

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
UNIDAD ACADÉMICA “LAS PIEDRAS”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**MODELO DE EMPRESA HOTELERA TURÍSTICA ECOLÓGICA CON
FUNCIONAMIENTO EN LA COMUNIDAD LAS PIEDRAS, MUNICIPIO DE
PUERTO GONZALO MORENO.**

**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

POSTULANTE: Univ. Elías Parady Hurtado

TUTOR: Lic. Selvi Senseve Otubo

Gestión 2017

AGRADECIMIENTOS

A Dios todopoderoso creador nuestro, quien nos ha dotado de la sabiduría y capacidad para alcanzar cada reto que nos proponemos a lo largo de nuestras vidas.

A mis Familiares y Amigo, por brindarme su apoyo incondicional en los momentos más difíciles de mi Vida.

Ami tutora, Lic. Selvi Senseve Otubo por haberme apoyado con la revisión de mi proyecto de investigación y brindarme su orientación para seguir adelante hasta su fase final del proyecto de grado.

A los señores, Carlos Chipunavi Mamani y Lic. Gustavo Salinas Sánchez y demás amigos Por brindarme su apoyo incondicional para seguir adelante con mi proyecto de grado.

DEDICATORIA

La presente investigación fruto, de mi esfuerzo dedico a Dios por haberme dado el regalo más grande “La Vida” y quien me ha guiado por el sendero del saber.

Con cariño y amor dedico este trabajo a mis queridos padres Elías Parady Limpias y Mirian Hurtado Bani por iluminarme con sus sabios consejos para culminar mis estudios y seguir adelante en mi vida profesional.

ÍNDICE
CAPITULO I

1.- INTRODUCCIÓN.....	1
1.1.- ANTECEDENTES.....	2
1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1.- Enunciado del Problema.....	3
1.2.2.- Formulación del Problema.....	4
1.3.- JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN.....	4
1.3.1.- Justificación.....	4
1.3.2.- Justificación Socioeconómica.....	4
1.3.3.- Justificación Sociocultural.....	5
1.3.4.- Delimitación.....	5
1.4.- OBJETIVOS.....	5
1.4.1.- Objetivo General.....	5
1.5.2. - Objetivos Específicos.....	6
1.5.- ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	6
1.5.1.- Fuentes de obtención de la información.....	6
1.5.2.- Tipo de Investigación.....	6
1.5.3.- Método.....	7
1.5.3.1.- Método Cualitativo y Cuantitativo.....	7
1.5.4.- Técnicas.....	7
1.5.4.1.- La Encuesta.....	7
1.5.4.2.- Fotografías Propias.....	8
1.5.5.- Instrumentos a utilizar en la recolección de la Información.....	8
1.5.5.1.- Cuestionario.....	8
1.5.5.2.- Archivos Fotográficos.....	8

CAPITULO II

2.- MARCO TEÓRICO.....	9
2.1.- Plan de Negocio.....	9
2.2.-	
Turismo.....	9
2.3.- Tipos de turismo.....	9
2.3.1.- Turismo Convencional.....	9
2.3.2.- Turismo de Aventura.....	9
2.3.3.-	
Comunitario.....	10
2.3.4.- Turismo Rural.....	10
2.3.5.- Ecoturismo.....	10
2.4.- ¿Qué es una Empresa?.....	11
2.5.- El Empresario.....	12
2.6.- La Administración.....	12
2.7. - La Organización.....	13
2.8.-Diseño Organizacional.....	13
2.8.1.- La Estructura Formal.....	14
2.8.2.- La Estructura Informal.....	14

CAPITULO III

3.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL Y CONTEXTUAL.....	15	
3.1- Evaluación Interna (Fortalezas y Debilidades).....	18	
3.2.-		
Entorno	(Oportunidades	y
Amenazas).....	20	

CAPITULO IV

4.-	ESTUDIO	DE	MERCADO.
.....			
		22	
4.1.-			Mercados
Meta.....		22	
4.2.-			Características

Demográficas.....	22	
4.2.1.-		Factores
Geográficos.....	22	

CAPITULO V

5.-		
COMERCIALIZACIÓN.....	24	
5.1.-	Estrategias	de
Marketing.....	24	
5.2.-		Resumen
Ejecutivo.....	24	
5.3.- Misión.....	25	
5.4.- Visión.....	25	
5.5. - Objetivos De Marketing.....	25	
5.6. - Objetivos Financieros.....	26	
5.7.- Factores demográficos.....	26	
5.8.- Competencia.....	26	
5.9.- Oferta de Servicios.....	26	
5.10.- Mescla de Marketing.....	27	
5.11.- Investigación de Mercado.....	27	
5.12.- Evaluaciones Periódicas Participativa.....	27	
5.13.- Proyecciones Financieras.....	28	
5.14.- Pronóstico de Ventas de Servicios.....	28	
5.15.- Pronóstico de Gastos.....	29	

CAPITULO VI

6.- INGENIERÍA DEL PROYECTO (Presupuesto).....	30
6.1.- Presupuesto del proyecto.....	30

CAPÍTULO VII

7.- ASPECTOS FINANCIEROS DE FINANCIAMIENTO.....	32
7.1.- Aspectos Administrativos.....	32

7.2.- Aspectos Económicos Financieros.....	33
7.2.1.- Gastos Administrativos.....	33
7.2.2.- Gastos de Funcionamiento.....	34
7.2.3.- Resumen de la Proyección de Servicios, Gastos y Utilidades.....	34

CAPITULO VIII

8.- TAMAÑO Y LOCALIZACION.....	36
8.1.- Referencias Geográfica o Idealización del Proyecto.....	36
8.2.- El departamento de Pando.....	36
8.3.- La Provincia Madre de Dios.....	36
8.4.- El Municipio de Puerto Gonzalo Moreno.....	37
8.5.- Ubicación Geográfica de la Comunidad Las Piedras.....	37
8.6.- Ubicación del Área de Estudio.....	38

CAPÍTULO IX

9.- ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	39
9.1.- Diseño Hotelero Arquitectónico.....	39
9.2.- Estructura Administrativa Organizacional.....	41
9.2.1.- Funciones Administrativas.....	42

CAPITULO X

10.- ASPECTOS LEGALES Y DE CONSTITUCIÓN.....	47
10.1.- Marco Legal de la Propuesta.....	47

CAPITULO XI

11.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	50
11.1.- Conclusiones.....	50
11.2.- Recomendaciones.....	51

CAPITULO XII

12.-	
BIBLIOGRAFÍA.....	53
ANEXOS	

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

1.- INTRODUCCIÓN.

La región Amazónica Boliviana no solo es un reservorio de recursos naturales, conformado por una biomasa vegetal única del planeta, al igual que el paisajismo primaveral eterno, que siempre fueron irrigados por caudalosos ríos que surcan la región. También se encuentran dentro de ellas, cultura gastronómica lugareña, artesanías, lenguas nativas, y la cualidad pano-amazónica, fenotípica de su gente que la caracteriza y la diferencia de las demás culturas del país.

La presente investigación se direcciono a resaltar todos estos valores convirtiéndolos en sujeto de estudio y material de investigación, destinados a realizar proyecciones socio-técnicas administrativas que apoyen diferentes emprendimientos y que aporten al crecimiento poblacional y a la economía de la zona.

También, en este espacio territorial se encontraron rastros de civilizaciones pasadas que fueron sujetos de profunda investigación antropológica y arqueológica, cuyos resultados se definen para formular la industria turística desde la percepción socio – económica y administrativa de la región y del país.

El impacto que demuestra el presente informe final consiste, en asociar todos estos valores ancestrales y convertirlos en una propuesta para un plan de negocio turístico hotelero y arqueológica, que aproveche este potencial cultural nacional existente en la región, de características especiales, pero también, en una propuesta empresarial viable cuyos resultados beneficien a una colectividad que hasta hoy no ha sido considerado en el escenario productivo, a diferencia de otros emprendimientos que nos permita una adecuación a las necesidades actuales.

Esto significa una puesta en práctica a diferentes iniciativas de inversión, sean estas nacionales o extranjeras que constituyan un despegue hacia el desarrollo colectivo comunitario.

1.1.- ANTECEDENTES.

En el territorio de la comunidad Las Piedras dependiente del Municipio de Puerto Gonzalo Moreno, Departamento Pando, se encontró en el año 1928 un complejo arqueológico en total abandono y en camino a su deterioro estructural, el hallazgo lo realizó el explorador y arqueólogo Argentino “Marius del Castillo”; quien se encargó de difundir la noticia a la opinión pública a nivel nacional e internacional.

Desde ese tiempo hasta hoy, muchos investigadores y aventureros pasaron por el lugar sin dejar nada claro sobre la existencia de algún documento que demuestre la credibilidad y la seriedad del sujeto de investigación.

En el año 2000, bajo un convenio entre los Gobiernos de la República de Finlandia (EUROPA), y la República de Bolivia (SUDAMÉRICA) se realizaron una serie de investigaciones por parte de la Universidad de Helsinky (Finlandia) y la Unidad Nacional de Arqueología (UNAR-Bolivia), investigación que duró 3 años.

Los cuales definieron una serie de resultados previos, que originaron la promulgación de una Ley de la República que la declara Patrimonio Arqueológico Nacional.

Desde ese tiempo hasta hoy, ninguna institucionalidad establecida en el País se pronunció para promover y promocionar estos valores arqueológicos, quedando la comunidad declarada como zona turística y arqueológica en espera de algunas ideas o emprendimientos que reliven su funcionalidad.

El presente proyecto de investigación, propondrá a la Comunidad Las Piedras, la creación de un plan estratégico de negocios que utilice y valore este componente arqueológico con el diseño e implementación de un complejo hotelero en la cercanía de este monumento arqueológico nacional.

El presente estudio, definirá la viabilidad técnica de la presente iniciativa que aterrice en el aprovechamiento de estos factores que contribuyan a un despliegue socioeconómico de la región en el ámbito del turismo.

La ausencia de un estudio sobre el tema, ha originado la postergación de estos componentes y también de la comunidad; a su vez, los inversionistas que llegan a ser la clave de la presente iniciativa demostraron marcada susceptibilidad sobre el caso, por eso, el presente trabajo de investigación se lo direccionará a la comunidad, para que sea ella la beneficiaria y ejecutora de sus contenidos mediante un plan maestro de acción y planificación estratégica propuesta en el presente documento.

1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.2.1.- Enunciado del Problema.

La existencia de Ruinas Arqueológicas en cualquier parte del mundo no tiene ninguna relevancia si no está refrendado por políticas públicas de promoción, conservación y aprovechamiento de sus valores histórico-sociales y culturales.

La dinámica existente en el mercado de consumo del turismo, demanda estándares de calidad de servicios consecuente con las propuestas y paquetes de un potencial hasta ahora en acenso que nos exige proyectar programas innovadores que hagan que el cliente interno y externo se sienta satisfecho utilizando diferentes servicios que proponen las empresas ofertantes en un mundo de contantes cambios tecnológicos.

El presente trabajo identifica la ausencia de factores positivos en medio de tantas oportunidades perdidas por el abandono estructural y propone como solución al problema, la creación de un plan de negocios en Turismo y Hotelería en los alrededores de dicho complejo arqueológico, que promueva el emprendimiento de Personas Comunales o Privados.

1.2.2.- Formulación del Problema.

¿Cuál es el Modelo de Empresa Hotelera Turística Ecológica que promoverá el turismo, el paisajismo, junto a las Ruinas Arqueológicas asentada en los alrededores de la Comunidad Las Piedras, Municipio de Puerto Gonzalo Moreno?

1.3.- JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN

1.3.1.- Justificación.

La Comunidad Las Piedras es una concentración urbana de 200 familias, cuenta en la actualidad con agua domiciliar, luz eléctrica las 24 horas, una carretera de ripio expedita los 365 días del año, cercana a la ciudad de Riberalta con 8 kilómetros de distancias entre sí, sin embargo; a pesar de ser esta comunidad un destino turístico de la región, actualmente no cuenta con un alojamiento u hotel que albergue a los visitantes nacionales o extranjeros, o viajeros ocasionales. Hasta hoy; tanto las inversiones privadas individuales o colectivas no se interesaron en implementar un emprendimiento de este tipo, se estima que la capacidad hotelera de Riberalta absorbió tales iniciativas, dejando postergada toda intención de inversión en infraestructura para hospedaje u hotelería que cubran las necesidades o demandas que exige esta zona turística.

1.3.2.- Justificación Socioeconómica.

La ausencia de políticas públicas, iniciativa comunal o privada, además de la inversión económica, en tal sentido existen espacios u oportunidades reservadas para futuros emprendimientos económicos que significaría el acercamiento a la industria “sin chimenea” como se le llama al turismo; la explotación de sitios naturales, las ruinas arqueológicas, los lagos y su gastronomía local forman parte de una cadena de factores económicos aprovechables por sus habitantes, el empoderamiento de un criterio emprendedor con apoyo de fuentes de financiamientos económicos, harán que esta comunidad sea considerada en la agenda de viajeros y pasantes de todas partes del mundo.

1.3.3.- Justificación Sociocultural.

La existencia de las ruinas arqueológicas de tendencias precolombinas asentadas en las cercanías de la comunidad, sea convirtiéndose en una referencia nacional e internacional por sus características incaicas; las investigaciones arqueológicas a las que ha sido sometidas por expertos en la materia, definen la presencia y asentamiento de otras culturas del continente que nada tiene que ver con la cultura amazónica, las piezas arqueológicas encontradas en sus alrededores certifican la presencia de una dinámica cultural externa; además, de contar con acervo cultural propio, su lengua de origen tacana, y su gastronomía completan el paquete de componentes culturales arqueológico y paisajísticos con que cuenta la comunidad.

