

**TECANA AMERICAN UNIVERSITY
POSTDOCTORAL PROGRAM IN BUSINESS AND ECONOMICS
MANAGEMENT**



**TRABAJO ESPECIAL DE GRADO (TESIS)
LAS EMPRESAS VIRTUALES EN LA CIUDAD DE LA PAZ,
BOLIVIA.**

AUTOR: RICARDO COSME YUGAR FLORES

“Por la presente juro y doy fe que soy el único autor del presente trabajo especial de grado y que su contenido es fruto de mi trabajo, experiencia e investigación académica”.

La Paz, Julio de 2017

DEDICATORIA

A mis hermanos Eddy, Sara, Blanca, Marlene, Elba y Fernando quienes se han constituido en los pilares fundamentales para transitar muchas etapas de esta hermosa vida.

A mi querida Mamá Máxima Flores Michel Vda. de Yúgar, quién ha guiado de mil maneras mi camino y el deseo de dar gusto sostenido a los desafíos y emprendimientos diversos, a quien en particular dedico la presente tesis con mucho amor y el cariño infinito eterno.

Ricardo Cosme Yúgar Flores

AGRADECIMIENTO

A nuestro divino creador que ha iluminado el logro de la presente meta.

A mi querida mamá Máxima Flores Michel Vda. de Yúgar, mis hermanos Eddy, Sara, Blanca, Marlene, Elba y Fernando Yúgar Flores, que han acompañado los logros hasta la presente meta, al igual a quienes los tengo en mi memoria mi padre Félix Yúgar Arias y hermana Teresa Yúgar Flores quienes de seguro vienen iluminando mi camino.

A todos los docentes, administrativos de la TECANA AMERICAN UNIVERSITY, y a la propia TECANA AMERICAN UNIVERSITY, quienes han acompañado los diversos resultados hasta la presente meta.

Ricardo Cosme Yúgar Flores

ÍNDICE GENERAL

| | Pág. |
|---|-------------|
| Dedicatoria. | I |
| Agradecimiento. | II |
| Índice General. | III |
| Índice de Figuras, Tabla, Esquemas, Fotos. | VI |
| Resumen. | VIII |
| Abstract. | X |
| Introducción. | 1 |
| CAPÍTULO 1: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN. | 2 |
| 1.1. Planteamiento del Problema. | 2 |
| 1.1.1 Enunciado del Problema. | 2 |
| 1.1.2 Formulación del Problema. | 4 |
| 1.2. Justificación de la investigación. | 5 |
| 1.3. Objetivos. | 6 |
| 1.3.1. Objetivos Generales. | 6 |
| 1.3.2. Objetivos Específicos. | 6 |
| 1.4. Alcances. | 6 |
| 1.5. Limitaciones. | 7 |

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO. | 8 |
| 2.1. Antecedentes de la investigación. | 8 |
| 2.2. Base Teórica. | 9 |
| a).- Base teórica en cuanto a la empresa virtual. | 10 |
| b).- Base teórica en cuanto a la empresa virtual una nueva forma de organización funcional. | 12 |
| c).- Referencias conceptuales. | 14 |
| 2.3. Matriz de Operacionalización de Variables. | 17 |
| CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO. | 18 |
| 3.1. Nivel de Investigación. | 18 |
| 3.2. Diseño de Investigación. | 18 |
| 3.3 Población. | 18 |
| 3.4 Técnicas de Recolección de datos. | 18 |
| 3.5 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos. | 18 |
| 3.6. Procedimiento. | 18 |
| CAPÍTULO 4: LÓGICA FUNCIONAL DE LAS EMPRESAS VIRTUALES. | 20 |
| 4.1. Funciones efectivas de las empresas virtuales. | 20 |
| a) Social. | 20 |
| b) Comercial. | 21 |

| | |
|---|-----------|
| c) Administrativo. | 22 |
| d) Técnico. | 24 |
| e) Financiero. | 24 |
| f) Función de seguridad. | 25 |
| 4.2. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de las empresas virtuales. | 26 |
| 4.3. Ventajas de las empresas virtuales. | 29 |
| 4.4. Desventajas de las empresas virtuales. | 30 |
| 4.5. Necesidades de las empresas virtuales para una mayor expansión en las redes. | 31 |
| CAPÍTULO 5: DINÁMICA DE LAS EMPRESAS VIRTUALES EN LA CIUDAD DE LA PAZ. | 35 |
| 5.1. Principales empresas virtuales y su dinamismo funcional en la Ciudad de La Paz. | 35 |
| 5.1.1. Cadena Hotelera Camino Real. | 35 |
| 5.1.2. Europcar. | 51 |
| 5.1.3. BoliviaMall. | 62 |
| 5.1.4. Boliviamart. | 72 |
| CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES. | 80 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| CAPÍTULO 7: RECOMENDACIONES. | 82 |
|-----------------------------------|----|

| | |
|-----------------|----|
| BLOGRAFÍA. | 83 |
|-----------------|----|

INDICE DE FIGURAS, TABLAS, ESQUEMAS, FOTOS

FIGURAS

| | |
|---|----|
| 1.- Figura 1, Organización Trébol Irlandés. | 11 |
| 2.- Figura 2, Descripción de la Empresa Virtual. | 13 |

TABLAS

| | |
|--------------------------------|----|
| 1.- Tabla 1, Matriz FODA. | 28 |
|--------------------------------|----|

ESQUEMAS

| | |
|---|----|
| 1.- Esquema 1, Funciones Sociales. | 21 |
| 2.- Esquema 2, Función de Compromiso Comercial. | 22 |
| 3.- Esquema 3, Función de Compromiso Administrativo. | 22 |
| 4.- Esquema 4, Función de Compromiso Técnico. | 24 |
| 5.- Esquema 5, Función de Compromiso Financiero. | 24 |
| 6.- Esquema 6, Función de Seguridad. | 25 |
| 7.- Esquema 7, Esquema de los Pilares Fundamentales de la Matriz FODA. | 26 |
| 8.- Esquema 8, Necesidades de Las empresas Virtuales. | 32 |

FOTOS

| | |
|---|----|
| 1.- Foto 1, Infraestructura Principal del Hotel Suites Camino Real. | 36 |
| 2.- Foto 2, Localización de la Cadena Hotelera Camino Real como una Principal Empresa Virtual. | 37 |
| 3.- Foto 3, Página Web de reservas de la Cadena Hotelera Camino Real como una Principal Empresa Virtual. | 38 |
| 4.- Foto 4, Página Web Principal de la Cadena Hotelera Camino Real como una Principal Empresa Virtual. | 39 |
| 5.- Foto 5, Página de Pre-reserva y Tarifas. | 40 |
| 6.- Foto 6, Página de Información en Español. | 41 |
| 7.- Foto 7, Página de Información en Inglés. | 42 |
| 8.- Foto 8, Página de Información en Alemán. | 43 |

| | |
|---|----|
| 9.- Foto 9, Página de Información en Portugues. | 44 |
| 10.- Foto 10, Página de Información de Eventos y Capacidad. | 45 |
| 11.- Foto 11, Búsqueda directa de La Cadena Hotelera Camino Real. .. | 46 |
| 12.- Foto 12, Frontis Principal de La Empresa Europcar. | 52 |
| 13.- Foto 13, Página de Localización de Europcar. | 53 |
| 14.- Foto 14, Página de La empresa Virtual Europcar. | 54 |
| 15.- Foto 15, Menú principal y Oferta de Europcar. | 57 |
| 16.- Foto 16, Menú de la Oferta de Vehículos. | 58 |
| 17.- Foto 17, Opción de Facturación. | 59 |
| 18.- Foto 18, Contactos con Europcar. | 60 |
| 19.- Foto 19, Acceso a Europcar. | 61 |
| 20.- Foto 20, Frontis Principal de La Empresa BoliviaMall. | 63 |
| 21.- Foto 21, Página de Localización de BoliviaMall. | 64 |
| 22.- Foto 22, Portal de CharangoMall.com. | 65 |
| 23.- Foto 23, Portal de Flores.com.bo. | 67 |
| 24.- Foto 24, Aplicación en el Espacio de Compras. | 68 |
| 25.- Foto 25, Descripción del producto elegido a Comprar. | 69 |
| 26.- Foto 26, Amplitud Informativa de un producto elegido en la Compra. | 71 |
| 27.- Foto 27, Infraestructura Principal de Operaciones de Boliviamart. | 72 |
| 28.- Foto 28, Página de Localización de Boliviamart. | 74 |
| 29.- Foto 29, Página Principal de Boliviamart. | 75 |
| 30.- Foto 30, Página de Boliviamart. | 76 |

TECANA AMERICAN UNIVERSITY
POSTDOCTORAL PROGRAM IN BUSINESS AND ECONOMICS
MANAGEMENT

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO (TESIS)

**LAS EMPRESAS VIRTUALES EN LA CIUDAD DE LA PAZ,
BOLIVIA.**

AUTOR: RICARDO COSME YUGAR FLORES

Julio 2017

1.- RESUMEN

Las “Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia”, sin duda centralizan todo el entender del sistema funcional contemporáneo, por lo que las condiciones favorables del mercado circunscriben su entender y fortalecimiento por parte de todos los actores quienes se incorporan de forma gradual, en la que las oportunidades económicas, y sobre todo la generación de ingresos son los intereses crecientes empresariales en función al tiempo, para lo que la funcionalidad de las redes a partir del uso de las nuevas tecnologías contribuyan a la apertura y extensión de nuevas formas de hacer negocios.

El contexto de poder entender la existencia y sus logros alcanzados por parte de las principales “Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia”, es el referente esencial, sustentadas por la presencia, consolidación y desarrollo de las mismas en el mercado a partir de la incorporación de infraestructuras tecnológicas que día a día son diferenciadas en función a las insatisfacciones del mercado, sobre todo por las nuevas generaciones, que como agentes económicos de consumo demandan nuevas atenciones y sobre todo a que los negocios se acomoden y sean en el mayor de los casos virtuales, producto de que en las mismas se incorporan la funcionalidad de la inteligencia creativa diferenciada, que es lo que denotan los consumidores actuales modernos con capacidades y condiciones económicas favorables.

Las ventajas de las empresas virtuales en la Ciudad de la Paz Bolivia, se ven favorables bajo las condiciones múltiples, a partir de que las tecnologías se vienen expandiendo y mejorando, lo que hace posible que los beneficios puedan ser aún más crecientes en favor de las empresas ya existentes y sobre las que se involucren e inserten en el entender virtual.

En consecuencia se debe destacar que la presencia de los agentes económicos tanto ofertantes y demandantes avanzan y se ajustan a los cambios trascendentales que de por sí juega como tendencia un papel importante y de futuro en el mercado y economías diversas.

Palabras Claves: Empresa, Virtual, Tecnologías, Negocios.

ABSTRACT

The "Virtual Companies in the City of La Paz, Bolivia" certainly centralize all the understanding of the contemporary functional system, which is why the favorable conditions of the market circumscribe their understanding and strengthening by all the actors who are gradually incorporated , In which economic opportunities and, above all, income generation are the growing business interests in terms of time, for which the functionality of networks from the use of new technologies will contribute to the opening and extension of new forms Of doing business.

The context of being able to understand the existence and its achievements reached by the main "Virtual Companies in the City of La Paz, Bolivia", is the essential reference, supported by the presence, consolidation and development of the same in the market starting Of the incorporation of technological infrastructures that are differentiated day by day in function of the dissatisfactions of the market, mainly by the new generations, that as economic agents of consumption demand new attentions and above all to that the businesses are accommodated and they are in the greater Of virtual cases, the product of which incorporates the functionality of differentiated creative intelligence, which modern modern consumers with favorable economic conditions and capabilities denote.

The advantages of virtual companies in the City of Peace Bolivia are favorable under the multiple conditions, since technologies have been expanding and improving, which makes it possible for the benefits to be even greater in favor of the Existing companies and those that are involved and inserted in the virtual understanding.

Consequently, it should be noted that the presence of the economic agents, both supplying and demanding, are advancing and adjusting to the momentous changes that in itself play as a trend an important and future role in the market and diverse economies.

Keywords: Company, Virtual, Technologies, Business.

INTRODUCCIÓN

LAS EMPRESAS VIRTUALES EN LA CIUDAD DE LA PAZ, BOLIVIA, se constituyen en el entender de las nuevas formas modernas por las que las sociedades y sus expectativas conllevan a consolidarlas de forma gradual y que el conjunto de esfuerzos por estructurarlas responden a la toma de decisiones empresariales, por lo que la consistencia de las mismas se constituyen en la motivación, emprendimiento y desafío para que muchas empresas puedan operar aplicando las tendencias tecnológicas actuales.

La asociación esencial, de comprender de que las empresas sean funcionales y respondan al emprendimiento económico, en la que el diseño y estrategias responden a los roles protagónicos que hoy a nuestros días tiene un aliado fundamental como las nuevas tecnologías, es la acepción y contribución esperada al desarrollo de las actividades fortalecidas en la que los consumidores como agentes económicos marcan las diversas expectativas ante el conjunto de demandas en un nuevo orden del funcionamiento de las economías globalizadas y sus diversas correspondencias.

La sustentación, aporte e importancia de la investigación a favor de la presente tesis “Las Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia”, contribuye a presentar los siguientes capítulos: Capítulo I, Planteamiento del problema, en la que presenta el espectro del problema, las particularidades del problema y formulación del problema propiamente dicho, la ponderación de la justificación, presentación del objetivo general y específicos los que determinan ser los posibles logros a ser encontrados, al igual que los límites y alcances en favor de la presente tesis. Capítulo II, se presenta las referencias conceptuales y bases teóricas vinculadas a la empresa virtual y una nueva forma de organización funcional. Centraliza el entender El Capítulo III, encausa un acercamiento al marco metodológico en la que determina tanto el tipo de investigación como el procedimiento de la investigación, a ser encausada. El Capítulo IV, circunscribe a la atención de la lógica funcional de las empresas virtuales, recogiendo las funciones efectivas, las ventajas, desventajas y dinamismo específico. El Capítulo V, presenta el desarrollo y dinámica de las empresas virtuales de la Ciudad de La Paz en las que se destacan a cinco de las empresas, que a su vez expresan la referencia diferenciada en su potencialidad virtual propiamente manifiesta.

CAPÍTULO 1: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

1.1.1 Enunciado del Problema

Se debe entender que las empresas actuales, han sufrido cambios significativos en respuesta a los procesos de evolución en favor de la modernidad, el mismo tiene su referente con el nombre de “Empresas Virtuales”, que sin lugar a duda acompañan y favorecen a las nuevas generaciones, las mismas que se ven convencidas en que las tecnologías son operativas y funcionales, las cuales se constituyen en la base esencial sobre las que se estructuran las nuevas empresas estratégicas y que aquellas que aún no se incorporaron a este entender, de seguro que la realización de los esfuerzos en favor de su incorporación, posicionamiento y expansión estará mucho más próxima y así aprovechar los resultados mucho más efectivos producto de las crecientes demandas contemporáneas modernas encausadas por los propios consumidores.

La lógica empresarial radica casi siempre en saber identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, y que el no poder identificarlas constituye un obstáculo real para el buen funcionamiento empresarial, por lo que las empresas virtuales también no se hallan al margen de tomar en cuenta estas atenciones que a la hora de la verdad resultan ser determinantes.

Las nueva tendencia de los consumidores, sin lugar a duda es aproximarse a los negocios virtuales, lo cual se destaca a partir de la intensidad de ofertas de productos que estos llegan de forma diferenciada y de novedad, las que despierta el conjunto de expectativas a los diversos consumidores, asumiéndose que los mismos tienen una tendencia creciente por la relación natural de la explosión vegetativa poblacional que adscribe su incorporación inmediata en un mercado económico dinámico, por lo que existe la necesidad constante de ser atendida, bajo la particularidad preferencial a corto, mediano y largo plazo.

Se hace importante que las empresas deben incorporar nuevas tecnologías, tener presencia en las redes y constituirse quizá en el tiempo

en negocios virtuales aplicando las infraestructuras del internet a partir de la comunicación online, que su presencia de por si aproxima a la modernidad en nuestros días, y que gracias a la utilización de las mismas es que ya algunas empresas encontraron expansiones y satisfacciones económicas, otras se van incorporando y otras que ineludiblemente tendrán que incorporarse siempre y cuando se tome en cuenta el significado de poder introducir el término de saber hacer negocios estratégicos e inteligentes.

Una de las preocupaciones de las empresas es sin lugar a duda revertir las bajas ventas y la expansión competitiva productiva en función a la calidad, lo que exige comprender que las nuevas tecnologías contribuyen a recuperar las nuevas oportunidades de mercado, y que las mismas pueden mejorarse incorporando tecnologías virtuales, las mismas que pueden ayudan a reducir los costos en las distintas etapas de los procesos empresariales una vez identificadas a la participación de los agentes económicos ofertantes y demandantes los mismos que forman parte actual del entender de la velocidad, precisión y dinámica económica acelerada.

Toda visión de que las empresas sean modernas, pasa por lo que sus recursos diversos estén adecuados al funcionamiento actualizado en base al análisis de las ventajas y desventajas que oferta el mercado, para lo que las tecnologías estén presentes y adecuadas, respecto al conocimiento creciente por parte de las sociedades modernas, donde los beneficios que se tienen proporcionan efectos funcionales y consolidan la estructuración de redes económicas a las que el acceso a las mismas incorpora en el mayor de los casos enormes satisfacciones.

La intención de las empresas modernas actuales, incorporadas en la aplicación de sistemas virtuales, es poder sin duda destacar que el aprovechamiento de las nuevas tecnologías, permitiendo obtener nuevas satisfacciones diferenciadas, las cuales se tornan en un encuentro permisible en tiempos actuales entre ofertantes y demandantes en un mercado moderno.

Toda incorporación y apropiación de las tecnologías virtuales, contribuye a que las prácticas sean cada vez más solventes y que el avance

progresivo determinen interactuar de forma veloz en las atenciones de distribución, pagos seguimiento de existencias, representaciones y sucursales, tomando en cuenta la atención al cliente 24 Hrs., sin interferencia y que las empresas se tornen más solventes ante las posibles empresas competidoras que sin duda si no existen emergerán bajo los nuevos desafíos que exige todo mercado.

Las empresas se tornan modernas en la actualidad, cuando las mismas reúnen tecnologías actualizadas en favor de los consumidores, en cuanto a ello en La Ciudad de La Paz, Bolivia, se ha desarrollado históricamente la mayor intensidad económica a nivel de servicios por constituirse en la sede de gobierno, destacándose en la presente investigación entre las empresas elegidas a las siguientes: Cadena Hotelera Camino Real (Porque su dedicación en materia de servicios hoteleros destaca su actividad utilizando las tecnologías virtuales en general en muchas de sus operaciones de atención al cliente), Europcar (Empresa dedicada al alquiler de automóviles, operando con tecnologías informáticas), BoliviaMall (Porque la importancia de esta empresa se fundamenta con la estructura del comercio electrónico), Boliviamart (porque su dedicación enfatiza la comercialización online de productos bolivianos), por lo que cada una de las mismas desarrollan actividades económicas destacables diferenciadas.

1.1.2 Formulación del Problema

Interrogante Principal

¿Cuáles deben ser las estrategias para que las empresas virtuales tengan un mayor posicionamiento y expansión en la ciudad de La Paz, Bolivia?

Asimismo se tienen las siguientes:

Interrogantes secundarias

- ¿Cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que tienen las empresas virtuales Ciudad de La Paz, Bolivia?
- ¿Cuáles son las ofertas de productos que llegan de forma diferenciada y de novedad por parte de las empresas virtuales de La Ciudad de La Paz, Bolivia?

- ¿Cuáles son las necesidades de las empresas virtuales para lograr una mayor expansión en las redes?
- ¿Cuál es la dinámica de negocios de algunas Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia?

1.2. Justificación de la investigación

Las capacidades empresariales se ven en permanente desarrollo, sobre todo bajo la aplicación e incorporación de las nuevas tecnologías las mismas que se tornan más robustas y que sus actualizaciones son de forma continua y de forma inevitable lo que despierta el interés de poder entender los logros de las “Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia”.

Las atenciones sobre la dinámica en la toma de decisiones se constituye en otro de los elementos basados en los procesos de planificación asociados a las misiones, visiones que como estratégicas deben ser sin duda las que deben ser incorporadas en la dinámica funcional virtual.

El despertar del interés a la aplicación de tecnologías virtuales por parte de las empresas en la Ciudad de La Paz tienden a constituirse en los retos próximos entendiendo que las generaciones actuales en su potencialidad mayoritaria responden al entender de los comportamientos modernos y es entonces que las empresas virtuales corresponden a la lógica funcional comprensible moderna.

La innovación, novedad y actualización se torna en una exigencia constante por parte de los consumidores al igual que por las empresas que a partir de las mismas incorporan de forma constante la calidad, que es la que apunta a la diferenciación en el posicionamiento empresarial y por ende el liderazgo, lo que las empresas virtuales incorporan tal entender de forma constante y oportuna, ponderando su dinamismo que como estrategias son recogidas y puestas al conocimiento oportuno.

El efecto del éxito para las empresas virtuales está vinculada con su participación en el lenguaje de las redes las mismas que gracias a las tecnologías de la informática y plataformas virtuales pueden verse

multiplicadas de forma constante y creciente lo que para los empresarios se constituye en los atractivos contemporáneos.

Por lo que atendiendo con expectativa a los puntos anteriormente señalados, se respalda la justificación respecto a la importancia investigativa del tema “Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia”.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Establecer las estrategias para que las empresas virtuales tengan un mayor posicionamiento y expansión en la ciudad de La Paz, Bolivia

1.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que tienen las empresas virtuales.
- Analizar las ofertas de productos que llegan de forma diferenciada y de novedad por parte de las empresas virtuales de La Ciudad de La Paz, Bolivia.
- Investigar las necesidades de las empresas virtuales para lograr una mayor expansión en las redes.
- Conocer la dinámica de negocios de algunas Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia.

1.4. Alcances

El alcance de la investigación es promover como una alternativa el funcionamiento de las “Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia”, como estrategia impulsora generadora de mejores y mayores ingresos en tiempos más rápidos, su prestación de servicios a un número mayor de consumidores y su impacto en los sistemas económicos dentro del contexto interno y su vínculo con el mercado externo. Por lo que el

enfoque está orientado a las empresas de distinto orden y tamaño, que como oportunidades pueden vincularse a las tecnologías virtuales que son las que emergen en las sociedades modernas contemporáneas.

En consecuencia la investigación en cuanto a las empresas virtuales respecto a los logros que hayan podido desarrollar estas se constituirán en referentes clave en favor de mayores y mejores desafíos en cuanto a la formación y desarrollo de las nuevas empresas virtuales, asociadas estas inclusive a las relaciones estratégicas, que definirán al entender de las nuevas formas de emprendimiento que es lo que en lo posible se demanda en favor del contexto económico fortalecido actual.

