarga de dirigir el proceso productivo y la comercialización del establecimiento.

- Según la forma de producción: continua o establecimientos que permanecen abiertos Interrumpidamente y producción discontinua o establecimientos de temporada.

2.1.1.5. El Producto Hotelero. La empresa hotelera es un sistema abierto en el que se pueden diferenciar los tradicionales subsistemas De aprovisionamiento, producción, comercial, financiero, de recursos humanos, y administración, posee, además, algunas características que debemos considerar. (Poma, 2020)

Intangibilidad del producto principal que generan, que es el servicio de habitaciones, que No se puede almacenar.

Restauración: el producto de la restauración no es intangible, pero sí perecedero, y además adquiere un papel fundamental la manera intangible de ofrecer el servicio.

El factor localización adquiere más importancia, al ser más determinante, que en otro tipo de empresas.

Ya consideradas estas matizaciones, podemos mencionar las siguientes actividades principales que se Realizan en un hotel y que componen su producto/servicio:

Servicio de recepción: se encarga de las reservas de plazas, atender las salidas y entrada de huéspedes y clientes, mantener relaciones públicas con clientes (por ejemplo, tratamiento de clientes VIP, llegadas de grupos, etc.), coordinación interdepartamental (informar al resto de departamentos de las llegadas o salidas de clientes para en función de ello que éstos planifiquen su actividad), confección y cobro de facturas, etc.

Servicio de conserjería: se ocupa de ofrecer información y asistencia a los huéspedes y clientes, equipajes y consignas, custodia de llaves de la habitación, correspondencia, etc.

Pisos: realiza la limpieza y preparación de las habitaciones, conservación del mobiliario, limpieza de pasillos, salones y zonas comunes, control de stock e inventario de ropa de habitaciones, lavandería y plancha, etc.

Bodega: se llevan a cabo las compras de productos de bodega, almacenamiento de esta mercancía, distribución de este inventario a los distintos.

Cocina y restauración: ofrecen al cliente servicios de alimentación y/ o bebidas.

Animación hotelera: entre estas actividades destacan la organización de fiestas, cenas de gala, competiciones deportivas, exposiciones diversas (pintura, fotografía, artesanía, etc.)

Mantenimiento y seguridad: se ocupa del mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones básicas del hotel (instalaciones eléctricas y de agua, ascensores, máquinas de cocina, aire acondicionado y calefacción, sistemas de seguridad frente a incendios, etc.) y de las instalaciones complementarias (piscina, jardines, pistas deportivas).

Administración y contabilidad: lleva a cabo la fijación de los objetivos generales de la compañía, el control de todos los ingresos y gastos de la explotación, la evaluación y selección de inversiones, la elección de las distintas fuentes de financiación de la compañía, etc. En ocasiones, también realiza las funciones propias del departamento de personal: reclutamiento y selección del personal, confección de nóminas, organización de cursos de formación.

Comercialización: se encarga de la realización de estudios de mercado, campañas de publicidad, relaciones públicas, relaciones con empresas de intermediación turística, etc.

2.1.1.6. Unidades que regulan la Actividad Hotelera. La Ley de promoción y desarrollo de la actividad turística en Bolivia las unidades departamentales de turismo ejercían las siguientes funciones. (Ley 2074, 2000)

- Autorizar la inscripción en el registro departamental de turismo; su funcionamiento suspensión y cese de actividades de establecimientos de hospedaje turístico con formaciones legales vigentes y siempre que han cumplido lo estipulado por el presente reglamento.
- Fijar en su caso modificar la clase o categoría de establecimientos de hospedaje turístico de acuerdo a las previsiones del artículo 6 del reglamento.
- Verificar que los establecimientos de hospedaje turístico cumplan con sus propios servicios y no realicen actividades que correspondan a otras categorías de servicios.
- Resolver los reclamos de turistas y o establecimientos de hospedaje dentro del ámbito de aplicación administrativa de la unidad departamental de turismo correspondiente.
- Proporcionar la capacitación permanente de los recursos humanos de establecimientos de hospedaje turístico en coordinación con el viceministerio de turismo.
- Aplicar sanciones administrativas a los establecimientos de hospedaje a que hubiere lugar infracciones según reglamentos.

2.1.1.7. Requisitos legales para Establecimiento Hotelero. Para un funcionamiento correcto y legal de un establecimiento hotelero o lugar de hospedaje en nuestro territorio, estos deben presentar a la Unidad de Turismo los siguientes requisitos. (Ley 292, 2016)

- Testimonio de Constitución de la sociedad (si corresponde).
- Balance de apertura.
- Registro Nacional de Comercio.
- Inscripción en el servicio de Impuestos Nacionales, NIT (Número de Identificación Tributaria).
- Cédula de identidad del propietario (si corresponde a una empresa unipersonal).
- Autorización de la Unidad Departamental de Turismo, previa verificación de cumplimiento de los requisitos, esta unidad registrará al establecimiento de hospedaje legalmente establecidos.

2.1.1.8. Clasificación de los Hospedaje Turístico en Bolivia. El Reglamento específico de Establecimientos de Hospedaje Turístico en su Artículo 3.- (Categorización de los Establecimientos de Hospedaje) señala las siguientes clasificación y categorización de los Establecimientos de Hospedaje Turístico:

Tabla 2*Clasificación y categorización de los Hoteles en Bolivia*

| <i>Clase</i> | <i>Categoría</i> |
|-----------------------------------|---------------------------|
| <i>Hoteles</i> | <i>De 1 a 5 Estrellas</i> |
| <i>Apart Hoteles</i> | <i>De 3 a 5 Estrellas</i> |
| <i>Resorts</i> | <i>De 3 a 5 Estrellas</i> |
| <i>Hoteles Boutique</i> | <i>De 4 a 5 Estrellas</i> |
| <i>Hostales y/o Residenciales</i> | <i>De 1 a 3 Estrellas</i> |
| <i>Alojamientos</i> | <i>Tipo A & B</i> |
| <i>Lodges</i> | <i>Categoría Única</i> |
| <i>Hotel Rural</i> | <i>Categoría Única</i> |
| <i>Hostería</i> | <i>Categoría Única</i> |
| <i>Áreas de Camping</i> | <i>Categoría Única</i> |

2.1.2. Fundamentos de Estudios de Mercado y Económicos

La gestión económica de un proyecto hotelero es esencial para garantizar su viabilidad, sostenibilidad y rentabilidad. Para la implementación de un hotel con jacuzzi y lavandería en El Sena, es fundamental considerar los siguientes aspectos:

2.1.2.1. Estudio de Mercado. Uno de los factores más críticos en el estudio de proyectos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su oferta y demanda, los objetivos particulares del análisis serán ratificar la posibilidad real de colocar el producto o servicio que elaboraría el proyecto en el mercado, determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer las características y la ubicación del mercado potencial (Sapag, 2008:40).

2.1.2.1.1. Mercado. El mercado no sólo es el lugar físico a donde vamos con mucha frecuencia a comprar verduras o la comida del día. El mercado también es un grupo de compradores y vendedores con los medios necesarios para realizar negocios. Los medios son, por ejemplo, un local, un vehículo, el teléfono, el fax, el correo electrónico Internet (Nicaragua, 2012:43).

2.1.2.1.2. Oferta. La oferta es la cantidad de producto o servicios que los microempresarios o microempresarias están en capacidad de ofrecer a un determinado precio, con una calidad adecuada exigida y en Un Momento Dado (Nicaragua, 2012:43).

2.1.2.1.3. Demanda. Es la cantidad de productos que los compradores están dispuestos a adquirir, a un determinado precio, con una calidad adecuada exigida y en un momento dado (Sapag, 2008:43).

2.1.2.2. Planificación Financiera y Presupuesto de Inversión. La planificación financiera consiste en calcular el costo total de implementación y operación, incluyendo construcción, equipamiento, mobiliario, personal, insumos y mantenimiento. El presupuesto de inversión debe reflejar los recursos necesarios para poner en funcionamiento el proyecto, asegurando que la empresa pueda cubrir sus costos y generar utilidades.

2.1.2.3. Inversión. La inversión está definida como el monto de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, los cuales comprenden: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo que el rendimiento de los recursos se considere óptimo debe ser igual o mayor al rendimiento que esa misma inversión obtendrá si se la destina a una actividad alternativa de similar riesgo. Las inversiones de naturaleza permanente y estable, se

denominan inversiones de largo plazo, y se refieren a las adquisiciones de ciertos bienes que tienen un carácter operativo para la empresa, como los terrenos, edificios, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y cuyo fin son dar soporte a la actividad de producción de bienes y servicios. Las inversiones cuya principal función es servir de soporte a las ventas, se las denominan de corto plazo, ya que se destinan a financiar los activos corrientes tales como: inventarios, cuentas por cobrar, cuentas que se recuperan en plazos inferiores a un año, repitiéndose el ciclo de inversión y recuperación en forma continua (Financieros, 2009:44).

2.1.2.4. Activos Fijos. Las inversiones en activos fijos son aquellas que se realizan sobre bienes tangibles de naturaleza permanente, estable, no están disponibles para la venta, tienen un costo representativo y poseen un carácter operativo para la empresa, ya que se utilizarán en el proceso de transformación de las materias primas o servirán de apoyo para la operación normal del proyecto. Para efectos contables, los activos fijos, excepto los terrenos, están sujetos a depreciación. El terreno normalmente tiende a aumentar de precio por el desarrollo urbano a su alrededor (Financieros, 2009:44).

2.1.2.5. Activos Diferidos. Los activos intangibles o diferidos constituyen derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones para su funcionamiento o actividades productivas. Dentro de los activos fijos intangibles se encuentran el estudio técnico, gastos de constitución, puesta en marcha y gastos de capacitación, los cuales son necesarios para el desarrollo del proyecto (Financieros, 2009:44).

2.1.2.6. Capital de Trabajo. La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del

proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados (Sapag, 2008:45).

2.1.2.7. Herramientas de Evaluación Financiera. Las herramientas de evaluación consisten en decidir si la conversión del Pozo Productor a inyector es factible o no, combinado operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación, los indicadores financieros a usar son: Valor Actual Neto VAN, Tasa Interna de Retorno TIR, y Relación Beneficio Costo RBC. (Sapag, 2011)

2.1.2.8. Flujo de Caja. Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o compra activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa.

2.1.2.9. Valor Actual Neto (VAN). El valor actual neto del proyecto representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad.

Los valores obtenidos en el flujo de caja se convierten en valores actuales, mediante la aplicación de una fórmula matemática y luego se suman los resultados obtenidos. Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará.
- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.

➤ Si el VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

2.1.2.10. Tasa Interna de Retorno (TIR). Es la tasa para la cual el VAN se hace cero. El valor presente de los cobros con el valor presente de los pagos se iguala, es decir donde el negocio no tiene ni pérdidas ni ganancias.

Se deben tomar las siguientes consideraciones:

- Si $TIR > i$: Se acepta realizar la inversión
- Si $TIR < i$: Se rechaza la inversión
- Si $TIR = i$: Es indiferente

2.1.2.11. Relación Beneficio/Costo (RBC). Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o se rechaza.

- Si la Relación ingresos / egresos es igual que uno el proyecto es indiferente.
- Si la Relación es mayor que uno el proyecto es rentable.
- Si la Relación es menor que uno el proyecto no es rentable.

2.2. Marco Referencial

2.2.1. Antecedentes Nacionales

En Bolivia, se han realizado estudios relacionados con la gestión hotelera y la prestación de servicios turísticos en municipios con actividad turística emergente. Por ejemplo, investigaciones sobre la apertura de hoteles boutique en ciudades turísticas muestran que la implementación de servicios complementarios, como spa o lavandería, incrementa la satisfacción del cliente y la ocupación hotelera (González, 2020). Asimismo, estudios sobre la rentabilidad de proyectos hoteleros en municipios pequeños destacan que la correcta planificación financiera y el análisis de demanda son factores determinantes para la sostenibilidad del negocio.