La presente investigación pretende ofrecer un Plan de Negocio, estructurado en un Modelo de Empresa Hotelera Turística Privada o Comunitaria que tome en cuenta estos valores socioeconómicos y culturales para su bienestar y desarrollo comunal.

1.3.4.- Delimitación.

Este estudio busca implementar un modelo de Empresa Hotelera Turística Ecológica en la Comunidad las Piedras del Municipio de Puerto Gonzalo Moreno, para ello, el proceso de Investigación del presente proyecto se realizará en un tiempo estimado de cuatro meses calendario, bajo el enfoque de la identificación de las fortalezas arqueológicas y las oportunidades para promover el servicio de turismo, tomando en cuenta a todos los pobladores de la Comunidad Las Piedras.

1.4.- OBJETIVOS.

1.4.1.- Objetivo General.

Diseñar el Modelo de Empresa Hotelera Turística Ecológica con funcionamiento en la Comunidad Las Piedras, Municipio de Puerto Gonzalo Moreno, para promover y valorizar el turismo y la arqueología del lugar.

1.4.2. -ObjetivosEspecíficos.

- Realizar un Diagnóstico sobre la Viabilidad del Proyecto.
- Socializar la Propuesta Empresarial Hotelera.
- Capacitación Administrativa sobre el Emprendimiento.
- Legalizar y Constituir la Iniciativa Empresarial.

1.5.- ESTRATEGIA METODOLÓGICA.

1.5.1.- Fuentes de obtención de la información.

Las fuentes que permitieron adquirir la información que se requiere para la elaboración del proyecto, **Modelo de Empresa Hotelera Turística Ecológica con funcionamiento en la Comunidad Las Piedras, Municipio de Puerto Gonzalo Moreno**; serán primarias y secundarias, como métodos cuantitativos y cualitativos para recopilar la información.

- ◆ **Fuentes primarias:** Resultados de la encuesta a los pobladores de la comunidad y entidades turísticas de promoción (Agencias de Viaje).
- ◆ **Fuentes secundarias:** Bibliografía general y específica relativo al objeto de investigación.

1.5.2.- Tipo de Investigación.

La presente investigación se desarrolló mediante el tipo de investigación Histórica-Documental, por su relación con los sujetos de estudio.

La Investigación Histórica, es la que nos permitió definir y analizar la relación de sucesos y eventos de épocas pasadas con hechos que están relacionados con el presente, o sea que busca anexar el presente con el futuro.

La Investigación Documental, es una base teórica que nos ayudó a investigar los denominados (estado de arte), estos son estudios cuyos propósitos definen mostrar

algo específico: Como procesos, conocimientos que impliquen un muestreo del sujeto de estudio a la información obtenida Histórico -Documental.

1.5.3.- Método.

En esta investigación se utilizó el siguiente método:

1.5.3.1.- Método Cualitativo y Cuantitativo.

El método que se utilizó en la presente investigación es el método Cualitativo y cuantitativo.

El método cualitativo, nos permitiódemostrar una realidad del objeto de estudio y su reprogramación enmarcado en el encuentro de un diagnóstico de una determinada población que refleje las condiciones para establecer parámetros sociales.

El método cuantitativo, nos proporcionó una información de medición de características sociales, que nos permitieron cuantificar sujetos que nos llevaron a una serie de postulados que nos dieron pautas para su implementación y consolidación de un plan de negocio empresarial Hotelero.

1.5.4.- Técnicas.

Las técnicas que se utilizaron para la recolección de la información y análisis de los datos, fueron los siguientes:

1.5.4.1.- La Encuesta.

Esta técnica de la encuesta, nos permitió plantear una serie de preguntas que nos permitieron identificar la viabilidad del sujeto de investigación que permitió su desarrollo e implementación física, técnica administrativa.

1.5.4.2.-Fotografías Propias.

Esta técnica estuvo orientada a demostrar ocularmente los hechos y sucesos históricos que nos permitió evidenciar la realidad del sujeto en la investigación, para la toma de decisiones que culminaron en el establecimiento de los objetivos planteados.

1.5.5.- Instrumentos utilizar en la recolección de la Información.

En la realización de la investigación propuesta, en sus diferentes fases, se utilizaron los siguientes Instrumentos; equipo de computación, cámara digital, memoria extraíble y el cuestionario de encuestas.

1.5.5.1.- Cuestionario.

Este instrumento permitió de forma directa obtener la información necesaria, sobre el actual estado del sujeto de investigación y su entorno social, que demostraron su proyección estructural.

1.5.5.2.-Archivos Fotográficos.

Este instrumento permitió comprobar visualmente los hechos y antecedentes del objeto de investigación que sirvió para programar acciones que determinaron su concreción.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

CAPITULO II

2.- MARCO TEÓRICO

2.1.- Plan de Negocio.

Es un documento formal que contiene la definición del objeto de la empresa, la descripción de sus bienes y servicios, un análisis del mercado, proyecciones financieras y una descripción de las estrategias de las gerencias para alcanzar las metas.(**James R.F. Stoner, R. Edward Freenan, Daniel R. Gilbert JR. Administración Sexta Edición. Pag. 181**)

2.2.- Turismo.

Es una actividad que realizan las personas mediante sus viajes y estancias en lugares distintos a de su entorno habitual por un periodo de tiempo inferior a un año, fines de desocupación, negocios y vacaciones.(**Elena Fonseca, Turismo Hotelería y Restaurante, equipo editorial año 2007**)

2.3.- Tipos de turismo.

Para desarrollar el Turismo es importante clasificar y conocer sus particularidades como ser:

2.3.1.- Turismo Convencional.

También conocido como el modelo “Sol y Playa”, es un producto propio de la sociedad urbana e industrial, produce formas poco creativas o consumistas de aprovechamiento del tiempo libre (**Molina, 2000**).

2.3.2.- Turismo de Aventura.

Es conocido como turismo deportivo, turismo de adrenalina o turismo de reto. Surge a raíz de que muchos aficionados buscan experiencias que alteren sus emociones para probar sus habilidades. Se destacan en este tipo de turismo el Tracking o caminatas largas de expediciones, el Rafting o navegación en balsas por ríos con

raudales continuos, Kayak de mar que es una embarcación muy pequeña de excursiones sobre aguas estables, Escaladas en Rocas, Alpinismo de Montaña, Ciclismo de Montaña, Parapente, HangGliding, Buceo, Surfing y el Paracaidismo **(Molina, 2000)**.

2.3.3.- Turismo Comunitario

El ecoturismo o Turismo comunitario está orientado hacia la conservación y preservación, como segmento de la industria turística, el ecoturismo ha surgido como consecuencia de la creciente preocupación global por la desaparición de culturas y ecosistemas y como expresión del rechazo al desarrollo inadecuado que puede deteriorar una zona protegida y producir efectos imprevistos desde el punto de vista, social y medioambiental. El ecoturismo o turismo comunitario es llevar a grupos pequeños de personas a espacios naturales o zonas protegidas produciendo un impacto mínimo en el entorno físico, social y cultural, debe contribuir a garantizar un futuro sostenible para el destino que tiene la comunidad, brindando oportunidades y beneficios económicos que garanticen el ascenso y bienestar social.**(Casasola Luis, Turismo y Ambiente, Editorial Trillas año 2006)**

2.3.4.- Turismo Rural

Es llamado también agroturismo, turismo de finca o agroturismo. Se trata de un turismo de bajo impacto y sociocultural que facilita vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad y recuperación del equilibrio físico y psicológico del turista mediante la convivencia con los pobladores de la zona, reintegra al turista al ámbito de la naturaleza y permite realizar modalidades más participativas de recreación **(Molina, 2000)**.

2.3.5.- Ecoturismo.

Es un segmento especializado del turismo, que consiste en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisajes, flora y fauna silvestre) de dichas áreas, así como

cualquier manifestación cultural (presente o pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y socioeconómico de las poblaciones locales (**Zamorano, 2002**).

2.4.- ¿Qué es una Empresa?

- ❖ Una empresa es una organización que surge cuando las personas deciden unirse para conseguir el objetivo. El esfuerzo que cada persona realiza por separado, no es el mismo que si lo hicieran todas juntas y a la vez. (**Google**)

- ❖ Es el organismo o ente social, en el que, bajo la dirección del empresario, son combinados los diversos factores de producción, con miras a la obtención de un producto, o la prestación de un servicio. La realidad de la empresa moderna es compleja, y además está sometida a constante evolución. La empresa, en efecto, puede ser considerada-además de entidad económica-como una comunidad humana, pues los detentores o propietarios de los factores de producción, cuyo servicios productivos hay combinar, son precisamente hombres que tienen un interés común y deben trabajar solidariamente. A su vez, la empresa aparece como una célula del organismo social de la nación, pues mantiene relación con sus propios miembros constitutivos y con el elementos trabajador que a ella aporta sus esfuerzos, mantiene relación con los clientes, sus administradores y compradores; con la localidad, municipio o provincia en la que está radicada; con las diversas empresas de una misma industria; con los organismos comerciales y bancarios, y con el propio gobierno. La empresa moderna va evolucionando en sí misma, y en las formas de constituirse y organizarse.

- ❖ Entidad individual o colectiva, legalmente organizada cuyo objeto es producir bienes o prestar servicios. (**Diccionario de Administración, Tercera Edición 1995 .Pérez Rosales. Pag. 130**).

- ❖ Organización constituida por personas naturales, sucesiones indivisas o personas jurídicas, que se dediquen a cualquier actividad lucrativa de extracción, producción, comercio o servicios industriales, comerciales o similares, con excepción de las asociaciones o fundaciones que no tienen dicho fin lucrativo. Tienen personalidad jurídica y deben estar constituidas legalmente. **(Días Mosto. Tomo 11. Pag. 107.)**

2.5.- El Empresario.

Es el que concibe y ejecuta las combinaciones de los otros factores de producción. El empresario es el factor más dinámico de producción; es el principal agente por ser coordinador, impulsor y director de los demás. La noción del empresario se realiza en toda su pureza, cuando emprende algo; cuando, creadoramente, lleva a cabo una nueva combinación productiva. En la terminología de J.A. Schumpeter, empresario es el que lleva a cabo una innovación: nuevas técnicas, nueva organización, nuevas materias primas y productos, nuevos mercados. Dada la moderna evolución de la empresa, el empresario individual va siendo sustituido por el empresario más o menos colectivo; consejo de administración y gerencia, superiores y trascendentes a cada uno de los individuos que los componen. En tiempos pasados o se confundió al capitalista con el empresario; pero uno aporta fondos y el otro, ideas y voluntad para llevarlas a cabo. Hoy día es clara la disolución del capital y el mando en la empresa, aunque los directores sean accionistas de la gran empresa, gocen de un poder de acción muy superior a los porcentajes de capital que personalmente detentan. **(Diccionario de Administración, Tercera Edición 1995 .Pérez Rosales. Pag. 131).**

2.6.- La Administración.

- La administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo alcancen con eficiencia metas seleccionadas **(Idalberto Chiavenato).**

Esta se aplica a todo tipo de organizaciones bien sean pequeñas o grandes empresas lucrativas y no lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio.

- Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz. **(Idalberto Chiavenato)**.
- La administración es una ciencia social compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzos operativos a través de los cuales se pueda alcanzar propósitos comunes que individualmente no es factible lograr. **(Wilburg Jiménez Castro)**
- La administración significa un proceso por medio del cual se establecen sistemas de ejecución y vigilancia para llevar a cabo un propósito con el mínimo de tiempo, energía y material, o dicho de otro modo con la mayor eficiencia. **(Galván Escobedo)**

2.7. - La Organización.

- Se define la organización como “un esfuerzo conjunto, donde las actividades de un grupo de personas tienden a estar coordinadas”.
- **Mónica Valledor** la define también como “un grupo humano deliberadamente constituido en torno a tareas comunes y en función de la obtención de objetivos específicos”.
- Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines. **(Microsoft® Encarta® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation)**.

2.8.-Diseño Organizacional.

Es un proceso, donde los gerentes toman decisiones, donde los miembros de la organización ponen en práctica dicha estrategia. El diseño organizacional hace que los gerentes dirijan la vista en dos sentidos; hacia el interior de su organización y

hacia el exterior de su organización. Organigrama... Cuadro sintético que indica aspectos importantes de una estructura organizacional, incluye las principales funciones y relaciones, canales de supervisión y la autoridad relativa de cada encargado de su función respectiva.

2.8.1.- La Estructura Formal.

Establece conjuntos de prescripciones y expectativas respecto a los miembros de la organización, son responsables de determinadas acciones y decisiones, establece una estructura de objetivos y metas que servirán como criterio de elección entre alternativas en las diferentes áreas y partes de la organización, establece responsabilidades de investigación en las unidades particulares de la misma para escudriñar el medio ambiente; para informar acerca de eventos que requieren atención en dirección a los puntos de decisión apropiados.

2.8.2.- La Estructura Informal.

Se conforma a partir de relaciones entre personas que comparten uno o varios procesos de trabajos dentro de la organización. Comprende aspectos referidos a valores, intereses, sentimientos, afectos, liderazgo, y toda gama de relaciones humanas que no pueden ser determinadas previamente. Lo informal está caracterizado por una actividad colectiva, no está orientada específicamente hacia los objetivos pero es necesario para alcanzarlo. La Estructura formal y la Informal dan como resultado la Estructura Total, que es la real. **Universidad Del Valle Sede Tuluá Facultad De Ciencias De La Administración Plan 3846 Diseño Organizacional Diana Katherine Vélez 0760084 Componentes De La Estructura Organizacional.**

CAPITULO III

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL Y CONTEXTUAL

CAPITULO III

3.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL Y CONTEXTUAL.