1.5. Limitaciones

Las limitaciones responden a que las empresas virtuales en la Ciudad de La Paz, no han podido ingresar de forma acelerada bajo las restricciones que presenta la cultura del consumo y confiabilidad que debe ser trabajada por las propias empresas virtuales.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

La fundamentación teórica, tiene el propósito de contribuir a la presente investigación a partir de estudios previos en el ámbito económico empresarial y las aproximaciones al conocimiento virtual, las que se constituyen en la base referencial en favor de la generación de nuevos conocimientos, y que en materia de conclusión se pondera a que las empresas virtuales responden al entender funcional de las economías actuales.

Por lo que debe enfatizarse que el presente marco teórico, expresa el sustento sobre la cual se estructura el entender de la virtualidad como expresión moderna y sus implicancias en las empresas en desarrollo, que a su vez son respaldados propiamente por los antecedentes de investigación, base teórica y la atención de las referencias conceptuales más relevantes.

2.1 Antecedentes de la investigación

En cuanto a determinados estudios previos realizados y que se relacionan fuertemente a la presente investigación se destaca a poder expresan lo siguiente:

Luis Couce, en el capítulo: Comercio electrónico (páginas 73 a 110) de El management en el Siglo XXI (1999, pág. 74) plantea que la convergencia de varias tecnologías relacionadas con la informática interempresarial y las comunicaciones globales, ha producido una revolución en la demanda de información y de nuevos canales de comercialización. Y agrega más adelante que se estaría produciendo un proceso de “desintermediación” de gran impacto sobre los negocios futuros (1999, pág. 78).

Rohm y Swaminathan (2004) identifican cuatro perfiles diferentes de compradores virtuales en función de los motivos que les impulsan hacia la realización de compras electrónicas: comodidad, amplitud de información y surtido, posesión inmediata de los productos y servicios y necesidad de interacción social. Disponer de una gran variedad de surtido

y minimizar los plazos de entrega, son las principales recomendaciones propuestas por estos autores.

(Forsythe y Shi, 2003; Jarvenpaa Tractinsky, Saarinen y Vitale, 1999; Miyazaki y Fernández, 2001; Park y Jun, 2003; Van den Poel y Leunis, 1999), se han centrado principalmente en la influencia de los diferentes tipos de riesgo percibido de compra como frenos a la realización de transacciones electrónicas.

No obstante, las variables sociodemográficas han sido las más utilizadas en la delimitación de la tipología de los adoptantes de Internet como canal de compra (Donthu y García, 1999).

Encontrando algunas investigaciones a título de tesis se tienen :

Rubén Aduviri (2013), “Sistema de Comercio Electrónico para la Empresa SEMANTIC”, destaca la calidad y seguridad que deben tener los sitios web como sistemas en el comercio electrónico.

Michael Flores (2016), Sistemas de Información para el control y seguimiento de Ventas On-Line de productos Farmacéuticos Distribuidora PHARMICA, permite dar a conocer la aplicación del correo electrónico y las disposiciones legales dentro de la aplicación en las ventas.

2.2 Base Teórica

En cuanto a un entender teórico se destaca que “La empresa virtual es una nueva forma de organización funcional, que se describe entorno a la evolución dinámica de la tecnología y de la globalización. Su estructura organizativa se apoya en el uso de Internet para ampliar sus transacciones y operaciones en el mercado del ciberespacio. En el mundo contemporáneo está proliferando y se ha transformado en una nueva organización básica de trabajo asociado de individuos y empresas que se instalan utilizando la tecnología Internet.

Este modelo de organización contemporáneo crea una transformación en la empresa tradicional y, en particular, en las transnacionales, que en la

búsqueda de una ventaja competitiva, impulsan esta forma de organización –para bajar sus costos a través de las subcontrataciones (outsourcing) y el mejoramiento de la coordinación interna, de igual forma, aumentan la velocidad de procesamiento, la satisfacción del cliente y la seguridad efectiva de las transacciones virtuales; aseguran su presencia y operación en diferentes niveles del mercado mundial.

La empresa virtual fortalece la mundialización de la economía, puesto que beneficia al desarrollo del proceso de globalización al crear condiciones para que las empresas transnacionales tengan un desempeño superior al que presentan otras en países en desarrollo” (Salvador G. Sotres Arévalo; 2010).

a).- Base teórica en cuanto a la empresa virtual

Se circunscribe a que una Empresa Virtual, empieza con la definición de la organización como un trébol Irlandés de tres hojas la cual fue dada a conocer a la luz pública por Charles Handy en 1989, en su libro “The age of unreason”, en la que resalta a las tres hojas fundamentales de la siguiente manera:

La Primera hoja involucra a “los trabajadores centrales de la organización, conformada por profesionales calificados, técnicos y administradores, que son imprescindibles. Estos perfiles son esenciales porque representan el conocimiento organizacional que es específico para esa empresa en particular, hoy lo llamamos Inventario de Talentos. Resulta ser un recurso caro, ya que redonda en mejores pagos, desarrollo y condiciones privilegiadas; son recursos que las organizaciones han apenas descubierto para dirigir con menos gente, como resultado de la reestructuración (ver figura 1).

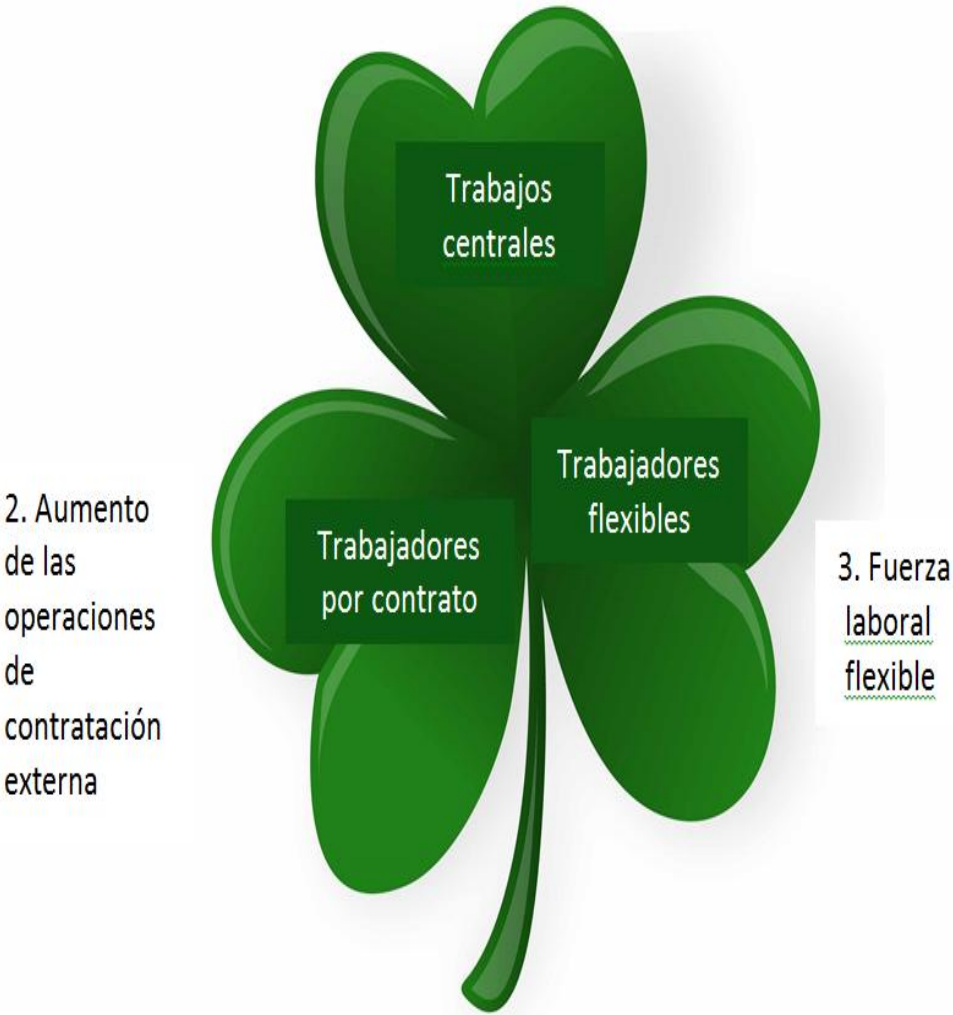
La segunda representa el aumento de las operaciones de contratación externa, para que todo trabajo no esencial sea realizado por una fuerza laboral que no es parte de la organización central (ver figura 1).

La tercera hoja representa la fuerza laboral flexible, es decir, empleados sobre una base temporal o por horas, conforme ocurran fluctuaciones o niveles máximos en la demanda (ver figura 1).

Figura 1

Organización Trébol Irlandés.

1. Trabajadores centrales de la organización



Lo anterior expuesto no nos relaciona en nada el aspecto tecnológico, no obstante, Handy expresa que "deben adelantarse al cambio y explorar

siempre nuevas opciones y nuevas tecnologías. Deben crear una verdadera cultura de aprendizaje" (Salvador G. Sotres Arévalo; 2010).

Que sin embargo ante el avance acelerado y evolución de las nuevas tecnologías se rescata la siguiente definición de empresa virtual "La empresa virtual es un sistema de software que opera sobre la red Internet, donde es posible tomar decisiones mediante algoritmos previamente diseñados para el fin, y que con esta asociación tecnológica, se ve intrínseco el concepto de una empresa, lo cual modifica los paradigmas de organización, trabajo, producción, comercialización y marco jurídico" (Salvador G. Sotres Arévalo; 2010).

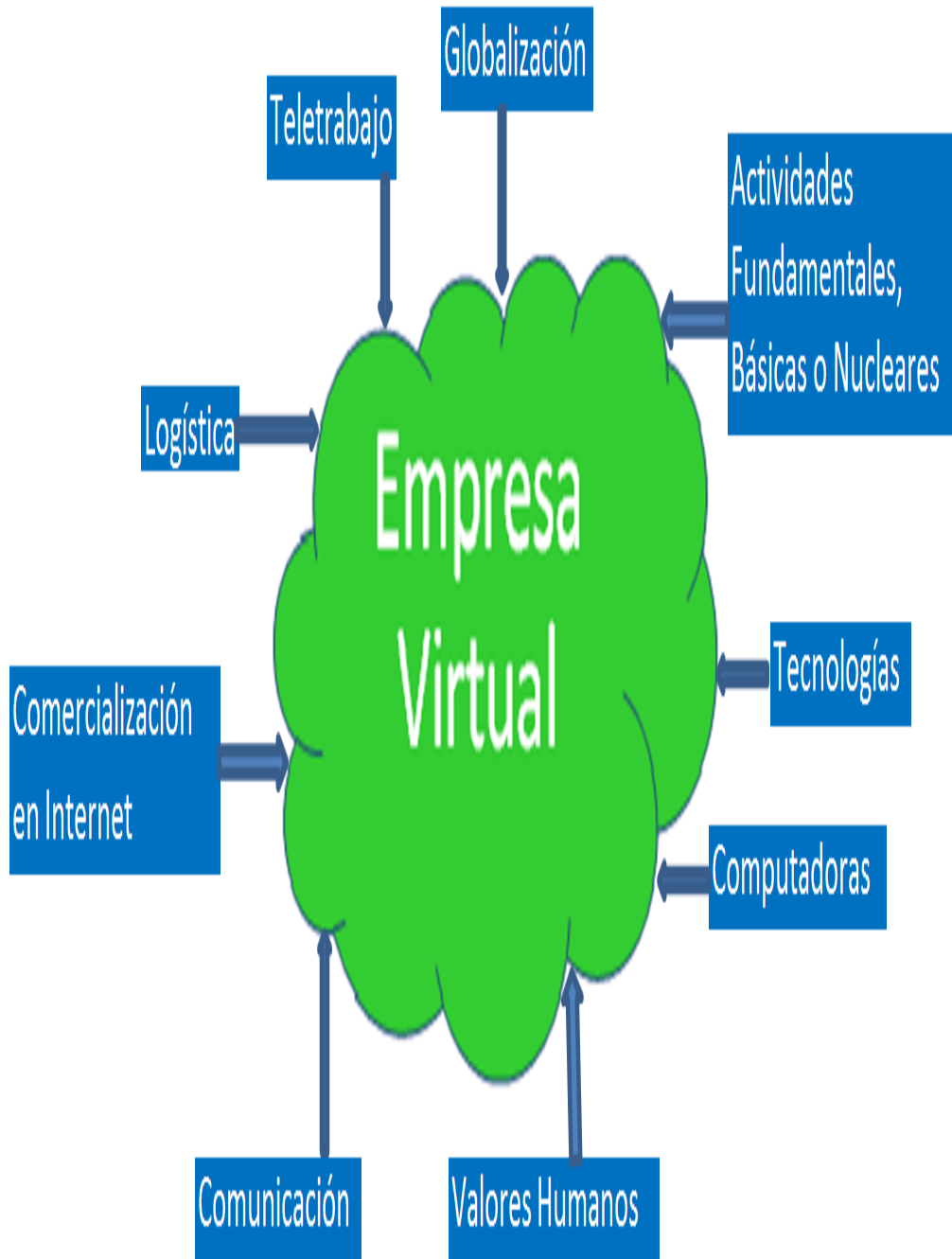
b).- Base teórica en cuanto a la empresa virtual una nueva forma de organización funcional

Ante los cambios del entender de una empresa "La empresa virtual es una nueva forma de organización funcional, que se describe entorno a la evolución dinámica de la tecnología y de la globalización. Ante esta dinámica, las empresas virtuales tienden a modificar su forma de producir, a transformar sus métodos de comercialización, sus formas para reclutar, seleccionar, integrar y desarrollar a los recursos humanos que requiere, así como su aspecto legal, a partir de nuevos esquemas administrativos estratégicos para lograr sus objetivos sociales, misiones y visiones utilizando para ello instrumentos para la contratación de terceros, es decir, de "teletrabajadores" que presten sus servicios a favor de la empresa desde sus propias unidades de trabajo o empresas satélites, con su propia infraestructura, ello minimiza los costos de inversión en grandes espacios físicos e infraestructura que las empresas tradicionales exigen en la actualidad (Cuesta Félix; 2008).

Debe entenderse que "Las empresas virtuales también pueden llegar a ser muy distintas entre ellas, por lo que las características que se citan a continuación deben ser revisadas y ampliadas para cada nuevo diseño de empresa virtual" (Salvador G. Sotres Arévalo; 2010).

Figura 2

Descripción de la Empresa Virtual



Fu

ente: Sotres Arévalo, Salvador G. (2010). La empresa virtual, un nuevo esquema de negocios en la red. México: UNAM.

Por lo que lo anterior expresa que cada empresa virtual definirá su diferencia a partir de su diseño, como particularidad fundamental.

c).- Referencias Conceptuales

Aproxima a la presentación de definiciones referenciales tales como empresa, virtual. Negocios, Estrategia.

Empresa

Uno de los entenderes se sustenta en que “Una empresa es una organización con fines de lucro que otorga un servicio o bien a la sociedad. Desde el punto de vista de la economía, una empresa es la encargada de satisfacer las demandas del mercado. Para lograr sus objetivos esta coordina el capital y el trabajo y hace uso de materiales pasivos tales como tecnología, materias primas, etc.

Según su actividad, las empresas se clasifican en empresas de servicios, comerciales, extractivas o industriales; según su dimensión, en microempresa, pequeña empresa, mediana empresa o gran empresa; según su forma jurídica, en empresas individuales, societarias o cooperativas; según la titularidad del capital, en empresas públicas, estatales o mixtas; y finalmente, según el lugar donde actúan, las empresas se clasifican en empresas locales, regionales, nacionales o multinacionales.

El origen de las empresas tal como se las concibe hoy en día debe rastrearse en momentos claves del desarrollo del capitalismo, especialmente en el siglo XIX, con la revolución industrial y la difusión de las ideas de Adam Smith. Esta época coincide con los primeros trabajos relativos a cómo administrar y organizar una empresa de modo más sistemático.

La empresa tiene un rol sumamente importante en el desarrollo de la sociedad en general. Además de generar empleo, suministra aquellos bienes y servicios satisfaciendo necesidades en general, otorga créditos motivando la inversión y la posibilidad de compra y hace conocer

continuamente productos útiles a través de la publicidad. No obstante, todas estas posibilidades solo tienen lugar en una economía de mercado.

El estado debe garantizar un ámbito apropiado para que la empresa se desarrolle en la medida en que cumpla con sus funciones sociales. En este sentido, se deben facilitar las inversiones, brindar seguridad jurídica y tener un rol activo en momentos de crisis inyectando liquidez al mercado. Es importante entender que a pesar de que el fin de una empresa sea el lucro, los beneficios que otorga a la sociedad son siempre mayores. (Definición ABC ; 2006-2016).

Virtual

La palabra virtual procede del latín medieval *virtualis*, que a su vez deriva de *virtus*: fuerza, potencia. En la filosofía escolástica, lo virtual es aquello que existe en potencia pero no en acto. Lo virtual tiende a actualizarse, aunque no se concretiza de un modo efectivo o formal. El árbol está virtualmente presente en la semilla. Con todo rigor filosófico, lo virtual no se opone a lo real sino a lo actual: virtualidad y actualidad sólo son dos maneras de ser diferentes (Lévis P.; 1999).

Una empresa virtual, por el contrario, hace un uso masivo del teletrabajo, tendiendo a reemplazar la presencia física de sus empleados en los mismos locales por la participación en una red de comunicación electrónica y a usar recursos informáticos que favorecen la cooperación. En consecuencia, la virtualización de la empresa, más que una solución estable, consiste más en hacer de las coordenadas espacio-temporales del trabajo un problema siempre planteado que en una solución estable (Lévis P.; 1999).

Negocio

Expresa su entender a que “Negocio proviene del latín *negotium*, un vocablo formado por *nec* y *otium* (“lo que no es ocio”). Se trata de la ocupación, el trabajo o el quehacer que se realiza con fines lucrativos.

El negocio es una operación de cierta complejidad, relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y beneficiando, a su vez, a los vendedores.

En la modernidad, la administración de dichas funciones productivas está a cargo de empresarios y propietarios individuales, quienes a su vez se encargan de organizar y dirigir las industrias, buscando obtener un beneficio económico.

Desde que comenzó la era de florecimiento económico con la Revolución Industrial, los modos antiguos de hacer negocios sufrieron ciertas modificaciones, dando lugar al nacimiento de los métodos de organización empresarial que se conocen en la actualidad. Gracias a esto, diversas ramas de la industria evolucionaron y comenzaron a trabajar de manera más eficiente” (Definición de; 2008-2016).

Estrategia

Toda “Estrategia es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo. El concepto deriva de la disciplina militar, en particular la aplicada en momentos de contiendas; así, en este contexto, la estrategia dará cuenta de una serie de procedimientos que tendrán como finalidad derrotar a un enemigo. Por extensión, el término puede emplearse en distintos ámbitos como sinónimo de un proceso basado en una serie de premisas que buscan obtener un resultado específico, por lo general beneficioso” (Definición de; 2008-2016).

Dinámica

Se refiere a “Una palabra que reconoce su origen en el término griego “dynamos” cuyo significado es el de potencia o fuerza. Se aplica a todo aquello que es ágil y movedizo. Así hablamos de personas dinámicas cuando son muy activas; o de dinámica de grupos, que consiste en coordinar tareas por equipos y estudiar el funcionamiento de las actividades grupales, surgiendo en Estados Unidos esta preocupación a fines de 1930” (De Conceptos; 2017)

2.3 Matriz de Operacionalización de Variables

| Objetivo General: Valorar la existencia de empresas virtuales y sus estrategias respecto a su posicionamiento y expansión en la Ciudad de La Paz, Bolivia. | | | |
|---|--|--|--|
| Objetivos | VARIABLES | Dimensiones | Elementos |
| Identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que tienen las empresas virtuales. | Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. | Empresas virtuales, referenciales. | Operativos, funcionales. |
| Analizar a las ofertas de productos que estos llegan de forma diferenciada y de novedad por parte de las empresas virtuales de La Ciudad de La Paz, Bolivia. | Ofertas, diferencia, novedad. | Empresas virtuales, aspectos determinantes, dinámica. | Actualidad, conocimiento. |
| Investigar las necesidades de las empresas virtuales para una mayor expansión en las redes. | Necesidad, expansión en las redes. | Tecnología, recursos humanos, consumidores. | Actualidad, cualificación, conocimiento, tecnología. |
| Presentar un acercamiento a la dinámica de algunas Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia | Dinámica. | Localización de las empresas virtuales, actividades, tiempo de existencia. | Particularidades, diferencias. |

CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Nivel de Investigación

El nivel de investigación corresponde a la aplicación de una investigación exploratoria, en la que la obtención de datos contribuye a la interpretación pertinente en favor de la consolidación del conocimiento referido de las “Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia”;

3.2. Diseño de Investigación

En cuanto al diseño de investigación se opta por la investigación documental producto de la necesidad que se requiere en materia de información;

3.3. Población

Respecto a la población se toma a cuatro empresas virtuales fundamentales en funcionamiento,

3.4. Técnicas de Recolección de datos

La técnica de recolección de datos está dada a partir del análisis documental pertinente.

3.5. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

En materia de la técnica de procesamiento y análisis de datos se recurrió al registro y análisis propiamente dicha de la información recogida.

3.6. Procedimiento

El procedimiento con el que se estructura la presente tesis responde:

- A la recogida, revisión teórica del conocimiento sobre: El entender de las empresas virtuales, a partir de sus concepciones principales pasando a entender de la Fortaleza que encierra la virtualidad, basadas en los procesos de evolución en las que las empresas forman parte del mercado económico, donde el conjunto de sus operaciones demandan la participación de los agentes económicos ofertantes y la necesidad que tienen el sector de los demandantes o consumidores que según sus necesidades son para quienes las empresas han contribuido un conjunto alcances y de desarrollo gradual de sistemas desde lo más simple hasta lo más complejo y es que las Nuevas tecnologías se constituyen en instrumentos potenciales para la existencia misma de las empresas virtuales a las que se da una especial importancia en la presente tesis.
- El Segundo procedimiento responde a destacar la importancia propiamente del peso que tienen las empresas virtuales, en material funcional.
- El tercer procedimiento fue la de identificar y definir a las empresas virtuales en La Ciudad de La Paz, Bolivia que según el grado de importancia y representatividad en el tema funcional responden a la aplicación estratégica de realizar muy buenos negocios, en la que la dinámica desarrollada a nuestros días se haya además constituido en el referente esencial de su desarrollo fundamental en el conjunto de sus operaciones virtuales estratégicas, en la que su influencia en el Mercado interno y Mercado externo se hayan constituido en los referentes y elementos influyentes de un Nuevo entender contemporáneo.