No obstante, se observa que existen pocos estudios en municipios pequeños como El Sena, lo que evidencia la originalidad y relevancia del presente proyecto, orientado a la implementación de un hotel con jacuzzi y lavandería para ofrecer servicios de alta calidad.

2.2.2. Antecedentes Internacionales

A nivel internacional, diversos estudios sobre hoteles pequeños y medianos han demostrado que la incorporación de servicios complementarios, como jacuzzi y lavandería, contribuye significativamente a la fidelización de clientes y aumento de ocupación (Smith & Johnson, 2018). Investigaciones en América Latina sobre micro y pequeñas empresas hoteleras destacan que la combinación de estrategias financieras claras, análisis de mercado y atención a la calidad del servicio asegura la rentabilidad de los proyectos. (Sapag, 2011)

Estos antecedentes internacionales refuerzan la importancia de incluir servicios diferenciadores en el hotel propuesto, validando su viabilidad y posible impacto positivo en la economía local.

2.2.3. Innovaciones y Tendencias en la Industria Hotelera

- **Digitalización y tecnología:** El uso de sistemas de reservas online y gestión de clientes permite optimizar la operación del hotel y mejorar la experiencia del huésped. (Foster, 1994)
- **Experiencia del cliente:** La personalización de los servicios y la atención a la calidad y confort de las instalaciones son elementos clave para la fidelización y satisfacción de los clientes. (Perez, 2012)
- **Sostenibilidad:** La implementación de prácticas amigables con el medio ambiente, especialmente en lavandería y consumo de agua y energía, se ha convertido en un factor decisivo para la aceptación de los hoteles por parte de turistas conscientes del impacto ambiental. (Perez, 2012)
- Estas tendencias demuestran que la innovación en servicios y calidad es un elemento clave para atraer clientes y garantizar la rentabilidad del proyecto, respaldando así la propuesta de implementación del hotel con jacuzzi y lavandería en El Sena.

CAPITULO III

Marco Metodológico

3.1. Metodología

3.1.1. Tipo de Investigación

El presente estudio adopta una investigación descriptiva, ya que busca caracterizar detalladamente la situación actual de la oferta de servicios hoteleros en el municipio de El Sena y evaluar la viabilidad de implementar un hotel con jacuzzi como una alternativa de mejora en la calidad de los servicios turísticos. Este tipo de investigación permite establecer una comunicación directa entre los investigadores y la población, facilitando así una correcta delimitación de los hechos que conforman el problema de estudio.

3.1.2. Enfoque

El proyecto utiliza un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una visión completa del estudio. El enfoque cuantitativo permitirá analizar datos como demanda potencial, precios y hábitos de consumo; mientras que el enfoque cualitativo buscará comprender percepciones y expectativas de la población sobre la oferta turística y el nuevo hotel con jacuzzi. Para ello, se aplicará una encuesta estructurada a una muestra representativa del municipio de El Sena. Esta combinación de enfoques permitirá tomar decisiones más informadas para mejorar los servicios turísticos de la región.

3.1.3. Método

Para el desarrollo del presente estudio de factibilidad orientado a la implementación de un hotel con jacuzzi en el municipio de El Sena, se emplearán los siguientes métodos científicos:

➤ **Método Deductivo:** Se utilizará el método deductivo, partiendo de conceptos generales sobre oferta turística, calidad hotelera y turismo de bienestar para analizarlos en el contexto del municipio de El Sena. Este enfoque permitirá aplicar teorías y modelos del sector a la realidad local y evaluar cómo implementar prácticas exitosas en un entorno con limitada infraestructura turística.

➤ **Método Inductivo:** El método inductivo se empleará para analizar los datos obtenidos en el trabajo de campo mediante encuestas y observaciones a residentes, turistas y actores del sector. A partir de esta información se identificarán patrones, necesidades y preferencias, lo que permitirá formular conclusiones específicas para sustentar la viabilidad y características del hotel proyectado.

3.1.4. Población y Muestreo

3.1.4.1. Población. Para el estudio de mercado del HOTEL MELANIA, la población está constituida por todos los turistas que visitan el municipio de El Sena y por los actores locales vinculados al sector turístico (alojamientos, operadores, comerciantes y población residente). Este conjunto representa el entorno socioeconómico donde se proyecta implementar el hotel y conforma la base real del mercado objetivo.

Se empleó una técnica de muestreo dirigida a los clientes actuales y potenciales de los hoteles del municipio de El Sena. Para ello, se tomaron como referencia los establecimientos hoteleros más representativos de la zona: Hotel El Sena, Hotel Sharin, Hotel Meday, Hotel Emanuel y Hotel Rodríguez.

La selección de estos hospedajes se fundamentó en que conforman la oferta actual del municipio, por lo que los usuarios de dichos hoteles reflejan directamente el perfil del mercado objetivo. La aplicación de encuestas a personas que ya consumen servicios de alojamiento permitió obtener información precisa sobre sus preferencias, niveles de satisfacción, hábitos de consumo y expectativas frente a un servicio diferenciado, como el que ofrecerá el HOTEL MELANIA (habitaciones con jacuzzi y servicio de lavandería).

3.1.4.2. Muestra. Para la recolección de datos se utilizó un muestreo probabilístico, el cual garantiza que todos los miembros de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados, minimizando así los sesgos y permitiendo una mayor representatividad de los resultados.

Este tipo de muestreo se caracteriza por la selección aleatoria de los participantes, cumpliendo con criterios previamente definidos por el investigador. La muestra obtenida permitió recopilar información clave sobre los hábitos de consumo, las necesidades turísticas y la percepción de calidad en los servicios hoteleros, aspectos fundamentales para determinar la factibilidad y el diseño del hotel con jacuzzi propuesto en El Sena.

Tabla 3

Determinación de la Muestra

| Población de Estudio | Muestra |
|---|----------------|
| Personas de la Localidad El Sena, entre 18 a 60 años de edad. | 67 Muestras |

Muestra**Datos:**

N = Tamaño de la Población o Universo = 3,131

P = Si Ocurrencia = 50% - 0,5

Q = No Ocurrencia = 50% - 0,5

Z = Margen de Confianza = 90% - 1.65

E= Margen de error = 10% - 0.10

n = 67

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 * (N-1) + Z^2 * Q * P}$$

$$n = \frac{(1.65)^2 * 0.50 * 0.50 * 3,131}{(0.10)^2 * (3,131-1) + (1.65)^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{2.7225 * 0.50 * 0.50 * 3,131}{(0.01 * 3,130) + (2.7225 * 0.50 * 0.50)}$$

$$n = \frac{2131,036875}{31,3 + 0,681}$$

$$n = \frac{2131}{32}$$

n = 67 Muestras

3.1.5. Técnicas e Instrumento de la Investigación

Para el desarrollo del presente estudio de factibilidad sobre la implementación de un hotel con jacuzzi en el municipio de El Sena, se emplearon diversas técnicas e instrumentos de investigación, que permitieron recopilar información tanto cuantitativa como cualitativa, relevante para alcanzar los objetivos del proyecto.

3.1.5.1. Técnicas de Investigación.

- **Observación:** Se utilizó la observación directa como técnica de apoyo, permitiendo registrar de manera sistemática comportamientos, actitudes y condiciones del entorno turístico actual del municipio. Esta técnica facilitó la identificación de necesidades no satisfechas y oportunidades de mejora en la oferta hotelera.

- **Revisión Documental:** A través de esta técnica, se recopiló información secundaria proveniente de fuentes oficiales como censos, planes municipales, estudios de mercado, normativas turísticas y antecedentes de proyectos similares. Esto permitió contextualizar adecuadamente el problema de investigación.

- **Encuesta:** Se aplicó una encuesta estructurada a una muestra representativa de la población de El Sena, con el objetivo de obtener datos precisos sobre gustos, preferencias, hábitos de consumo, percepción sobre la calidad de los servicios turísticos actuales y disposición a utilizar un hotel con jacuzzi.

3.1.5.2. Instrumentos de Investigación.

- **Lista de Cotejo y Diario de Campo:** Estos instrumentos se utilizaron durante las observaciones para registrar datos específicos relacionados con la infraestructura turística, comportamiento de los visitantes y condiciones generales del entorno. La información fue sistematizada para su posterior análisis.

- **Ficha Bibliográfica:** Este instrumento permitió la organización y análisis de la información documental recopilada. A través de fichas bibliográficas se extrajo contenido relevante sobre aspectos históricos, geográficos, económicos y sociales del municipio de El Sena, así como referencias teóricas útiles para el marco conceptual del estudio.

- **Cuestionario:** Se elaboró un cuestionario estructurado como instrumento central de la encuesta, diseñado para recolectar información directa de los encuestados. El cuestionario incluyó preguntas cerradas y de opción múltiple, orientadas a conocer opiniones, necesidades, expectativas y nivel de interés en relación con la implementación del hotel con jacuzzi.

CAPITULO IV

Propuesta Central

4.1. Estudio de Mercado

Para el estudio de mercado del HOTEL MELANIA se utilizó la investigación cuantitativa con un enfoque principalmente descriptivo y explicativo.

La investigación cuantitativa, también llamada metodología cuantitativa, permite examinar los datos de manera científica y numérica, generalmente con apoyo de herramientas estadísticas.

“Enfoque cuantitativo: usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento”. (Hernández, 2015).

Este enfoque permite determinar la cantidad de la demanda potencial, las condiciones de la oferta existente y las expectativas del mercado, estudiando los precios, servicios y características que valoran los clientes. Por ello, se tomó como universo de investigación la localidad de El Sena y sus alrededores, mediante encuestas aplicadas a habitantes y visitantes frecuentes de la región.

Con esta investigación cuantitativa, se describen los resultados obtenidos en el estudio de mercado para su posterior análisis detallado.

1. Introducción al Estudio de Mercado

Según Proaño, (2016) manifiesta que un estudio de mercado es una herramienta que ofrece el marketing y que permite comprender el entorno económico al que se incursionará,

conociendo a proveedores, clientes y competidores potenciales. Es decir, analiza la oferta y demanda, así como los factores que determinan la viabilidad de un proyecto.

Según Quezada, (2011) señala que el estudio de mercado tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, etc., para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial. Asimismo, permite analizar la competencia, sus fortalezas y debilidades, y constituye una fuente esencial para calcular la posibilidad de captar mercado y definir los costos del servicio.

De igual forma, es fundamental tener en cuenta la disponibilidad y precios de los insumos requeridos (productos de limpieza, lencería, mobiliario, alimentos y bebidas, entre otros), ya que el mercado de proveedores juega un papel determinante en el éxito de la operación hotelera.

El presente proyecto se orienta al mercado de servicios de hospedaje, un bien de consumo final, con cobertura local y la intención de ampliar gradualmente su alcance a nivel regional, ofreciendo a turistas, comerciantes y visitantes un lugar confortable y seguro para su estadía en el municipio de El Sena y municipios aledaños.

4.1.1. Análisis de la Oferta

1. Servicio

El servicio que brindará el HOTEL MELANIA consiste en ofrecer hospedaje de calidad con habitaciones confortables y servicios complementarios como lavandería y jacuzzi. Este tipo de servicio es fundamental, ya que en la localidad de El Sena no existe actualmente un hotel con estas características diferenciadas.

El hotel busca posicionarse como la primera opción para turistas nacionales y extranjeros, así como para trabajadores, comerciantes y visitantes que llegan a la región.

2. Usuario

Según Proaño, (2016), el usuario puede ser un individuo, una familia o una organización que adquiere un bien o servicio para su uso directo o como parte de sus actividades.