El presente proyecto de investigación identifica la factibilidad y limitaciones de la implementación del plan de negocios, relacionados a la hotelería y el turismo.

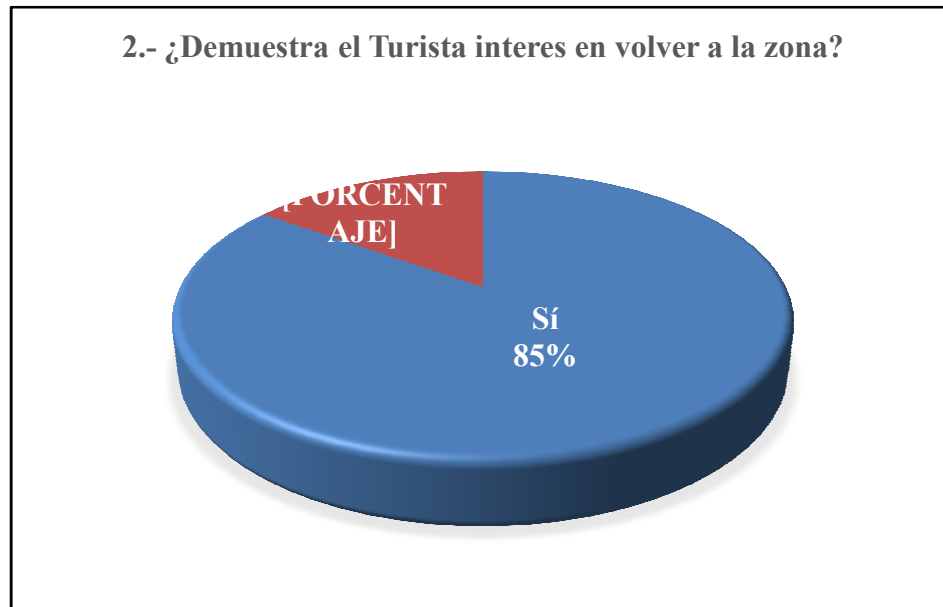
Figura: N° 1.- Conocimiento sobre los valores arqueológicos.



Fuente: Elaboración Propia.

El gráfico nos demuestra que el 92% de las personas que viven en la comunidad, tienen conocimiento sobre la existencia de los valores arqueológicos existentes en la comunidad Las Piedras, el 8% no conocen por ser vivientes nuevos.

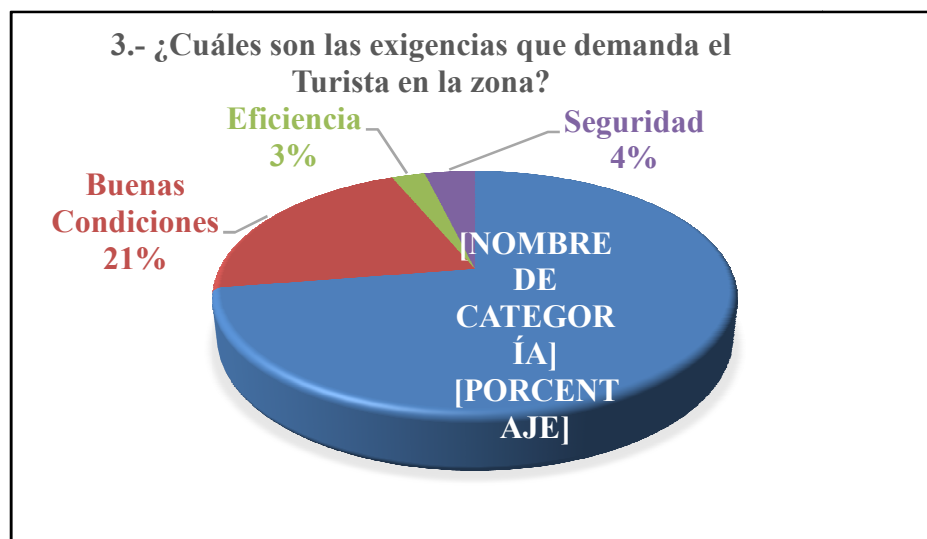
Figura: N° 2.-Interés del turista en volver a la zona.



Fuente: Elaboración Propia.

El grafico nos demuestra que el 85% de los turistas demuestran interés por volver a la zona, y el 15% demuestra poco interés.

Figura: N° 3.- Exigencias de turista en la zona.



Fuente: Elaboración Propia.

La graficación nos demuestra que el Hospedaje es una de la mayor exigencia que el turista demanda, seguido posteriormente por las buenas condiciones, la seguridad y la eficiencia que debe prestar un buen servicio de hotelería en la zona.

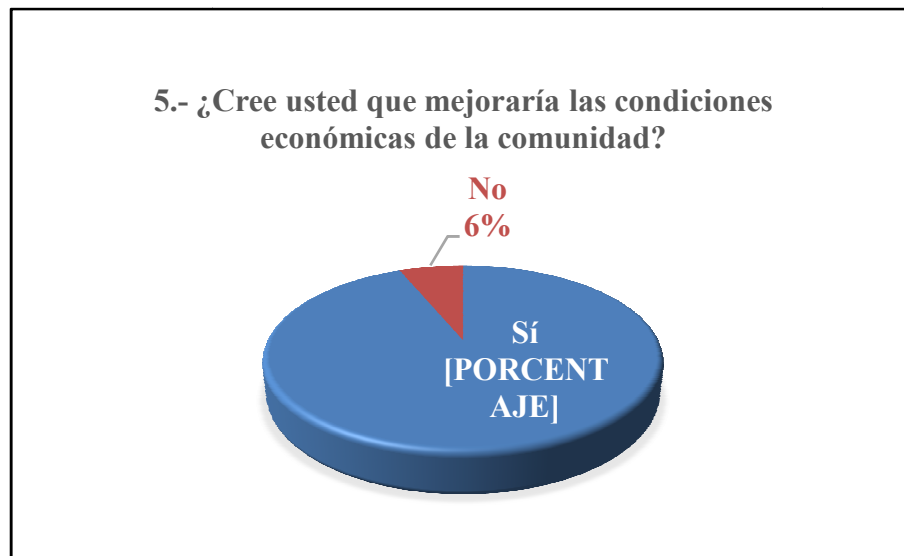
Figura: 4.- Consulta sobre la implementación del Plan de Negocio.



Fuente: Elaboración Propia.

La Graficación nos demuestra el porcentaje de la aceptación y la viabilidad del proyecto en la Comunidad Las Piedras.

Figura: N° 5.-Mejoría económica comunitaria.



Fuente: Elaboración Propia.

El grafico demuestra que la comunidad se proyectara con este tipo de emprendimiento que contemplará mejorar sus condiciones económicas comunitarias.

Figura: N° 6.-Optimismo comunitario sobre el proyecto.

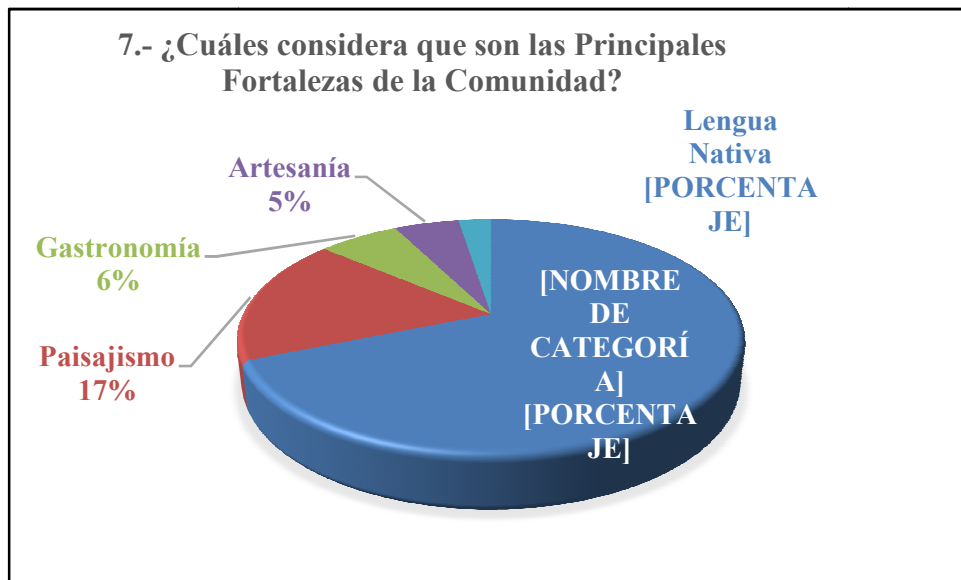


Fuente: Elaboración Propia.

La presente graficación demuestra la total confianza en las proyecciones de la presente propuesta sobre el plan de negocio hotelero turístico en la comunidad.

3.1.- Evaluación Interna (Fortalezas y Debilidades).

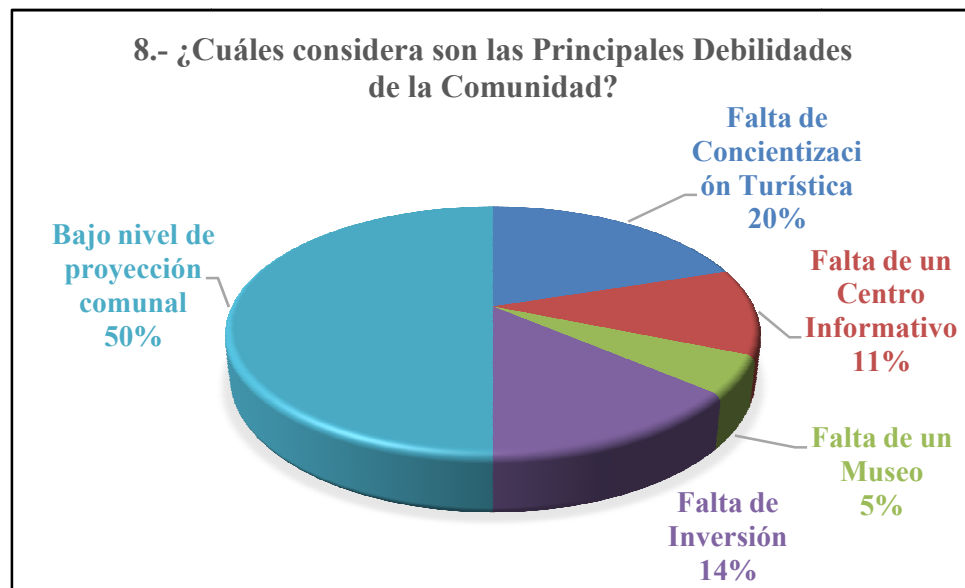
Figura N° 7.- Principales Fortalezas de la Comunidad.



Fuente: Elaboración Propia.

La demostración grafica indica que el complejo arqueológico es la principal fortaleza turística de la comunidad,seguido del fecundo paisajismo geográfico existente en el territorio, al igual que la gastronomía que muestra un importante lugar de los valores culinarios promovidos por sus mujeres que también demuestran marcadas habilidades artesanales, dejando en ultimo plano la cultura lingüística originaria en la comunidad.

Figura: N° 8.- Principales Debilidades de la Comunidad.



Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo a la graficación demostrativa, se identifica que existe un bajo nivel de proyección comunitaria en proyectos de innovación empresarial, correlativamente al anterior porcentaje, la concientización ocupa el segundo lugar que demuestra menor educación en el ámbito turístico; acompañado de la necesidad de contar con inversiones destinadas al rubro de la hotelería y el turismo, sin dejar de lado la importante implementación de un centro informativo relacionado al turismo y a la arqueología existente en el lugar, esto muestra que en último lugar porcentual se encuentra la necesidad de contar con un museo en la comunidad.

3.2.- Entorno (Oportunidades y Amenazas).

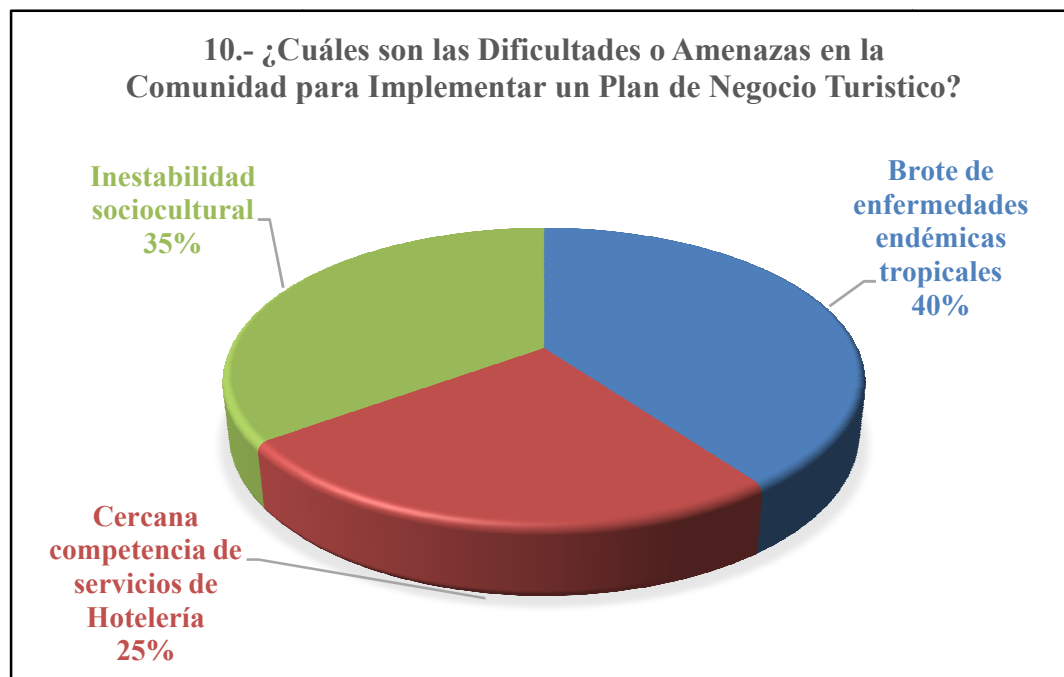
Figura: N° 9.- Principales Oportunidades de la Comunidad.