CAPÍTULO 4: LÓGICA FUNCIONAL DE LAS EMPRESAS VIRTUALES

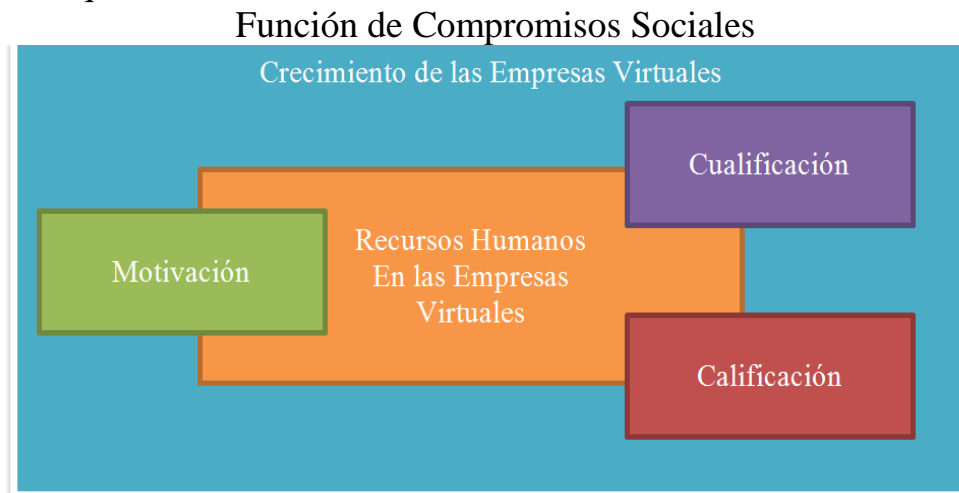
4.1. Funciones efectivas de las empresas virtuales

Las funciones efectivas de las empresas virtuales que se pueden mencionar según el orden de importancia responden ser aquellas que expresan el compromiso social, comercial, administrativo, técnico y financiero.

a) Social

Las funciones sociales vinculadas a los recursos humanos con las empresas virtuales en la que el desarrollo de sus capacidades y actividades determinan el logro de mejores resultados gracias al empeño y énfasis que depositan los trabajadores cualificados, que como recursos humanos calificados son los que contribuyen al incremento de los ingresos a que como empresas virtuales aspiran acrecentar las mismas.

Esquema No 1



Fuente: Elaboración propia.

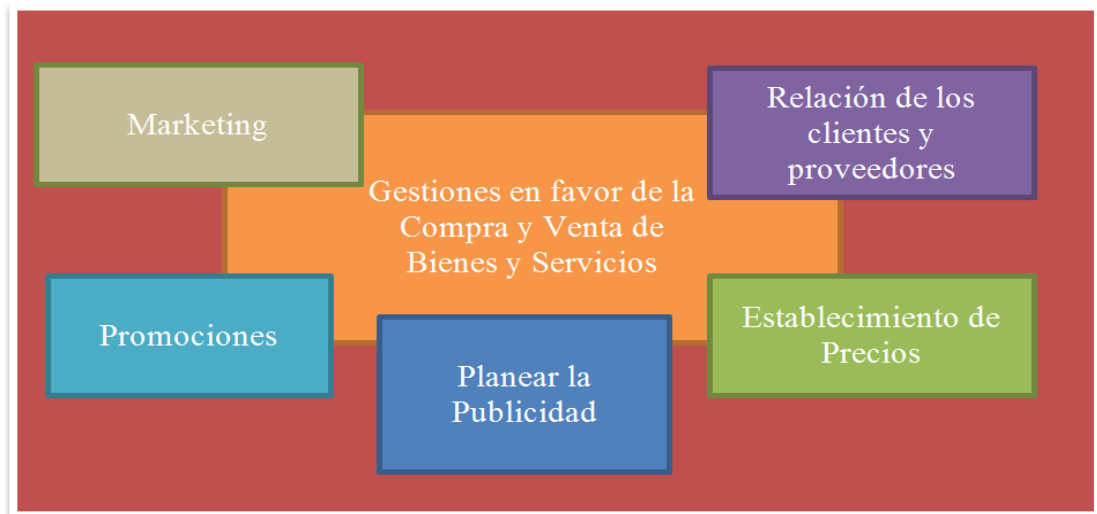
Si bien el desarrollo personal es determinante en querer crecer, también está visto la existencia de la motivación especial en las empresas virtuales que también contribuye a favorecer al crecimiento de las empresas virtuales

b) Comercial

Vinculada a las actividades y gestiones en favor de hacer efectiva la adquisición compra y venta de los bienes y servicios, para lo que se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos como importantes:

Esquema No 2

Función de Compromiso Comercial



Fuente: Elaboración propia.

Marketing: Reconocer el mercado para el cual existe la empresa virtual, estableciendo el objetivo principal sobre la cual se defina el producto y mercado consumidor por lo que se debe recurrir a obtener información sobre el mercado objetivo al cual se pretende llegar y sus comportamientos respecto a las preferencias como parámetros de consumo.

Relación con los clientes y proveedores: Establecer la existencia de la comunicación permanente entre lo que el consumidor desea y proporcionar por parte del proveedor el amplio margen de información sobre los productos ofertados, sus precios formas de pago y bondades de los productos.

Establecimiento de los precios: La estrategia del manejo de precios es una política que define la necesidad de un acercamiento hacia el

mercado consumidor virtual, en la que se destaque de forma clara y creíble los precios del producto, informándose los costos de envío y llegada a su destino.

Estipular las promociones que se crean convenientes: Los canales de promoción virtual representan ser atractivos para todo consumidor por lo que es una buena manera de llegar a los consumidores que para lo cual el manejo promocional ya sean por temporadas, liquidaciones por stocks, por introducción del producto son las políticas que deben servir en favor de insertar y consolidar la existencia del producto.

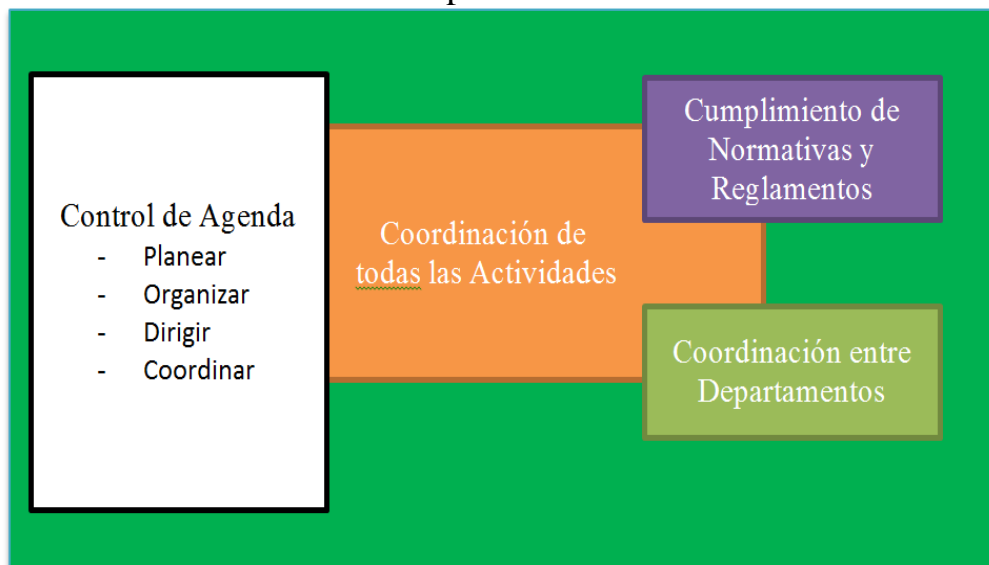
Planear la publicidad: La cual es determinante para que los consumidores puedan interesarse por cada una de las ofertas establecidas, vincular a las empresas virtuales a espacios que tienen visitas crecientes en las redes web más conocidas.

c) Administrativo

Define la coordinación de todas las actividades que se realizan en la empresa virtual en todo el proceso de funcionamiento.

Esquema No 3

Función de Compromiso Administrativo



Fuente: Elaboración propia.

La importancia en el desarrollando de las actividades tiene que ver con:

- **La necesidad de cumplir con una serie de normativas y reglamentaciones:** Asume el cumplimiento con las distintas normativas vigentes respecto al funcionamiento como empresas virtuales sin perder de vista que respaldar la información, archivar los documentos, asimismo mantener bajo buen recaudo documentos de asuntos contables, que son los que puedan ser requerirse en cualquier momento por distintas instancias pertinentes.
- **Facilitar la coordinación entre departamentos:** Es importante la coordinación en cuanto a todas las actividades que se desarrollen dentro de las empresas virtuales, bajo el recaudo de que una buena coordinación determina el éxito del conjunto de operaciones que deben ser encaradas de forma permanente.
- **Poder llevar un control de agenda.**

La atención de las funciones administrativas virtuales se circunscriben a la importancia en lo que respecta a como:

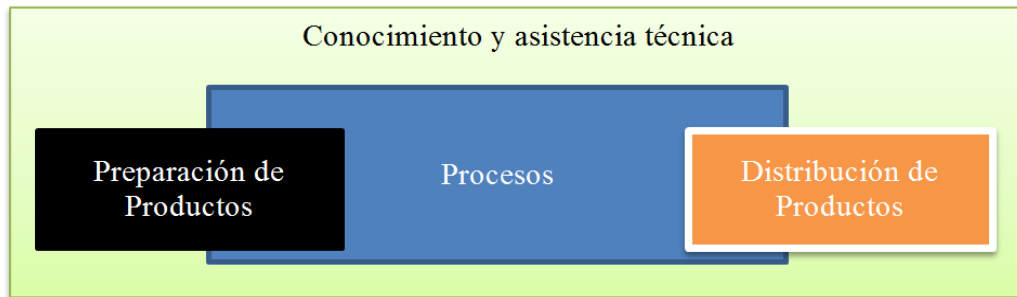
- **PLANEAR:** Pensar en las acciones y resultados futuros para lo que se debe delinear el plan de acción.
- **ORGANIZAR:** Pensar en la estructura de funcionamiento eficiente de toda empresa virtual.
- **DIRIGIR:** Dar la línea o guía y orientación a todos los recursos humanos que contribuyan en toda la empresa virtual.
- **COORDINAR:** Conciliar los actos y esfuerzos colectivos requeridos.
- **CONTROLAR:** Comprobar por medio de un seguimiento el cumplimiento efectivo de las órdenes dadas sustentadas con las normativas existentes.

d) Técnico

Responde a la manera de proceder y hacer efectiva los procesos de preparación y distribución de los productos por parte de las empresas virtuales.

Esquema No 4

Función de Compromiso Técnico



Fuente: Elaboración propia.

Lo que asiste a conocer y determinar que procedimientos deban respaldarse y asistirse con especificaciones técnicas.

e) Financiero

Vinculada a la capacidad de una adecuada administración de capitales de las empresas virtuales respaldadas por los manejos y gestiones contables.

Por lo que los capitales que puedan responder a las empresas virtuales puedan provenir y ser considerados como:

Esquema No 5

Función de Compromiso Financiero



Fuente: Elaboración propia.

– **Recursos propios** Que respondan a la propiedad de quienes hayan definido el funcionamiento de las empresas virtuales.

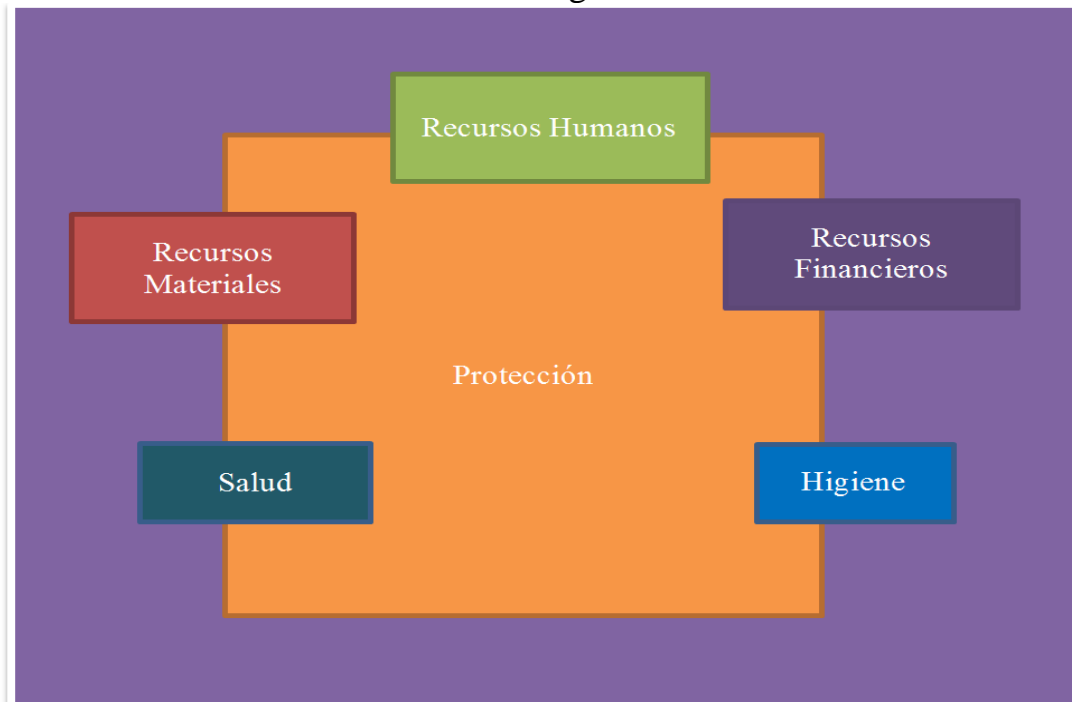
– **Financiación por entidades de crédito:** Responden a los préstamos obtenidos en favor de las inversiones y gastos que demandan las empresas virtuales.

f) Función de seguridad

Las que velan por el bienestar de quienes se hallen vinculados dentro de las empresas virtuales.

Esquema No 6

Función de Seguridad



Fuente: Elaboración propia.

Buscándose la protección de los recursos humanos, recursos financieros, recursos materiales y otros en particular como la salud, higiene como determinantes.

4.2. Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, de las empresas virtuales

Se debe destacar que todas las actividades encausadas por las empresas virtuales para conocer sobre la consistencia del conjunto de sus operaciones y actividades de forma previa y permanente, es necesario recurrir a la validación de lo que se conoce como la Matriz FODA.

Esquema No 7

Esquema de los Pilares Fundamentales de la Matriz FODA



Fuente: Elaboración propia.

La mencionada Matriz FODA, también es conocida como “DAFO” la misma que asimismo la constituyen “las iniciales de las cuatro variables que lo integran:

De estas cuatro variables las Fortalezas y las Debilidades hacen referencia a los factores internos de la empresa, y precisamente por ello son los puntos sobre los que resulta más fácil trabajar y obtener

resultados visibles a corto - medio plazo, ya que son elementos sobre los que se puede actuar directamente y sobre los que la empresa tiene control y capacidad de cambio.

Al contrario de las Oportunidades y Amenazas que hacen referencia a los factores externos que afectan a la empresa, y sobre los cuales existe por lo tanto menos capacidad de control ya que no dependen únicamente de las actuaciones de la empresa sino también del entorno en el que se mueve la misma” (Promove Consultoría y Formación SLNE; 2012)

Asimismo que en favor de la formulación de una estrategia se debe destacar el “usar la misión de la organización como contexto, los gerentes evalúan las fortalezas internas (competencias distintivas) y debilidades, así como las oportunidades y amenazas externos, la meta es entonces desarrollar adecuadas estrategias que explotan las oportunidades y fortalezas, neutralizan las amenazas y evitan las debilidades” (Griffin, R. W. 2011).

Considerándose, como muy importante a la matriz FODA, que permite valorar el análisis de las verdaderas Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que cuentan las empresas virtuales en La Ciudad de La Paz – Bolivia, es que se tiene que subrayar lo siguiente:

- Primero, es conveniente resaltar que la mención de las fortalezas y debilidades, como apreciaciones responden a las valoraciones de forma interna de las empresas virtuales que se abordan en la presente tesis.
- Segundo, que la información vinculada a las oportunidades y amenazas de las empresas virtuales en La Ciudad de La Paz – Bolivia, hacen referencia a los factores externos que permiten proyectar y/o afectar a las mismas en todo su proceso evolutivo, que de forma inevitable estas demandan ser trabajadas de forma permanente.

En consecuencia las valoraciones respectivas, se las presentan en la siguiente tabla.

Tabla No 1.

MATRIZ FODA

| | |
|--|---|
| <p>FORTALEZAS Escasas empresas virtuales, lo que contribuye al logro de resultados exitosos.</p> <p>Manejo de productos distintos.</p> <p>Manejo de precios diferenciados y competitivos.</p> <p>Atención al cliente en línea 24 horas.</p> <p>Entrega inmediata.</p> <p>Los productos y servicios ofrecidos cuentan con altos estándares de calidad.</p> <p>Contacto con el cliente.</p> <p>Difusión publicitaria permanente por las redes.</p> <p>Seguridad con en el cumplimiento de los negocios.</p> | <p>OPORTUNIDADES Expansión constante por las redes.</p> <p>Nuevos interesados en querer obtener productos por medio de las redes.</p> <p>Llegar a mercados diferentes de gran distancia.</p> <p>Readecuación constante de las ofertas.</p> |
| <p>DEBILIDADES No se difunde la amplitud de las bondades de los productos.</p> <p>Reducido personal disponible en el inicio de las actividades de las empresa, lo cual podría acarrear problemas respecto a demandas crecientes.</p> <p>Capitales reducidos en el proceso de funcionamiento inicial y de operaciones.</p> | <p>AMENAZAS Competencia de empresas emergentes.</p> <p>Regulaciones impositivas.</p> <p>Apropiación de datos y de ideas por parte de diversos usuarios en las redes.</p> <p>Conflicto para retener personal cualificado.</p> |

Fuente: Elaboración propia, en función a la valoración de las empresas virtuales en La Paz – Bolivia.

De la Tabla No 1, se desprende en consecuencia que existen bastantes fortalezas y algunas oportunidades importantes detectadas, que para el logro de buenos resultados se debe hacer que estas oportunidades puedan ser aprovechadas para que puedan constituirse las mismas en fortalezas reales y que las empresas virtuales en la Ciudad de La Paz Bolivia deben realizar los esfuerzos necesarios para que las debilidades y amenazas puedan constituirse en un momento en oportunidades luego en fortalezas propiamente dichas.

4.3. Ventajas de las empresas virtuales

Entre las ventajas que se pueden identificar y que provienen del funcionamiento de las empresas virtuales son las siguientes:

- Que genera una nueva forma de trabajo para recursos humanos cualificados con el uso de las nuevas tecnologías en tiempos modernos.
- Impulsa el entender del desarrollo de una nueva economía denominada digital, en la que el uso de nuevas tecnologías el conocimiento y las redes virtuales contribuyen a realizar operaciones comerciales.
- Que su funcionamiento pueda ser realizada desde cualquier punto geográfico y que no requiere que su localización sea necesariamente estratégica.
- Establecen su presencia en escala dentro de los mercados a nivel nacional e internacional.
- Que puedan convertirse en empresas virtuales competitivas en función a políticas estratégicas a ser emprendidas.
- Contribuyen a las satisfacciones de los consumidores.
- Permite a que se reduzcan los costos de operación.
- Que por el tipo de actividad como empresa permite formar parte de

un tipo de especialidad comercial.

- Que el flujo de información permite a que las empresas actualicen sus ofertas.
- Despierta interés y dinamismo entre quienes se vinculan a las empresas virtuales.
- Permite a que los consumidores vinculados a las operaciones con las empresas virtuales puedan difundir rápidamente las oportunidades del momento.
- Que la presencia de las empresas virtuales en la red de forma permanente contribuye que las operaciones comerciales sean crecientes.
- La existencia de catálogos permiten valorar las bondades de los productos ofertados por las empresas virtuales.
- El poder encontrar productos que no se encuentran accesibles en el mercado.
- Que se eliminan las distancias en el acceso y obtención del producto deseado.
- Que todos los consumidores tienen su oportunidad de consumo sin restricción.

4.4. Desventajas de las empresas virtuales

Entre las desventajas que las empresas virtuales presentan a la hora de la verdad se pueden mencionar a las siguientes:

- Que los aspectos culturales restringen aún a la confiabilidad de los consumidores frente a las empresas virtuales.
- Que las normativas legales no están desarrolladas adecuadamente y difundidas en favor de las empresas virtuales.

- Que la lentitud de la conexión del internet permite renunciar a realizar algunas operaciones con las empresas virtuales.
- La actualización y mantenimiento constante que demandan las páginas correspondientes lo que determina un costo inevitable.
- La caída del sistema puede obstruir un conjunto de operaciones comerciales con las empresas virtuales.
- La falsificación de identidad puede producir problemas con los consumidores efectivos.
- La equivocación de códigos en los pedidos pueden perjudicar en la armonía comercial virtual.
- El desvío de fondos que pueden ser realizados por conocedores informáticos que intervienen en las cuentas de las empresas virtuales.
- Que las normativas verticales que definen las empresas virtuales no vayan en concordancia con la satisfacción del consumidor.
- Que no se defina una seguridad laboral.
- Todas las operaciones comerciales requieren saber emplear estrategias adecuadas de mercado a partir de un buen marketing.
- Que los recursos humanos no siempre están en contacto directo y supervisión por parte del propietario de las empresas virtuales.
- Que no se cuente con una seguridad informática.

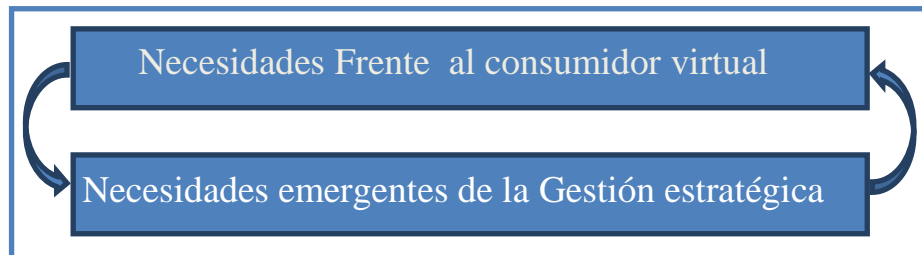
4.5. Necesidades de las empresas virtuales para una mayor expansión en las redes.

Las necesidades de las empresas virtuales para una mayor expansión en las redes parten del sustento de que las mismas en función al tiempo sean

más efectivas, más seguras y ganen protagonismo dentro del funcionamiento y presencia misma en las redes correspondientes.

Esquema No 8

Necesidades de Las empresas Virtuales



Fuente: Elaboración propia.

Por lo que el Esquema No 8, establece que debe haber una retroalimentación permanente y constante frente al consumidor virtual de parte de una gestión estratégica a ser atendida de manera eficiente en el tiempo que dure el funcionamiento de las propias empresas virtuales.

Las necesidades frente al consumidor virtual que deben ser cubiertas en un posicionamiento a través de una página web deben ser las siguientes:

- La principal necesidad de las empresas virtuales es de tener una atrayente presentación resaltando la imagen de lo que realmente la empresa virtual desea ofertar.
- La necesidad que toda página de una empresa virtual debe incorporar entre sus elementos que faciliten la satisfacción oportuna de los consumidores y que deben destacar son los siguientes:
 - Menú principal de la página.
 - Submenús organizados y clasificados acorde al grado de importancia.
 - La existencia de Buscador.

- Presentación de catálogo de productos ofertados.
- Mostrador y destacado de las ofertas.
- Links o enlaces a las demás secciones de la página Web.
- Seleccionador de idioma.
- Enlaces a las características y bondades ampliadas de los productos que ofertan la empresa virtual en particular de forma específica.
- Otras empresas con productos complementarios a los nuestros.
- Canasta o carrito de compras.
- Opción de selección de formas de pago.
- Garantía en la seguridad en la información compartida entre empresa virtual y consumidores virtuales.
- Obtención de información segura y necesaria a ser obtenida del consumidor.
- Presentar información de la empresa virtual específica, como localización física, correo electrónico, teléfono de contacto y la información ampliada de su historia.