- En este caso, los usuarios del HOTEL MELANIA serán principalmente:
- Turistas que visitan la región por motivos recreativos o de descanso.
- Comerciantes y empresarios que viajan al municipio de El Sena por actividades económicas.
- Funcionarios o trabajadores que llegan al municipio para cumplir labores temporales.
- Familias locales o visitantes que requieran hospedaje ocasional.
- El usuario es el factor más importante de la empresa, ya que representa la razón de ser del proyecto y la base para su sostenibilidad económica.

3. Delimitación y Descripción del Mercado

El proyecto está enfocado en satisfacer la demanda de servicios de hospedaje en el municipio de El Sena, localidad ubicada en la Tercera Sección de la Provincia Madre de Dios del departamento de Pando.

El Sena se encuentra a 252 km de Cobija, la capital departamental, y a 189 km de Riberalta. Forma parte de la Ruta Nacional 13 de Bolivia, limitando al norte con el río Madre de Dios (municipio Puerto Rico), al este con el municipio San Lorenzo, y al sur y oeste con la provincia Iturrealde del departamento de La Paz.

Con una extensión superficial de 7.589 km² y una población aproximada de 9.125 habitantes, el municipio está conformado por comunidades como Palma Real, Las Mercedes y El Turi, entre otras.

El mercado objetivo del HOTEL MELANIA incluye:

- La población del municipio de El Sena.
- Visitantes provenientes de comunidades y municipios aledaños.
- Turistas nacionales e internacionales que recorren la región amazónica de Bolivia.
- El objetivo del hotel es captar a este público ofreciendo un servicio diferenciado y de calidad que no existe actualmente en el sector, consolidándose como pionero en la oferta hotelera del municipio.

La siguiente tabla muestra un análisis de los principales hoteles competidores en el municipio de El Sena, considerando los servicios básicos disponibles (Wi-Fi, parqueo y aire acondicionado en algunas habitaciones). Se observa que ninguno de los establecimientos cuenta con jacuzzi o lavandería, lo que representa una oportunidad para el presente proyecto.

Tabla 4*Competencia Hotelera en El Sena*

| Hoteles | Wi-Fi | Parqueo | Aire acondicionado | Observaciones |
|-----------------|--------------|----------------|---------------------------|--|
| Hotel Amanecer | Sí | Sí | Algunas habitaciones | Servicios básicos; sin jacuzzi ni lavandería |
| Hotel Meday | Sí | Sí | Algunas habitaciones | Servicios básicos; sin jacuzzi ni lavandería |
| Hotel El Sena | Sí | Sí | Algunas habitaciones | Servicios básicos; sin jacuzzi ni lavandería |
| Hotel Emanuel | Sí | Sí | Algunas habitaciones | Servicios básicos; sin jacuzzi ni lavandería |
| Hotel Rodríguez | Sí | Sí | Algunas habitaciones | Servicios básicos; sin jacuzzi ni lavandería |
| Hotel Sharin | Sí | Sí | Algunas habitaciones | Servicios básicos; sin jacuzzi ni lavandería |

Servicios que ofrecen las competencias actuales

- **Wi-Fi (100%):** Todos los hoteles ofrecen Wi-Fi, lo que refleja que la conectividad es un estándar indispensable en la industria hotelera.
- **Parqueo (100%):** La totalidad de los hoteles proporciona parqueo, lo que muestra la importancia del acceso vehicular en la zona.
- **Aire acondicionado en algunos cuartos (100%):** Si bien todos los hoteles lo tienen, no está disponible en todas las habitaciones. Esto indica un área de mejora, ya que en climas cálidos los clientes suelen valorar mucho este servicio.

➤ Otros servicios (0%): No se identificaron servicios adicionales relevantes como jacuzzi o lavandería.

Interpretación

➤ El resultado muestra que todos los hoteles cumplen con los servicios básicos (Wi-Fi y parqueo), lo cual asegura un nivel mínimo de satisfacción del cliente. Sin embargo, la limitación del aire acondicionado en solo algunos cuartos y la ausencia de otros servicios adicionales evidencian poca diferenciación entre la oferta hotelera.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la evaluación de la satisfacción de los clientes que han utilizado los servicios hoteleros en el municipio de El Sena. Se consideraron aspectos relacionados con limpieza, atención, confort e instalaciones complementarias, calificados en una escala de 1 a 5, donde 1 representa 'Muy insatisfecho' y 5 'Muy satisfecho'.

Tabla 5

Evaluación de la satisfacción de los clientes

| Indicador | Valoración promedio (1-5) | Observaciones |
|---------------------------|--------------------------------------|--|
| Limpieza | 4.0 | Generalmente buena, aunque algunos hoteles presentan problemas de mantenimiento. |
| Atención del personal | 3.8 | Correcta, pero falta personalización en el servicio. |
| Confort de habitaciones | 3.5 | Habitaciones básicas sin servicios adicionales de bienestar. |
| Servicios complementarios | 2.5 | Escasos; no existen jacuzzi ni lavandería disponibles actualmente. |

El indicador de satisfacción del cliente se determinó en base a la importancia de conocer la percepción de los usuarios respecto a la calidad del servicio ofrecido. Este indicador se fundamenta en los principios de gestión de la calidad, especialmente en el enfoque al cliente propuesto por la norma ISO 9001**, que establece que la organización debe evaluar la satisfacción de sus clientes como medida del desempeño de sus procesos y servicios.

Satisfacción del Cliente

- Limpieza (4.0/5): Este es el indicador mejor valorado. La percepción general es positiva, aunque algunos hoteles requieren mejorar el mantenimiento para sostener esta fortaleza.
- Atención del personal (3.8/5): Aunque cumple con lo esperado, la falta de trato personalizado reduce la satisfacción. Una atención más cercana podría marcar diferencia.
- Confort de habitaciones (3.5/5): Las habitaciones cumplen con lo básico, pero no ofrecen experiencias de confort adicionales. Esto limita la competitividad frente a otros hoteles.
- Servicios complementarios (2.5/5): Este es el punto más débil. La ausencia de jacuzzi, lavandería u otros servicios resta atractivo al hospedaje.

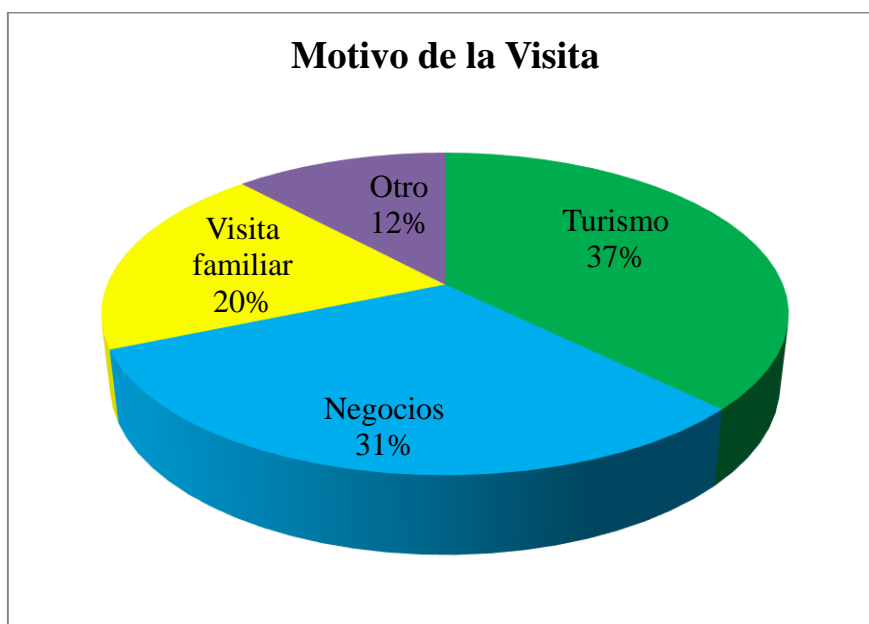
Interpretación

- Fortalecer limpieza y mantenimiento para sostener la buena valoración y evitar que baje la satisfacción.
- Capacitar al personal en atención más personalizada y cálida para mejorar la experiencia del cliente.
- Mejorar el confort de habitaciones añadiendo pequeños detalles (decoración, climatización completa, amenities).
- Invertir en servicios complementarios (lavandería, jacuzzi, restaurante, gimnasio) que aporten valor agregado y ayuden a diferenciarse en el mercado.

4.1.2. Análisis de la Demanda

Figura 3

Motivo de la visita



Motivo de la visita

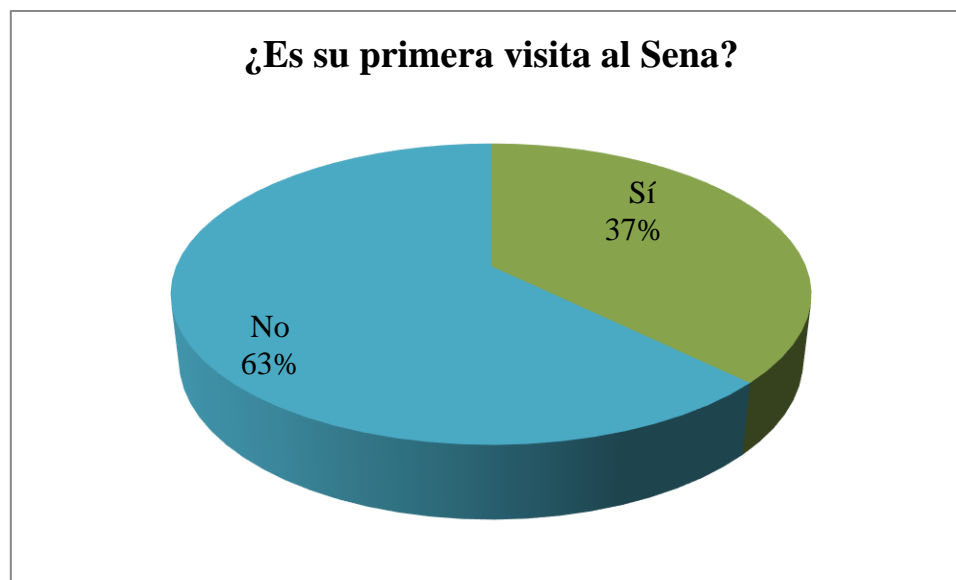
- Turismo (37%) es el principal motivo por el que los visitantes llegan a El Sena, lo que demuestra que el municipio tiene un potencial turístico significativo.
- Negocios (31%) ocupa el segundo lugar, evidenciando que también existe una demanda corporativa, con visitantes que requieren alojamiento cómodo y servicios adicionales.
- Visita familiar (20%) representa una proporción considerable, mostrando que el destino también es elegido para estancias personales.
- Otros (12%) reúne diferentes razones, probablemente vinculadas a actividades sociales, estudios u otras gestiones menores.

Interpretación

- El resultado confirma que el mercado objetivo es diverso, pero principalmente orientado al turismo y negocios (68% en conjunto). Esto respalda la pertinencia de implementar un hotel con jacuzzi y lavandería, ya que:
 - Los turistas valoran experiencias de confort y relajación (jacuzzi).
 - Los viajeros de negocios requieren servicios prácticos y eficientes (lavandería, Wi-Fi, parqueo).

Figura 4

¿Es su primera visita a El Sena?



¿Es su primera visita a El Sena?

➤ No (63%): La mayoría de los visitantes ya había estado antes en El Sena. Esto indica que el municipio cuenta con un flujo recurrente de turistas y viajeros, lo que es positivo porque asegura un mercado estable.

➤ Sí (37%): Un porcentaje considerable corresponde a personas que visitan el lugar por primera vez, lo cual sugiere que El Sena continúa atrayendo nuevos visitantes.