Fuente: Elaboración Propia.

La presente graficación ilustra, un marcado interes regional y nacional por conocer la historia de la región ligada a un complejo arqueológico existente en el lugar, esto justifica el reconocimiento existente de un patrimonio arqueológico que promueve una Ley de declaratoria de monumento nacional.

Figura: N° 10.- Principales Dificultades o Amenazas de la Comunidad.



Fuente: Elaboración Propia.

La encuesta ilustra que la mayor porcentualidad de riesgo se encuentra en las enfermedades tropicales endémicas de la región que todavía no han sido erradicadas a pesar del esfuerzo realizado, acompañando a este cuadro se identifica la inestabilidad social que siempre ha caracterizado al país, y por último, se demuestra que existe una cercana competencia de servicios en hotelería que debilita el presente proyecto si no se elaboran adecuadas estrategias de marketing.

CAPITULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

CAPITULO IV

4.- ESTUDIO DE MERCADO.

El “HOTEL PANO” propondrá una valiosa información histórica cultural a través de estudios realizados por entidades importantes relacionadas con la hotelería y la arqueología, tratando de demostrar los atributos de una infraestructura de alto nivel instalado en plena selva amazónica, factor que llamara la atención a clientes de todo el mundo, lo valioso que es la mezcla de la tecnología en medio de la naturaleza que promueva concientización sobre el cuidado ambiental.

Esta propuesta se empleará para saber los niveles de demanda, cuáles son sus necesidades específicas y cómo puede el hotel darle un mejor servicio y relacionarse con ellos.

4.1.- Mercados meta.

- Servicio de Hotelería.
- Servicios Turísticos.
- Servicios Sociales.

4.2.- Características demográficas.-

El perfil del cliente del “HOTEL PANO” incluye los siguientes factores geográficos, demográficos y conductuales.

4.2.1.- Factores geográficos.

El “HOTEL PANO” fijara su radio de acción en la región, tomando en cuenta la cercanía a la ciudad de Riberalta Beni que cuenta con 100.000 habitantes y un potencial de 30.000 estudiantes como posibles visitantes regulares, además de la oferta de las dos agencias de viajes existentes en la zona, agregando a esta sumatoria la existencia de 1.000 estudiantes en el municipio de Puerto Gonzalo Moreno, y 5.000

estudiantes universitarios pertenecientes a las tres casas superiores de estudio existentes en la región, además de los turistas eventuales nacionales e internacionales que pueden engrosar la lista de clientes .

El público meta total es de 36.000 usuarios según población existente.

CAPITULO V

COMERCIALIZACIÓN

CAPITULO V

5.- COMERCIALIZACIÓN

5.1.- Estrategia de Marketing.

La estrategia de Marketing que se propone para el plan de negocio hotelero, es un modelo empresarial de servicios mixtos que beneficie a la comunidad Las Piedras, el cual contiene un diseño administrativo acorde a las necesidades de las nuevas tendencias de servicios en hotelería que cubran los espacios nacionales e internacionales, tomando en cuenta el factor histórico cultural y arqueológico con que cuenta la comunidad Las Piedras. Redactar lo que se ofrece n el hotel

5.2.- Resumen Ejecutivo

“HOTEL PANO” es un emprendimiento de futura creación basado en la historia y la cultura regional, se dedicará a la prestación de servicios de hotelería de calidad en función a las exigencias de la demanda local, nacional e internacional.

El mercado de demanda de este emprendimiento comienza sus actividades contemplando sus fortalezas históricas culturales que motivan la implementación de un hotel turístico arqueológico sustentado por el asentamiento cercano a las ruinas arqueológicas que cuentan con un reconocimiento de Ley de Monumento Arqueológico Nacional único en la Región.

Para el “HOTEL PANO” esto puede ser una oportunidad de crecimiento extraordinaria, ya que el flujo de interés por conocer la historia de la región y la existencia de las ruinas en la zona, ha motivado a historiadores y turistas del país y entidades públicas y privadas a profundizar la existencia de la cultura PANO-AMAZÓNICA de fuerte presencia en épocas pasadas, que en los últimos tiempos está cobrando más interés por los estudios científicos realizado en el lugar por entidades internacionales de reconocido prestigio en temas arqueológicos, esto da lugar a contar

con fuentes de ingresos económicos que fortalezcan la economía del lugar y sus alrededores.

El estudio de mercado local realizado para la implementación del hotel indican que existe una gran oportunidad para este emprendimiento al ingresar en la carrera turística comercial, el “HOTEL PANO” ha fijado como zona estratégica de instalación, la cercanía a las ruinas arqueológicas, además de su asentamiento en medio de dos grandes ríos de la región como son el Rio Beni y el Rio Madre de Dios.

El “HOTEL PANO” va a ingresar en el mercado rápidamente y considerablemente por ser la única estructura de su tipo (estilo vegetación) que se ha fijado de esta zona y que tendrá el dominio del mercado (monopolio) debido a la planeación a corto y largo plazo, y por contar con innovadores servicios de calidad en la administración de hotelería.

5.3.- Misión

La misión del HOTEL PANO es, ofrecer un servicio con eficiencia y calidad a sus clientes, de acuerdo a las diferentes actividades turísticas, sociales y culturales.

5.4.- Visión.

Ser una Empresa legalmente reconocida en el mercado del servicio de hotelería y turismo que cubra las expectativas del cliente.

5.5. - Objetivos De Marketing.

- Conservar un fuerte crecimiento mensualmente a través de una atención eficiente.
- Asegurar y garantizar una aceptación de los primeros lugares en el mercado de la Hotelería.
- Conservar fuertes relaciones sociales con los clientes.

5.6. -Objetivos Financieros.

- Ver los resultados obtenidos en el primer mes y evaluar para aumentar el margen de utilidad realizando mejoras en la eficiencia de la empresa Hotelera.
- Mantener los costos de la prestación de servicios y aumentar las ofertas para un buen desarrollo de la empresa, y así poder garantizar la aceptación de nuestros clientes potenciales.
- Lograr una tasa de crecimiento de uno a tres por ciento de los ingresos en los dos primeros dos años.

5.7.- Factores demográficos.

Los usuarios están comprendidos casi equitativamente entre hombres y mujeres.

La edad de los clientes está comprendida entre los 15 y 45 años, y la mayor demanda es el servicio de hotelería, servicios de turismo, Servicios Sociales.

5.8.- Competencia.

El HOTEL PANO generará su propio mercado, aunque existen otras empresas hoteleras que venden estos servicios en la ciudad de Riberalta. El HOTEL PANO es la única empresa hotelera con características ambientales y ecológicas que tendrá participación en esta parte de la región y gracias a eso se convierte en el primer hotel ofertante de esta clase de servicios como: servicio de hotelería, servicios de turismo, Servicios Sociales, por estar en permanente contacto con la naturaleza.

5.9.- Oferta de Servicios.

En la actualidad El HOTEL PANO ofrecerá los siguientes servicios en la región:

- Servicios de Hotelería.
- Servicios Turísticos.
- Servicios Sociales.

5.10.- Mescla de Marketing.

El marketing del HOTEL PANO está formada de los siguientes enfoques: **Precio, Servicios de atención al Cliente y Publicidad.**

Precio.- Se basará al precio del mercado nacional.

Servicios.- se ofrecerán servicios eficientes con garantía y calidad.

Publicidad.- Se emplearan distintos métodos publicitarios por los medios masivos tanto como (televisión, radios emisoras, Banner, paquetes turísticos y folletos).

Atención al Cliente.- El HOTEL PANO conseguirá los niveles de referencia más altos en atención al cliente para de esa manera lograr obtener clientes de por vidas.

5.11.- Investigación de Mercado.

El HOTEL PANO tiene la finalidad de estar ubicada en un punto estratégico de entrada y salida a las comunidades de esta región que es por donde transitan viajeros y turistas.

5.12.- Evaluaciones Periódicas Participativa.

De acuerdo a las necesidades administrativas del presente plan de negocio, la evaluación técnica se realizara semestralmente, con la directiva de la comunidad, en función a los resultados que emanen el flujo de visitantes y las actividades turísticas en el lugar.

La evaluación periódica se la realizará mediante un análisis y evaluación del balance de los estados de resultado de las actividades de servicio de hotelería y turismo, con la finalidad de verificar las pérdidas o ganancias que tenga el plan de negocio y de esta manera realizar los ajustes correspondientes que tengan que realizar en función a los resultados obtenidos para la toma de decisiones futuras.

La evaluación de los resultados en la primera gestión, nos servirán de guía para la proyección futura de las actividades turísticas hotelera, que definan la nueva planificación tecno-administrativa de los años venideros.

5.13.- Proyecciones Financieras.

EIHOTEL PANO ofrecerá una perspectiva financiera en relación con sus actividades de marketing, y ha realizado un pronóstico de ventas de servicios, tomando en cuenta los gastos administrativos y de funcionamiento, y con las diferencias comparativas nos demuestran la viabilidad del proyecto.

5.14.- Pronóstico de Ventas de Servicios.

EIHOTEL PANO considera que tiene un buen pronóstico de ventas, se considera así por tener una estrategia del inicio de actividades con relación a los servicios prestados a través de los medios de difusión masiva.

Cuadro N° 1.- Pronóstico de Ventas de Servicios por Año.

Clases de Clientes Potenciales por Año	Cantidad de Clientes por Año	Ventas de Servicios Por Año	Costo Unitario por Servicios Bs.	Ingreso Total por Año Bs.
Cientes 1	80	Servicio de Hotelería.	150,00	12.000,00
Cientes 2	700	Servicios Turísticos.	600,00	420.000,00
Cientes 3	20	Servicios Sociales	500,00	10.000,00
Total Ingreso por Año Bs.				442.000,00

Fuente: Elaboración Propia.

El Cuadro de pronóstico identifica tres niveles de clientes que a continuación describimos:

Cliente 1.- Significa un servicio de hotelería con un costo de bolivianos 150 diario, que contendrá:

- ✓ Alojamiento.
- ✓ Servicio de Gastronomía.
- ✓ Internet WI-FI.
- ✓ Folletos Informativos (Historia y Arqueología).

Cliente 2.- Comprende la venta de un paquete turístico por la suma de Bolivianos 600, que contendrá excursiones a las Ruinas Arqueológicas, paseo en bote por el río Beni, paseo por rutas ecológicas paisajísticas del lugar.

Cliente 3.- Corresponde a la venta de servicios sociales a un costo de Bolivianos 500 en sus instalaciones, a promociones, fiestas sociales, conferencias, talleres de capacitación y otros.

5.15.- Pronóstico de Gastos

La previsión de gasto se utilizara como herramientas para que ElHOTEL PANO se ajuste a los objetivos del marketing y para tener a la mano indicadores cuando se necesite hacer correcciones, modificaciones e implementación del proyecto.

**Cuadro N° 2.- Presupuesto de Marketing para un Año.
(Expresado en Bolivianos)**

Año 2017	Costos Bs.
Catalogo	1.000
Calendarios	1.000
Anuncio Publicitario	3.500
Banner	500
Total Gastos de Marketing	6.000

Fuente: Elaboración Propia.

CAPITULO VI

INGENIERÍA DEL PROYECTO

CAPITULO VI

6.- INGENIERÍA DEL PROYECTO (Presupuesto).

El presente proyecto establece demostrar su funcionalidad administrativa empresarial de forma organizada acorde a las características de las demandas de servicios turísticos, para ello se elaboró un modelo estratégico de Empresa Hotelera, el mismo que está diseñado de acuerdo a las nuevas tendencias organizacionales administrativas empresariales.

Se utilizaron materiales como ser:

- ◆ Equipo de computación.
- ◆ Material de escritorio.
- ◆ Cámara Digital, Memoria Extraíble.
- ◆ Datos de las encuestas.
- ◆ Archivos Fotográficos.

6.1.- Presupuesto del proyecto.

Para la realización de la presente propuesta de investigación, en sus diferentes fases, desde su inicio con la aprobación del perfil hasta la defensa, se estima un presupuesto global aproximado de:

Cuadro N° 3.- Presupuesto del Proyecto

ÍTEM	DETALLE DE MATERIALES O INSUMOS	DESCRIPCIÓN UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Materiales de Gabinete (Oficina)				
1.1	AlquilerEquipo de Computación	Meses	3	200,00	600,00
1.2	Flash Memory	Unidad	1	100,00	100,00
1.3	AlquilerCámara Digital	Meses	1	50,00	50,00
1.4	Internet	2 horas por día	15	6,00	90,00

	Sub Total				840,00
2	Material de Escritorio				
2.1	Carpetas de Cartulina	Unidad	4	3,00	12,00
2.2	Papel Tamaño Carta	Resma	4	35,00	140,00
2.3	Tinta Impresora EPSON (Recarga)	Unidad	4	100,00	400,00
2.4	Tablero	Unidad	1	15,00	15,00
2.5	CD	Unidad	6	3,00	18,00
2.6	Lápiz	Caja	1	15,00	15,00
2.7	Bolígrafos	Caja	1	35,00	35,00
	Sub Total				635,00
3	Equipo y Materiales de Campo				
3.1	Combustible para transporte	Ltrs. de Gasolina	50	3,74	187,00
3.2	Alquiler de Motocicleta	50 por día	15	50,00	750,00
3.3	Refrigerios	Taller	2	200,00	400,00
	Sub Total				1.337,00
4	Servicios Gráficos				
4.1	Fotocopias	Ejemplares	8	60,00	480,00
4.2	Anillados	Ejemplares	8	10,00	80,00
4.3	Empastado	Ejemplares	5	100,00	500,00
	Sub Total				1.060,00
PRESUPUESTO TOTAL			Bs.		3.872,00

Fuente: Elaboración Propia.