Las necesidades emergentes de la gestión estratégica de las empresas virtuales en el orden de importancia son aquellas que vinculan con el tema de la administración y control las mismas que se destacan a continuación las siguientes:

- Un primer desafío por parte de una empresa virtual es tomar la decisión de querer constituirse y funcionar en el mercado virtual como tal, entendiéndose que en todas sus acciones existen peligros, riesgos, ganancias y necesidad de saber manejar los recursos financieros, materiales y humanos los mismos que demandan gastos e inversiones necesarias permanentes.

- La toma de decisiones respecto a todas las oportunidades que tenga toda empresa virtual.
- Contar con un Software acertado que deba ser permanentemente actualizado.
- Implementación y Diseño de la página con actualización que incorpore la innovación diferenciada.
- Garantizar la permanencia en un alojador de forma permanente.
- Dedicar responsable administración de la empresa virtual,
- Establecer un cumplimiento serio y efectivos de los procedimientos de envío.
- Validar con responsabilidad las acciones de promoción que sustente la empresa virtual.
- Tomar con seguridad la recepción de pagos en línea.

- El primer paso para comerciar electrónicamente, es decidirse a hacerlo, y tener una idea clara de los riesgos, beneficios y recursos que esto puede significar para su negocio.

CAPÍTULO 5: DESARROLLO Y DINÁMICA DE LAS EMPRESAS VIRTUALES EN LA CIUDAD DE LA PAZ

5.1. Principales empresas virtuales y su dinamismo funcional en la Ciudad de La Paz

Las principales empresas virtuales a las que se abordarán y conocer su dinamismo funcional son las siguientes:

- Cadena Hotelera Camino Real
- Europcar
- BoliviaMall
- Boliviamart



5.1.1. Cadena Hotelera Camino Real

La Cadena Hotelera Camino Real se constituye en una de las principales empresas virtuales en la Ciudad de La Paz, a partir de que su funcionamiento se halla vinculado de forma efectiva al manejo de negocios virtuales, cuyas reservas y pagos de sus respectivos servicios pueden ser realizados a distancia utilizando las tecnologías del internet.

La Cadena Hotelera Camino Real tiene como nombres en La Ciudad de La Paz Suites Camino Real (Ubicada en la zona Sud de La Ciudad de La Paz, y Camino Real Aparthotel (ubicada en la zona central de la Ciudad de La Paz)

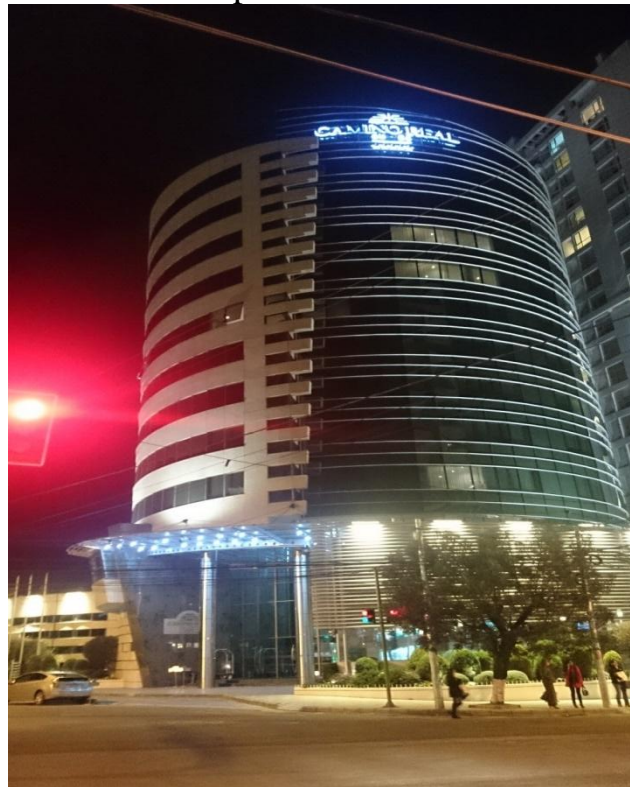
La potencialidad en materia de la oferta de sus servicios como miembro de la cadena hotelera a la que pertenece, le permite constituirse en uno de las cadenas hoteleras muy importantes en la Ciudad de La Paz Bolivia.

La amplitud de servicios se halla destacada desde su ubicación en buscadores nacionales e internacionales, respaldada por su ubicación con GPS hoy en día desde cualquier ordenador conectado a internet e incluso desde cualquier celular que tenga tecnología contemporánea a través de su buscador correspondiente lo que no restringe a que su localización

La cadena Hotelera Camino Real, gracias a su presencia como empresa virtual en el mercado tan importante como es la Ciudad de La Paz también se destaca en el mercado internacional a partir de que su difusión publicitaria y presencia en los mejores buscadores referidos a cadenas hoteleras en Bolivia pueden ser detectados lo que hace posible a que sus distintas dependencias pueden ser conocidas por medio de su página web la cual proporciona una información ampliada, la relación de costos y otros de enorme importancia para diversos fines e intereses de los clientes quienes tienen que arribar a la Ciudad de La Paz producto a que en esta Ciudad constituida como sede de gobierno es en la que se realizan un conjunto de actividades tanto de orden nacional como de orden internacional.

Foto No 1

Infraestructura Principal del Hotel Suites Camino Real



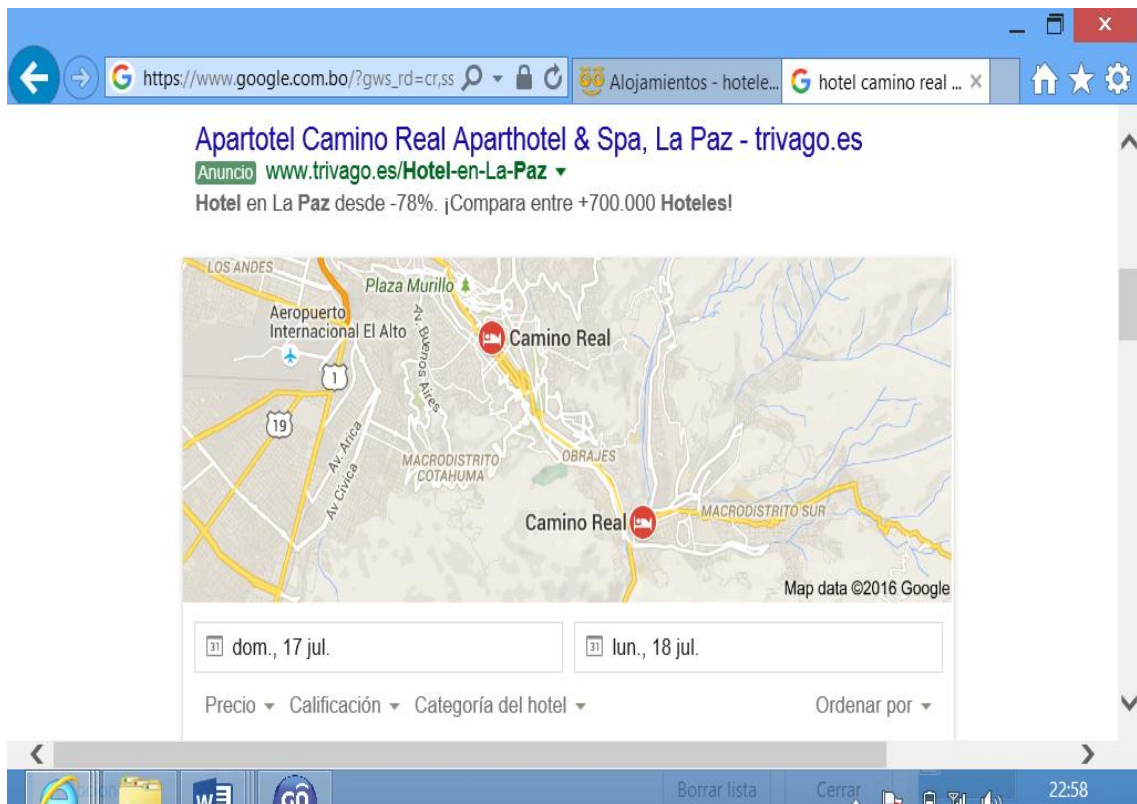
Fuente: Toma fotográfica propia, Febrero 2017.

La infraestructura hotelera que destaca en una de las zonas denominadas residenciales, ha resultado ser una de las más modernas en su catálogo virtual, consolidándose así en una de las empresas virtuales que oferta seguridad y garantía en su funcionamiento hasta nuestros días.

La ubicación de este negocio virtual tiene su presencia en el la búsqueda a través del buscador de GPS la cual tiene su presentación en su información de localización en su página web de la siguiente manera:

Foto No 2

Localización de la Cadena Hotelera Camino Real como una Principal Empresa Virtual



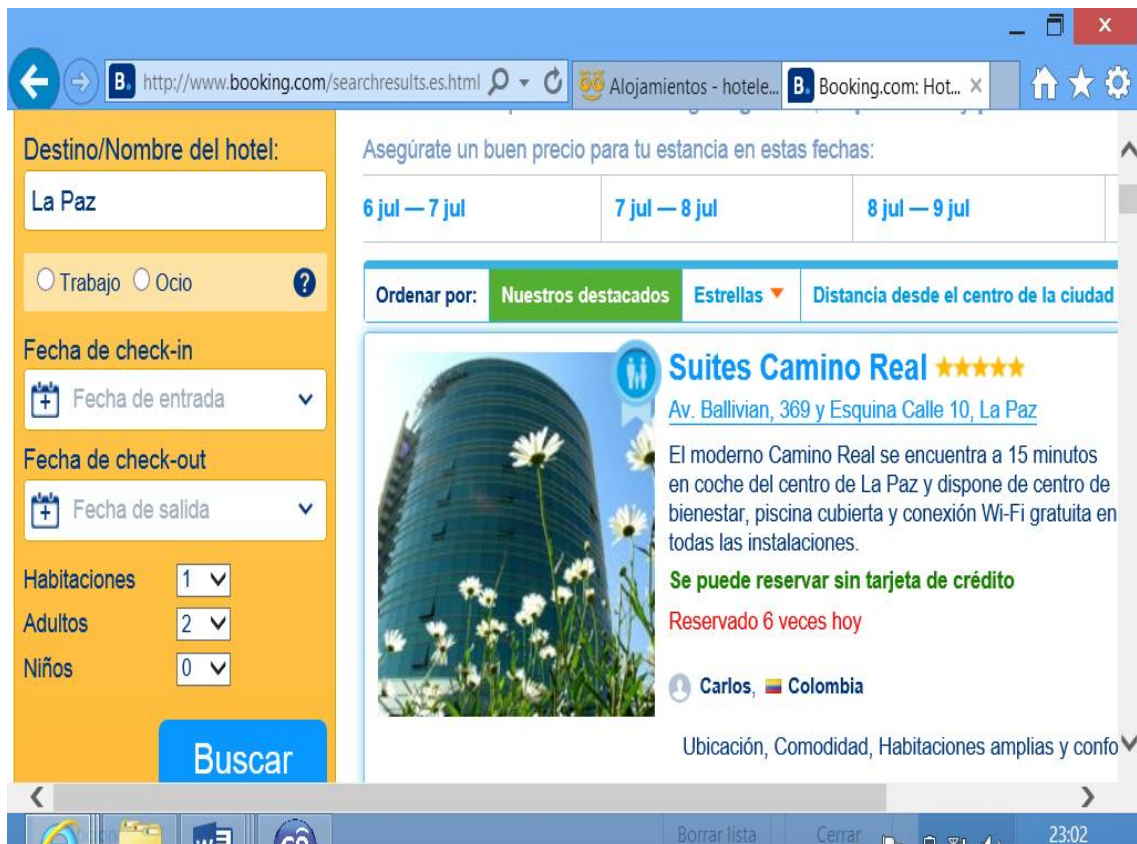
Fuente: Toma fotográfica propia, Febrero 2017.

http://www.booking.com/searchresults.es.html?aid=311839;label=suites-camino-real-rfPQkPZN8PISCE96Y4lcQS5279839097%3Apl%3Aata%3Apl%3Aap2%3Aac%3Aap1t1%3Aneg%3Afi%3Atikwd-15769626446%3Alp2068%3Ali%3Adec%3Adm;sid=c275ba9c8bca0c70a63f5ca7eb1a01f4;dcid=4;dest_id=-693412;dest_type=city;highlighted_hotels=257844;hlrd=6;redirected=1;source=hotel&gclid=CODu-erd380CFUZbhgodNDAAWQ&

El mapa de localización de la Cadena Hotelera Camino Real como una Principal Empresa Virtual nos permite identificar la existencia de dos infraestructuras principales que ofertan sus servicios donde la primera se halla ubicada en el centro de la Ciudad de La Paz (Esta infraestructura es la primera y más antigua la cual gracias a su impacto de una buena Dirección, administración, control, dio lugar a la edificación de su segunda infraestructura). La segunda infraestructura según la localización de GPS se halla en la zona sur que resulto ser la más imponente en materia de espacio de construcción y que su portal principal se muestra de la siguiente manera.

Foto No 3

Página Web de reservas de la Cadena Hotelera Camino Real como una Principal Empresa Virtual



Fuente: Toma fotográfica propia, Febrero 2017. <https://www.booking.com>.

El portal de la Cadena Hotelera Camino Real como una Principal Empresa Virtual se la puede ubicar por medio de <https://www.booking.com>, en la que nos permite valorar que los precios pueden ser más convenientes cuando las reservas se pueden realizar con bastantes meses de anticipación, lo cual es muy conveniente para quienes buscan entre los clientes estas oportunidades y que incluso las reservas como facilidades se las pueden realizar vía online y sin tarjeta de crédito, constituyéndose el hotel ubicado en la zona sur de la Ciudad en un Hotel Cinco estrellas la cual cuenta todas las comodidades desde suites, piscina, y wi-fi dentro de las ofertas tecnológicas modernas que los clientes demandan.

La primera unidad de la cadena hotelera se halla en el centro de la Ciudad de la cual se puede hacer alusión informativa siguiente:

Foto No 4

Página Web Principal de la Cadena Hotelera Camino Real como una Principal Empresa Virtual



Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017.
<http://www.caminorealaparthotel-spa.com/es/home>

La portada principal destaca un menú en la que se puede acceder a obtener mayor información sobre la prestación de servicios que oferta el Hotel camino real, asimismo el seguimiento de la información puede realizarse con una traducción en las lenguas de Español, Inglés, Alemán y portugués, por lo que el acceso y guía informativa tienen carácter competitivo internacional.

PRE RESERVAS E INFORMACION SOBRE TARIFAS

La disponibilidad de acceder a una pre reserva, información sobre tarifas de hospedaje es también con lo que se puede contar al igual como las tarifas de recojo desde el aeropuerto internacional El Alto hasta el Hotel, cuya información es constantemente actualizada.

Foto No 5

Página de Pre-reserva y Tarifas

The screenshot shows the website interface for Camino Real Aparthotel & Spa. The main navigation menu includes: INICIO, DEPARTAMENTOS, RESTAURANTE, EVENTOS, SPA, RESERVAS Y TARIFAS, and CONTACTO. The 'TARIFAS' section is active, displaying the following information:

TARIFAS
Tarifa Normal (Por noche)
 Con servicios incluidos e impuestos de ley

| Departamentos | Tarifa (Bs) | Tarifa (USD) |
|---|-------------|--------------|
| Departamento Simple (de 1 a 2 personas) | 1028.- | 150.- |
| Departamento Doble (de 2 a 4 personas) | 1216.- | 178.- |

Por más de dos noches consecutivas con la tarifa normal, incluye Transfer de cortesía del aeropuerto - hotel o hotel - aeropuerto.
 *Hotel adicional en Suja Cama sin costo adicional con todos los servicios incluidos.
 * costo adicional por persona extra, con todos los servicios incluidos.

OTRAS TARIFAS
 Consulten por tarifas para mediana o largas estancias, huéspedes frecuentes, corporativas nacionales e internacionales, empresas gubernamentales y organismos internacionales sin fines de lucro, agencias de turismo, grupos...

Otros servicios
 Alquiler de ambientes y oficinas temporales, organización de eventos, planes & ofertas especiales, roomservice, frigobar, teléfono con discado directo nacional e internacional, curas a requerimiento, entre otros.

SERVICIOS EXTERNOS DE TRANSPORTE
 Ponemos a su disposición una empresa de taxis externa. Servicio garantizado y personalizado (trabajan regularmente con el hotel).

| TIPO DE TARIFA | DESTINO | TARIFA (1-3 PASAJEROS) | TARIFA (4-6 PASAJEROS) |
|----------------|--|------------------------|------------------------|
| Diurna | Aeropuerto - Hotel o Hotel- Aeropuerto | 70 Bs. | 90 Bs. |
| Nocturna | Aeropuerto - Hotel o Hotel- Aeropuerto | 80 Bs. | 100 Bs. |

* La empresa externa exhibirá un recibo oficial.

At the bottom of the page, there is a 'PRE-RESERVA' button, social media icons (Facebook, Twitter, WhatsApp), a QR code, and contact information for Camino Real Aparthotel & SPA, including the address: Calle Capitán Ravello 92123, phone: +591 - 2 - 3441515, and email: reservas@caminorealaparthotel-spa.com.

Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017. <http://www.caminorealaparthotel-spa.com/es/noticias> Información

En el menú se destaca la información en cuanto a la ubicación de la Propia Ciudad de La Paz, hasta los recaudos que se den tener en la

llegada y estancia en la Ciudad de La Paz, información que puede ser aproximada según la página en cuatro idiomas de forma simultaneas las mismas que son las siguientes.

Foto No 6.

Página de Información en Español

The screenshot shows a web browser window displaying the website for Camino Real Aparthotel & Spa. The page is in Spanish and features a navigation menu with options like 'INICIO', 'DEPARTAMENTOS', 'RESTAURANTE', 'EVENTOS', 'SPA', 'RESERVAS Y TARIFAS', and 'CONTACTO'. The main content area is titled 'INFORMACIÓN' and contains a section for 'ALTURA' (Altitude) with the sub-heading 'CASO PARTICULAR DE LA CIUDAD DE LA PAZ'. The text discusses the challenges of altitude in La Paz, Bolivia, and provides advice on how to acclimatize. A sidebar on the right contains links for 'NOTICIAS TWITTER', 'NOTICIAS FACEBOOK', 'COMENTARIOS', and 'SUGERENCIAS'. The browser's address bar shows the URL 'http://www.caminorealaparthotel-spa.com/es/noticias' and the system tray at the bottom indicates the date as 10/03/2017.

Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017. <http://www.caminorealaparthotel-spa.com/es/noticias>

La Foto No 6, destaca el contenido de la oferta en el idioma español, la cual está orientada a clientes que tienen el uso frecuente de este idioma en particular a toda la comunidad hispanoparlante, dentro y fuera de la

Ciudad de La Paz, por lo que su proyección de empresa virtual al mercado externo es sumamente destacada.

El manejo de la Información en Inglés asimismo tiene la siguiente presentación:

Foto No 7.

Página de Información en Inglés

The screenshot shows a web browser window displaying the English version of the Camino Real Aparthotel & Spa website. The browser's address bar shows the URL <http://www.caminorealaparthotel-spa.com/en/noticias>. The website header features the Camino Real Aparthotel & Spa logo, the tagline "We make you feel at home", and navigation links for HOME, APARTMENTS, RESTAURANT, EVENTS, SPA, RESERVATIONS & RATES, and CONTACT. The main content area is titled "INFORMACIÓN" and includes sections for "ALTIMITUDE SPECIFIC LOCATION OF LA PAZ", "Arrival", "Daily", "Frequent misconceptions", "True facts", and "IN THE HOTEL AND IN THE RESTAURANT". A sidebar on the right contains links for "NOTICIAS TWITTER", "NOTICIAS FACEBOOK", "COMENTARIOS", and "SUGERENCIAS". The browser's taskbar at the bottom shows the system tray with the date and time: 11:57 p.m. on 10/03/2017.

Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017. <http://www.caminorealaparthotel-spa.com/en/noticias>

La Foto No 7, permite constatar que la oportunidad de tener la información que proporciona la empresa virtual en el idioma Inglés es sin duda vital para expandir sus ofertas a ciudadanos que por lo general tienen este dominio y dependencia del idioma como tal y que al tener esta atención contribuye a que como estrategia sea un referente en el conjunto de las actividades necesarias.

Foto No 8.

Página de Información en Alemán

The screenshot shows a web browser window displaying the German version of the Camino Real Aparthotel & Spa website. The address bar shows the URL <http://www.caminorealaparthotel-spa.com/de/noticias>. The page features the hotel's logo and the slogan "Sich genauso wohl wie zu Hause fühlen". A navigation menu includes links for HOME, SUITEN, RESTAURANTS, VERANSTALTUNGEN, SPA & WELLNESS, BUCHEN & PREISE, and KONTAKT. The main content area is titled "INFORMACIÓN" and contains a news article about altitude in La Paz. The article is written in German and includes the following sections:

- HÖHE**
- BESONDERE LAGE DER STADT LA PAZ**
- Anreise**: Der Internationale Flughafen von El Alto liegt auf einer Höhe von 4100m über dem Meeresspiegel. Bei Anreise per Flugzeug fehlt Ihnen deshalb vor der Landung die graduelle Anpassung und Eingewöhnung an die Höhe. Oft haben Sie auch eine lange Reise hinter sich und zu Ihrer Müdigkeit kommt noch Sauerstoffmangel hinzu (Hypoxie um 86%), was eine Beschleunigung des Herzrhythmus zur Folge hat. Es handelt sich um eine normale Körperreaktion bei plötzlichem Höhenwechsel, umso wahrscheinlicher falls Sie auf Meeresspiegelniveau oder in Gebieten mit niedriger Höhe leben. Falls Sie La Paz nicht regelmäßig besuchen, empfiehlt es sich, den ersten Tag zum Ausruhen und zur Eingewöhnung zu reservieren. Eine solche Pause wird Ihrem Körper für spätere Aktivitäten stärken. Ebenfalls sollten Sie während der 3 ersten Tage Ihres Aufenthalts im Hinblick auf eine bessere Verdauung leichtere Mahlzeiten bevorzugen. Eventuell können im Laufe der ersten Nacht Schlafstörungen oder Kopfschmerzen auftreten.
- Während des Tages**: Da La Paz sich zwischen 4100 und 3200 Meter über dem Meeresspiegel erstreckt, kann es mehrmals am Tag vorkommen, dass Sie diesen Höhenunterschied (von 900 Meter) durchlaufen müssen. Auf alle Fälle muss sich Ihr Atem ständig anpassen. Generell kann man sagen, dass jede nicht in La Paz geborene Person, ob jung oder alt, eher anfällig zur Müdigkeit sein wird. Grundsätzlich sollte man Alkoholgetränke, Rauchen und schwere Mahlzeiten vermeiden.
- Wahr und falsch wenn man von Höhe spricht**
- Weitverbreitete falsche Ansichten**
 - Eine sportliche Person oder eine Person mit gutem Gesundheitszustand wird sich problemlos an die Höhe gewöhnen
 - Um frischere Luft zu schaffen, muss man ganz oben gehen
 - Als Vorbeugemassnahme gegen Ödeme keine oder nur wenig Flüssigkeit einnehmen
 - Kopfschmerzen werden durch Sonnenstich und/ oder Alkoholgetränke herbeigeführt
 - Schlaflosigkeit rührt von mangelnder Bequemlichkeit her
- Richtig dagegen ist:**
 - Reichlich trinken hilft einer schnelleren Anpassung an die Höhe
 - Physische Anstrengungen sollten während der ersten drei Tage auf ein Minimum begrenzt werden.
 - Schwere Mahlzeiten sind schwer und langsam zu verdauen. Eine solche Schwerfälligkeit lässt sich durch leichtere Mahlzeiten vermeiden.
 - Während der drei letzten Schwangerschaftsmonaten sollten Frauen darauf achten, plötzliche Höhenwechsel zu vermeiden.