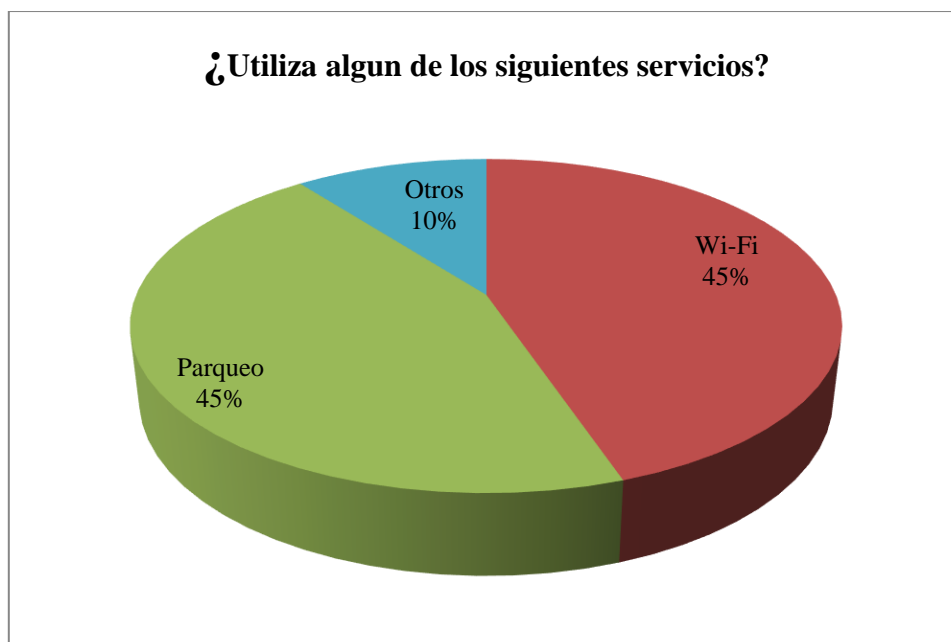
Interpretación

El resultado muestra que El Sena no solo recibe visitantes ocasionales, sino que una buena parte de los viajeros regresa con frecuencia. Esto tiene dos implicaciones para tu proyecto:

- Los clientes recurrentes buscan mejoras en calidad y servicios respecto a lo que ya conocen.
- Los nuevos visitantes son más fáciles de captar con una oferta diferenciada (hotel con jacuzzi y lavandería), lo que permitirá al proyecto destacar frente a la competencia y convertirse en la opción preferida.

Figura 5

¿Utiliza alguno de los siguientes servicios?



¿Utiliza alguno de los siguientes servicios?

- **Wi-Fi (45%):** Una parte importante de los usuarios utiliza el servicio de internet inalámbrico, lo que refleja una demanda constante de conectividad. Este porcentaje indica que los visitantes valoran mantenerse conectados, ya sea por motivos personales, laborales o turísticos.

- **Parqueo (45%):** El mismo porcentaje de usuarios utiliza el parqueo, lo que evidencia la importancia del acceso vehicular. Este dato puede estar relacionado con turistas que llegan en auto particular o transporte privado, por lo tanto, el acceso y seguridad del parqueo se vuelve clave.

- **Otros (10%):** Una minoría de los encuestados utiliza servicios distintos al Wi-Fi y parqueo. Esto sugiere que, si bien existen otros servicios disponibles, su uso es menos frecuente o podrían no estar suficientemente promocionados o desarrollados.

Interpretación

- El resultado muestra que los servicios más utilizados son el Wi-Fi y el parqueo, ambos con un uso igualitario del 45%. Esto indica que los visitantes tienen necesidades tanto de conectividad como de acceso vehicular, lo que puede orientar decisiones estratégicas para mejorar la experiencia del cliente. La baja proporción de uso de "otros" servicios sugiere que estos no están satisfaciendo necesidades urgentes o no están siendo suficientemente visibles.

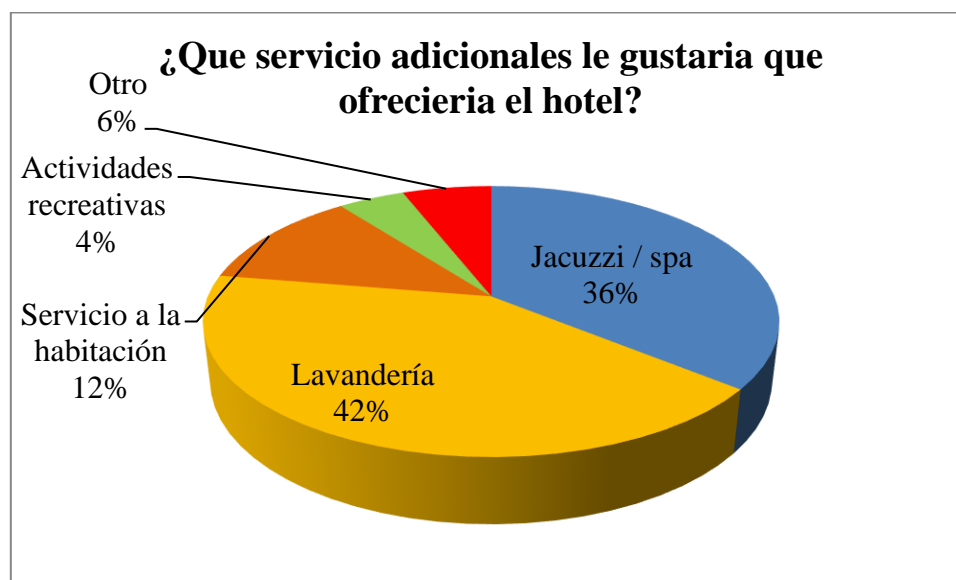
Esto tiene dos implicaciones clave para tu proyecto:

➤ Los servicios de alta demanda (Wi-Fi y parqueo) deben mantenerse y mejorarse constantemente, ya que influyen directamente en la satisfacción del cliente habitual. Asegurar la calidad y disponibilidad de estos servicios es crucial para mantener la fidelidad.

➤ Existe una oportunidad de diferenciarse mediante el fortalecimiento de servicios “otros”, como por ejemplo el jacuzzi, lavandería, restaurante u otros diferenciadores. Promover estos servicios adicionales puede atraer a clientes nuevos o brindar un valor agregado que marque la diferencia frente a la competencia.

Figura 6

¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofreciera el hotel?



¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofreciera el hotel?

➤ Lavandería (42%): Un porcentaje destacado de los usuarios prefiere el servicio de lavandería, lo que refleja una necesidad de comodidad durante su estadía. Este dato sugiere

que los visitantes valoran poder disponer de este servicio sin tener que salir del hotel, especialmente en estancias largas o con ropa delicada.

➤ Jacuzzi / Spa (36%): Un porcentaje significativo de los usuarios indica interés por tener acceso a un jacuzzi o spa, lo que sugiere que los huéspedes buscan un nivel adicional de relajación y bienestar. Este servicio puede ser un atractivo clave para quienes buscan una experiencia de lujo o bienestar durante su estadía.

➤ Servicio a la habitación (12%): Aunque un porcentaje menor de usuarios opta por este servicio, sigue siendo relevante, pues muestra que ciertos huéspedes valoran la comodidad de recibir servicios directamente en su habitación, ya sea para comer, pedir artículos o disfrutar de otras comodidades.

➤ Actividades recreativas (4%): Un pequeño porcentaje se inclina por actividades recreativas adicionales, lo que indica que la mayoría de los usuarios no ve como prioritario el entretenimiento dentro del hotel. Sin embargo, esto podría sugerir que los huéspedes prefieren explorar fuera del hotel o realizar actividades independientes.

➤ Otro (6%): Un grupo pequeño de usuarios menciona otros servicios, lo que podría estar relacionado con opciones personalizadas o menos comunes que no están suficientemente promovidas, pero podrían representar una oportunidad para mejorar o diferenciarse.

Interpretación:

El resultado muestra que los servicios más demandados por los huéspedes son lavandería y jacuzzi/spa, con un 42% y 36% respectivamente. Estos servicios son valorados principalmente por su capacidad de ofrecer comodidad y bienestar. La baja demanda de actividades recreativas (4%) y de otros servicios adicionales (6%) sugiere que los visitantes prefieren servicios más básicos y esenciales, aunque existe espacio para innovar en la oferta de estos últimos.

Implicaciones clave para tu proyecto:

- Mantener y mejorar los servicios más demandados: Los servicios de lavandería y jacuzzi/spa deben seguir siendo una prioridad. Es crucial garantizar que estos servicios mantengan su calidad y disponibilidad para asegurar una experiencia agradable y satisfactoria.
- Fortalecer los servicios menos solicitados: La baja demanda de actividades recreativas y otros servicios podría señalar una oportunidad para promoverlos más o mejorar su oferta. Invertir en promocionar estos servicios de manera más atractiva o diferenciadora podría atraer a un segmento más amplio de clientes.

4.1.3. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se determina al analizar la diferencia entre las necesidades reales de los visitantes y habitantes del municipio de El Sena respecto a los servicios hoteleros, y la oferta actual disponible en la región.

El análisis de la oferta (Tabla 4) muestra que, aunque existen varios hoteles en funcionamiento, todos brindan únicamente servicios básicos como Wi-Fi, parqueo y aire acondicionado en algunas habitaciones. No existen servicios diferenciados que ofrezcan valor agregado como jacuzzi, lavandería interna, áreas de bienestar o servicios personalizados.

A ello se suma la baja calificación obtenida en el indicador de servicios complementarios, con un promedio de solo 2.5/5, evidenciando la insatisfacción de los usuarios en este aspecto (Tabla 5).

Asimismo, los resultados de la encuesta muestran una clara necesidad no cubierta:

- 42% de los encuestados solicita el servicio de lavandería.
- 36% manifiesta interés por jacuzzi o spa.

Estos porcentajes demuestran que los visitantes valoran servicios modernos y de confort, los cuales no se encuentran disponibles en ningún establecimiento actual. Además, el motivo de visita más frecuente (turismo 37% y negocios 31%) corresponde a segmentos que suelen exigir estándares más altos de comodidad, limpieza, relajación y eficiencia.

La demanda también se ve reforzada por dos elementos importantes:

- 63% de los encuestados ha visitado más de una vez El Sena, lo que indica un flujo recurrente de usuarios que busca mejores alternativas de alojamiento.

- El crecimiento del turismo y las actividades comerciales en la región incrementan la necesidad de servicios de hospedaje de mayor calidad.

Por tanto, se concluye que existe una demanda insatisfecha significativa de servicios hoteleros especializados, especialmente relacionados con bienestar (jacuzzi) y comodidad (lavandería), que actualmente no están cubiertos por ningún competidor. Esto posiciona al HOTEL MELANIA como una propuesta innovadora, capaz de cubrir las necesidades reales del mercado y captar una porción importante de la demanda existente y futura.

4.1.4. Marketing Mix

El marketing del HOTEL MELANIA se orienta a posicionar la empresa como un establecimiento moderno, confortable y único en el municipio de El Sena, diferenciándose de la competencia mediante servicios exclusivos como jacuzzi y lavandería. A continuación, se describen las estrategias de marketing basadas en el esquema de las 4P:

1. Producto

El HOTEL MELANIA ofrecerá un servicio integral de hospedaje con habitaciones equipadas con aire acondicionado, Wi-Fi, televisión por cable y baño privado.

El valor diferenciador del producto radica en:

- Habitaciones premium con jacuzzi.
- Servicio de lavandería interno.
- Atención personalizada.

- Espacios modernos y confortables.
- Desayunos incluidos y áreas de descanso.

Estos servicios responden directamente a los resultados del estudio de mercado, donde los huéspedes expresaron interés mayoritario en jacuzzi (36%) y lavandería (42%), servicios inexistentes en la oferta actual.