El costo aproximado que demandará el estudio de investigación propuesto será de Bs. 3.872,00 (Tres Mil Ochocientos Setenta y Dos 00/100 Bolivianos), financiamiento que desde su inicio será cubierto en su totalidad por el investigador.

CAPITULO VII

ASPECTOS FINANCIEROS Y DE FINANCIAMIENTO

CAPÍTULO VII

7.- ASPECTOS FINANCIEROS Y DE FINANCIAMIENTO

7.1.-Aspectos Administrativos.

Elaborar un modelo empresarial de servicios en hotelería turística y arqueológica, consiste en argumentar componentes necesarios para el desarrollo de sus actividades y cumplimiento adecuado de sus objetivos y metas propuestas del plan de negocio.

La propuesta empresarial para el desarrollo y cumplimiento de sus actividades debe considerar los siguientes aspectos principales como:

- Recursos Humanos.
- Insumos y Materiales.
- Recursos Económicos.
- Recursos Tecnológicos.
- Legalización Empresarial.

Para que la administración de este emprendimiento sea eficiente, existen instrumentos o directrices que permiten direccionar la realización de las metas trazadas, las cuales se constituyen en elementos eficientes de planificación, comunicación, coordinación, dirección y control administrativo.

Para lograr los objetivos es necesario contar con un modelo empresarial bien organizado que permita una administración empresarial eficiente acorde a los requerimientos de las demandas de los servicios hoteleros de la actualidad.

Toda dirección empresarial privada o pública, debe contar con una base sólida legalmente constituida, de igual manera debe contar con políticas, estrategias, procedimientos y normas para su desenvolvimiento y desarrollo normal de sus actividades cotidianas, de acuerdo a su tamaño y giro, que varían en el grado en el que se les da autonomía al personal y las distintas unidades que la conforman.

Se considera a la administración como la dirección ordenada para que operativice en la empresa, en todos los ámbitos, es necesario la aplicación de directrices esenciales con las cuales podrá desenvolverse eficientemente.

En este sentido, un emprendimiento basada en principios administrativos de servicio privada o pública debe contar con los respectivos elementos de legalización:

- ❖ Escritura Pública de Constitución.
- ❖ Políticas y Normas Procedimentales.
- ❖ Planes y Proyectos.
- ❖ Bienes, inmuebles, mobiliarios, maquinarias, equipos, enseres y otros.

7.2.- Aspectos Económicos Financieros.

El Plan de Negocio en la presente investigación demandara un gasto administrativo y de funcionamiento, por lo que la Empresa Hotelera Turística tendrá que cubrir las, para ello se calcula un aproximado de los gastos que demandará en un año, el cual se demuestran a continuación:

7.2.1.- Gastos Administrativos.

Cuadro N° 4.-Gastos Administrativos

PRESUPUESTO DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS PARA UN AÑO					
N°	PERSONAL DE LA EMPRESA	PERSONAL POR ÁREA	HABER BÁSICO	MESES POR AÑO	TOTAL ANUAL BS.
1	Gerente	1	3.000,00	13	39.000,00
2	Recepcionista	1	1.800,00	13	23.400,00
3	Contador	1	2.000,00	13	26.000,00
4	Téc. de Informática WI-FI	1	1.600,00	13	20.800,00
5	Téc. de Marketing	1	2.000,00	13	26.000,00
6	Guías Turísticos	2	1.800,00	13	46.800,00
7	Chofer	1	1.600,00	13	20.800,00
8	Limpieza	1	1.600,00	13	20.800,00

9	Personal de Cocina	2	1.600,00	13	41.600,00
10	Sereno	1	1.600,00	13	20.800,00
Total Gastos Administrativos por Año					286.000,00

Fuente: Elaboración Propia.

Los cálculos de los gastos administrativos contempla el aguinaldo de acuerdo con la normativa vigente en nuestro país, el cual asciende a (286.000,00/100 Bolivianos.), Doscientos Ochentay Seis Mil 00/100 Bolivianos.

7.2.2.- Gastos de Funcionamiento.

Cuadro N° 5. Gastos de Funcionamiento.

PRESUPUESTO DE LOS GASTOS DE FUNCIONAMIENTO PARA UN AÑO					
N°	DETALLE	UNIDAD	MESES	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	Material de Escritorio	General	12	80,00	960,00
2	Consumo de Energía Eléctrica	Mes	12	150,00	1.800,00
3	Consumo de Agua Potable	Mes	12	30,00	360,00
4	Consumo de Material de Limpieza	General	12	50,00	600,00
5	Gastos de Comunicación	General	12	50,00	600,00
6	Gastos por Reparaciones y Mantenimientos	General	12	300,00	3.600,00
7	Marketing (Publicidad)	Mes	6	1000,00	6.000,00
8	Botiquín de Primeros Auxilios	General	1	1.000,00	1.000,00
9	Transporte (Compra de Vehículo)		1	18.000,00	18.000,00
Total Gastos de Funcionamiento por Año					32.920,00

Fuente: Elaboración Propia

Los cálculos de los gastos de funcionamientos para un año de la empresa hotelera asciende a (32.92000/100 Bs.), Treinta y Dos Mil Novecientos Veinte 00/100 Bolivianos.

7.2.3.- Resumen de la Proyección de Servicios, Gastos y Utilidades.

Ingresos por venta de los servicios	Bs.	442.000,00
Gastos Administrativos y de Funcionamiento	Bs.	<u>318.920,00</u>
Utilidad Neta Anual	Bs.	<u>123.080,00</u>

Para la **realización de los ingresos por ventas de los servicios**, se tomó en cuenta el monto del pronóstico de ventas de servicios anuales del plan de marketing.

Para la **realización de los gastos administrativos y de funcionamiento**, se sumó el monto de los gastos administrativos con el de funcionamiento que están practicados en cifras anuales.

La Utilidad Neta Anual, es el resultado de la diferencia entre el ingreso anual por venta de servicios con los gastos administrativos y de funcionamiento, el cual nos demuestra un margen que viabiliza la implementación de la propuesta del plan de negocio de hotelería.

CAPÍTULO VII

7.- ASPECTOS FINANCIEROS Y DE FINANCIAMIENTO

7.1.-Aspectos Administrativos.

Elaborar un modelo empresarial de servicios en hotelería turística y arqueológica, consiste en argumentar componentes necesarios para el desarrollo de sus actividades y cumplimiento adecuado de sus objetivos y metas propuestas del plan de negocio.

La propuesta empresarial para el desarrollo y cumplimiento de sus actividades debe considerar los siguientes aspectos principales como:

- Recursos Humanos.
- Insumos y Materiales.
- Recursos Económicos.
- Recursos Tecnológicos.
- Legalización Empresarial.

Para que la administración de este emprendimiento sea eficiente, existen instrumentos o directrices que permiten direccionar la realización de las metas trazadas, las cuales se constituyen en elementos eficientes de planificación, comunicación, coordinación, dirección y control administrativo.

Para lograr los objetivos es necesario contar con un modelo empresarial bien organizado que permita una administración empresarial eficiente acorde a los requerimientos de las demandas de los servicios hoteleros de la actualidad.

Toda dirección empresarial privada o pública, debe contar con una base sólida legalmente constituida, de igual manera debe contar con políticas, estrategias, procedimientos y normas para su desenvolvimiento y desarrollo normal de sus actividades cotidianas, de acuerdo a su tamaño y giro, que varían en el grado en el que se les da autonomía al personal y las distintas unidades que la conforman.

Se considera a la administración como la dirección ordenada para que operativice en la empresa, en todos los ámbitos, es necesario la aplicación de directrices esenciales con las cuales podrá desenvolverse eficientemente.

En este sentido, un emprendimiento basada en principios administrativos de servicio privada o pública debe contar con los respectivos elementos de legalización:

- ❖ Escritura Pública de Constitución.
- ❖ Políticas y Normas Procedimentales.
- ❖ Planes y Proyectos.
- ❖ Bienes, inmuebles, mobiliarios, maquinarias, equipos, enseres y otros.

7.2.- Aspectos Económicos Financieros.

El Plan de Negocio en la presente investigación demandara un gasto administrativo y de funcionamiento, por lo que la Empresa Hotelera Turística tendrá que cubrir las, para ello se calcula un aproximado de los gastos que demandará en un año, el cual se demuestran a continuación:

7.2.1.- Gastos Administrativos.

Cuadro N° 4.-Gastos Administrativos

PRESUPUESTO DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS PARA UN AÑO					
N°	PERSONAL DE LA EMPRESA	PERSONAL POR ÁREA	HABER BÁSICO	MESES POR AÑO	TOTAL ANUAL BS.
1	Gerente	1	3.000,00	13	39.000,00
2	Recepcionista	1	1.800,00	13	23.400,00
3	Contador	1	2.000,00	13	26.000,00
4	Téc. de Informática WI-FI	1	1.600,00	13	20.800,00
5	Téc. de Marketing	1	2.000,00	13	26.000,00
6	Guías Turísticos	2	1.800,00	13	46.800,00
7	Chofer	1	1.600,00	13	20.800,00
8	Limpieza	1	1.600,00	13	20.800,00

9	Personal de Cocina	2	1.600,00	13	41.600,00
10	Sereno	1	1.600,00	13	20.800,00
Total Gastos Administrativos por Año					286.000,00

Fuente: Elaboración Propia.

Los cálculos de los gastos administrativos contempla el aguinaldo de acuerdo con la normativa vigente en nuestro país, el cual asciende a (286.000,00/100 Bolivianos.), Doscientos Ochentay Seis Mil 00/100 Bolivianos.

7.2.2.- Gastos de Funcionamiento.

Cuadro N° 5. Gastos de Funcionamiento.

PRESUPUESTO DE LOS GASTOS DE FUNCIONAMIENTO PARA UN AÑO					
N°	DETALLE	UNIDAD	MESES	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
1	Material de Escritorio	General	12	80,00	960,00
2	Consumo de Energía Eléctrica	Mes	12	150,00	1.800,00
3	Consumo de Agua Potable	Mes	12	30,00	360,00
4	Consumo de Material de Limpieza	General	12	50,00	600,00
5	Gastos de Comunicación	General	12	50,00	600,00
6	Gastos por Reparaciones y Mantenimientos	General	12	300,00	3.600,00
7	Marketing (Publicidad)	Mes	6	1000,00	6.000,00
8	Botiquín de Primeros Auxilios	General	1	1.000,00	1.000,00
9	Transporte (Compra de Vehículo)		1	18.000,00	18.000,00
Total Gastos de Funcionamiento por Año					32.920,00

Fuente: Elaboración Propia

Los cálculos de los gastos de funcionamientos para un año de la empresa hotelera asciende a (32.92000/100 Bs.), Treinta y Dos Mil Novecientos Veinte 00/100 Bolivianos.

7.2.3.- Resumen de la Proyección de Servicios, Gastos y Utilidades.

Ingresos por venta de los servicios	Bs.	442.000,00
Gastos Administrativos y de Funcionamiento	Bs.	<u>318.920,00</u>
Utilidad Neta Anual	Bs.	<u>123.080,00</u>

Para la **realización de los ingresos por ventas de los servicios**, se tomó en cuenta el monto del pronóstico de ventas de servicios anuales del plan de marketing.

Para la **realización de los gastos administrativos y de funcionamiento**, se sumó el monto de los gastos administrativos con el de funcionamiento que están practicados en cifras anuales.

La Utilidad Neta Anual, es el resultado de la diferencia entre el ingreso anual por venta de servicios con los gastos administrativos y de funcionamiento, el cual nos demuestra un margen que viabiliza la implementación de la propuesta del plan de negocio de hotelería.

CAPITULO VIII

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

CAPITULO VIII

8.- TAMAÑO Y LOCALIZACION

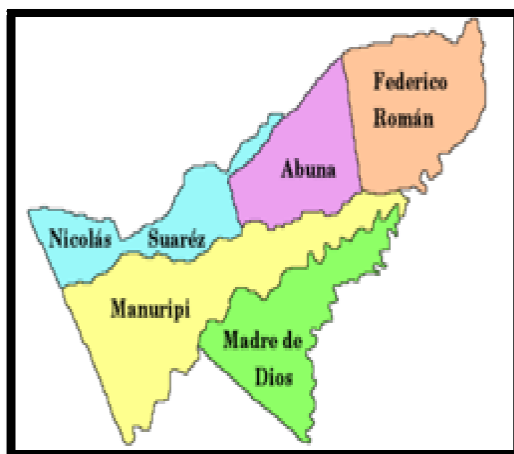
8.1.- Referencias Geográfica o Idealización del Proyecto

Ubicación del Departamento de Pando, la Provincia Madre de Dios, el Municipio de Puerto Gonzalo Moreno y la Comunidad Las Piedras.