The right sidebar contains a vertical menu with the following items: "INFORMACIÓN", "NOTICIAS TWITTER", "NOTICIAS FACEBOOK", "COMENTARIOS", and "SUGERENCIAS".

Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017, <http://www.caminorealaparthotel-spa.com/de/noticias>

La Foto No 8, destaca la oportunidad de poder llegar la Cadena Hotelera Camino Real, con sus ofertas virtuales a clientes que requieren ser atendidos con el idioma Alemán, y que el manejo informativo en este idioma contribuye de seguro de forma expansiva a la suma a mejores y mayores ingresos.

Foto No 9.

Página de Información en Portugués

11:02 pm, 14 de abril de 2017, La Paz Bolivia

English Español Deutsch Português

camino real
aparthotel & spa
★★★★★

Desejamos que se sinta em casa

INÍCIO | APARTAMENTOS | RESTAURANTE | EVENTOS | SPA | RESERVAS E PREÇOS | CONTACTO

NOTÍCIAS E COMENTÁRIOS

ALTURA
CASO PARTICULAR DE LA CIUDAD DE LA PAZ
Llegada
O Aeroporto Internacional El Alto fica a 4100 metros s.n.m. A chegada via aérea não permite qualquer tipo de preparação e de aclimação gradativa previa à aterrissagem.
Em muitos casos a viagem é longa e a chegada provoca fadiga e falta de oxigênio (hipoxia perto de 86%) o que ocasiona um ritmo cardíaco mais acelerado. É uma reação normal do corpo frente à mudança de altitude, ainda mais quando a pessoa vive no nível do mar ou em zonas de baixa altitude.
Se Você não estiver habituado a chegar regularmente à cidade de La Paz, é preciso ter um primeiro dia tranquilo ou de descanso para se aclimar. Um breve descanso antes de começar com suas atividades resulta conveniente. Durante os 3 primeiros dias de estada adote uma alimentação leve para favorecer uma digestão mais ligeira. Durante a primeira noite pode sofrer dificuldade para dormir e ter dor de cabeça.
No dia a dia
La Paz está construída entre 4100 e 3200 m.s.n.m. Você pode ter que percorrer este desnível (de 900 m) uma ou várias vezes por dia. Em todos os casos implica uma adaptação ventilatória permanente. De forma geral, para quem não nasceu em La Paz, a vida por força da altitude pode se tornar um pouco cansativa tanto para adultos quanto para jovens. É melhor evitar as bebidas alcoólicas, o tabaco e as comidas pesadas.
O falso e o verdadeiro sobre a altitude

Conceitos errôneos

- Um pessoa atlética ou em bom estado físico não terá problema algum de adaptação à altitude.
- Na altitude o corpo tem melhor oxigenação
- Não beber ou beber muito pouco líquido permite evitar o edema
- Dor de cabeça = insolação e/ou bebidas alcoólicas
- A insônia é consequência da falta de conforto.

Conceitos corretos

- Beber bastante líquido facilita a adaptação à altitude
- É necessário limitar os esforços físicos durante os três primeiros dias
- Consumir comidas muito pesadas produz digestões difíceis e lentas. Evite mal-estar.
- Para mulheres grávidas não é recomendável efetuar mudanças bruscas de altitude nos últimos 3 meses de gestação.

INFORMACIÓN

NOTICIAS TWITTER

NOTICIAS FACEBOOK

COMENTARIOS

SUGERENCIAS

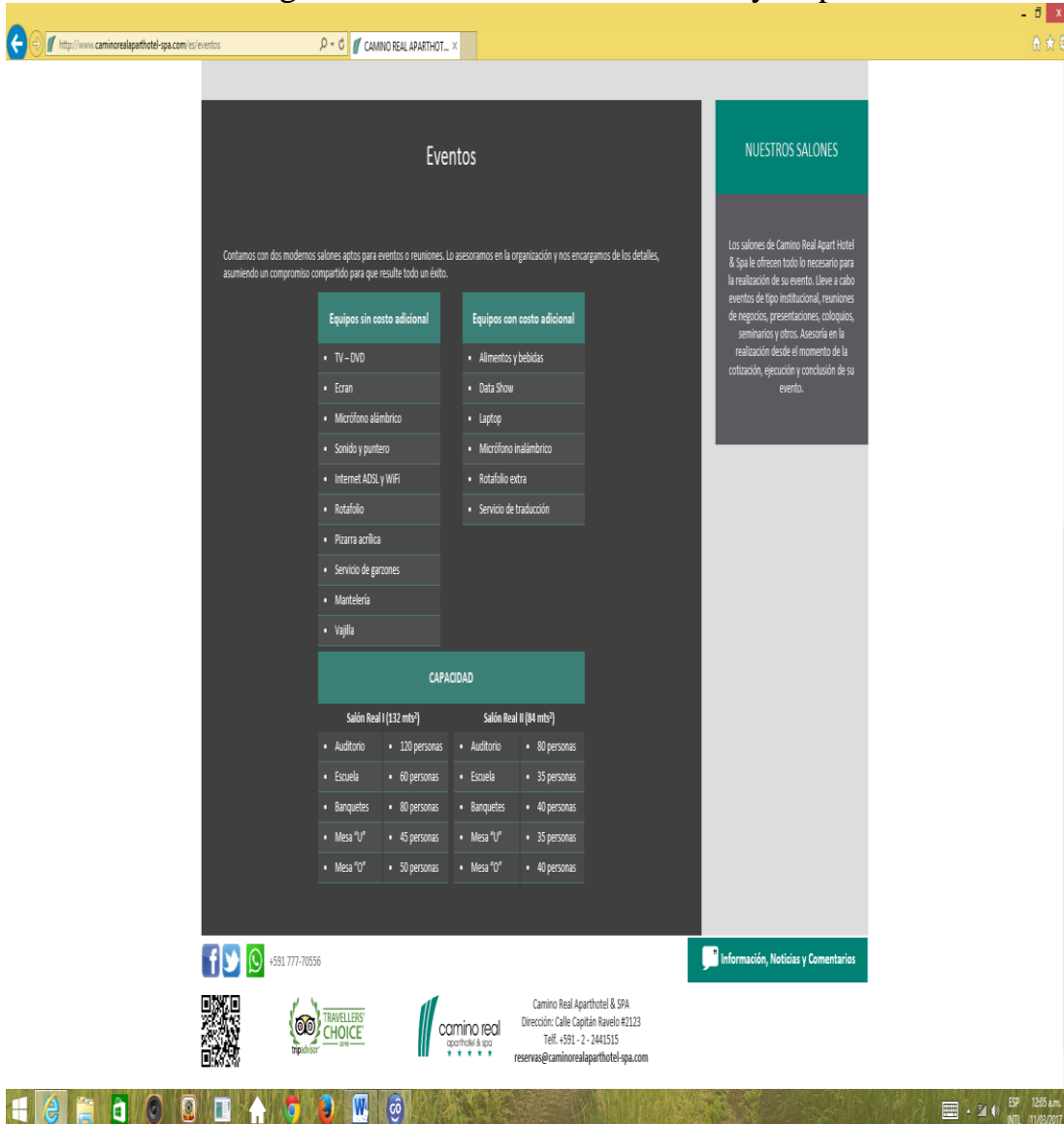
Windows | Internet Explorer | Google Chrome | Firefox | Microsoft Word | Edge | Home | Network | ESP 12:03 a.m. | INTL 11/04/2017

Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017, <http://www.caminorealaparthotel-spa.com/de/noticias>

La Foto No 9, vincula al manejo de la información del idioma Portugués, que con el mismo se permite a que se pueda llegar a quienes manejan y tienen el dominio de este idioma y sobre todo llegar a clientes que se encuentra en el país vecino de Brasil quienes tienen el manejo y dominio de este idioma.

Foto No 10.

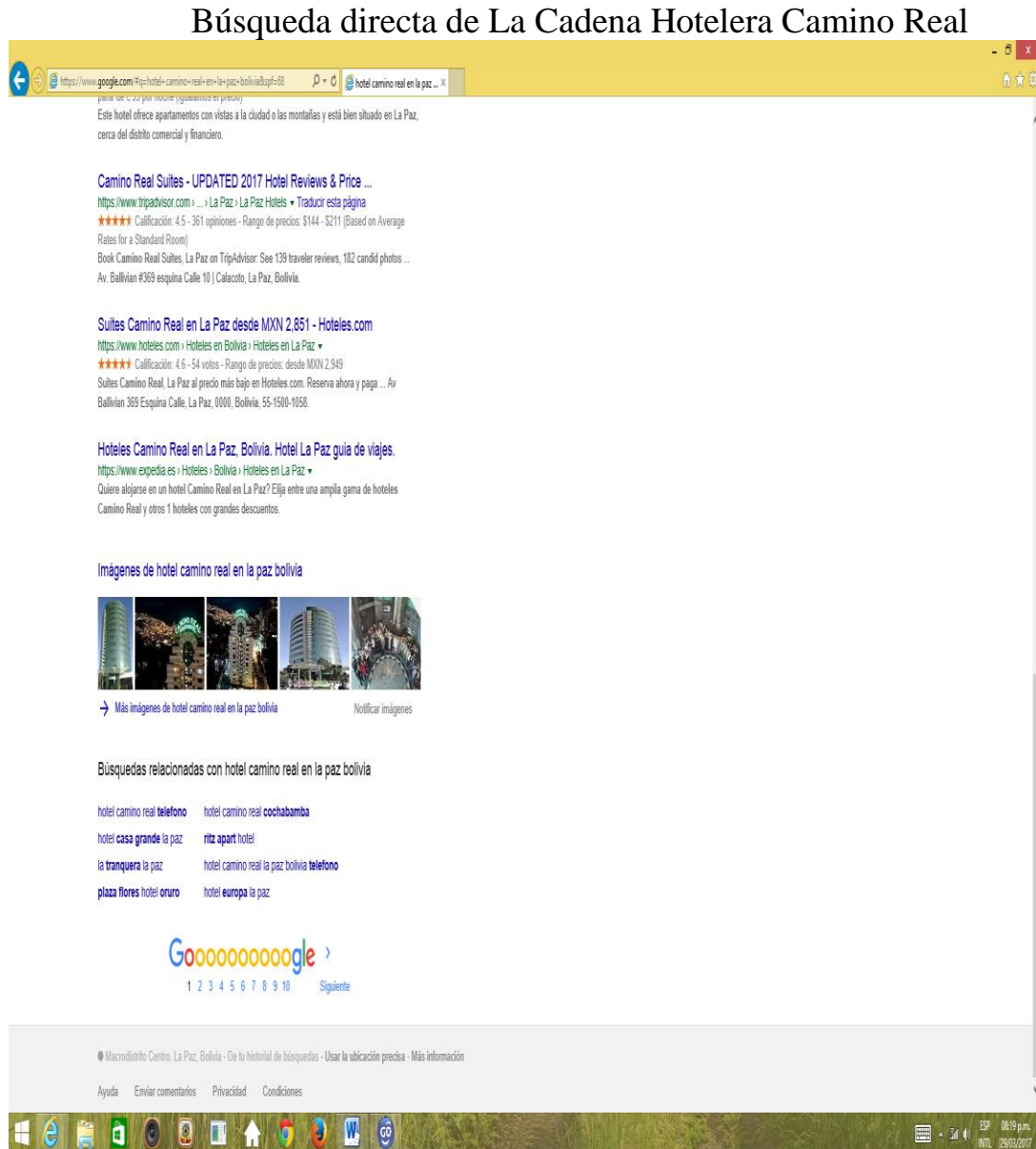
Página de Información de Eventos y Capacidad



Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017. <http://www.caminorealaparthotel-spa.com/es/eventos>.

La posibilidad de búsqueda de la Cadena Hotelera Camino Real puede realizarse por medio de uno de los principales buscadores como es Google y que se puede acceder a la información a partir de la siguiente manera:

Foto No 11.



Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017.
<https://www.google.com/#q=hotel+camino+real+en+la+paz+bolivia&spf=68>

Una información ampliada de ofertas que proporciona la Cadena Hotelera Camino real respecto a Suites Camino Real se destaca lo siguiente:

“Actividades

Cadena Hotelera Camino Real, Servicio de Hospedaje 5 Estrellas, Restaurant, Suites, Eventos, Centro de Negocios.

Productos y servicios

Suites

70 modernas, espaciosas y elegantes suites con vista panorámica de la ciudad y la zona sur, equipadas con calefacción tanto en suite y baños, teléfonos en todas las habitaciones (correo de voz multilingüe), televisión por cable, equipo de música, cerraduras electrónicas con tarjeta magnética, secadora de cabello, sistema contra incendios (bajo normas internacionales), frigobar, internet On Line Wi-Fi, caja de seguridad, ventanas y puertas con aislamiento acústico y térmico.

Nuestras tarifas incluyen:

- Desayuno buffet americano
- Bebida de bienvenida
- Centro de negocios
- Spa & Health Club
- Sala VIP de reuniones con café permanente
- Wireless Internet en todas las suites
- Computadora portátil y celulares a requerimiento
- Late check out – sujeto a disponibilidad
- Celulares a requerimiento
- Notebooks a requerimiento

Centro de negocios

Equipado con:

- Computadoras
- Impresoras
- Teléfono / Fax

- Servicio de Internet las 24 horas

Restaurante

Atención en el restaurante “La Tranquera” con su especialidad de carnes a la brasa reconocido en toda la ciudad y su exclusiva cocina internacional en nuestro hotel en La Paz.

Health Club

- Piscina interior temperada con hidromasaje
- Gimnasio
- Sauna seco
- Sauna vapor
- Sala de masajes
- Terapias Alternativas

Servicios a disposición de los huéspedes

- Wireless, internet inalámbrico en todo el hotel
- Traslado desde y hacia el aeropuerto
- Room Service las 24 horas
- Consejería y mensajería
- Lavandería y limpieza en seco
- Estacionamiento cubierto privado
- Seguridad las 24 horas

Servicios adicionales

- Niñera
- Médico
- Taxis
- Alquiler de autos
- Bus Turístico

Eventos

6 salones, exquisitamente decorados, climatizados y acústicamente aislados, con diferentes capacidades. Equipados con tecnología avanzada,

que junto a exclusivas sugerencias gastronómicas y la atención personalizada, harán de todo evento un gran acontecimiento.

Servicios y facilidades para su evento

- Multimedia
- Servicio de traducción simultánea
- Internet On Line (ADSL, Wi Fi)
- Sistema de sonido
- Televisor y VHS
- VHS o DVD
- TV 25 pulgadas
- Micrófonos inalámbricos
- Micrófonos en corbata
- Rotafolio
- Pantalla Ecran
- Pizarra acrílica
- Data show
- Laptop
- Sistema de grabación en cassette
- Filmadora (cassette o DVD)
- Impresoras
- Fotocopiadora
- Asistencia técnica permanente
- Servicio gastronómico de alto nivel
- Servicio de catering
- Servicio de fotocopiado

Especialidades

NUESTRA ESPECIALIDAD

- Hospedaje
- Restaurante
- Eventos
- Relajación

Ubicación

Tenemos la ubicación ideal y la altitud perfecta para asegurarle una aclimatación rápida y un descanso placentero.

Situados 800 metros por debajo del nivel del aeropuerto (3.600 msnm), en la zona residencial más segura de la ciudad de La Paz, Suites Camino Real le ofrece un ambiente ideal donde podrá habituarse rápidamente a una “Ciudad de Altura”, para continuar con sus negocios, eventos o vacaciones.

Su estratégica ubicación, a 40 minutos del aeropuerto y 15 minutos del Centro de la ciudad, le ofrece el beneficio de estar a pocos pasos de la mejor, más exclusiva y selecta área comercial de La Paz. Quedando a su disposición facilidades y servicios (bancos, agencias de viajes, supermercado, tiendas de compras entre otros) que podría necesitar durante su estadía. Todo esto en el mejor clima de la ciudad.

La familia Camino Real pone a su disposición toda su experiencia, siempre dispuestos a satisfacer sus necesidades para garantizar la comodidad que usted, sus negocios y su familia merece.

Nuestros clientes (Unicef, Banco Mundial, USAID, Fondo Monetario Internacional, Delegación de la Comisión Europea Embajadas, Consulados y otros organismos internacionales) avalan nuestra experiencia, calidad y compromiso de servirlo.

Le invitamos a visitarnos y compartir esta experiencia única.

Certificados y Afiliaciones

Contamos con los más altos estándares internacionales de seguridad, certificados por embajadas, consulados y empresas de renombre.” (Bolivia en tus Manos; 2004-2017).

En consecuencia se destaca que la cadena Hotelera Camino Real, asume una relación constante inclusive con otras empresas virtuales que definen

un acercamiento a las demandas actuales en el mercado vía on-line y que su satisfacción a los clientes, se expresa en el manejo de la calidad como manejo necesario e inserto en cada uno de sus servicios que no solo brinda al mercado de la Ciudad de La Paz, que si no se irradia a nivel nacional e incluso a nivel internacional y lo más importante es que son las nuevas tecnologías las que contribuyen a proporcionar tales satisfacciones, dentro de los aciertos y expectativas deseadas por las propias empresas virtuales.

5.1.2. Europcar

La empresa virtual Europcar, tiene como oferta principal el alquiler de vehículos, cuya actividad satisface a muchos de sus usuarios quienes llegan a la Ciudad de La Paz, los cuales desean tener en disponibilidad una movilidad para desplazarse mientras su estancia de todo visitante a esta importante Ciudad corresponda a realizar determinadas gestiones o simplemente que lleguen en calidad de turistas y desean aprovechar y sacar el máximo beneficio mientras dure su estancia.

Sin lugar a dudas el tener una movilidad bajo administración o control propia determina obtener muchas facilidades en lo que respecta a poder desplazarse libremente en un espacio geográfico mucho más cuando se quiere lograr realizar actividades en las que el tiempo es sumamente importante y un transporte a la mano es la que facilita a que se puedan realizar diversas actividades desde lo programado hasta los que se hallan fuera de los planes.

En cuanto a la actividad de renta de automóviles bajo características distintas para actividades distintas que demandan los propios usuarios se puede destacar que la empresa virtual Europcar tiene una de sus oficinas principales en una de las calles principales del centro de la Ciudad de La Paz.

Foto No 12.

Frontis Principal de La Empresa Europcar



Fuente: Toma fotográfica propia, Febrero 2017.

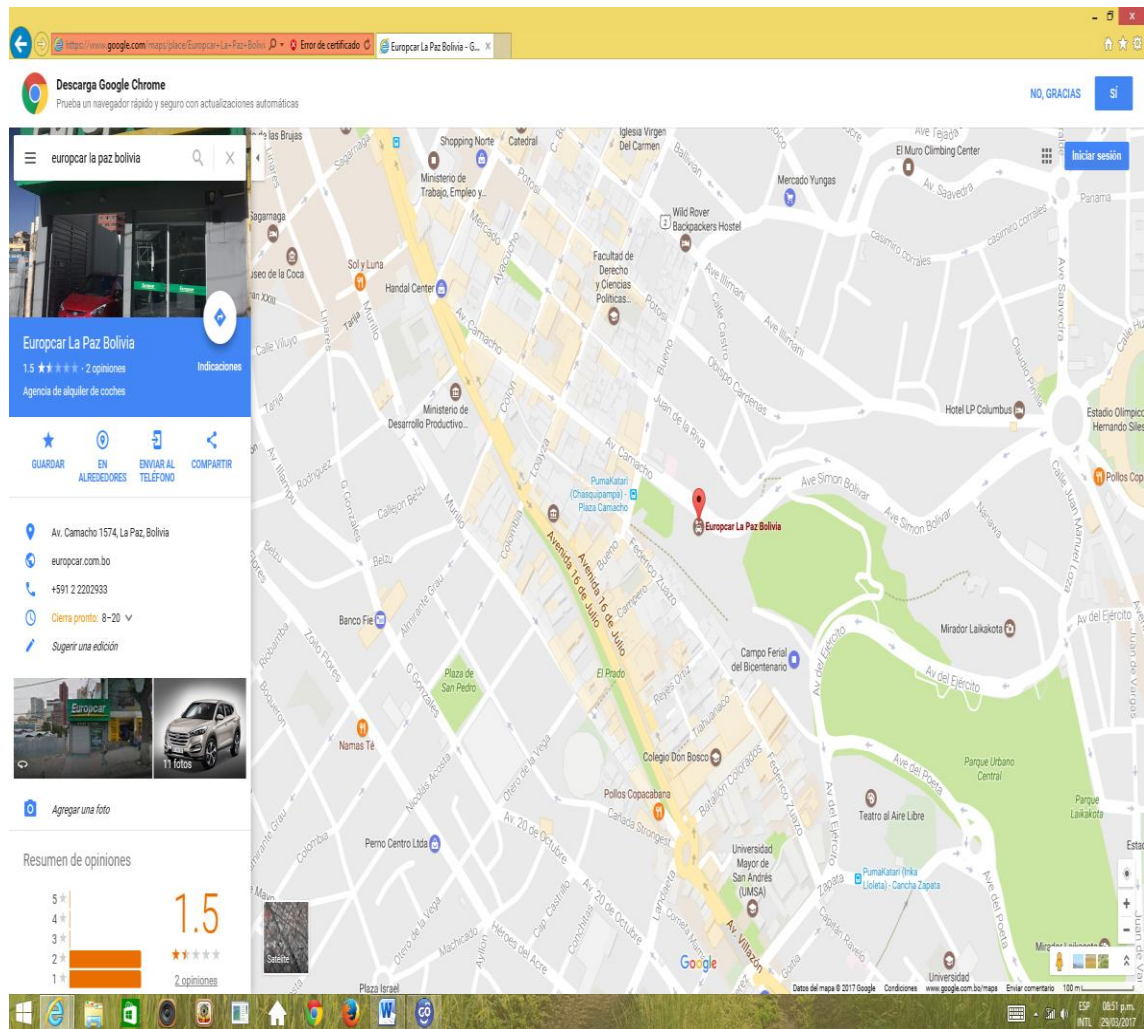
La Foto No 12, destaca el frontis de la infraestructura principal de la empresa Europcar, en la que asimismo se puede acceder a recoger y entregar los vehículos que se vayan a alquilar, en la que se puede apreciar

asimismo que el alquiler para 24 horas tienen un costo de Bs. 299 (Bolivianos Doscientos Noventa y Nueve).