1. Logotipo



2. Marca

La marca es la imagen que será reconocida por nuestros clientes de tal forma que puedan identificarnos de manera rápida para adquirir nuestros servicios.

3. Lema

“HOTEL MELANIA DESCANSA COMO EN CASA, DISFRUTA COMO EN UN HOTEL”

2. Precio

La estrategia de precios será competitiva y diferenciada, considerando:

- Tarifas estándar para habitaciones simples y dobles.
- Tarifas premium para habitaciones con jacuzzi.
- Paquetes especiales para estancias largas (visitantes por trabajo o negocios).
- Descuentos por temporadas bajas.
- El precio estará alineado al valor agregado del servicio, garantizando accesibilidad y competitividad frente a los hoteles actuales.

3. Plaza (Distribución)

El servicio se ofrecerá en el propio establecimiento situado en el municipio de El Sena, estratégicamente ubicado para atraer turistas, comerciantes y viajeros recurrentes.

La comercialización se realizará mediante:

- Recepción y reservas directas.
- Página web oficial del hotel.
- Redes sociales (Facebook, TikTok, Instagram).
- Plataformas digitales como Booking, Airbnb o Trivago.

- Alianzas con agencias turísticas locales.

4. Promoción

Las estrategias promocionales se enfocarán en dar a conocer los atributos diferenciadores del hotel:

- Campañas en redes sociales destacando jacuzzi, lavandería y confort.
- Publicidad en radio local y carteles informativos.
- Promociones por apertura y descuentos por reservas anticipadas.
- Paquetes especiales para parejas (jacuzzi) y para viajeros de negocios (lavandería y Wi-Fi).
- Opiniones y testimonios de los primeros huéspedes para generar confianza.

4.2. Estudio Organizacional y Legal

4.2.1. Registro Legal

La naturaleza legal adoptada para el emprendimiento de elaboración y comercialización de artículos de crochet será la de Empresa Unipersonal. Esta figura es la más simple y apropiada para proyectos con recursos limitados y un equipo de no más de tres colaboradores familiares, ya que reduce significativamente la complejidad administrativa y los costos de constitución en la fase inicial.

La Empresa Unipersonal se establece como una entidad jurídica donde la emprendedora es la única propietaria y responsable de la gestión. Si bien implica que la

responsabilidad es ilimitada (el patrimonio personal responde por las deudas), esta simplicidad permite una puesta en marcha rápida y una mínima burocracia, lo cual es vital para la agilidad del negocio en la Localidad del Sena. Además, facilita el acogimiento a regímenes tributarios simplificados en la etapa inicial.

1. Trámites de Formalización del Emprendimiento Unipersonal

Para que el emprendimiento de crochet obtenga alto desempeño competitivo, es esencial su reconocimiento por el marco institucional boliviano que regula la actividad empresarial de Persona Natural (Empresa Unipersonal).

El proceso de formalidad es directo, económico y se concentra principalmente en tres instituciones clave, con trámites sociales (Caja, AFP, Ministerio de Trabajo) que se activan solo al contratar personal formal no familiar:

2. Pasos Principales de Formalización

- **SEPREC:** Obtención de la Matrícula de Comercio (Registro como Empresa Unipersonal), costo de 260 Bs.
- **SIN (Servicio de Impuestos Nacionales):** Obtención del Número de Identificación Tributaria (NIT), sin costo tramite gratuito.
- **GOBIERNO MUNICIPAL (Localidad del Sena):** Obtención de la Licencia de Funcionamiento (Patente Municipal), 250 bs.
- **Requisitos para la Inscripción de la Matrícula de Comercio (Empresa Unipersonal)**

El trámite de inscripción de un Comerciante Individual o Empresa Unipersonal en el SEPREC (Trámite 1) se realiza principalmente en línea a través de su portal web y tiene como objetivo obtener la Matrícula de Comercio.

Los requisitos que debes cumplir y los documentos que debes gestionar son:

✓ Requisito de Identificación Digital

Es obligatorio que el propietario, como persona natural, cuente con su Ciudadanía Digital activa. Este es el mecanismo que te permite ingresar al portal de trámites del SEPREC, llenar el formulario y firmar digitalmente la Declaración Jurada, simplificando enormemente el proceso.

✓ Formulario de Solicitud (Declaración Jurada)

Se Debe llenar en línea el Formulario Virtual de Inscripción de la empresa unipersonal, este formulario tiene carácter de Declaración Jurada y contendrá información clave como:

- La Denominación o Nombre de Fantasía que elegiste para tu emprendimiento, la cual debe pasar el control de homonimia (verificación de que el nombre no esté ya registrado).
- El Objeto Social y la Actividad Principal de tal empresa (en este caso, “Fabricación y Comercialización de Productos Tejidos a Crochet” o similar).
- El Monto del Capital con el que inicias operaciones.
- El Domicilio Comercial de la empresa.
- ✓ Documento de Identidad del Propietario

El sistema verificará la información de tu Cédula de Identidad (CI) vigente al momento de realizar la autenticación con tu Ciudadanía Digital.

✓ Autorización Regulatoria

En caso de que tu actividad económica esté regulada por alguna ley especial, deberás cargar en formato PDF la autorización emitida por el ente regulador correspondiente. Para un emprendimiento de crochet, generalmente esto no aplica.

✓ Balance de Apertura (Según el Capital)

Si el capital inicial que declaras en el formulario virtual es igual o mayor al monto establecido por normativa (actualmente Bs 27.736, pero es crucial verificar el límite vigente), se te solicitará adjuntar el Balance de Apertura de la empresa, firmado por el propietario y un profesional Contador o Auditor con su respectiva solvencia. Si tu capital es inferior, este documento no es un requisito.

✓ Proceso Final y Pago

Una vez completado el llenado del formulario en línea y verificada la documentación, el sistema generará el aviso para el pago. El costo de inscripción para una Empresa Unipersonal es de Bs 260 (Doscientos Sesenta bolivianos). Tras el pago, el SEPREC procede al análisis y, de no haber observaciones, emite la Matrícula de Comercio para tu emprendimiento.

➤ **Requisitos para Obtener el NIT (Empresa Unipersonal)**

El titular de la empresa debe presentar o adjuntar la siguiente documentación:

- ✓ Documento de Identidad
- Cédula de Identidad (CI) vigente del propietario o titular de la empresa

(Original y Fotocopia simple).

- ✓ Documentos de Domicilio
- Se requiere la acreditación de dos domicilios: el Fiscal (donde opera el

negocio) y el Habitual (donde vive el titular).

- Factura de Consumo de Energía Eléctrica (luz) del Domicilio Fiscal (o aviso de cobranza).

- Factura de Consumo de Energía Eléctrica (luz) del Domicilio Habitual (si este es diferente del Fiscal).

- Importante: La fecha de emisión de la factura de luz no debe ser mayor a 60 días calendario a la fecha de tu inscripción.

- ✓ Croquis de Ubicación
- Croquis del Domicilio Fiscal (la ubicación física del negocio).
- Croquis del Domicilio Habitual (la ubicación de residencia del titular).

- ✓ Información Adicional y Digital

- Correo Electrónico habilitado del titular.
- Número de Teléfono (celular) de contacto.
- Declaración de la Actividad Económica principal que realizará el

emprendimiento.

- ✓ Documentos Específicos (Según el Caso)

- Si el Domicilio Fiscal es en un lugar alquilado o prestado:

- Contrato de Alquiler, Anticrético o Comodato con reconocimiento de firmas ante Notario de Fe Pública (o el documento de propiedad si es propio, como el Folio Real).
- Si la actividad está en un régimen especial (como transporte o agricultura), pueden requerirse documentos adicionales (ej. RUAT para transporte).
- ✓ Pasos Adicionales Clave para tu Emprendimiento
- Una vez que obtienes el NIT como Empresa Unipersonal, el camino hacia la formalización no termina allí. Recuerda que, como futuro administrador, debes considerar los siguientes pasos:
 - Matrícula de Comercio (SEPREC): Debes inscribir tu empresa unipersonal en el Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC) para obtener la Matrícula de Comercio. Este es un requisito indispensable para operar legalmente.
 - Licencia de Funcionamiento: Obtener la licencia de la Alcaldía Municipal de tu jurisdicción.
 - Cajas de Salud y Aportes: Registrarte en la Caja Nacional de Salud (CNS) y en la Gestora Pública de Seguridad Social (si tienes o proyectas tener empleados).
- **Requisitos Fundamentales para Licencia de Funcionamiento G.A.M.S.**

El objetivo es asegurar que la actividad económica es lícita y cumple con las normas básicas de ubicación.

 - ✓ Documentación del Propietario y el Negocio
 - Solicitud de Licencia Dirigida al Alcalde (Memorial o Carta):

Una carta simple donde se solicita formalmente la Licencia de Funcionamiento, indicando el nombre de tu emprendimiento, la actividad (“venta y elaboración de tejidos a crochet”), y la dirección exacta.

- ✓ Cédula de Identidad (CI):
- Fotocopia simple del propietario.
- Certificado del NIT (Número de Identificación Tributaria):
- Fotocopia simple del documento que acredita tu registro en Impuestos

Nacionales.

- (Opcional en algunos municipios rurales, pero altamente recomendable:

Fotocopia de la Matrícula de Comercio de SEPREC).

- ✓ Documentación del Local
- Aviso de Cobranza de Luz y/o Agua:
- Fotocopia de la última factura para verificar la ubicación del domicilio

comercial.

- Croquis de Ubicación y Dimensiones:
- Un dibujo simple del entorno (croquis) que muestre la dirección exacta de tu

negocio y la superficie en que ocupará la actividad.

- ✓ Documento de Acreditación del Inmueble:
- Copia del contrato de alquiler o, si es propio, algún documento que acredite la

propiedad (como el último pago de impuestos prediales).

- ✓ Pago de Tasa Municipal
- Pago de la tasa o valor municipal por el derecho de tramitación y emisión de la

Licencia. El costo es de 250 bs.

- ✓ Procedimiento:
- Presentación de documentos en un folder en la Ventanilla Única o Unidad de

Recaudaciones de la Alcaldía.

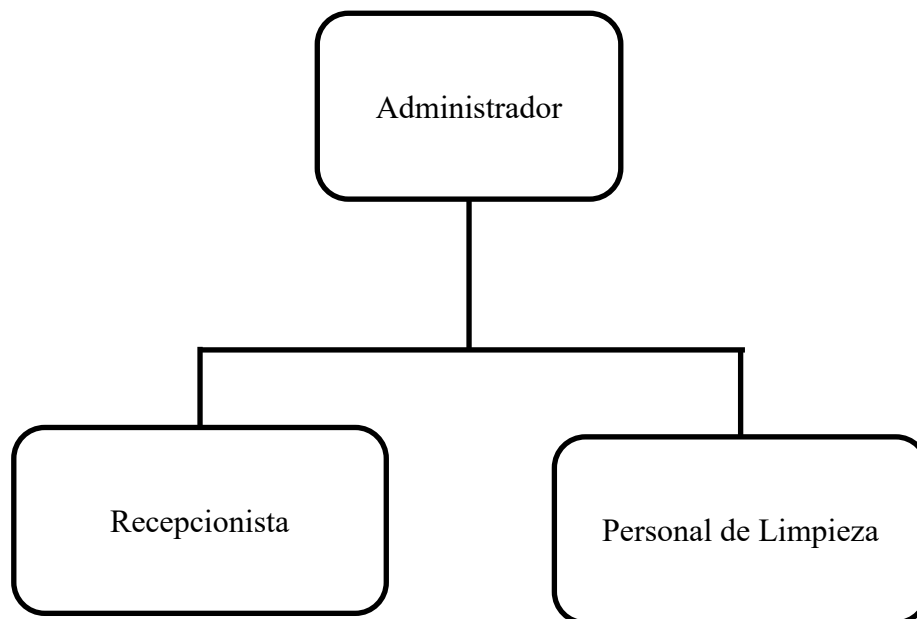
- La Alcaldía realiza una Inspección Ocular Simple (un funcionario verifica que el negocio existe en la dirección declarada).
- Se procede al pago y te entregan la Licencia de Funcionamiento (Patente Municipal Anual).