8.2.- El departamento de Pando.- Se encuentra situado al Norte del Estado Plurinacional de Bolivia, este limita al Norte con la República Federativa del Brasil y al Sur Este con el Departamento del Beni, al Sub Este con el Departamento de La Paz, al Oeste con la Republica del Perú, su extensión territorial en kilómetros del Departamento es de 63.827 km^2 .

8.3.- La Provincia Madre de Dios.- Cuenta con una extensión territorial de 10.879 km^2 y limita al Sur Este con el departamento del Beni, al Sub Oeste con la Provincia Abel Iturralde de la Paz, al Norte con la provincia Manuripi.

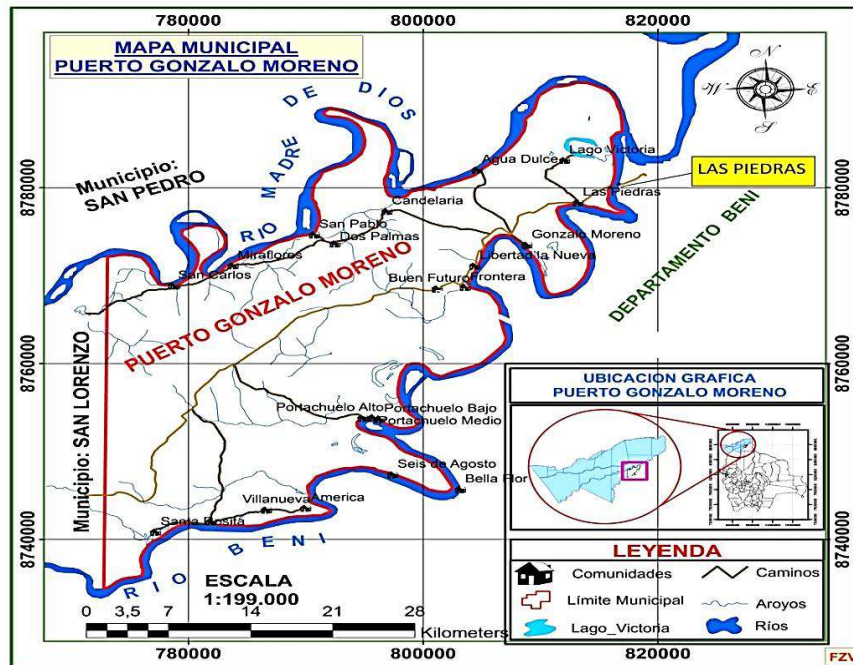
Mapa N° 1. - Mapa Geopolítico de Pando



Fuente: Google (Internet).

8.4.- El Municipio de Puerto Gonzalo Moreno.- Limita al Norte con la provincia Manurípi, al Sur Este con el Municipio de San Lorenzo, al Sub Este con la provincia Vaca Díez Departamento del Beni y cuenta con una extensión territorial de 1.770 km².

Mapa N° 2.- Mapa del Municipio de Puerto Gonzalo Moreno

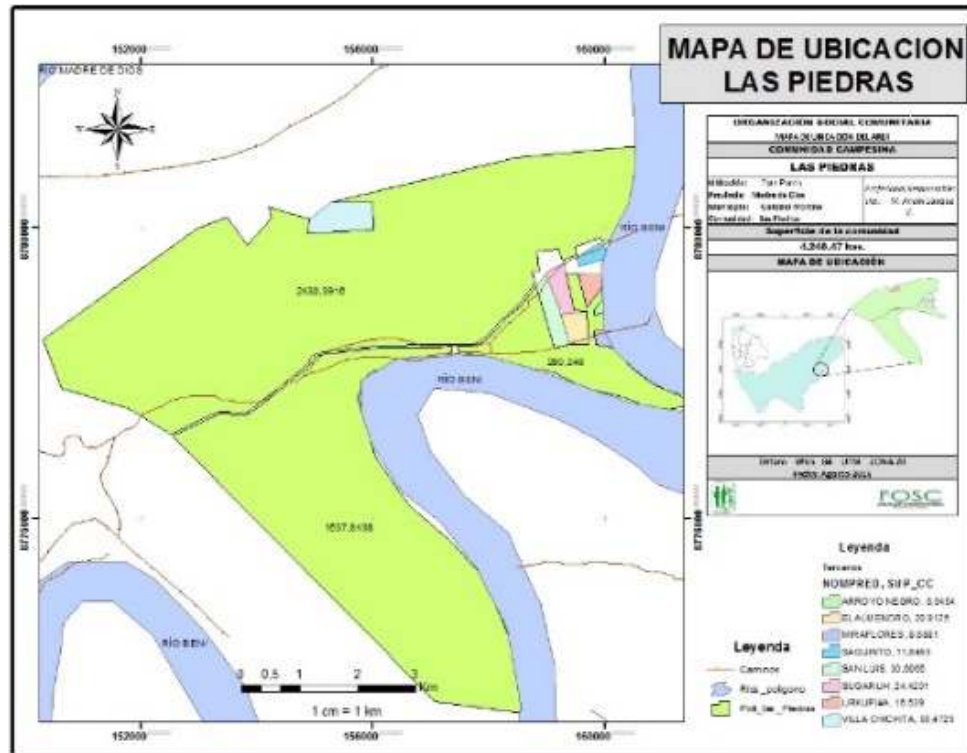


Fuente: Alcaldía Municipal de Puerto Gonzalo Moreno.

8.5.- Ubicación Geográfica de la Comunidad Las Piedras

La ubicación geográfica tiene las siguientes coordenadas 11° 04” latitud Sur y 66° 13” latitud Oeste, con sus colindancias al Norte con la Comunidad Lago Victoria, al Sur con el río Beni, al Este con la Ciudad de Riberalta y al Oeste con la Comunidad Gonzalo Moreno.

Mapa N° 3.- Mapa de Ubicación de la Comunidad Las Piedras



Fuente: IPHAE.

8.6.- Ubicación del Área de Estudio.

La investigación propuesta en su fase de campo, se desarrolló en la Comunidad Las Piedras y agencias de viajes de la Ciudad de Riberalta, estas entidades han sido seleccionadas por su cobertura y sus incidencias en el ámbito del turismo.

CAPITULO IX

ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

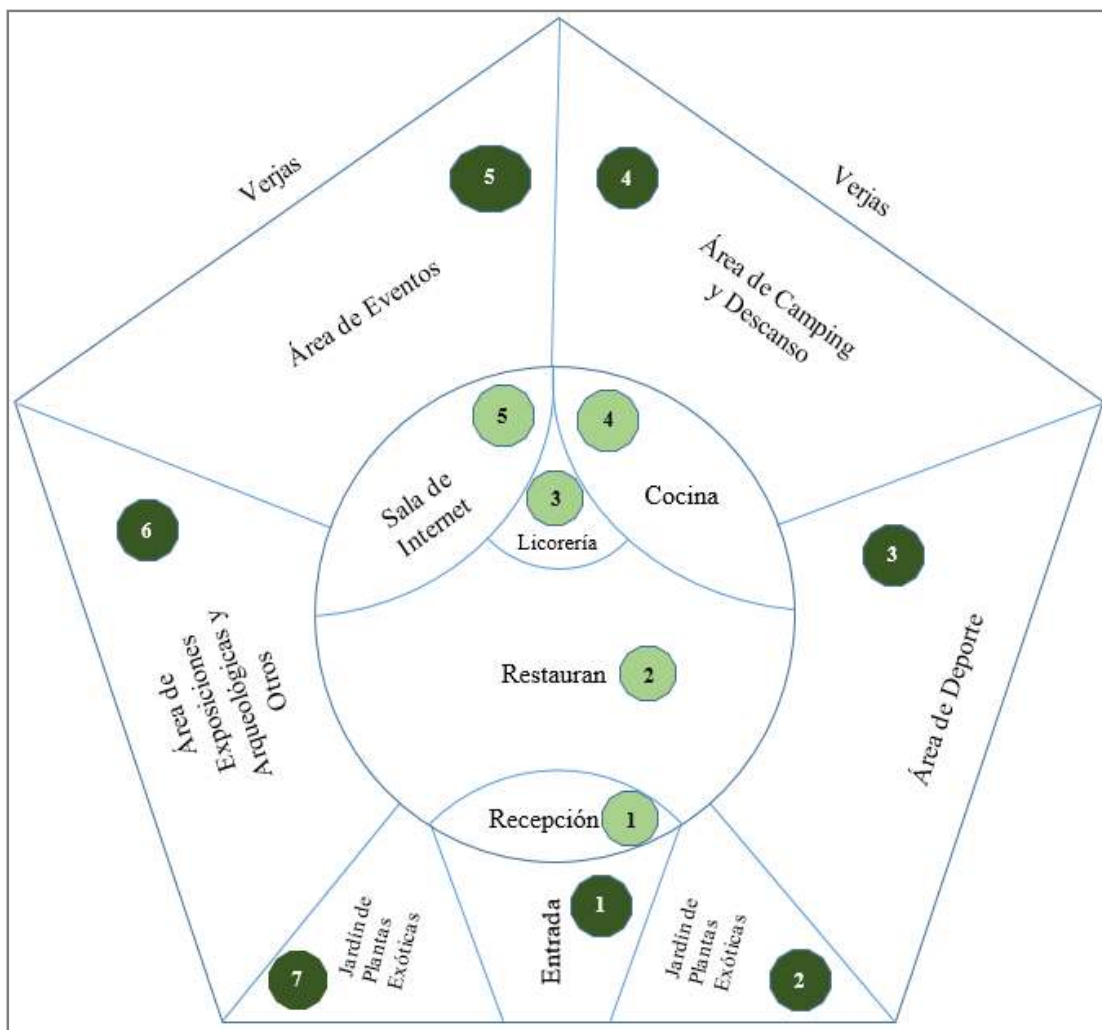
CAPÍTULO IX

9.-ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

9.1.- Diseño Hotelero Arquitectónico.

El presente diseño hace referencia del área de 40.000 m² que ocupara el complejo hotelero con sus dependencias anexas que representará la estructura total de la infraestructura de la presente propuesta.

Cuadro N° 6.- Área del plano y diseño arquitectónico Interno y Externo.

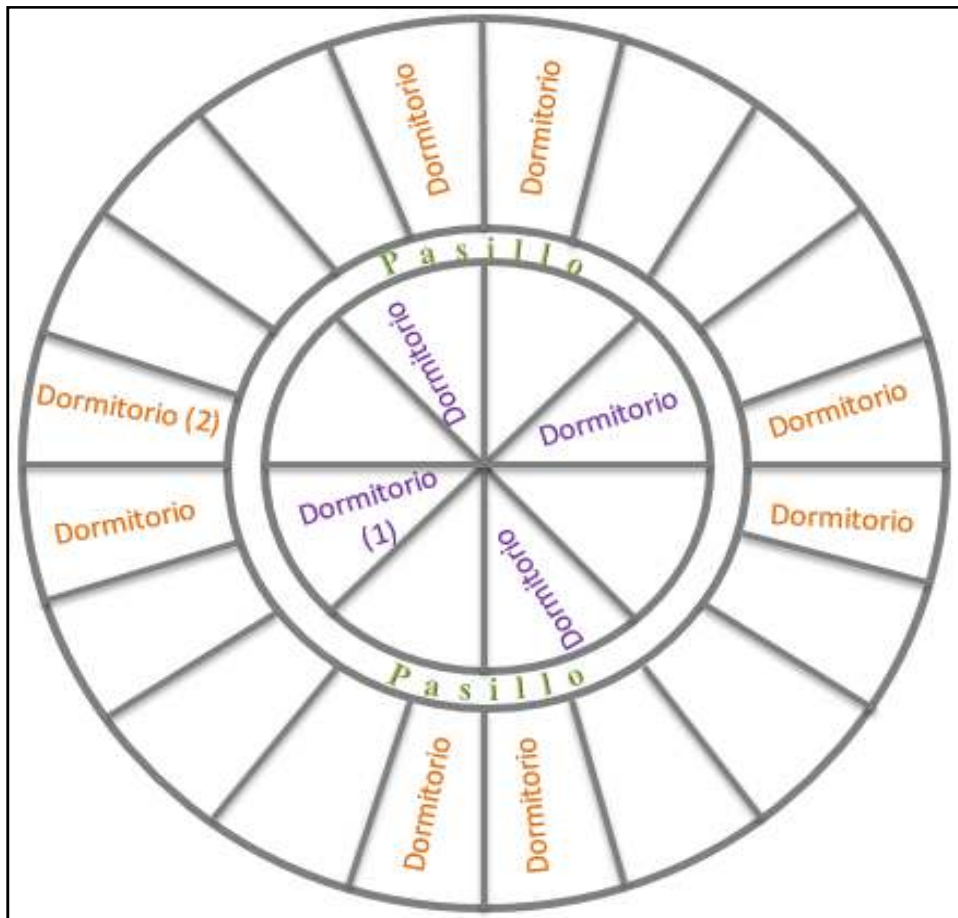


Fuente: Elaboración Propia.

El cuadro demuestra La extensión total que ocupara el hotel con sus compartimientos externos (áreas) que muestran un diseño adecuado para el área rural con estilo natural de vegetación.

La numeración con color verde claro significa el área interna del hotel y los de colores verde oscuro son las áreas anexas de recreación.

Cuadro N° 7.- Diseño Arquitectónico Interno de la Segunda Planta.



Fuente: Elaboración Propia.

El presente diseño demuestra gráficamente la propuesta de planta alta del hotel destinada a ambientes de dormitorios con una capacidad para albergar a 35 personas, los colores lila están destinados a recamaras familiares, el círculo del centro es el

pasillo que divide y conecta los ambientes de dormitorios individuales identificados con el color naranja.