La empresa Europcar, puede ser localizada a través del GPS cuya ubicación satelital es presentada en la siguiente fotografía:

Foto No 13.

Página de Localización de Europcar



Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017.
<https://www.google.com/maps/place/Europcar+La+Paz+Bolivia/@-16.500628,-68.1330787,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x915f206fde0df0cd:0xf5124721506e6642:8m2!3d-16.500628!4d-68.13089>

La Foto No 13, destaca que la localización física de la empresa Europcar, se halla ubicada estratégicamente en pleno centro de la Ciudad de La Paz, y que el centro de operaciones de recogida y devolución de los automóviles alquilados se encuentra en tal ubicación una vez realizada la actividad de renta que se la puede realizar ingresando a su portal web de negocios virtuales.

Su portal principal de La empresa Virtual Europcar, se halla presentada a partir de la siguiente referencia fotográfica de su portada web de la siguiente manera:

Foto No 14.

Página de La empresa Virtual Europcar



Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017.
<https://www.europcar.es/oficinas/bolivia>

Foto No 14. Permite observar cómo está organizada su información a partir de la existencia de un menú en la que se puede acceder de forma

gradual a conocer más de sus ofertas entre las que se destacan a las: Ofertas, localización, vehículos, servicios, empresas e iniciar sesión.

A lo anterior se puede destacar que de forma inmediata presenta la oportunidad de realizar una reserva y devolución como la fecha y hora de tales atenciones correspondientes, lo que expresa que el funcionamiento de las satisfacciones en materia de las necesidades de renta o alquileres de o de vehículos son prácticas y efectivas para quienes quieren o están de manera incluso temporal en la Ciudad de La Paz.

La empresa Virtual Europcar, destaca en su información principal en el inicio de la sesión que “Cuando alquilas un coche en Bolivia tienes todo el país a tu disposición. Nuestro sistema de reserva en 3 pasos es fácil de usar y podrás conseguir descuentos si reservas online. Tienes varias opciones disponibles: a corto plazo, si estás planeando una estancia breve o, si estás pensando en organizar un viaje por carretera, nuestro alquiler de sólo ida es perfecto para ti. También puedes reservar un vehículo a largo plazo o todo un mes, contacta con nosotros para descubrir la opción que mejor se ajusta a tus necesidades.

Disfruta de la comodidad de tener tu propio vehículo y explora lugares a los que no podrás llegar con otros medios de transporte. Contempla el paisaje, propón una salida improvisada y descubre senderos inexplorados. En Europcar te ofrecemos los coches de alquiler más baratos en Bolivia para tus vacaciones, ¡nunca has tenido una manera más fácil de experimentar aventuras totalmente nuevas! También disponemos de utilitarios para tus viajes de negocios.

Tanto si estás buscando alquilar un coche como un vehículo de sustitución o una furgoneta, en Europcar estaremos encantados de atenderte en cualquiera de nuestras oficinas”(Europcar; 2016)

Asimismo también dispone la siguiente información sumamente importante como guía para quien determine rentar un automóvil bajo la información de siguiente la cual determina la confianza la cual resulta ser bastante útil:

“Por qué elegir Europcar en Bolivia

- Alquiler online en 3 pasos: buscar, seleccionar, reservar
- Alquiler de coches por días, semanas, meses, de corta y larga duración
- La flota más moderna y amplia
- Servicio de recogida express
- Tarifas sin sorpresas

Nuestros Servicios:

- Asistencia en ruta
- Asientos de Bebe
- Drop off entre ciudades
- Equipamiento especial para Empresas
- Guinche
- Permiso Internacional: Argentina Chile y Perú
- Radio Base
- Navegación Satelital
- Reabastecimiento de combustible
- Servicio de Conductor
- Servicio de GPS
- Internet To Go

SISTEMA DE RESERVAS “On Line”

Cuando necesite reservar un auto en Bolivia sólo tiene que comunicarse con nuestra central de reservas y asistencia online. Con gusto le atenderemos para proporcionarle cualquier información. Reservas Internacionales.

Certificados y Afiliaciones

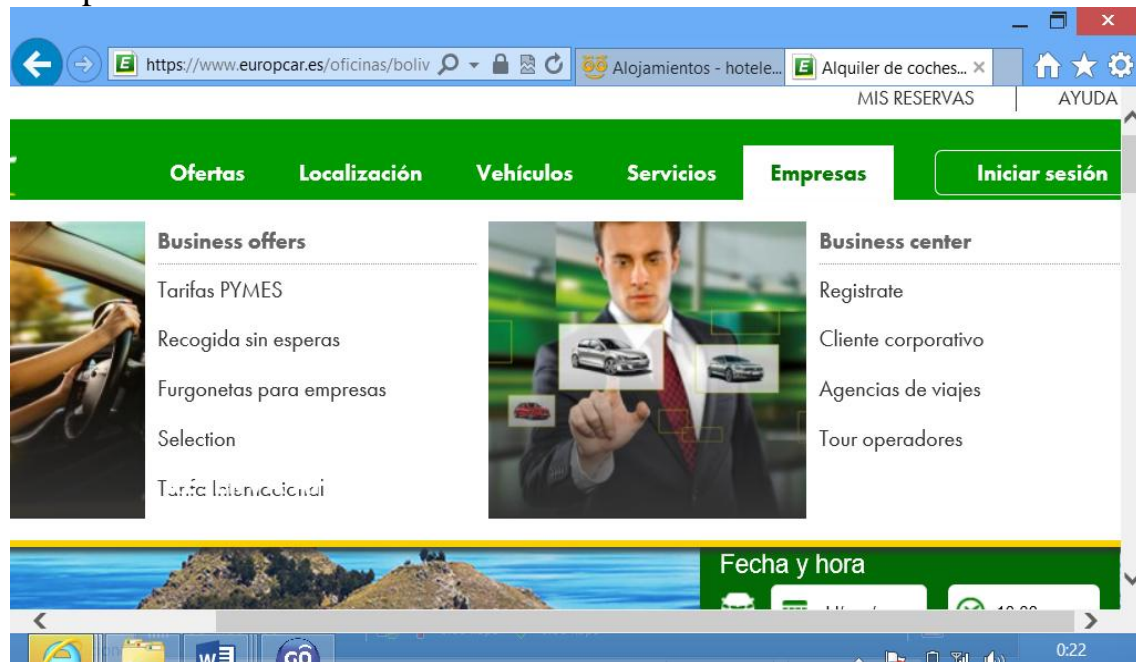
- ASOBAV Asociación Boliviana de Arrendadoras de Vehículos. Recomendado por LONELY PLANET
- Registrados en la Cámara Nacional de Comercio
- Funda empresa” (Europcar; 2016).

Lo anterior permite destacar, que la empresa virtual oferta en sus servicios de modernidad, confort, seguridad y comunicación permanente en todo el proceso en el que se brinde la atención al cliente dentro de la Ciudad de La Paz y dentro del territorio de Bolivia, como la atención de las expectativas para todos los cliente que se encuentran en algún lugar fuera de la geografía nacional boliviana.

De la empresa virtual Europcar, es importante ponderar que en el menú de su portal web se puede ingresar al manejo empresarial y su importancia de vínculos estratégicos que pueden ser consideradas a la hora de la verdad la cual se apreciar en la siguiente fotografía

Foto No 15.

Menú principal y Oferta de Europcar



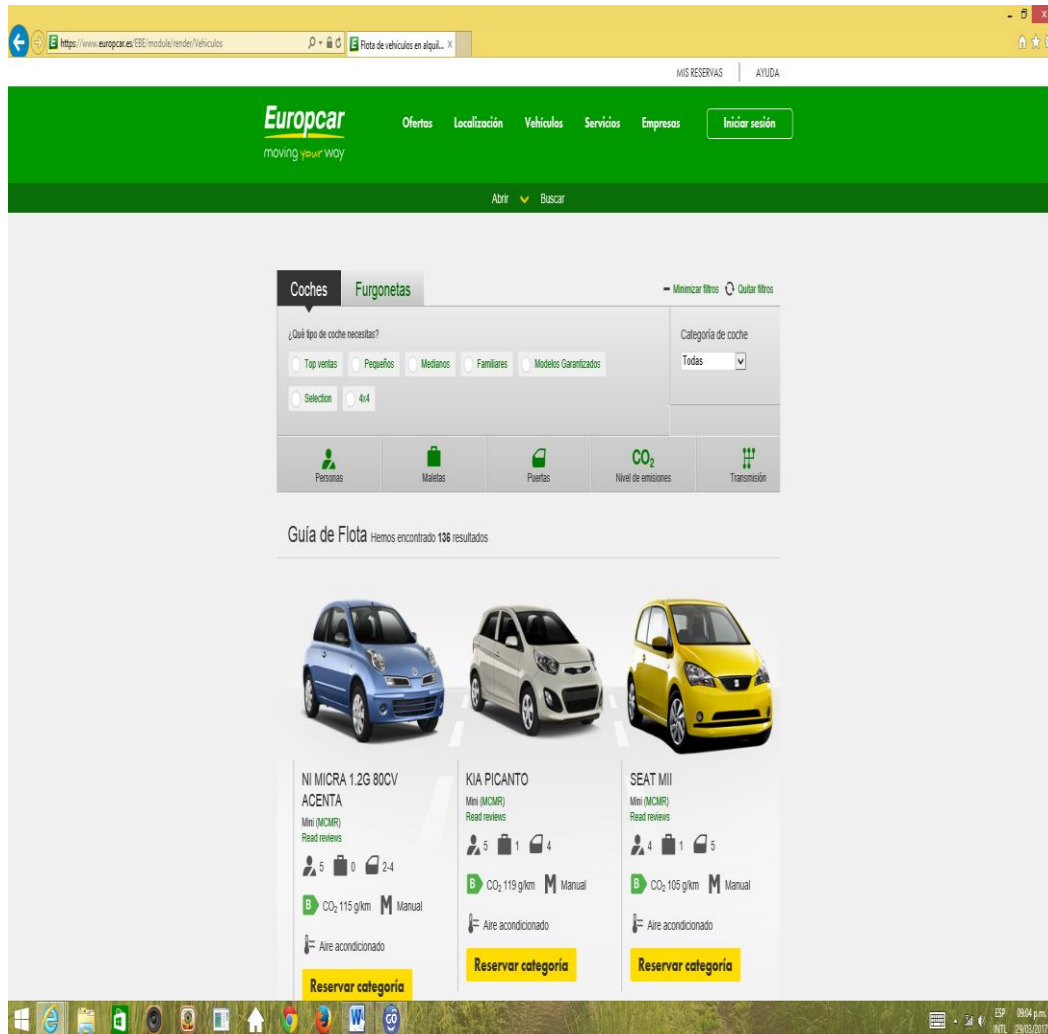
Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017. <https://www.europcar.es/empresas>

Lo que la Foto No 15, destaca las ofertas a las que pueden acceder las distintas empresas interesadas en contar con los servicios de alquiler de coches.

La variedad de vehículos a las que se pueden acceder también es encontrada en materia de información ingresando al menú vehículos

Foto No 16.

Menú de la Oferta de Vehículos



Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017.
<https://www.europcar.es/EBE/module/render/Vehiculos>

La Foto No 16, permite tener una información ampliada en cuanto a la oferta de vehículos destacándose el tipo de vehículos en cuanto a marcas y sus características particulares para acceder en una confiabilidad de poder rentar el automóvil deseado.

La satisfacción por parte del cliente determina a registrar sus datos personales para recibir una impresión inmediata de su facturación, validándose el compromiso y responsabilidad entre partes.

Foto No 17.

Opción de Facturación

Imprime una factura

Si nos facilitaste una dirección email al hacer tu reserva, te enviaremos un correo con un link para visualizar las facturas de los alquileres realizados:
Rellena los siguientes campos:

Tu correo electrónico

Apellido (s)

Contáctanos

Mis Reservas Centro de negocios Sobre Europcar Información legal Más info

Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017. <https://www.europcar.es/EBE/module/render/Mi-Europcar-1000#print-an-invoice>.

La Foto No 17. Contribuye a poder apreciar que los negocios virtuales son consolidados a partir de la opción al compromiso de facturación correspondiente. Una manera de poder acceder a obtener mayor información que oferta la empresa Europcar se puede advertir que está disponible en la sección de contactos como se aprecia en la siguiente fotografía:

Foto No 18.

Contactos con Europcar



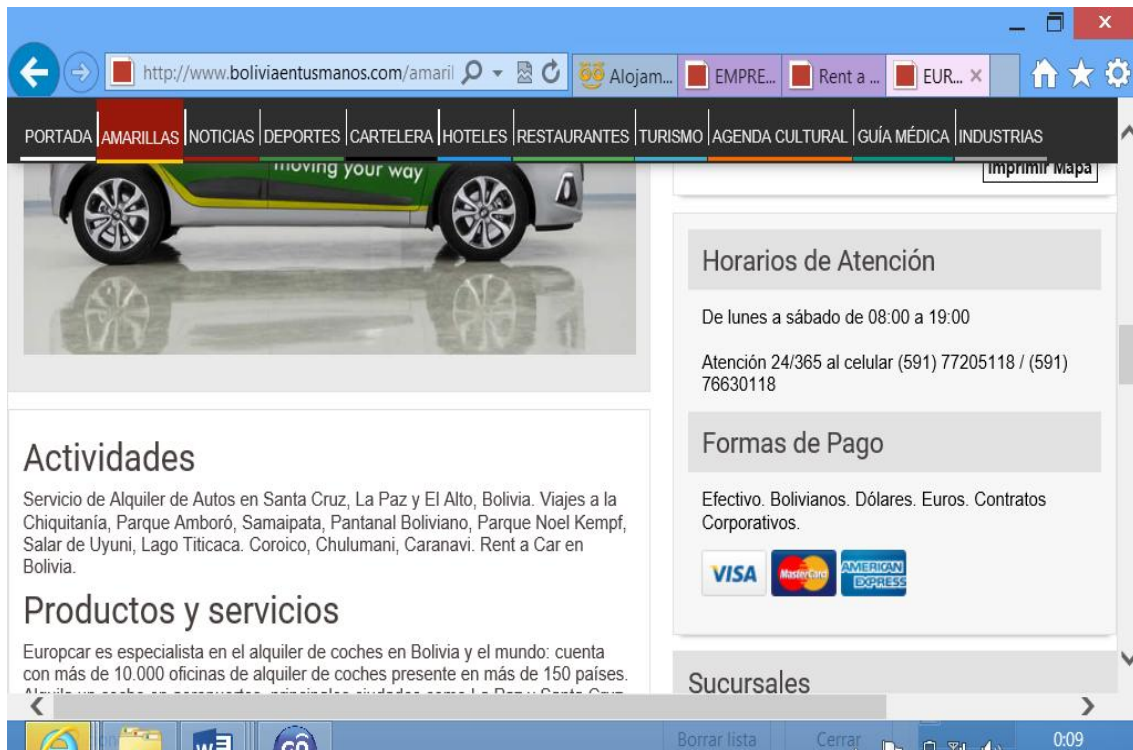
Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017. <https://www.europcar.es/EBE/module/render/Mi-Europcar-1000#print-an-invoice>.

La Foto No 18, destaca a que se asiste a poder orientar en lo más que se pueda al cliente, el mismo que requiere alquilar un automóvil, inclusive esta información puede ser ampliada, con más información a través de los links en el que el cliente si tienen interés puede ingresar con la fiabilidad de que la información es ampliada y contribuye a consolidar cada una de sus expectativas.

El acceso a empresa Europcar, por medio de otros sitios web, también es permisible como se puede apreciar en la siguiente fotografía, en la que el acceso a la información se puede realizar por medio de las páginas amarillas alojadas en el sitio “boliviaentusmanos.com.”

Foto No 19.

Acceso a Europcar



Fuente: Toma fotográfica propia, Marzo 2017.
<http://www.boliviaentusmanos.com/amarillas/042/1/lapaz/alquiler-de-vehiculos.html>

La Foto No 19. Resalta que se pueden realizar los pagos, utilizando tarjetas de uso internacional como las más conocidas tal el caso de VISA, MasterCard, AMERICAN EXPRESS, además de horarios de atención al

cliente en materia de días y horas al igual que el acceso de información permisible por medio de los contactos telefónicos vía celular y que se halla disponible los 360 días del año.

5.1.3 BoliviaMall.com

BoliviaMAll.con se constituye en una empresa virtual la cual tiene un proceso expansivo en sus actividades comerciales en las que se puede resaltar la existencia de una amplia gama de productos ofertados, desde los más novedosos como de nuevas tecnologías hasta los productos artesanales que es lo que permite ser valorado en el mercado internacional como habilidad, creatividad, originalidad e innovación en este tipo de esfuerzos productivos.

Su logo principal con la que se identifica como una empresa virtual en sus atenciones con sus clientes es la siguiente:



En cuanto a su funcionamiento, se puede decir que BoliviaMall.com se ha venido constituyendo en un líder del comercio electrónico en la Ciudad de La Paz y en Bolivia, la amplitud de ofertas van desde la oferta de Awayos (Tejidos con combinación de colores y figuras hechos a mano), cámaras digitales laptops, hasta llajwa enlatada (picante típico tradicional de Bolivia), como chairo en polvo (Papa seca deshidratada en frío, sol y pulverizada).

BoliviaMall.com, en la actualidad se constituye en un conjunto de tiendas virtuales, siendo que para el exterior su fortaleza radica en vender productos tradicionales bolivianos tales como instrumentos musicales en una variedad amplia (instrumentos de cuerda, vientos, percusión), artesanías distintas prendas de Alpaca, Llama, Vicuña, música, videos, métodos, alimentos bebidas y otros souvenirs, asimismo su expansión en sus otras tiendas virtuales permiten atender en materia de sus ofertas aparatos electrónicos, cámaras digitales, DVDs, y otros en la que los consumidores dentro de la Ciudad de La Paz, y otros en el país y fuera del país tienen sus satisfacciones por medio de las ofertas y actualizaciones que proporciona constantemente la empresa virtual BoliviaMall.

BoliviaMall, tiene como centro de operaciones en la Av. 16 De Julio Ed. Herrmann Piso -18, en la Ciudad de La Paz, Bolivia, cuyo contacto telefónico para todo cliente puede darse a través del número 2352591.

Foto No 20.

Frontis Principal de La Empresa BoliviaMall



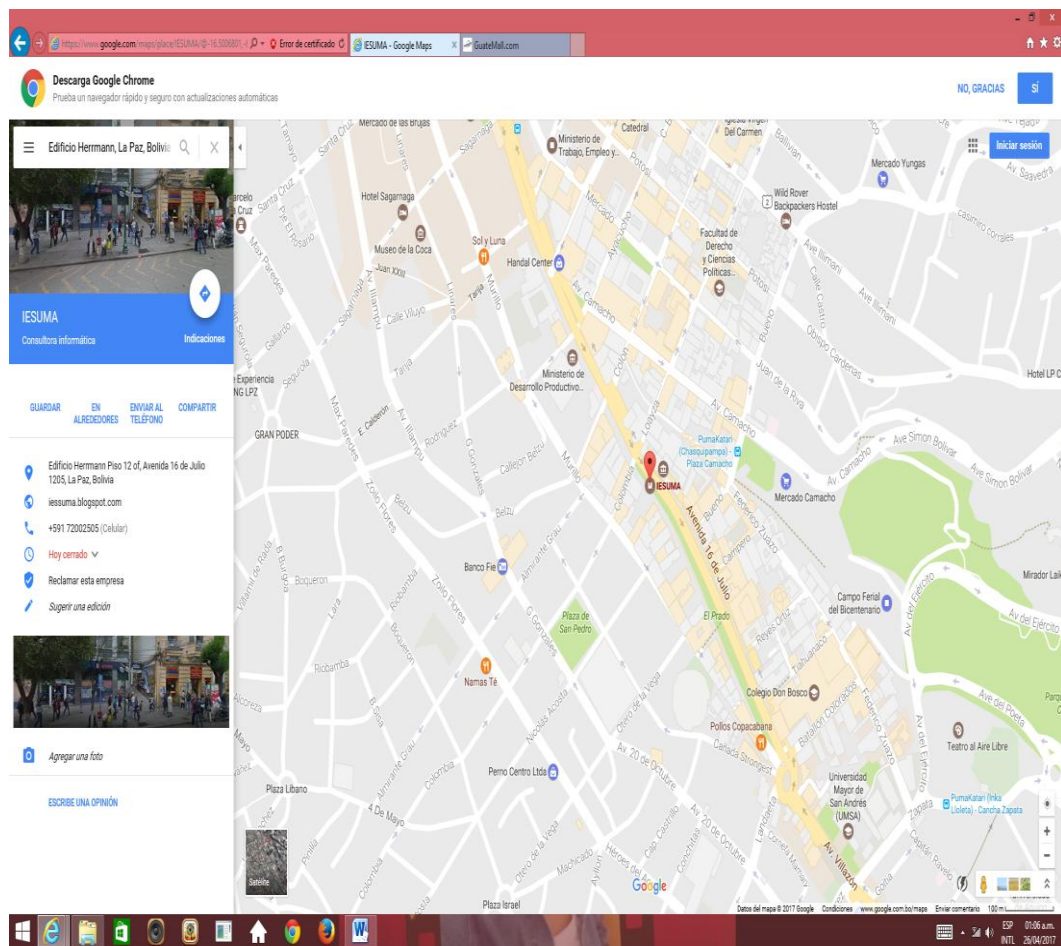
Fuente: Toma fotográfica propia, Abril 2017.

La Foto No 20, permite observar el frontis de la infraestructura principal donde opera el conjunto de sus actividades la empresa BoliviaMall la misma que está ubicada en el centro de la Ciudad de La Paz.

La empresa BolivianMall su ubicación también puede ser vista vía GPS ubicación satelital localizada y presentada en la siguiente fotografía:

Foto No 21.

Página de Localización de BoliviaMall



Fuente: Toma fotográfica propia, Abril 2017.

<https://www.google.com/maps/place/IESUMA/@-16.5006801,-68.1359732,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x915f20705c060b7d:0xe9187b48b65063b9!8m2!3d-16.5006853!4d-68.1337845>

La Foto No 21, establece la localización satelital vía GPS de la empresa virtual BoliviaMall, la cual circunscribe el funcionamiento dentro del Edificio Herrmann, que por su ubicación estratégica hace que la empresa

tenga un acercamiento y contacto permanente con sus proveedores y todos sus clientes en la Ciudad de La Paz, y asimismo la realización de entregas y envíos a todos los pedidos correspondientes a nivel nacional e internacional.

BoliviaMall.com, como empresa virtual en la Ciudad de La Paz Bolivia, ha encontrado su expansión a otros países, lo que se destaca a raíz de un esfuerzo sucesivo y sostenido económico, en la que ingresando por una de sus tiendas virtuales como estratégicas la cual es conocida como CharangosMall.com se puede advertir su presencia expansiva a través de las redes en los países de Bolivia, Argentina, Ecuador, Honduras, Guatemala, El Salvador, en la que sus tiendas virtuales en tales países fueron creadas en el transcurso del tiempo por BoliviaMall.com, lo cual fortalece las potencialidades comerciales virtuales desplegadas a la fecha, que a tal confianza estratégica ha permitido incorporar nuevos recursos humanos y mejorar sus ingresos económicos dentro de las expectativas favorables que son recogidas por la empresa virtual.