4.2.2. Organigrama

La estructura organizacional es esencial en toda organización, ya que define los elementos y características de cómo se va organizar, este organigrama tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando entre otras; razón por la cual se plantea el siguiente organigrama según la figura.

Figura 7

Organigrama de la microempresa



4.2.3. Manual de Funciones

Tabla 6

Identificación del Cargo de Gerente

| Identificación del cargo | |
|--|--|
| Unidad Administrativa | Gerencia |
| Cargo: | Gerente |
| Numero de Cargo: | Uno |
| Objetivo | |
| Dirigir, coordinar y supervisar el eficiente desarrollo de las actividades de la microempresa en todas las áreas que lo componen. | |
| Funciones: | <ul style="list-style-type: none"> • Ejercer la dirección administrativa, operativa y financiera de la microempresa. • Dirigir la micro empresa, tomar decisiones, controlar y liderar de la mejor manera • Elaborar las políticas, normas y planificaciones de acuerdo a las necesidades de la misma. • Contratar personal capacitado para el desarrollo de las actividades dentro de la micro empresa. • Realizar diagnóstico y control a los animales. |
| Perfil: | <p>Formación: Superior</p> <p>Título: Lic. Administración de Empresa, o carreras afines.</p> <p>Experiencia: Mínima 3 año en cargos similares</p> <p>Conocimientos en: Contabilidad y computación básica.</p> |
| Competencias: | Liderazgo, trabajo en equipo, emprendimiento. |

Tabla 7*Identificación del Cargo del Recepcionista*

| Identificación del cargo | |
|--|---|
| Unidad Administrativa | Gerencia |
| Cargo: | Recepcionista |
| Numero de Cargo: | Uno |
| Objetivo | |
| Atender, registrar y brindar información a los huéspedes de manera cordial y eficiente, asegurando una experiencia de calidad desde su llegada hasta su salida del hotel. | |
| Funciones: | <ul style="list-style-type: none"> • Recibir y registrar a los huéspedes en el sistema del hotel. • Atender llamadas telefónicas y proporcionar información sobre los servicios del hotel. • Coordinar reservas, cancelaciones y cambios solicitados por los clientes. • Brindar orientación sobre las instalaciones del hotel y lugares turísticos de la región. • Mantener el orden de los registros de huéspedes y documentos de recepción. • Informar oportunamente a la administración sobre quejas, sugerencias o inconvenientes. |
| Perfil: | <p>Formación: Técnico medio o superior</p> <p>Título: Administración hotelera, turismo, secretariado o áreas afines.</p> <p>Experiencia: Mínima de 1 año en atención al</p> |

| | |
|----------------------|--|
| | cliente. |
| Competencias: | Conocimientos en: Manejo de sistemas de reservas, computación básica, comunicación efectiva. Cordialidad, responsabilidad, buena presentación personal, comunicación asertiva, orientación al cliente. |

Tabla 8*Identificación del Cargo del Personal de Limpieza*

| | |
|--|---|
| Identificación del cargo | |
| Unidad Administrativa | Gerencia |
| Cargo: | Personal de Limpieza |
| Numero de Cargo: | Uno |
| Objetivo | |
| Mantener en óptimas condiciones de higiene y orden las instalaciones del hotel, garantizando un ambiente limpio, seguro y agradable para los huéspedes. | |
| Funciones: | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar la limpieza diaria de habitaciones, baños, pasillos y áreas comunes del hotel. • Cambiar sábanas, toallas y artículos de aseo de acuerdo con los estándares de calidad. • Reportar desperfectos, pérdidas o daños en las instalaciones al administrador. • Controlar y administrar el uso de insumos de limpieza asignados. • Colaborar en la atención de requerimientos especiales de los huéspedes relacionados con la limpieza. |

| | |
|----------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Cumplir con las normas de higiene y bioseguridad establecidas por el hotel. |
| Perfil: | Formación: Nivel básico o medio |
| | Título: No indispensable |
| | Experiencia: Preferentemente con 1 año en limpieza de hoteles o instituciones similares. |
| | Conocimientos en: Uso de productos de limpieza y normas de bioseguridad. |
| Competencias: | Responsabilidad, puntualidad, orden, disciplina, trabajo en equipo. |

4.3. Estudio Técnico

El estudio técnico tiene como objetivo determinar las condiciones físicas, operativas y de infraestructura necesarias para la implementación y funcionamiento del HOTEL MELANIA, el cual brindará servicios de hospedaje, jacuzzi y lavandería en el municipio de El Sena. Este análisis permite definir la localización, el tamaño óptimo del proyecto, los procesos operativos, la tecnología necesaria y la capacidad instalada.

4.3.1. Macro Localización

La macro localización se refiere a la selección del área geográfica general donde se implementará el proyecto.

El HOTEL MELANIA se ubicará en el municipio de El Sena, perteneciente a la Tercera Sección de la Provincia Madre de Dios, departamento de Pando – Bolivia.

Factores favorables de la macro localización

- Crecimiento turístico sostenido, especialmente por actividades de descanso, recreación y turismo amazónico.
- Accesibilidad a través de la Ruta Nacional 13, que conecta con Cobija y Riberalta.
- Afluencia permanente de visitantes, tanto por motivos laborales, comerciales y familiares, como se evidenció en el estudio de mercado.
- Carencia de hoteles con servicios diferenciados, lo que permite captar demanda insatisfecha.
- Entorno natural atractivo, ideal para ofrecer servicios de relajación como jacuzzi.

4.3.2. Micro Localización

La micro localización hace referencia al lugar específico dentro del municipio donde se instalará el hotel.

El establecimiento estará situado en una zona urbana y accesible del municipio de El Sena, tomando en cuenta criterios como:

Criterios de selección

- Cercanía a vías principales y transporte público.
- Facilidad de acceso para turistas, comerciantes y visitantes recurrentes.

- Disponibilidad de servicios básicos (agua, electricidad, internet).
- Seguridad en la zona.
- Espacio suficiente para las habitaciones, recepción, lavandería y jacuzzi.
- Proximidad a comercios y puntos de interés locales.
- La ubicación seleccionada permitirá una operación eficiente, visibilidad estratégica y comodidad para los huéspedes.

4.3.3. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se definió en función del análisis de la demanda potencial, recursos disponibles y demanda insatisfecha.

Para su etapa inicial, el HOTEL MELANIA funcionará como microempresa, con un tamaño óptimo enfocado en atención personalizada y diferenciada.

Componentes principales del tamaño del proyecto

- Número de habitaciones: según tu preferencia; si deseas, puedo detallar 8, 10 o 12 habitaciones.
- Habitaciones premium con jacuzzi (al menos 2 unidades).
- Área de lavandería interna para uso exclusivo de huéspedes.
- Recepción y área administrativa.

- Zona de descanso y comedor para desayuno.
- Parqueo vehicular.

Este tamaño permite iniciar con una capacidad eficiente y escalable conforme aumente la demanda.

4.3.4. Tecnología y Capacidad Instalada

Equipamiento tecnológico requerido

- Máquinas de lavandería: 1 lavadora industrial + 1 secadora.
- Jacuzzi: mínimo 2 unidades, con sistema de hidromasaje y termostato.
- Sistemas de climatización: aire acondicionado en todas las habitaciones.
- Equipamiento informático: computadoras, sistema de reservas, internet.
- Equipos eléctricos y de apoyo: calentadores, bombas de agua, iluminación LED.

Capacidad instalada

- Capacidad promedio por habitación: 1–3 huéspedes.
- Capacidad del hotel: depende de tu número final de habitaciones (puedo calcularlo).
- Capacidad de lavandería: entre 15 y 20 kg por ciclo.

- Jacuzzi: uso por huéspedes premium, máximo 2 horas por sesión.

Esta tecnología permitirá operar con eficiencia, higiene, seguridad y calidad.

4.4. Estudio Económico

El presente estudio financiero tiene como finalidad demostrar la viabilidad económica del HOTEL MELANIA, mediante la identificación de los recursos necesarios para la inversión inicial, los costos de operación, los ingresos proyectados y la evaluación de la rentabilidad a través de indicadores financieros.

4.4.1. Inversión Inicial

La inversión inicial requerida para la puesta en marcha del HOTEL MELANIA se distribuye en:

- **Infraestructura:** construcción, adecuación y diseño de las habitaciones, baños, recepción y áreas comunes.
- **Equipamiento:** mobiliario (camas, colchones, veladores, escritorios), lencería (sábanas, toallas, colchas), jacuzzi, equipos de lavandería, televisores, aire acondicionado, sistemas de seguridad y cámaras de vigilancia.

Tabla 9

Terreno e Infraestructura

| Nro. | Detalle | Cantidad (M) | Precio (Bs.) | Total (Bs.) |
|------------|---------------------|--------------|--------------|-------------|
| 1 | Terreno de 30x 30 M | 90 | 67,00 | 6.030,00 |
| | | 375 | 500,00 | 187.500,00 |
| SUMA TOTAL | | | | 193.530,00 |

Tabla 10*Muebles y Enseres*

| Nro. | Detalle | Cantidad | Precio (Bs.) | Total (Bs.) |
|------------|---------------------|----------|--------------|-------------|
| 1 | Cama plaza y media | 15 | 1.500,00 | 22.500,00 |
| 2 | Cama de dos plaza | 25 | 2.500,00 | 62.500,00 |
| 3 | Mesa de noche | 40 | 300,00 | 12.000,00 |
| 4 | Silla de Madera | 80 | 100,00 | 8.000,00 |
| 5 | Escritorio | 1 | 900,00 | 900,00 |
| 6 | Silla de escritorio | 1 | 900,00 | 900,00 |
| 7 | Juego de Living | 1 | 3.000,00 | 3.000,00 |
| 8 | Estantes | 1 | 800,00 | 800,00 |
| SUMA TOTAL | | | | 110.600,00 |

Tabla 11*Equipos de Computación y Televisores*

| Nro. | Detalle | Cantidad | Precio (Bs.) | Total (Bs.) |
|------------|--------------------------|----------|--------------|-------------|
| 1 | Computador de Escritorio | 1 | 3.000,00 | 3.000,00 |
| 2 | Impresora Multifuncional | 1 | 1.800,00 | 1.800,00 |
| 3 | Televisores | 25 | 1.800,00 | 45.000,00 |
| SUMA TOTAL | | | | 49.800,00 |

Tabla 12*Equipos de Computación y Televisores*

| Nro. | Detalle | Cantidad | Precio (Bs.) | Total (Bs.) |
|------------|----------------------|----------|-----------------|----------------|
| 1 | Lavadora | 2 | 3.000,00 | 6.000,00 |
| 2 | Tamquiño | 3 | 1.500,00 | 4.500,00 |
| 3 | Planchadora de ropa | 5 | 120,00 | 600,00 |
| 4 | Mostrador de bebidas | 1 | 6.000,00 | 6.000,00 |
| SUMA TOTAL | | | | 10.500,00 |

Tabla 13*Ropa Blanca o Lencería para Hotel*

| Nro. | Detalle | Cantidad | Precio (Bs.) | Total (Bs.) |
|------------|-----------------------------|----------|-----------------|----------------|
| 1 | Juego sabanas plaza y media | 30 | 120,00 | 3.600,00 |
| 2 | Juego sabanas dos plaza | 25 | 180,00 | 4.500,00 |
| 3 | Almohadas | 80 | 70,00 | 5.600,00 |
| 4 | Frazadas | 80 | 90,00 | 7.200,00 |
| 6 | Toallas | 80 | 60,00 | 4.800,00 |
| 7 | Cortinas | 80 | 150,00 | 12.000,00 |
| SUMA TOTAL | | | | 37.700 |

4.4.2. Costo de Operación

Los costos de operación representan uno de los elementos más importantes dentro de la gestión financiera del HOTEL MELANIA, ya que permiten conocer los recursos necesarios para el funcionamiento eficiente del negocio en su etapa de operación.