Cuadro N° 8.- Propuesta de Diseño Hotelero (Frontis).



Fuente: Elaboración Propia.

El diseño del gráfico es una propuesta natural propia de la selva amazónica, por la existencia de diferentes variedades de hongos que existen en la región, y por tratarse de un hotelturístico ecológico que se identifica con el medio ambiente en que se vive.

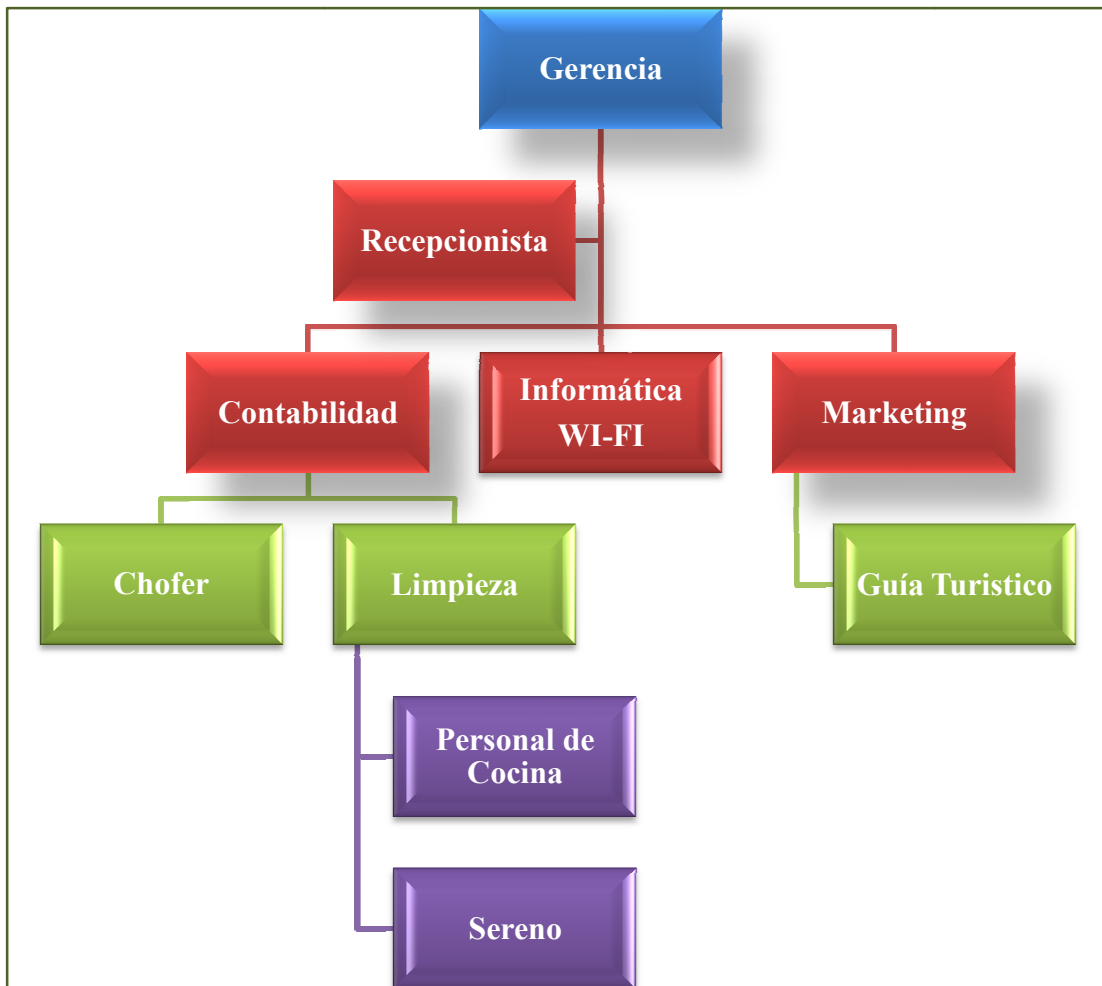
9.2.- Estructura Administrativa Organizacional

De acuerdo a la propuesta realizada, el tipo de Estructura Administrativa Organizacional que se propone para el Modelo de Empresa Hotelera Turística, es el Tipo de Estructura Funcional, ya que su carácter sencillo permite la coordinación de

manera fácil entre los departamentos, también contribuye a trabajar bajo economías de escala y con tecnologías rutinarias.

La siguiente es la Estructura Administrativa Organizacional Propuesta:

Cuadro N° 9.Organigrama Estructural.



Fuente: Elaboración Propia.

9.2.1.- Funciones Administrativas.

A continuación se mencionan y detallan cada una de las funciones de las áreas fundamentales que componen la Estructura Administrativa Organizacional propuesta para el Plan de Negocio del Emprendimiento Empresarial de Hotelería Turística.

Gerencia

Las funciones de la Gerencia son las siguientes:

- Representar Legalmente a la Empresa.
- Se encarga de planificar, coordinar, dirigir, organizar y supervisar las actividades administrativas, financieras y contables de los departamentos subordinados.
- Convocar a reuniones de trabajo.
- Contratar al personal y fijar su remuneración.
- Realizar el presupuesto anual.
- Revisar y aprobar los planes de marketing.
- Distribución de funciones del personal.
- Realizar evaluaciones periódicas al personal.
- Contratación de personal de acuerdo al perfil que requiere el puesto.
- Llevar el control de asistencias y puntualidad.
- Elaborar y dar a conocer el reglamento al personal.
- Coordinar reuniones, concertar citas, preparar agendas y conferencias.

Recepcionista

Las funciones del Recepcionista son las siguientes:

- Recepcionar llamadas telefónicas, fax y el correo electrónico.
- Registrar el ingreso y salida de los clientes.
- Enviar y recibir la correspondencia.
- Mantener organizado los archivos.
- Elaborar memos, cartas, y correspondencia requerida.
- Velar por la seguridad y conservación de los documentos de la Oficina.

Contabilidad.

Las funciones de Contabilidad son las siguientes:

- Efectuar los pagos de sueldos y salarios.
- Recaudar los ingresos que se generan en las actividades turísticas y de Hotelería.

- Mantener el archivo contable con la documentación sustentadora y las debidas protecciones.
- Mantener un control contable de los bienes y materiales de la empresa.
- Mantener al día el pago de impuestos y demás obligaciones tributarias.
- Controlar los inventarios de suministros de oficina.
- Tener los archivos actualizados de todo el personal: Solicitud de Trabajo con fotografía, contrato de trabajo, historial del trabajador y documentos que lo acrediten.

Informática WI-FI

Las funciones de Informática son las siguientes:

- Garantizar el servicio de Internet a los clientes.
- Mantener en perfecto funcionamiento los equipos de WI.FI.
- Realizar el mantenimiento de los equipos de Computación.
- Informar al gerente sobre los equipos en mal estado de funcionamiento.
- Actualizar los sistemas de software.

Marketing.

Las funciones de Marketing son las siguientes:

- Elaborar estrategias de publicidad.
- Ofertar paquetes de promoción turísticas.
- Crear página virtual de publicidad.
- Ofertar las diferentes instalaciones del hotel.
- Organizar ferias expositivas.
- Coordinar actividades con otras instituciones y clientes.
- Organizar expediciones turísticas.

Guías Turístico

Las funciones del Guía Turístico son las siguientes:

- Guiar a los clientes a diferentes actividades programadas.
- Garantizar la seguridad de los clientes.
- Proveer diferentes informaciones.
- Mostrar los diferentes atractivos turísticos y arqueológicos.
- Coordinar sus actividades con el encargado de marketing.
- Informar de inmediato sobre cualquier inconveniente suscitado en la realización de las expediciones.

Chofer

Las funciones del Chofer son las siguientes:

- Transportar a los huéspedes (clientes turistas).
- Brindar apoyo en mensajería.
- Dar mantenimiento a los carros de la empresa.
- Realizará cualquier otra actividad que sea solicitada por diligencia de la empresa.

Limpieza

Las funciones de Limpieza son las siguientes:

- Mantener el orden y la limpieza del hotel.
- Mantener el orden y la limpieza de las recamaras.
- Calendarizar el horario de limpieza.
- Garantizar los insumos de limpieza.
- Clasificar los desechos orgánicos e inorgánicos
- Solicitar la adquisición de materiales de limpieza.

Personal de Cocina

Las funciones del personal de Cocina son las siguientes:

- Garantizar la alimentación para los huéspedes.

- Garantizar la provisión de insumos alimenticios.
- Cumplir con los horarios establecidos en la provisión de alimentos.
- Brindar un servicio de calidad.

Sereno

Las funciones del Sereno son las siguientes:

- Cuidar y proteger las instalaciones en horas nocturnas.
- Elaborar una estrategia de seguridad.
- Verificar la iluminación de todas las instalaciones.
- Solicitar los equipos de seguridad.

CAPITULO X

ASPECTOS LEGALES Y DE CONSTITUCIÓN

CAPITULO X

10.- ASPECTOS LEGALES Y DE CONSTITUCION

10.1.- Marco Legal de la Propuesta.

La presente investigación se basa en el marco jurídico, en los Artículos y Parágrafos de la CPE, Constitución Política del Estado, Ley N° 2651 del 13 de Abril de 2004, el Código de Comercio Decreto Ley N° 14379, Ley de Promoción de Inversiones N° 516, Ley de promoción y desarrollo de la actividad turística en Bolivia N° 2074 del 14 de abril del 2000, para los emprendimientos empresariales, que a continuación resaltamos.

Artículo 307.

I. El estado reconocerá, respetará, protegerá y promoverá la organización económica comunitaria. Esta forma de organización económica comunitaria comprende los sistemas de producción y reproducción de la vida social, fundados en los principios y visión propios de las naciones y pueblos indígena originario y campesinos.(**C.P.E.**).

Artículo 308.

I. El Estado reconoce, respeta y protege la iniciativa privada, para que contribuya al desarrollo económico, social y fortalezca la independencia económica del país.

II. Se garantiza la libertad de empresa y el pleno ejercicio de las actividades empresariales, que serán reguladas por la ley. (**C.P.E.**).

Artículo 1°.-declárase patrimonio histórico y cultural a las ruinas arqueológicas de las culturas amazónicas e incaicas de la localidad de “Las Piedras” del Municipio de Puerto Gonzalo Moreno, Provincia Madre de Dios, departamento Pando.(**Ley N° 2651 del 13 de Abril de 2004**).

Artículo 2º El poder ejecutivo, a través del ministerio de educación, gestionará la provisión de recursos y medios técnicos para la preservación de este patrimonio histórico cultural de la nación. **(Ley N° 2651 del 13 de Abril de 2004).**

Artículo 1. (Alcance de la Ley).

El código de comercio regula las relaciones jurídicas derivadas de la actividad comercial. **(Código de Comercio).**

Artículo 6. (Actos y Operaciones de Comercio).

Son actos y operaciones de comercio, entre otros:

13). La actividad Empresarial de Hoteles, Pensiones, Residenciales, Restaurantes, Bares, Cafés, Espectáculos Públicos y otros establecimientos semejantes. **(Código de Comercio).**

18). La actividad empresarial de promoción de negocios o de su administración. **(Código de Comercio).**

Artículo 2. (Importancia del Turismo).

El turismo es una actividad economicamente estratégica para el desarrollo integral del país. El turismo receptivo es actividad de exportación fundamental para la generación de divisas. **(Ley N° 2074 del 14 de abril del 2000)**

Artículo 3. (Principios).

Las inversiones que se realicen en el país deberán sujetarse a los siguientes principios:

d). Economía Plural.

Las formas de organización económica estatal, privada, social cooperativa y comunitaria que integran la economía plural, que articulan en el marco de los principios de complementariedad, reciprocidad, solidaridad, redistribución, equidad,

seguridad jurídica, sustentabilidad, equilibrio, justicia y transparencia. Las inversiones que se realicen en el país contribuyen al desarrollo de las formas de organización económica. **(Ley de Promoción de Inversiones)**.

CAPITULO X

10.- ASPECTOS LEGALES Y DE CONSTITUCION

10.1.- Marco Legal de la Propuesta.

La presente investigación se basa en el marco jurídico, en los Artículos y Parágrafos de la CPE, Constitución Política del Estado, Ley N° 2651 del 13 de Abril de 2004, el Código de Comercio Decreto Ley N° 14379, Ley de Promoción de Inversiones N° 516, Ley de promoción y desarrollo de la actividad turística en Bolivia N° 2074 del 14 de abril del 2000, para los emprendimientos empresariales, que a continuación resaltamos.

Artículo 307.

I. El estado reconocerá, respetará, protegerá y promoverá la organización económica comunitaria. Esta forma de organización económica comunitaria comprende los sistemas de producción y reproducción de la vida social, fundados en los principios y visión propios de las naciones y pueblos indígena originario y campesinos.(**C.P.E.**).

Artículo 308.

I. El Estado reconoce, respeta y protege la iniciativa privada, para que contribuya al desarrollo económico, social y fortalezca la independencia económica del país.

II. Se garantiza la libertad de empresa y el pleno ejercicio de las actividades empresariales, que serán reguladas por la ley. (**C.P.E.**).

Artículo 1°.-declárase patrimonio histórico y cultural a las ruinas arqueológicas de las culturas amazónicas e incaicas de la localidad de “Las Piedras” del Municipio de Puerto Gonzalo Moreno, Provincia Madre de Dios, departamento Pando.(**Ley N° 2651 del 13 de Abril de 2004**).

Artículo 2º El poder ejecutivo, a través del ministerio de educación, gestionará la provisión de recursos y medios técnicos para la preservación de este patrimonio histórico cultural de la nación. **(Ley N° 2651 del 13 de Abril de 2004).**

Artículo 1. (Alcance de la Ley).