Foto No 22

Portal de CharangoMall.com



Fuente: Toma fotográfica propia, Abril 2017. <http://www.charangomall.com/gracias.html>

La Foto No 22. Contribuye a que se pueda tener un acceso hacia las tiendas virtuales creadas por BoliviaMall, según su expansión a seis países que ingresando a cada una de ellas podemos encontrar información que de forma permanente alcanza ser actualizada, algunas con ofertas y fechas que son propicias para poder realizar verdaderos negocios respecto a las demandas tradicionales ya establecidas en los respectivos países en las que están situadas sus tiendas virtuales.

El portal actualizado a la fecha de BoliviaMall, se halla actualmente vinculada al link de una de sus principales tiendas virtuales conocidas como “Flores.com.bo”, la cual se halla dedicada a la especialidad de ofertas de flores y regalos, permitiendo el envío de rosas ramos o bouquets, además de desayunos, chocolates y otro tipo de regalos a personas dentro de La Ciudad de La Paz y su expansión en toda Bolivia.

Flores.com.bo, es una de las tiendas que se enfatiza como una de las tiendas virtuales administradas por BoliviaMall la cual tiene un éxito a partir de la novedad en la que son orientados sus servicios las cuales se ajustan a varias ocasiones en las que el afecto, sentimiento, recordatorio responden ser las atenciones inevitables en fechas diversas, en las que todas las personas demuestran su aprecio por medio de un detalle, que en el mayor de los casos queda grabada en la memoria de alguien y que resulta ser inolvidable.

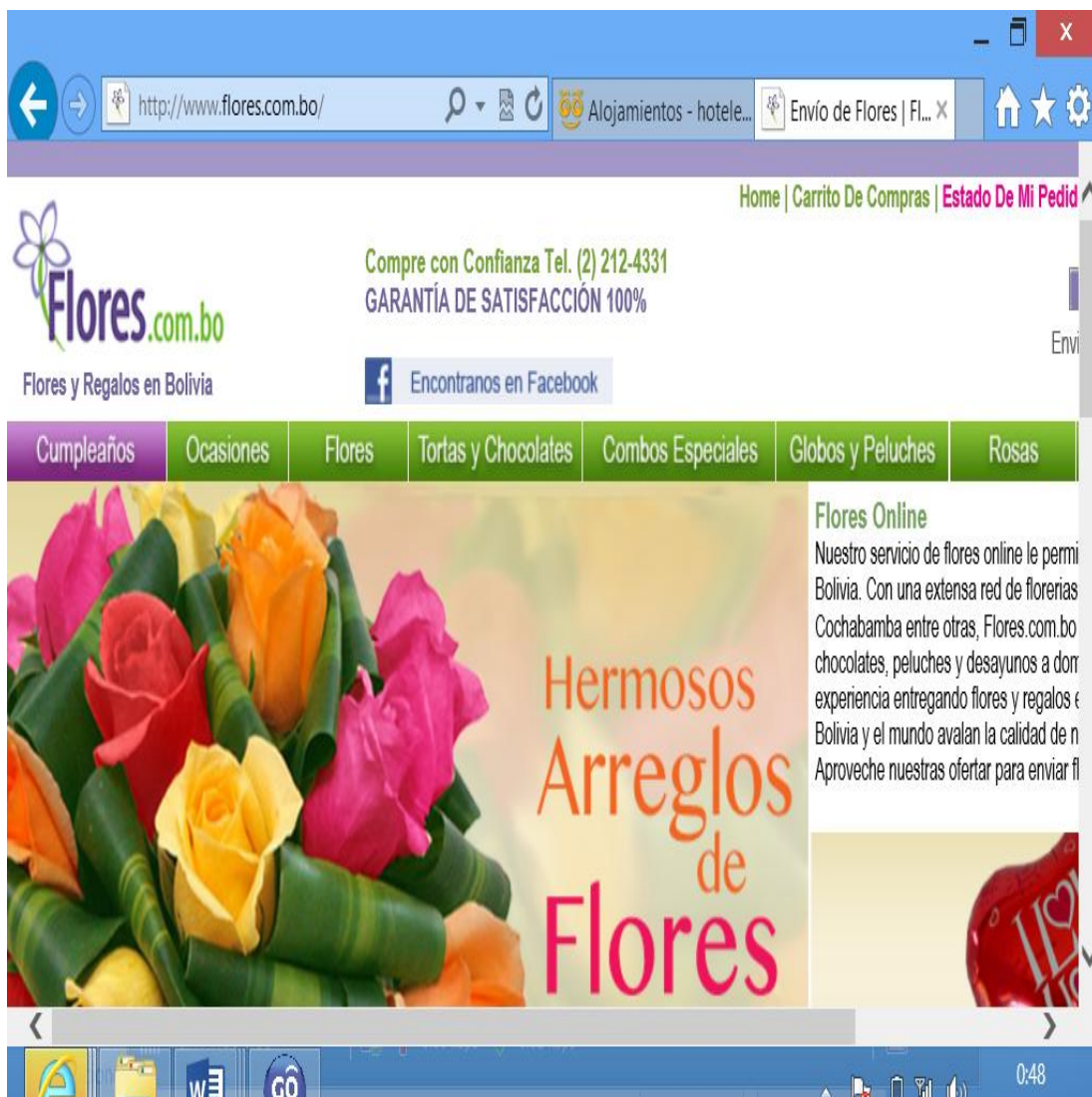
Se puede acentuar en este orden, fechas claves como el día de la Madre, día del Padre, Día de la mujer, Día del estudiantes, Promociones, Cumpleaños, Aniversarios en general y otro tipo de fechas recordatorias entre otros que son los más destacados en función de un compromiso tanto social como personal, y que su acertada inserción en las actividades económico virtuales se constituye en una verdadera manera original, pertinente e innovadora de saber hacer buenos negocios de orden empresarial, lo que en todo el proceso de cada una de las actividades se hace efectiva la atención y aplicación logística administrativa, que sobre el cual recae el verdadero éxito de las mismas.

Flores.com.bo, tiene su propio portal web altamente diferenciado y bien definido, por la que se puede realizar el conjunto de pedidos conforme a un conjunto de opciones que se destaca por medio de su menú de

información correspondiente, al igual que el carrito de compras a la cual acceden los clientes cuando definen los productos y sus cantidades y están de acuerdo en comprarlos y para ello se proporciona el seguimiento informativo respecto al estado de un pedido realizado, es la atención y seguridad constante que oferta la empresa virtual, la misma se presenta en la siguiente fotografía:

Foto No 23.

Portal de Flores.com.bo



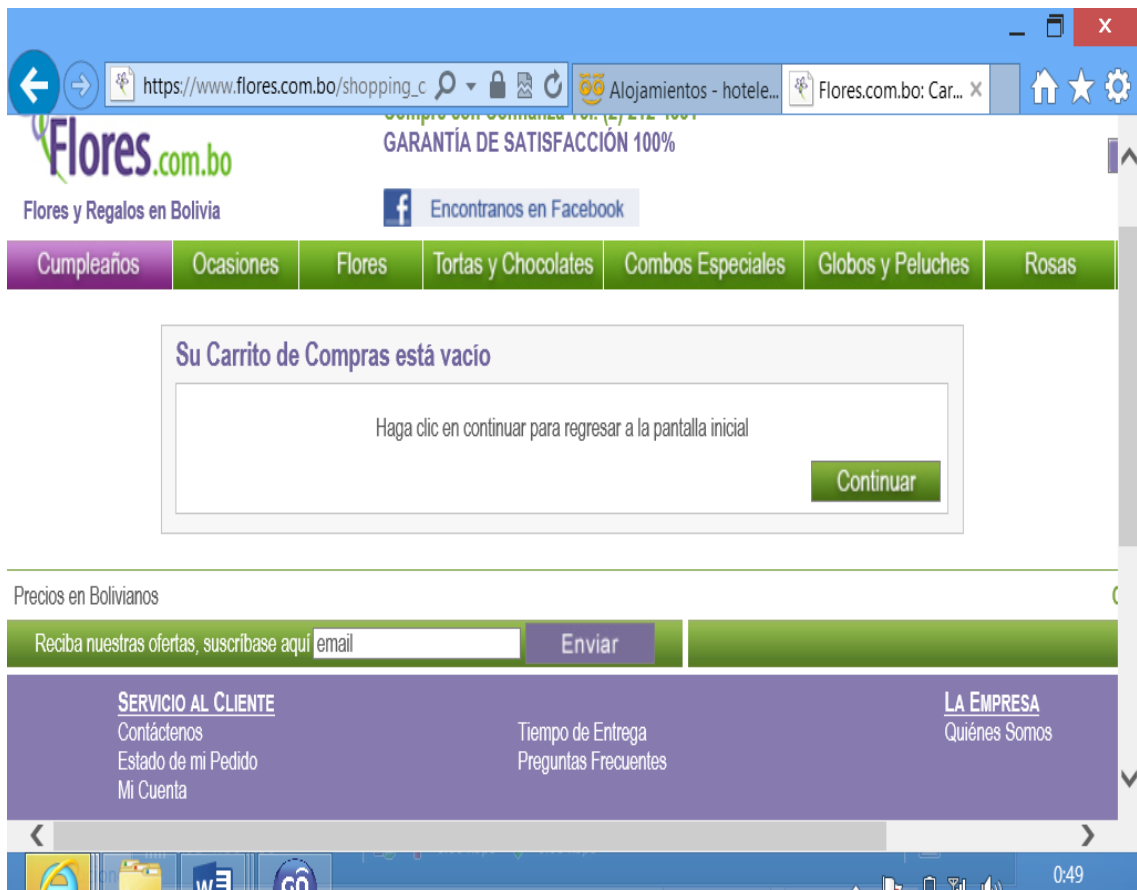
Fuente: Toma fotográfica propia, Abril 2017. <http://www.flores.com.bo/>

La Foto No 23. Destaca el menú en la que se puede recurrir a identificar un conjunto de opciones que van en materia de la atención como cumpleaños, ocasiones diversas, tipo de flores, tortas y variedad de chocolates, combos especiales, globos y peluches hasta rosas.

Lo importante es que la empresa virtual al tiempo de definir el contacto con el cliente en materia de lo que claramente quiere comprar, garantiza en lo posible en su satisfacción del 100% para lo cual el esfuerzo de presentar y preservar la calidad acompañan en el conjunto de procedimientos que deben ser cumplidos con todo cliente.

Foto No 24.

Aplicación en el Espacio de Compras



Fuente: Toma fotográfica propia, Abril 2017. <http://www.flores.com.bo/>

La Foto No 24. Contribuye a conocer que el carrito de compras estará en función de los pedidos que las personas hayan definido realizar. Asimismo se tiene que los precios pueden ser manejados en moneda nacional, además de atención como Servicio al Cliente, e información para conocer a la propia empresa y algo que es importante una suscripción para recibir ofertas dejando y enviando un correo electrónico.

El cuidado empresarial virtual es sin duda se dice el acompañamiento de una descripción del producto y en Flores.com.bo, se incorpora dicha pertinencia, en la que la elección del producto se presenta una descripción en materia de su composición e inclusive el número de los mismos, que son respaldados además de una ilustración fotográfica y su envoltura correspondiente que es lo que define la elección y el resultado final de la satisfacción correspondiente.

Foto No 25.

Descripción del producto elegido a Comprar



Fuente: Toma fotográfica propia, Abril 2017. <http://www.flores.com.bo/>

Flores.com.bo, tiene algo particular que detrás de una empresa existen recursos humanos calificados que permiten llevar adelante el conjunto de

sus actividades recuperando la producción de la flora su cuidado, tratamiento y diversificación en base a esta fauna el encuentro con las distintas expectativas y demandas que se van creando en los mercados virtuales.

La sostenibilidad en el tiempo de Flores.com.bo ha permitido que muchos clientes hayan podido dar su satisfacción permanente y que en función a fechas importantes la demanda de pedidos haya subido año tras año lo que permite que el conjunto de operaciones se vuelvan cada vez más expansivas dentro del mercado de La Ciudad de La Paz y su apertura a mercados de todo el país en concordancia de sus sólidas atenciones que definen su liderazgo en este rubro.

Asimismo ingresando a una de sus tiendas virtuales se puede observar que la traducción de la página respecto al contenido de sus ofertas puede realizarse en 9 idiomas, entre ellas el Inglés, Alemán, Español, Japonés, Francés, Italiano, Portugués, Griego, Holandés, lo que permite que los clientes que tengan el uso de distintas lenguas puedan comunicarse en la solicitud de sus pedidos sin ningún inconveniente desde cualquier parte del mundo, lo que se destaca como una enorme fortaleza que ha desarrollado la empresa virtual en el tiempo de sus operaciones y transacciones comerciales.

El pago puede realizarse por medio de tarjetas como MasterCard, Visa, PayPal, American Express, en la oferta para la compra de algún bien también proporciona ofertas en monedas expresadas en Dólares Americanos, Euros, Yenes entre otras.

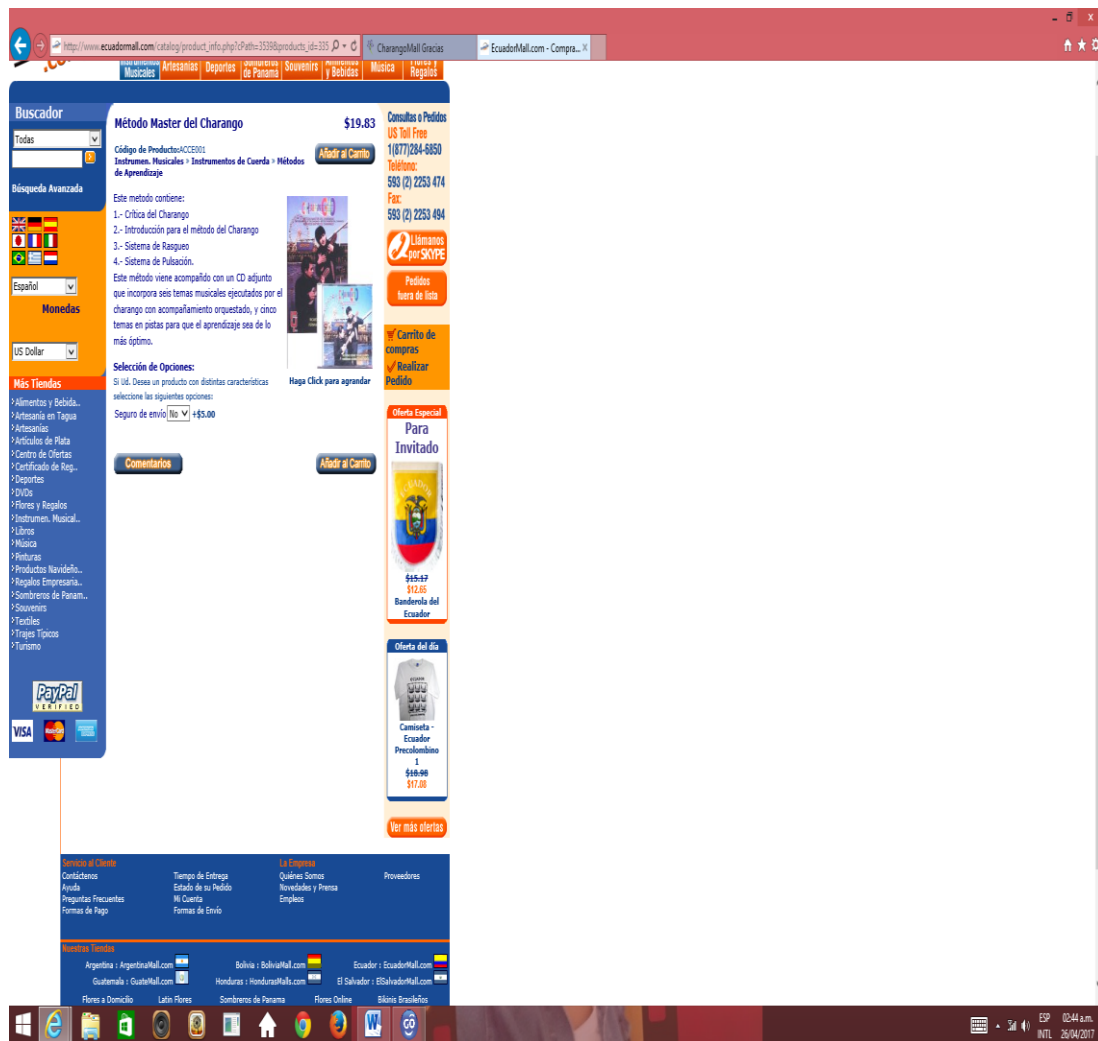
Asimismo el contacto y llamadas gratuitas, al igual que la comunicación vía Skype, contribuyen a que los procesos comunicativos con todo cliente sea la que contribuya a la calidad de servicio en el conjunto de sus operaciones requeridas.

El buscador permite precisar los productos que un cliente ingresando a sus tiendas pertinentes las desea encontrar, que en el caso particular pueden ser selectos tal el caso como el “Método Master del Charango” Método Audiovisual de los Autores Ricardo Yúgar Flores y Fernando Yúgar Flores, que como tal contribuye al proceso enseñanza y

aprendizaje de uno de los instrumentos muy conocidos en Bolivia y en el mundo como es el Charango, fue seleccionado dentro del conjunto de sus diversas ofertas que tienen la empresa virtual, lo cual se puede apreciar a través de la siguiente fotografía:

Foto No 26.

Amplitud Informativa de un producto elegido en la Compra



Fuente: Toma fotográfica propia, Abril 2017.
http://www.ecuadormall.com/catalog/product_info.php?cPath=3539&products_id=3356

La Foto No 26. Contribuye en la amplitud Informativa de un producto elegido en la compra, añadiendo incluso que se puede contar con la

decisión por parte del cliente incorporar o no con un seguro de envío del producto, lo que permite a que al consumidor se le dé alta responsabilidad en la entrega de su pedido específico y solicitado.

5.1.4 Boliviarmart.com

Boliviarmart como empresa virtual, se constituye en una de las más fortalecidas en su rubro, contribuyendo al emprendimiento de oportunidades comerciales virtuales, cuyo frontis principal del edificio en la que se realizan sus operaciones se la presenta en la siguiente fotografía.

Foto No 27

Infraestructura Principal de Operaciones de Boliviarmart



Fuente: Toma fotográfica propia, Abril 2017.

La Foto No 27, corresponde al frontis principal actual del edificio en la que se desarrollan las operaciones comerciales distintas de la empresa virtual Boliviamart, la misma que funciona con la seguridad y garantía correspondiente que como toda empresa virtual debe contar frente al conjunto de consumidores o demandantes en busca de sus satisfacciones comerciales y de consumo ante una serie de oportunidades a cual se adscribe la empresa virtual.

Boliviamart.com, se constituye en una de las empresas virtuales que define su centro de operaciones en la Ciudad de La Paz, cuya localización está en La Paz: Calle Socabaya No. 240, dentro del Edificio Handal Center, Piso 10, Oficina1002, Tel. 2-2408880, Cel. 78912883, que desde el corazón de la Ciudad de la Paz se expanden sus actividades empresariales virtuales comerciales hacia el resto de los departamentos de Bolivia y su expansión con tal nombre al resto del mundo.

La historia en cuanto a la empresa virtual Boliviamart sustenta lo siguientes:

“El año 2001, el equipo fundador de Boliviamart.com (en ése entonces dos personas) tuvo la oportunidad de visitar las oficinas de empresas de comercio electrónico como Amazon.com, eBay.com y otros gigantes del Internet en EEUU.

Desde entonces, el “e-commerce” no ha hecho más que crecer alrededor del planeta, moviendo hasta 1.5 trillones de dólares a nivel mundial el 2014. Bolivia se ha quedado rezagada muy lejos en esta carrera global incluso en comparación con sus vecinos más cercanos.

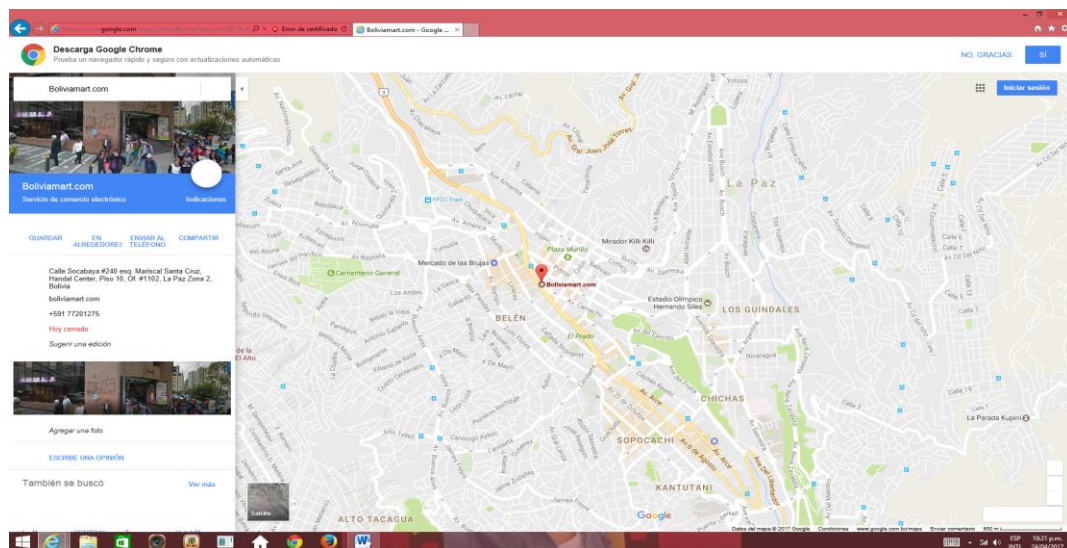
En la actualidad creemos apasionadamente que Bolivia merece ser parte de la revolución del comercio electrónico y que es hora de ya no quedar al margen de esta actividad que tiene el potencial de ayudar a cientos de miles de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas del país, así como a los millones de bolivianos que merecen una mejor experiencia al hacer sus compras por Internet y aprovechando la oportunidad que brinda para alcanzar una más amplia variedad de productos a buenos precios desde cualquier punto del país” (Boliviamart.com; 2017).

Lo anterior establece que, las oportunidades del mercado para el funcionamiento de empresas virtuales están dadas y que el esfuerzo aplicando las nuevas tecnologías se constituyen en oportunidades acertadas con las que pueden verse favorecidas muchas unidades productivas en la Ciudad de La Paz y en el país de Bolivia, las cuales pueden formar verdaderas cadenas productivas que asociadas pueden constituirse en potenciales unidades comerciales que de por si demanda el sector de consumo lo cual contribuye a que se pueda ingresar a una nueva manera de realizar actividades económico productivas que en otros países han logrado establecerse y que encontraron las maneras diversas de poder potenciar a sus economías a partir de estas nuevas infraestructuras digitales y virtuales que son las que aplican con mayor énfasis las generaciones actuales.