Estos costos incluyen tanto los gastos fijos, que se mantienen constantes independientemente del nivel de ocupación del hotel, como los gastos variables, que dependen directamente del uso de los servicios por parte de los huéspedes.

La identificación y clasificación de los costos de operación es fundamental para garantizar una adecuada planificación financiera, mantener el control de los recursos y asegurar la rentabilidad del proyecto en el corto, mediano y largo plazo. De esta manera, se busca que el hotel no solo cubra sus obligaciones económicas, sino que también brinde un servicio de alta calidad y sostenible en el tiempo.

Tabla 14

Servicios Básicos

| Nro. | Detalle | Unidad | Mes | Anual (Bs.) |
|------------|---------------------------|----------|--------|-------------|
| | | | (Bs.) | |
| 1 | Servicio de Agua | Servicio | 115,00 | 1.380,00 |
| 2 | Servicio de Luz Electrica | Servicio | 700,00 | 8.400,00 |
| 3 | Internet | Servicio | 180,00 | 2.160,00 |
| SUMA TOTAL | | | 995,00 | 11.940,00 |

Tabla 15*Mano de Obra*

| Detalle | Cant. | Haber Básico | Haber Básico | Aguinaldo | Aportes | Total De | Sueldo Total |
|-------------------------|-------|--------------|--------------|-----------|-----------------------|----------|------------------|
| | | Mensual | Anual | | Patronales (16.71) | | |
| Administrador | | 2.700,00 | 32.400,00 | 2.700,00 | 5.239,08 | 7.939,08 | 40.339,08 |
| Recepcionistas | 1 | 1.800,00 | 21.600,00 | 1.800,00 | 3.492,72 | 5.292,72 | 26.892,72 |
| Personales de Limpiezas | 1 | 1.700,00 | 20.400,00 | 1.700,00 | 3.298,68 | 4.998,68 | 25.398,68 |
| SUMA TOTAL | | | | | | | 92.630,48 |

4.4.3. Depreciación

La depreciación es la disminución de activo de una empresa, ya que todo este mecanismo se debe al desgaste por el uso que se les da durante su vida útil, y que al final lo lleva a ser utilizable, es por eso que se analiza todo el desgaste que tendrán las maquinas, equipos de computación /oficina, muebles y enseres e infraestructura.

Tabla 16

Depreciación

| Nro. | Detalle | Precio (Bs.) | Vida Útil | Depreciación | Valor En |
|---------------------------------|---------------------------|-----------------|--------------|-----------------------|------------|
| | | | | <u>Años 1-5 (Bs.)</u> | Libro(Bs.) |
| Infraestructura | | | | | |
| 1 | Infraestructura 15 x 25 M | 187.500,00 | 40 | 4.687,50 | 164.062,50 |
| Muebles y Enseres | | | | | |
| 2 | Cama plaza y media | 22.500,00 | 6 | 3.750,00 | 3.750,00 |
| 3 | Cama de dos plaza | 62.500,00 | 6 | 10.416,67 | 10.416,67 |
| 4 | Mesa de noche | 12.000,00 | 6 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| 5 | Silla de Madera | 8.000,00 | 6 | 1.333,33 | 1.333,33 |
| 6 | Escritorio | 900,00 | 7 | 128,57 | 257,14 |
| 7 | Silla de escritorio | 900,00 | 7 | 128,57 | 257,14 |
| 8 | Juego de Living | 3.000,00 | 4 | 750,00 | - 750,00 |
| 9 | Estantes | 800,00 | 7 | 114,29 | 228,57 |
| Equipos de Comp. y Televisor | | | | | |
| 10 | Computador de Escritorio | 3.000,00 | 4 | 750,00 | - 750,00 |

| | | | | | | |
|-------------------|--------------------------------------|-------------------|------------|------------------|---|-------------------|
| 11 | Impresora Multifuncional | 1.800,00 | 4 | 450,00 | - | 450,00 |
| 12 | Televisores | 45.000,00 | 4 | 11.250,00 | - | 11.250,00 |
| | Equipos de Lavanderia y Mostrador | | | | | |
| 13 | Lavadora | 6.000,00 | 4 | 1.500,00 | - | 1.500,00 |
| 14 | Tamquiño | 4.500,00 | 4 | 1.125,00 | - | 1.125,00 |
| 15 | Planchadora de ropa | 600,00 | 2 | 300,00 | - | 900,00 |
| 16 | Mostrador de bebidas | 6.000,00 | 10 | 600,00 | | 3.000,00 |
| SUMA TOTAL | | 365.000,00 | 121 | 39.283,93 | | 168.580,36 |

Tabla 17
Materiales y Accesorios

| Nro. | Detalle | Unidad | Cantidad | Precio (Bs.) | Total (Bs.) |
|-------------------------|-----------------|----------|----------|--------------|-----------------|
| Material de Aseo | | | | | |
| 1 | Jabocillo | Paquetes | 24 | 30,00 | 720,00 |
| 2 | Papel higienico | Paquete | 20 | 90,00 | 1800,00 |
| 3 | Clorito | Caja | 5 | 120,00 | 600,00 |
| 4 | Detergente ace | Paquete | 5 | 160,00 | 800,00 |
| 5 | Cera para piso | Caja | 2 | 120,00 | 240,00 |
| Material de Limpieza | | | | | |
| 6 | Escobas | Pieza | 8 | 40,00 | 320,00 |
| 7 | Jala Agua | Pieza | 8 | 35,00 | 280,00 |
| 8 | Basurero | Pieza | 40 | 40,00 | 1.600,00 |
| 9 | Lavanta Basura | Pieza | 8 | 30,00 | 240,00 |
| SUMA TOTAL ANUAL | | | | | 6.600,00 |

Tabla 18
Material de Escritorio

| Nro. | Detalle | Unidad | Cantidad | Precio (Bs.) | Total (Bs.) |
|------------------|----------------------------------|--------|----------|-----------------|-------------|
| 1 | Papel Boom Carta | Resma | 3 | 70,00 | 210,00 |
| 2 | Lapicero | Caja | 1 | 70,00 | 70,00 |
| 3 | Cuaderno | Pieza | 4 | 35,00 | 140,00 |
| 4 | Regla | Pieza | 2 | 15,00 | 30,00 |
| 5 | Egranpadora | Pieza | 2 | 30,00 | 60,00 |
| 6 | Saca grapas | Pieza | 2 | 10,00 | 20,00 |
| 7 | Perforadora | Pieza | 2 | 25,00 | 50,00 |
| 8 | Tinta de Colores para impresoras | Pieza | 8 | 80,00 | 640,00 |
| SUMA TOTAL ANUAL | | | | | 1.220,00 |
| SUMA TOTAL | | | | | 7.820,00 |

4.4.4. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el conjunto de recursos financieros que el HOTEL MELANIA requiere para asegurar su correcto funcionamiento operativo desde el inicio de sus actividades. Este capital permite cubrir los gastos inmediatos de operación, garantizar la continuidad del servicio y mantener la liquidez necesaria mientras se consolidan los ingresos provenientes de la prestación del hospedaje y servicios complementarios.

Tabla 19

Capital de Trabajo

| Nro. | Descripción | Mensual | Periodo | Total |
|-------|-------------------------|----------|---------|-----------|
| 1 | Mano de Obra | 7.719,21 | 2 | 15.438,41 |
| 3 | Materiales y Accesorios | 651,67 | 2 | 1.303,33 |
| 4 | Servicios Básicos | 995,00 | 2 | 1.990,00 |
| TOTAL | | 9.365,87 | | 18.731,75 |

4.5. Factibilidad del Proyecto

4.5.1. Proyecciones de Ingresos

Tabla 20

Proyección de Ingresos

| Precio De Venta | | |
|-----------------------|------------------|-------------------|
| Tipos De Habitaciones | | |
| Compartido (Bs.) | Individual (Bs.) | Matrimonial (Bs.) |
| 60 | 100 | 130 |

Tabla 21

Cantidad de Habitaciones

| Cantidad de Habitaciones | | |
|--------------------------|--------------|--------------|
| Tipos de Habitaciones | | |
| Compartido | Individual | Matrimonial |
| Habitaciones | Habitaciones | Habitaciones |
| 10 | 10 | 10 |
| Camas | Camas | Camas |
| 20 | 10 | 10 |

Tabla 22*Demanda de Habitaciones*

| Demanda de Habitacione por Mes | | |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|
| Compartido | Individual | Matrimonial |
| 65 | 60 | 47 |
| Ingreso por Mes | | |
| Precio por Cama Bs. | Precio por Cama Bs. | Precio por Cama Bs. |
| 60 | 100 | 130 |
| 3.900,00 | 6.000,00 | 6.110,00 |
| Total mensual | | 16.010,00 |
| Total anual | | 192.120,00 |

4.5.2. Flujo de Caja

El flujo de caja es un indicador esencial para conocer cuál es la liquidez de la empresa en un momento de tiempo concreto, este nos permitirá hacer un diagnóstico de la salud financiera del hotel.

Tabla 23

Flujo de Caja

| Descripción | AÑOS | | | | | |
|-------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1.- Ingresos | | 201.720,00 | 222.853,20 | 247.828,80 | 274.725,60 | 303.543,60 |
| Servicio de Alojamiento | | 192.120,00 | 213.253,20 | 238.228,80 | 265.125,60 | 293.943,60 |
| Otro Ingresos | | 9.600,00 | 9.600,00 | 9.600,00 | 9.600,00 | 9.600,00 |
| 2.- Costos | | 151.674,41 | 151.674,41 | 151.674,41 | 151.674,41 | 151.674,41 |
| Mano de Obra | | 92.630,48 | 92.630,48 | 92.630,48 | 92.630,48 | 92.630,48 |
| Materiales y Accesorio | | 7.820,00 | 7.820,00 | 7.820,00 | 7.820,00 | 7.820,00 |
| Servicio Basico | | 11.940,00 | 11.940,00 | 11.940,00 | 11.940,00 | 11.940,00 |
| Depreciaciones | | 39.283,93 | 39.283,93 | 39.283,93 | 39.283,93 | 39.283,93 |
| 3.- Utilidad Gravable (1-2) | | 50.045,59 | 71.178,79 | 96.154,39 | 123.051,19 | 151.869,19 |
| 4.- Impuesto (14,70% de 3) | | 7.356,70 | 10.463,28 | 14.134,70 | 18.088,53 | 22.324,77 |
| Utilidad Neta (3-4) | | 42.688,89 | 60.715,51 | 82.019,70 | 104.962,67 | 129.544,42 |
| Depreciaciones (+) | | 39.283,93 | 39.283,93 | 39.283,93 | 39.283,93 | 39.283,93 |
| Recup. Capital de Trabajo (+) | | | | | | 18.731,75 |
| Inversion ACTTIVOS (-) | 475.030,00 | | | | | |
| Capital de Trabajo (-) | 18.731,75 | | | | | |
| Flujo Neto | 493.761,75 | 81.972,82 | 99.999,44 | 121.303,62 | 144.246,59 | 187.560,10 |

4.5.3. Indicadores Financieros

VAN = 141.320,82

TIR = 8%

RBC = 1,29

4.5.3.1. Valor Actual Neto (VAN). Valor Actual Neto (VAN) obtenido es 141.320,82 unidades monetarias, lo cual indica que el proyecto es financieramente viable. Esto significa que los ingresos futuros descontados superan a los costos de inversión y operación, generando un valor agregado de 141.320,82 unidades sobre la inversión inicial.