El código de comercio regula las relaciones jurídicas derivadas de la actividad comercial. **(Código de Comercio).**

Artículo 6. (Actos y Operaciones de Comercio).

Son actos y operaciones de comercio, entre otros:

13). La actividad Empresarial de Hoteles, Pensiones, Residenciales, Restaurantes, Bares, Cafés, Espectáculos Públicos y otros establecimientos semejantes. **(Código de Comercio).**

18). La actividad empresarial de promoción de negocios o de su administración. **(Código de Comercio).**

Artículo 2. (Importancia del Turismo).

El turismo es una actividad economicamente estratégica para el desarrollo integral del país. El turismo receptivo es actividad de exportación fundamental para la generación de divisas. **(Ley N° 2074 del 14 de abril del 2000)**

Artículo 3. (Principios).

Las inversiones que se realicen en el país deberán sujetarse a los siguientes principios:

d). Economía Plural.

Las formas de organización económica estatal, privada, social cooperativa y comunitaria que integran la economía plural, que articulan en el marco de los principios de complementariedad, reciprocidad, solidaridad, redistribución, equidad,

seguridad jurídica, sustentabilidad, equilibrio, justicia y transparencia. Las inversiones que se realicen en el país contribuyen al desarrollo de las formas de organización económica. **(Ley de Promoción de Inversiones)**.

CAPITULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPITULO XI

11.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tomando en cuenta la evaluación de resultados del presente proyecto, nos mueve a plantear las siguientes conclusiones y recomendaciones.

11.1.- Conclusiones.

Finalizado el proceso de estudio y hecho el análisis, el debate y las discusiones, podemos decir que la investigación realizada nos permitió obtener resultados importantes que nos llevan a describir las siguientes conclusiones:

- Después de haber identificado la idea de desarrollo turístico hotelero en el territorio comunitario de Las Piedras, quedo demostrado mediante el diagnóstico realizado en dicha comunidad, que existe la total aceptación del colectivo comunitario que forma parte de la población que será beneficiaria y que sin lugar a dudas dio origen al presente trabajo de investigación.
- Una vez identificada la necesidad de contar con un plan de negocio turístico hotelero en la comunidad, se elaboró el contenido preliminar de la propuesta, cuya ilustración demuestra la factibilidad y viabilidad de su realización, así mismo, esta importante iniciativa origino un escenario participativo de debate colectivo en la socialización de la propuesta, demostrando así graninterés por parte de los beneficiarios.
- La presencia de una infraestructura hotelera en la zona, significa cubrir el vacío en blanco dejado por el colectivo comunitario, como también de las políticas públicas por la ausencia de datos reales estampados en un estudio de investigación cuyas intenciones es apoyar futuros emprendimientos dedicados a la “industria sin chimenea”.

- La presente investigación también identifico una gran debilidad social, se trata de estar capacitados para nuevas propuestas de desarrollo, el cual mostro la necesidad de contar con un plan de capacitación socio-comunitario que se elaboró y ejecuto de manera organizada, y cuyos resultados fueron alentadores por el colectivo social involucrados en el presente trabajo de investigación.

- En síntesis, todo proyecto a implementar necesita incorporar la dinámica de la economía y la industria, eso significa, todo un proceso de reconocimiento y legalización que originen las oportunidades de obtener provecho para el desarrollo empresarial que garantice su funcionamiento basado en las normas vigentes.

11.2.-Recomendaciones

El presente proyecto de investigación, manifiestan los roles que deben cumplir diferentes actores de la sociedad que tienen mucho que ver con las inversiones y las decisiones en políticas públicas subregionales y locales que identifican las presentes recomendaciones.

- ✓ A pesar de contar con una Ley de reconocimiento a las ruinas arqueológicas como monumento nacional, factor que fortalece las intenciones de la presente propuesta, recomendamos a las diferentes gestiones de políticas públicas nacionales, departamentales, municipales y comunitarias a priorizar la implantación de la presente “industria sin chimenea” de muchos beneficios para la comunidad y el municipio.

- ✓ Se recomienda realizar un programa de concientización turístico-ambiental que oriente a los protagonistas involucrados en el presente informe final.

- ✓ Recomendamos Valorar, conservar, proteger el patrimonio natural boscoso ambiental y arqueológico en grave riesgo, promovido por la ampliación de la

frontera agrícola mediante el ingreso de la mecanización tecnológica de la producción de alimentos que originará la pérdida de la biomasa vegetal existentes.

- ✓ Se recomienda crear y apoyar iniciativas de desarrollo limpio, que representen ingresos económicos para el colectivo comunitario y municipal en el caber de los impuestos y fuentes laborales que representen oportunidades de negocios e ingresos para el comunario, como del empresario.
- ✓ La comunidad, demuestra debilidad organizacional, que debe de tomarse bien en cuenta a la hora de elaborar proyectos sociales con sólidos principios administrativos a la hora de su ejecución.

CAPITULO XII

BIBLIOGRAFÍA

CAPITULO XII

12.- BIBLIOGRAFÍA.

- **Constitución Política del Estado Plurinacional** (La Paz Diciembre de 2007).
- **Código de Comercio Decreto Ley N° 14379** del 25 de Febrero de 1977-Bolivia.
- **Chiavenato Idalberto**, Administración de Recursos Humanos (2^{da} Edición México 1994).
- **Chiavenato Idalberto**, Introducción a la Teoría General de la Administración (4^{ta} Edición México 1995).
- **Chiavenato Idalberto**, Introducción a la Teoría General de la Administración (Best Seller 7^{ma} Edición año 2004).
- **Ley N° 2651** del 13 de Abril de 2004. Declaratoria de Patrimonio Nacional Arqueológico
- **Pérez Rosales Manuel**, Diccionario de Administración (3^{era} Edición año 1995).
- **Programa Superior de Gestión de Empresas**, Universidad Rey Juan Carlos-Deuto (Madrid) España Año 2008.

- Stoner A.F James, Fordham University, Freeman R.Edward, University of Virginia, R. Gilbert JR Daniel, Bucknell University, Administración (7^{ta} Edición 1996).

- **Sampieri Hernández Roberto, Collado Fernández Carlos & Pilar Baptista Lucio**, Metodología de la investigación, (Best Seller 4^{ta} Edición año 2003).

- **Saravia Gallardo Ph. D. Marcelo Andrés**, Metodología de la Investigación Científica(Orientación Metodológica para la elaboración de Proyectos e Informes de Investigación) año 2008.

- **Universidad Nacional “San Luis Gonzaga” de ICA**, Manual de Organización y Funciones del Centro de Producción “Fundo Arrabales”Año 2010.

ANEXOS

Anexo 1.- FORMATO DE CUESTIONARIO

(Comunidad Las Piedras y Agencias de viajes de Riberalta).

Estimado señor, con el objeto de promover un Plan de Negocio, les invito a formar parte de la contribución del proyecto **“Modelo de Empresa Hotelera Turística Ecológica con funcionamiento en la Comunidad Las Piedras, Municipio de Puerto GonzaloMoreno”**. Con el apoyo en la contestación a las siguientes interrogantes de la Encuesta:

I. Información General	
1) Fecha:	_____
2) Nombre de la Organización:	_____
3) Dirección:	_____
4) Teléfono:	_____
5) Nombre del Encuestado:	_____
6) Cargo:	_____
7) ¿Tiene conocimiento usted sobre los valores arqueológicos existentes en la comunidad Las Piedras?	
	SI NO
8) ¿Demuestra el turista interes en volver a la zona?	
	SI NO
9) ¿Cuáles son las exigencias que demanda el turista en la Zona?	
- Hospedaje	_____
- Buenas Condiciones	_____
- Eficiencia	_____
- Seguridad	_____
10) ¿Le gustaría implementar el plan de negocio sobre hotelería en la comunidad?	
	SI NO
11) ¿Cree usted que mejoraría las condiciones económicas de la comunidad?	

SI	NO
12) ¿Cree usted que esta propuesta cubriría las expectativas planteadas?	
SI	NO

II. Evaluación Interna

1) ¿Cuáles considera que son las principales Fortalezas de la Comunidad?

- Complejo Arqueológico _____
- Paisajismo _____
- Gastronomía _____
- Artesanía _____
- Lengua Nativa _____

2) ¿Cuáles considera son las principales debilidades de la Comunidad?

- Falta de Concientización Turística _____
- Falta de un Centro Informativo _____
- Falta de un Museo _____
- Falta de Inversión _____
- Bajo nivel de proyección comunal _____

III. Entorno

1) ¿Cuáles son las oportunidades que el entorno demuestra a la comunidad para establecer un Plan de Negocio Hotelero Turístico?

- Ley de declaratoria de Patrimonio Arqueológica _____
- Ubicación Geográfica de la Zona Turística _____
- Accesibilidad cercana a medios de comunicación _____
- Marcado interes Institucional por información histórica _____

2) ¿Cuáles son las dificultades o amenazas en la comunidad para implementar un Plan de Negocio Turístico?

- Brote de enfermedades endémicas tropicales _____

- Cercana competencia de servicios de Hotelería _____

- Inestabilidad sociocultural _____

Anexo 2.- ARCHIVOS FOTOGRÁFICOS.

Guía Turístico.



Muralla Arqueológica I.



Muralla Arqueológica II.



Trinchera Arqueológica I



Trinchera Arqueológica II



Paisaje Turístico Territorial.



Referencia Informativa sobre Turismo.



Piezas Arqueológicas Codificadas.



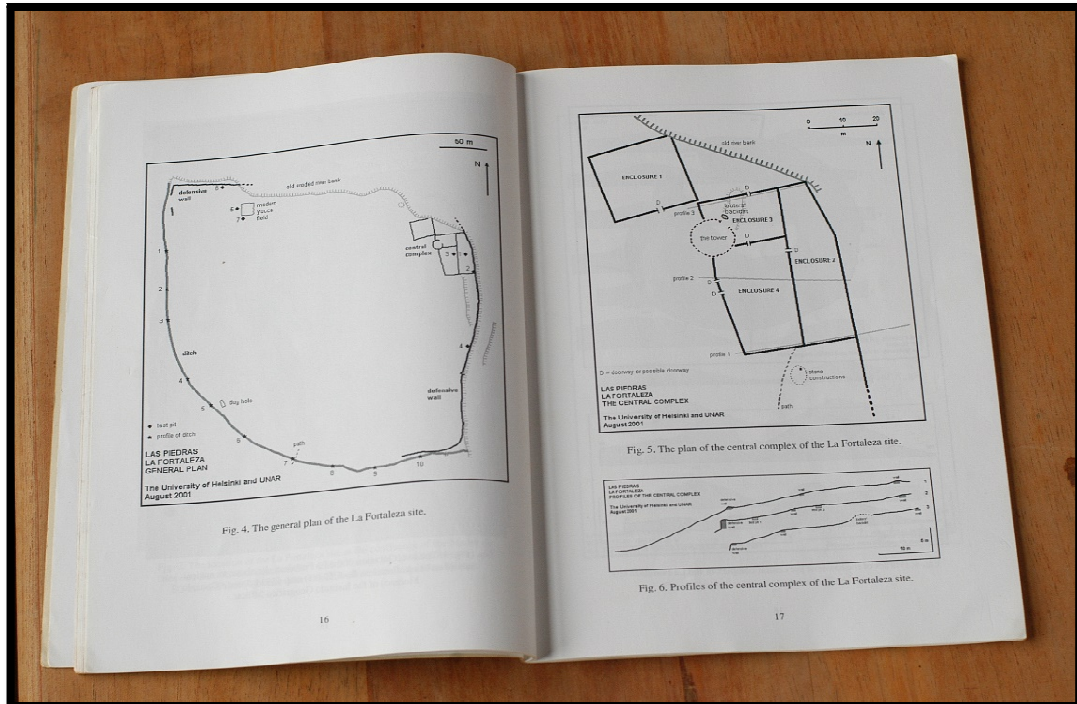
Observación Arqueológica.



Conjunto de Piezas Arqueológicas Reconstruidas.



Mapa de Las Ruinas Arqueológicas.



ANEXO 3.- LEY DE RECONOCIMIENTO.

Ley N° 2651 de 13 de abril de 2004

CARLOS D. MESA GISBERT

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Por cuanto, el Honorable Congreso Nacional, ha sancionado la siguiente Ley:

EL HONORABLE CONGRESO NACIONAL

DECRETA:

Artículo 1°.-

Declárese Patrimonio Histórico y Cultural, a las Ruinas Arqueológicas de las Culturas Amazónicas e Incaicas, de la localidad de "LAS PIEDRAS" del Municipio de Gonzalo Moreno, Provincia Madre de Dios del Departamento de Pando.

Artículo 2°.-

El Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Educación, gestionará la provisión de recursos y medios técnicos para la preservación de este Patrimonio Histórico y Cultural de la Nación.

Remítase al Poder Ejecutivo, para fines Constitucionales.

Es dada en la Sala de Sesiones del Honorable Congreso Nacional, al primer día del mes de abril de dos mil cuatro años.

Fdo. Hormando Vaca Diez Vaca Diez, Osear Arrien Sandoval, Enrique Urquidi Hodgkinson, Juan Luis Choque Armijo, Roberto Fernández Orosco, Teodoro Valencia Espinoza

Por tanto, la promulgo para que se tenga y cumpla como Ley de la República.

Palacio de Gobierno de la ciudad de La Paz, a los trece días del mes de abril de dos mil cuatro años.

Fdo. CARLOS D. MESA GISBERT, José Antonio Galindo Neder, Horst Grebe López.