La ubicación de este negocio virtual, puede realizarse aplicándose la búsqueda satelital por medio del GPS, la cual se tiene localizada en la siguiente fotografía:

Foto No 28.

Página de Localización de Boliviamart



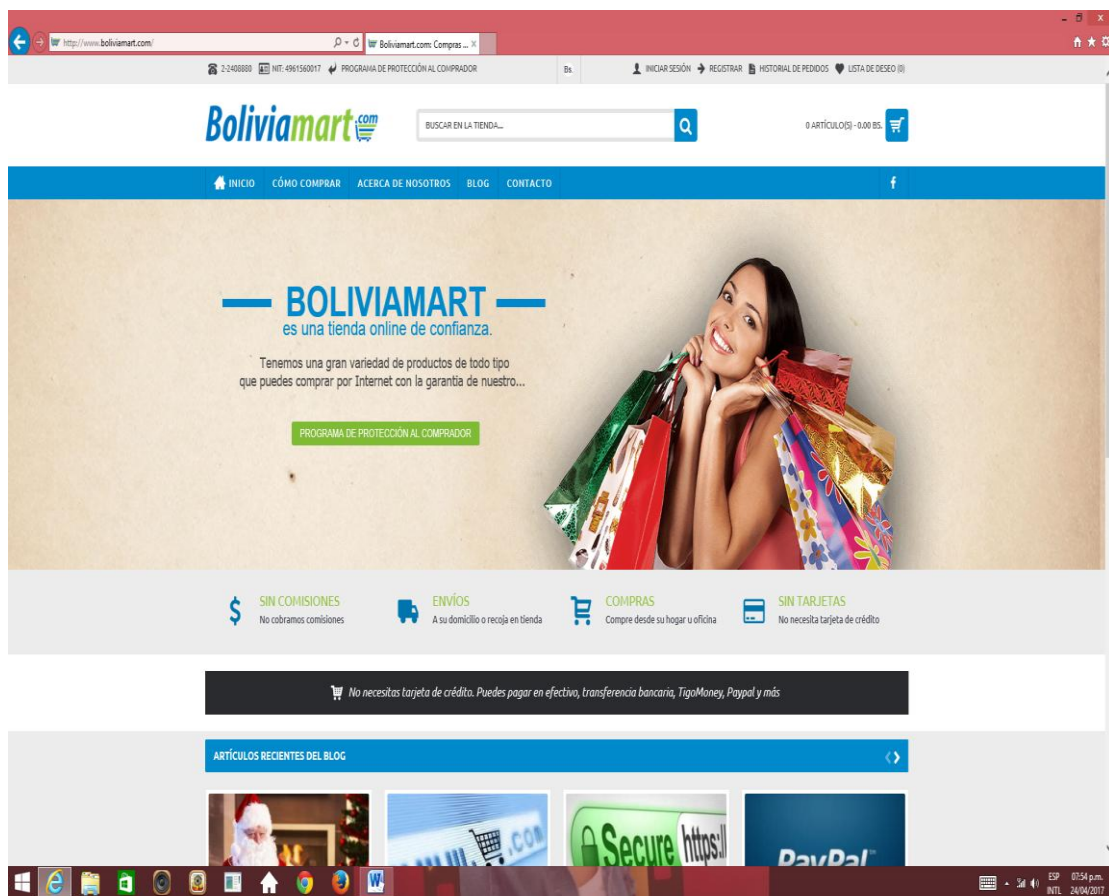
Fuente: Toma fotográfica propia, Abril 2017.
<https://www.google.com/maps/place/Boliviamart.com/@-16.49797,-68.135532,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x7eb366a59fac784e!8m2!3d-16.49797!4d-68.135532>

La Foto No 28. Permite apreciar que su ubicación es estratégica para el desarrollo del conjunto de sus operaciones comerciales en la que además se encuentra establecida en uno de los edificios referentes modernos en el centro de la Ciudad de La Paz.

El conocer a la empresa virtual Boliviamart, conlleva a poder tener un acercamiento a partir de su principal portal web en la que se puede apreciar la amplitud informativa a partir de lo siguiente:

Foto No 29.

Página Principal de Boliviamart



Fuente: Toma fotográfica propia, Abril 2017. <http://www.boliviamart.com>.

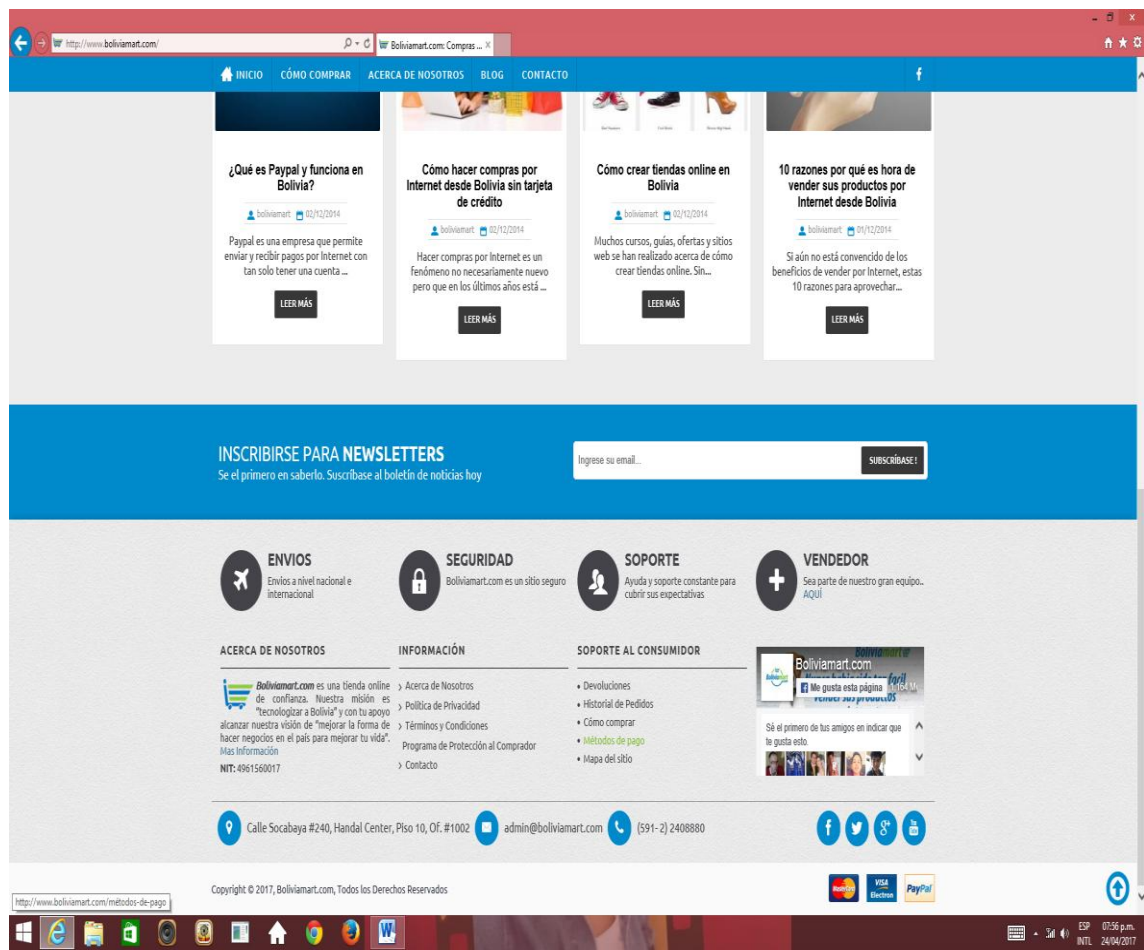
La Foto No 29, es la portada principal de Boliviamart, la que presenta un menú en la que da cuenta el inicio, cómo comprar, acerca de la empresa, y contacto, así como información que se liberan de comisiones, envíos,

compras a través de un carrito en las que a su vez se pone en manifiesto que también se puede comprar pagando en efectivo, transferencia bancaria, por medio de TigoMoney y otras formas en las que no se tenga restricciones para la compra deseada por parte del consumidor.

La amplitud informativa ante sus clientes de la empresa virtual Boliviamart es respaldada en la siguiente apreciación:

Foto No 30.

Página de Boliviamart



Fuente: Toma fotográfica propia, Abril 2017. <http://www.boliviamart.com>.

La Foto No 29, muestra que entre las tarjetas más utilizadas a nivel internacional para las compras estas también las compatibles como Mastercard, Visa, Paypal y que proporciona información sobre la forma

de envíos, seguridad, soporte al cliente, y opciones como sumarse en el proceso de ventas, asimismo la dirección actualizada de ubicación correo electrónico y número telefónico lo cual destaca la confiabilidad para con el cliente.

En el orden del manejo estratégico de la empresa virtual Boliviamart se tiene lo siguiente:

En cuanto a su Misión expresa lo siguiente ““Nuestra misión es “tecnologizar a Bolivia” y con tu apoyo alcanzar nuestra visión de “mejorar la forma de hacer negocios en el país para mejorar tu vida”.

Desde hace más una década hemos sido testigos de cómo el comercio electrónico ha estado cambiando la vida de millones de personas alrededor del mundo, simplificando la forma de hacer negocios, creando mayores ingresos, fuentes de trabajo y rompiendo las barreras geográficas”. (Boliviamart.com; 2017).

La misión hace hincapié en que las tecnologías se constituyen en lo fundamental para dar lugar el ejercicio y emprendimiento de realizar negocios y así generar empleos expandidos en distintas zonas geográficas y propender a mejores y mayores ingresos

En cuanto a su Visión desprende dos atenciones tanto como:

“Para emprendedores - Nuestra visión es mejorar la forma de hacer negocios en Bolivia para mejorar la vida de miles de emprendedores con ganas de trabajar por el país de manera honesta y responsable ayudando a sus empresas a llegar a miles de clientes a través de Internet.

Para nuestros clientes - Queremos mejorar la forma en que nuestros clientes hacen sus compras a diario, simplificando su vida y teniendo acceso a beneficios que hasta ahora estaban reservados para ciudadanos de otros países al tener la ventaja de comprar desde su hogar, oficina o donde quiera que se encuentre.

No olvide visitar otros sitios que serán de interés para usted y su empresa como Boliviamart.org que permite a artesanos, artistas, asociaciones, fundaciones y empresas con productos 100% bolivianos llegar a mercados internacionales en su idioma” (Boliviamart.com; 2017).

La visión en consecuencia atiende a los principales actores tales como a los emprendedores quienes se constituyen en los empresarios quienes buscan hacer nuevos y mejores negocios, los mismos que pueden ser mejorados, utilizando las herramientas de internet que como infraestructura fortalecida forma parte de las nuevas tecnologías y asimismo, en ello la visión se vincula el acercamiento a los clientes, quienes según la misma pueden mejorar sus opciones en la compra de sus productos deseados, de forma cómoda y más segura, a partir el uso de sus tecnologías por la que puede recibir amplia información, con la que todo cliente puede contar y satisfacer sus requerimientos.

Boliviamart además proporciona una información importante en favor del cliente quien quiere realizar alguna compra virtual, cuya información paso a paso es la siguiente:

“CÓMO COMPRAR - Comprar tus productos en Boliviamart.com es muy fácil y seguro.

Sigue los siguientes pasos:

a) ENCUENTRA TU PRODUCTO – puedes navegar por categorías o usando la barra de búsqueda superior para encontrar el producto de tu interés.

b) AGREGA TU PRODUCTO AL CARRITO – una vez que hayas verificado el precio y la información acerca del producto de tu interés, agrégalo a tu carrito de compras.

c) VERIFICA Y/O ESTIMA TU COSTO DE ENVÍO – dentro de tu carrito de compras, haz clic en “Estimar costos de envío”. Elige tu país y tu región/departamento para ver las formas de envío disponibles y su respectivo costo.

d) PASA POR CAJA – una vez que hayas revisado la información de envío y comprobado el precio total de tu compra, haz clic en Pasar por Caja

- **Paso 1: Registro** – Inicia sesión, regístrate o compra como invitado – en la siguiente página puedes elegir como deseas comprar con

nosotros. Si ya eres un cliente registrado, inicia sesión. Si eres un cliente nuevo, regístrate o si lo deseas, puedes comprar como invitado.

- **Paso 2:** Información personal y dirección – Ingresa tu información personal incluyendo tu dirección. Si tu dirección personal y tu dirección de envío son diferentes, no marques la casilla “Mi dirección personal y de envío son las mismas” e indica tu dirección de envío en el siguiente paso. Si ambas direcciones son las mismas, puedes dejar esta casilla marcada.
- **Paso 3:** Dirección de envío – Ingresa tu dirección de envío si es que no marcaste la casilla en el anterior paso
- **Paso 4:** Método de envío – Elige tu método de envío. Puedes elegir recojo físico en tienda, envío con ECOBOL, envío con EMS de Ecobol o FedEx.
- **Paso 5:** Método de pago – Elige tu método de pago. Puedes elegir pagar en efectivo al momento de recojo, depósito o transferencia bancaria, TigoMoney o Paypal. Si tienes alguna instrucción específica o mensaje para el vendedor, escríbelo en el espacio correspondiente. Debes estar de acuerdo con los Términos y Condiciones para continuar.
- **Paso 6:** Finalizar compra – Para finalizar tu compra, revisa toda la información y haz clic en **CONFIRMAR PEDIDO**. Recibirás un correo electrónico con todos los datos de tu compra y el número de referencia de tu compra. Puedes imprimir esta información o descargarla a tu celular.

* Si tienes problemas o consultas, ponte en contacto con nosotros.

* En cualquier momento puedes revisar el estado de tu pedido, ingresando a tu cuenta con tu correo electrónico y tu contraseña, y luego haz clic en la sección que dice '**Mis Pedidos**' ” (Boliviamart.com; 2017).

La información especificada paso a paso en favor de una compra contribuye a una acertada orientación y confiabilidad que siempre el cliente puede requerir, por lo que toda compra de seguro con la práctica se la pueda realizar con la seguridad y confiabilidad conforme a que las atenciones al consumidor sean correspondidas.

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES

La tesis a la vez que se adentró a la obtención informativa, se recorrió a analizarla complementando con experiencias para así consolidar el resultado de la presente tesis, destacándose el logro del objetivo general “Establecer las estrategias para que las empresas virtuales tengan un mayor posicionamiento y expansión en la ciudad de La Paz, Bolivia”, el mismo que fue conseguido por medio de los objetivos específicos, de los mismos se tienen las siguientes conclusiones:

- En cuanto al objetivo 1.
Se procedió a lograr identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que tienen las empresas virtuales. Las mismas que contribuyeron al manejo de los conocimientos, destacándose la importancia de los mismos que contribuyen a los fundamentos del manejo de las empresas virtuales en la que pone en ejercicio la dinámica económica de producción y comercialización aplicándose las nuevas tecnologías las cuales se permiten dirigir, administrar, y controlar de forma efectiva en todas sus etapas en las que las empresas virtuales ejercen sus funciones en favor de su participación en una nueva forma de realizar negocios en las que las nuevas sociedades se insertan de forma gradual y creciente gracias a la consolidación y abaratamiento del uso y acceso hacia las nuevas tecnologías.
- En cuanto al objetivo 2.
Analizar las ofertas de productos que llegan de forma diferenciada y de novedad por parte de las empresas virtuales de La Ciudad de La Paz, Bolivia, fue alcanzada a partir de que el acercamiento de las empresas virtuales destacan distintas actividades que en materia de especialidad se fueron consolidando en favor del mercado y las expectativas del cliente diferenciado.
- En cuanto al objetivo 3.
Investigar las necesidades de las empresas virtuales para lograr una mayor expansión en las redes. se puede decir que el mismo se cumplió, dado que el emprendimiento asocia a la capacidad efectiva que se pone en manifiesto implícito y explícito de un buen

manejo del marketing en las aplicaciones plenas de las empresas virtuales, que las mismas destacan en toda gestión dentro del movimiento y manifiesto de un entender de negocios globalizados que permite dar un salto de la atención a los mercados locales hacia los mercados internacionales, a partir de que son los propios consumidores diferenciados quienes se interesan y tienen nuevas demandas en materia de sus satisfacciones significativas.

- En cuanto al objetivo 4.
Conocer la dinámica de negocios de algunas Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia. El cual se pudo cumplir a partir de realizar una atención particular en cuanto al conjunto de procesos en el ámbito del funcionamiento y su rapidez en el conjunto de sus operaciones destacadas tanto en la Administración, Marketing y Negocios de las empresas que se destacan en favor de la presente tesis en La Ciudad de La Paz, donde consumidores en su necesidad buscar satisfacciones constante y/o diferenciadas se vinculan con las empresas virtuales y con ello definiendo la funcionalidad efectiva de las empresas virtuales.

Por lo anterior las Empresas Virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia; definen verdaderamente como saber hacer buenos negocios, que como todo desafío debe ser ponderado ante el desarrollo específico gradual en el tiempo y su protagonismo consolida su funcionamiento efectivo.

CAPÍTULO 7: RECOMENDACIONES

Dada la atención investigativa en la que se pudo transitar es importante resaltar las siguientes recomendaciones:

- Que ante la oportunidad expansiva de las redes informáticas es permisible impulsar los emprendimientos y creación de nuevas empresas virtuales en la Ciudad de La Paz, Bolivia en distintos rubros que aún pueden ser atendidos.
- La difusión publicitaria juega un papel importante por lo que las empresas virtuales deben difundir con mayor intensidad su existencia.
- La actualización de los portales web de las empresas virtuales conforme a la creatividad e innovación deben ser sostenidos, lo que contribuirá a la atención permanente de los clientes efectivos y la suma de nuevos clientes.
- La actualización y permanente capacitación de los recursos humanos debe darse de forma constante, dado a que los cambios tecnológicos juegan un papel importante en la existencia de una empresa virtual.

BIBLIOGRAFÍA

Aduviri Yujra, Ruben (2013). Sistema de Comercio Electrónico para la Empresa SEMANTIC. Bolivia: UMSA.

Bateman, Thomas S. y Snell, Scott A. (2009). Administración. Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo, 8a. ed. México: McGraw-Hill.

Bateman, Thomas y Snell, Scott (2001). Administración: Una Ventaja Competitiva. 4ta. Edición, México: McGraw Hill Interamericana S.A. de C.V.

Benavides, O. (2002). Competencias y Competitividad. Diseño para las organizaciones latinoamericanas. Colombia: Mc Graw Hill.

Burgwal Gerrit, Cuellar Juan Carlos (1999). Planificación Estratégica y Operativa. Ecuador: Abya Yala.

Chiavenato, Adalberto. (1995). Introducción a la Teoría General de la administración. 7ma. Ed. México. McGraw-Hill.

Couce, Luis (1999). El management en el Siglo XXI Herramientas para los desafíos empresariales de la próxima década. Buenos Aires: Granica.

Cuesta, Félix (2008). La realidad de la empresa virtual, México: UNAM.

Donthu, N; Garcia, A. (1999): "The Internet Shopper", Journal of Advertising Research, vol. 39, núm. 3, pp.52-58

Drucker, P. (2003). La organización del futuro. México. Editorial McGraw Hill

Escudero, Maria José (2011) Gestión commercial y servicio de atención al cliente. España: Paraninfo S.A..

Fernández, Esteban (2010). Administración de empresas: Un enfoque interdisciplinar, Madrid: Paraninfo.

Fernández Romero, Andrés (2004). Dirección y Planificación Estratégicas en las Empresas y Organizaciones. España: Díaz de Santos, S.A.

Flores Gonzales, Michael (2016). Sistemas de Información para el control y seguimiento de Ventas On-Line de productos Farmacéuticos Distribuidora PHARMICA. Bolivia: UMSA

Forsythe, S.; Shi, B. (2003): “Consumer Patronage and Risk Perceptions in Internet Shopping”, Journal of Business Research, vol. 56, núm. 11, pp. 867-875.

Griffin, R. W. (2011). Administración. Décima Edición. Mexico: Cengage Learning.

Hall Richard (1983). Organizaciones: Estructuras y proceso. 3ª. Ed. España: Prentice-Hall Internacional.

Hellriegel, D. Jackson, S. y Slocum, J. (2002). Administración: Un Enfoque Basado en Competencias. 9na. Edición. México: Thomson Editores, S.A. de C.V..

Hernández, Fernández y Batista, (2004). Metodología de la investigación. Tercera Edición. México, DF. Editorial McGraw-Hill.

Hiebieng Román G. 2006. Como preparar El Exitoso Plan de Mercadotecnia. Mexico: Mc Graw Hill

Hidalgo Antonio. (1996), La gestión de la innovación tecnológica en la empresa virtual, Revista Espacios. Vol. 17.

Holland P. Cristopher. (1998), Bussines Trust and the Formation of Virtual organizations, Thirty-First Annual Hawaii Intenational Conference on System Sciences. Vol 6, p. 602.

ISO 9000:2000. AENOR

ISO 9001:2008. AENOR

Katzy B. R. & Schuh G. (1999). The Virtual Enterprise, in: Handbook of Life Cycle Engineering: Concepts, Methods and Tools, USA: Chapman & Hall.

Lévy Pierre (1999). ¿Qué es lo virtual?. España: Paidós Ibérica, S. A.,

Laudon Kenneth C. y Laudon Jane P. (2012). Sistemas de Información Gerencial. 12da. Ed. México: Pearson.

Lundvall, B.(1992) National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning, London: Pinter Publishers.

Méndez, Morales José Silvestre (1996). Economía y la Empresa. México: McGraw Hill.

Promove Consultoría y Formación SLNE(2012) Como elaborar el análisis DAFO, Santiago de Compostela, CEEI GALICIA, S.A

Rodriguez Valencia Joaquin (2002). Administracion de pequeñas y medianas empresas. Editorial Thomson, 5ª ed, México.

Rohm, A.; Swaminathan, V. (2004): “A Typology of Online Shoppers Based on Shopping Motivations”, Journal of Business Research, vol. 57, núm. 7, pp. 748-757.

Rubio Domínguez Pedro (2008). Introducción a la Gestión Empresarial. España: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.

Senge, P. (1996).). La quinta disciplina. Cómo impulsar el aprendizaje en la organización Inteligente. España. Ediciones Granica.

Sotres Arévalo, Salvador G. (2010). La empresa virtual, un nuevo esquema de negocios en la red. México: UNAM.

Thomsen, Mogens (2009). El Plan de Negocios Dinámico. Dinamarca: Alianza.

Thompson y Strickland (2001). Administración Estratégica. 11va. Edición. Editorial McGraw Hill. México.

Web sites:

Cadena Hotelera Camino Real

<http://www.caminorealaparthotel-spa.com/es/home>

Europcar

www.europcar.com/location/bolivia

BoliviaMall

<http://www.boliviamall.com/>

Boliviamart

<http://www.boliviamart.com.>

Bolivia en tus Manos

http://www.boliviaentusmanos.com/amarillas/businesscard/camino_real_lp.html

De Conceptos

<http://deconceptos.com/ciencias-naturales/dinamica>

Definición ABC

<http://www.definicionabc.com/economia/empresa.php>

Definición de

<http://definicion.de/negocio/>

<http://definicion.de/estrategia/>