En términos prácticos, ejecutar el proyecto aportará una rentabilidad adicional para los inversionistas.

- Si el $VAN > 0$ → El proyecto se acepta.
- Si el $VAN = 0$ → El proyecto es indiferente.
- Si el $VAN < 0$ → El proyecto se rechaza.

En este caso, dado que el VAN es positivo, se concluye que el proyecto debe ser aceptado.

4.5.3.2. Tasa Interna de Retorno (TIR). La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es 8%, lo que representa la rentabilidad promedio esperada durante su vida útil. Este

valor indica que el proyecto generará una tasa de retorno razonable, superior a la tasa mínima aceptable o de descuento, lo que lo hace financieramente atractivo.

Aunque la rentabilidad no es elevada, se considera estable y sostenible en el tiempo, especialmente si se compara con alternativas de inversión de bajo riesgo.

- Si la $TIR >$ tasa de descuento \rightarrow El proyecto se acepta.
- Si la $TIR =$ tasa de descuento \rightarrow El proyecto es indiferente.
- Si la $TIR <$ tasa de descuento \rightarrow El proyecto se rechaza.

Dado que la TIR es mayor que la tasa mínima exigida, se concluye que el proyecto es rentable y aceptable.

4.5.3.3. Relación Beneficio-Costo (RBC). La Relación Beneficio-Costo (RBC) obtenida es 1,29, lo que significa que por cada unidad monetaria invertida, el proyecto genera 1,29 unidades en beneficios. En otras palabras, existe una ganancia neta de 0,29 unidades monetarias por cada unidad invertida.

Este indicador confirma que los beneficios superan a los costos, validando la viabilidad económica del proyecto.

- Si la $RBC > 1$ \rightarrow El proyecto se acepta.
- Si la $RBC = 1$ \rightarrow El proyecto es indiferente.

- Si la $RBC < 1 \rightarrow$ El proyecto se rechaza.

Por tanto, al presentar una RBC de 1,29, el proyecto se considera aceptable y rentable.

CAPITULO V

Inversión y Cronograma de Ejecución

5.1. Presupuesto de Inversión del Proyecto

El presupuesto de inversión del presente proyecto de investigación será de 493,731.75 que hace un total de inversión y capital de trabajo este se refleja en la tabla 24 y 25.

Tabla 24

Presupuesto de inversión de la propuesta

| Nro. | Detalle | Total (Bs.) |
|------------|------------------------------------|-------------|
| 1 | Terreno e Infraestructura | 193.530,00 |
| 2 | Muebles y Enseres | 110.600,00 |
| 3 | Equipos de Computación y Televisor | 49.800,00 |
| 4 | Muebles Y Enseres | 110.600,00 |
| 5 | Equipos de Lavandería Y Mostrador | 10.500,00 |
| SUMA TOTAL | | 475.030,00 |

Tabla 25

Capital de Trabajo

| Nro. | Descripción | Mensual | Periodo | Total |
|-------|-------------------------|----------|---------|-----------|
| 1 | Mano de Obra | 7.719,21 | 2 | 15.438,41 |
| 3 | Materiales y Accesorios | 651,67 | 2 | 1.303,33 |
| 4 | Servicios Básicos | 995,00 | 2 | 1.990,00 |
| TOTAL | | 9.365,87 | | 18.731,75 |

5.1.1. Estructura de Financiamiento

Se define el término Estructura de Financiamiento como la combinación entre recursos financieros de Bs. 475.030,00 que representa el 96% de aporte de recursos propio que se destinaran a la adquisición de activos que la empresa necesita, para el cumplimiento de sus funciones, y Bs. 18.731,75 que serán aportación de inversionistas que representa el 6% que se utilizara como capital de trabajo.

CAPITULO VI

Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

El estudio de mercado realizado en el municipio de El Sena evidenció que los actuales establecimientos hoteleros no satisfacen de manera completa las necesidades de los visitantes, ya que se limitan a servicios básicos. Esto representa una oportunidad para el HOTEL MELANIA, que se diferenciará ofreciendo un hospedaje de mayor calidad y con servicios complementarios como jacuzzi y lavandería, los cuales fueron identificados como prioritarios por los potenciales clientes encuestados.

La propuesta del HOTEL MELANIA contribuye a fortalecer la competitividad turística del municipio, al cubrir una demanda insatisfecha y generar una oferta innovadora que combina confort, modernidad y hospitalidad. Este enfoque permitirá captar a turistas, comerciantes y trabajadores que visitan la región, consolidando al hotel como un referente local en el sector.

El análisis financiero demostró que el proyecto es viable y rentable. Los indicadores obtenidos (VAN positivo de 141.320,82; TIR de 8%; y RBC de 1,29) confirman que los beneficios superan a los costos, garantizando la recuperación de la inversión y la sostenibilidad del negocio en el tiempo.

Además de su viabilidad económica, el proyecto generará impactos sociales y económicos positivos para el municipio del Sena, a través de la creación de empleos directos e indirectos, el impulso al comercio local y el fortalecimiento del turismo como actividad estratégica para el desarrollo regional.

Finalmente, el HOTEL MELANIA se plantea como un proyecto integral que no solo busca rentabilidad financiera, sino también mejorar la calidad de vida de los visitantes y aportar al crecimiento del municipio mediante un servicio hotelero innovador, confiable y sostenible.

6.2. Recomendaciones

Es recomendable que el HOTEL MELANIA garantice el mantenimiento constante de sus servicios complementarios, especialmente jacuzzi y lavandería, dado que constituyen el principal elemento diferenciador frente a la competencia. Esto asegurará la satisfacción continua de los huéspedes y consolidará la reputación del hotel.

Se sugiere invertir en la capacitación permanente del personal, especialmente en atención al cliente y hospitalidad, para ofrecer un servicio de calidad, personalizado y competitivo que permita fidelizar a los clientes y atraer nuevas visitas.

Es importante implementar estrategias de marketing digital y publicidad turística que posicionen al HOTEL MELANIA como un referente de confort y calidad en el municipio del Sena. Para ello, se recomienda el uso de redes sociales, alianzas con agencias de viajes y la creación de promociones especiales para temporadas altas y bajas.

Se recomienda establecer convenios con proveedores locales de alimentos, insumos y servicios, lo que no solo reducirá costos operativos, sino que también contribuirá a dinamizar la economía del municipio y fortalecer el compromiso social del hotel con su comunidad.

Finalmente, se aconseja adoptar prácticas sostenibles en el manejo de agua, energía y desechos, integrando políticas de responsabilidad ambiental en la operación diaria del hotel. Esto no solo reducirá costos a largo plazo, sino que también incrementará la competitividad del proyecto, al responder a las tendencias actuales de turismo responsable y sostenible.

Bibliografía

barragan. (2022). *Revisión Bibliográfica Actualizada Sobre El Servicio Hotelero*.

Obtenido De

File:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Rcyt,+Gestor_A+De+La+Revista,+Main.Pdf

Foster. (1994). *Impacto Del Servicio De Las Plataformas Virtuales De Establecimientos Extra Hoteleros En El Flujo Turístico De Los Hoteles De La Zona El Rosario De La Ciudad De La Paz En La Gestión 2019*. Obtenido De

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/34623/T-708.pdf?sequence=1&isallowed=Y>

Garcia & Olmos. (2016). *El Alojamiento Turístico En Hogares: Una Alternativa De Negocio Para La Dinamización De La Economía En La Parroquia De Canoa (Destino De Sol Y Playa) Después Del Terremoto Del 16 De Abril*. Obtenido De

File:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Dialnet-ElalojamientoTuristicoenhogares-6133523.Pdf

Garcia, H. (2015). *Historia De Hoteleria Y Turismo En Mexico*. Obtenido De https://gc.scalahed.com/recursos/files/R161r/W25011w/2015_Historiadehoteleriayturismo_Mexico.pdf

Ley 2074. (2000). *Ley De Promocion Y Desarrollo De La Actividad*. Obtenido De <https://www.apmim.cibioma.edu.bo/biblioteca/ley%202074.pdf>

Ley 292. (2016). *Reglamento Específico De Establecimientos De Hospedaje Turístico*.
Obtenido De <https://Canotur-Bolivia.Com/Reglamentos-Especificos/>

Organizacion Mundial Del Turismo. (2000). *Recomendaciones Sobre Estadísticas De Turismo*. Obtenido De <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83-s.pdf>

Perez. (2012). *La Importancia Dar Un Buen Servicio A Un Hotel*. Obtenido De <https://es.slideshare.net/slideshow/presentacion-del-ensayo-47249293/47249293>

Plan Territorial De Desarrollo El Sena. (2021: 17). *Plan Territorial De Desarrollo Integral Para Vivir Bien Del Municipio De Sena 2021 - 2025*.

Poma. (2020). *Hotel Ecoboutique*. Obtenido De [file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Pg-4560%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Pg-4560%20(1).pdf)

Reglamento De Hospedaje Turístico. (2001). *Resolución Ministerial N° 185*. Obtenido De <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/34623/T-708.pdf?sequence=1&isallowed=Y>

Sapag. (2011). Obtenido De <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/20064/1/cd-9496.pdf>

Villena. (2003). *Diseño De Un Plan De Promoción En El Hotel Tampabay, Quevedo 2021*. Obtenido De <https://repositorio.uteq.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f940975a-3f33-4cbe-8d5e->

426524bafc1b/content#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20un%20Hotel?%20Seg%C3%BAn%20el%20autor,habitaciones%20o%20apartamentos%2C%20con%20o%20sin%20otros.

ANEXOS

ENCUESTA

SATISFACCIÓN DE HUÉSPEDES Y EVALUACIÓN DE SERVICIOS HOTELEROS EN EL SENA

Objetivo: Recopilar información sobre la satisfacción de los huéspedes con los hoteles existentes y detectar oportunidades de mejora para la implementación de un nuevo hotel con jacuzzi y lavandería.

Sección 1: Datos del encuestado

1. Motivo de la visita:

- Turismo
- Negocios
- Visita familiar
- Otro

4. ¿Es su primera visita a El Sena?

- Sí
- No

Sección 2: Satisfacción con el alojamiento

Califique del 1 al 5 los siguientes aspectos, donde 1 = Muy insatisfecho y 5 = Muy satisfecho:

1. Limpieza de la habitación: 1 2 3 4 5
2. Confort de camas y mobiliario: 1 2 3 4 5
3. Estado del baño (ducha, agua, ventilación): 1 2 3 4 5
4. Iluminación y ventilación de la habitación: 1 2 3 4 5

Sección 3: Atención y servicio del personal

Califique del 1 al 5:

1. Amabilidad y trato del personal: 1 2 3 4 5
2. Rapidez y eficiencia en el check-in/check-out: 1 2 3 4 5
3. Atención a necesidades especiales (información turística, solicitudes): 1 2 3 4 5

Sección 4: Servicios complementarios disponibles

1. ¿Utilizó alguno de los siguientes servicios? (Marque los que correspondan)

- Restaurante / desayuno
- Wi-Fi
- Parqueo
- Áreas comunes / recreación
- Otros

2. Califique su satisfacción con los servicios disponibles: 1 2 3 4 5

Sección 5: Percepción de mejora y sugerencias**1. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofreciera el hotel?**

- Jacuzzi / spa
- Lavandería
- Servicio a la habitación
- Actividades recreativas
- Otro