

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS**



**EMPRENDIMIENTO DE UN BUS TURÍSTICO URBANO GASTRONÓMICO  
PARA LA CIUDAD DE TARIJA**

**POR:**

**JURADO MURUNA MARÍA ALEJANDRA**

**ORTEGA ROMERO MARCELO ALEJANDRO**

**DOCENTE GUÍA:**

**M.SC. LIC. RÍOS MOLINA LUZ DANIELA**

**Proyecto de grado presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el grado  
académico de Licenciatura en Administración de Empresas.**

**2021**

**TARIJA – BOLIVIA**

## **Dedicatoria:**

A nuestra familia y  
personas especiales por  
habernos apoyado en  
todo momento.

# INDICE

INDICE DE CUADROS .....	13
INDICE DE TABLAS.....	15
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	18
1.    INTRODUCCIÓN.....	1
2.    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
2.1.    Formulación del Problema.....	4
2.1.1.    Objetivo General.....	4
2.1.2.    Objetivos Específicos .....	4
3.    NECESIDADES .....	5
4.    JUSTIFICACIÓN .....	6
4.1.    Justificación Teórica.....	6
4.2.    Justificación Practica.....	6
4.3.    Justificación Social .....	6
5.    DELIMITACIÓN - ALCANCE .....	7
5.1.    Límite Temporal .....	7
5.2.    Límite Geográfico.....	7

<b>6. MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>7</b>
<b>6.1. Exploratoria</b> .....	<b>7</b>
<b>6.2. Descriptiva</b> .....	<b>8</b>
<b>6.3. Población y Muestra</b> .....	<b>8</b>
<b>6.4. Muestreo Probabilístico:</b> .....	<b>9</b>
<b>6.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos</b> .....	<b>9</b>
<b>6.5.1. Fuentes Primarias</b> .....	<b>9</b>
<b>6.5.2. Fuentes Secundarias</b> .....	<b>10</b>
<b>6.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos</b> .....	<b>10</b>
<b>6.7. Análisis de datos</b> .....	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO</b> .....	<b>1</b>
<b>2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO</b> .....	<b>2</b>
<b>2.1. Macro Entorno</b> .....	<b>2</b>
<b>2.2. Análisis Micro Entorno o Entorno Inmediato</b> .....	<b>8</b>
<b>2.3. Síntesis del Macro y Micro Entorno</b> .....	<b>14</b>
<b>2.4. Análisis FODA</b> .....	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>17</b>
<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</b> .....	<b>17</b>

<b>3.</b>	<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADO</b>	<b>18</b>
3.1.	Planteamiento del Problema:	18
3.2.	Objetivos de la Investigación	18
3.3.	Problema de Decisión Gerencial	19
3.4.	Problema de Investigación de Mercados	19
3.5.	Preguntas de Investigación	19
3.6.	Hipòtesis	19
3.7.	Fuentes de Información	19
3.8.	Metodología de Investigación	20
3.9.	Proceso De Diseño De La Muestra	22
3.10.	Análisis e interpretación de resultados	25
3.11.	Estimación de la participación de la demanda	43
3.12.	Conclusiones de la investigación de mercados	44
	<b>CAPITULO IV</b>	<b>45</b>
	<b>PLAN DE MARKETING</b>	<b>45</b>
<b>4.</b>	<b>PLAN DE MARKETING</b>	<b>46</b>
4.1.	Buyer persona	46
4.2.	Proceso de compra	49

4.3. Estrategias de Marketing.....	50
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>53</b>
<b>PLAN DE OPERACIONES .....</b>	<b>53</b>
<b>5. Plan de Operaciones .....</b>	<b>54</b>
5.1. Objetivo general. ....	54
5.2. Características del servicio. ....	54
5.3. Descripción específica de los tours .....	71
5.4. Menú degustación .....	73
5.5. La carta .....	75
5.6. Proceso del servicio .....	76
5.7. Descripción del proceso de los tours .....	77
5.8. Descripción del proceso de compra .....	78
5.9. Capacidad de la prestación del servicio .....	80
5.10. Distribución del Bus Turístico Urbano Gastronómico.....	80
5.11. Requerimiento de maquinaria y equipos .....	81
5.12. Conclusiones.....	83
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>84</b>
<b>PLAN ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>84</b>

<b>6. PLAN ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>85</b>
<b>6.1. Objetivo general del Capítulo .....</b>	<b>85</b>
<b>6.2. Visión.....</b>	<b>85</b>
<b>6.3. Misión.....</b>	<b>85</b>
<b>6.4. Valores.....</b>	<b>85</b>
<b>6.5. Aspectos legales de constitución .....</b>	<b>86</b>
<b>6.6. Compañía de responsabilidad limitada .....</b>	<b>86</b>
<b>6.7. Logotipo.....</b>	<b>87</b>
<b>6.8. Slogan .....</b>	<b>88</b>
<b>6.9. Estructura organizacional .....</b>	<b>88</b>
<b>6.10. Organigrama del Bus Turístico Urbano Gastronómico.....</b>	<b>89</b>
<b>6.11. Descripción del personal .....</b>	<b>89</b>
<b>6.12. Demostración del nivel jerárquico.....</b>	<b>90</b>
<b>6.13. Funciones y perfiles de puestos .....</b>	<b>90</b>
<b>6.14. Directorio de socios .....</b>	<b>91</b>
<b>6.15. Nivel estratégico .....</b>	<b>91</b>
<b>6.16. Nivel funcional .....</b>	<b>92</b>
<b>6.17. Nivel operativo .....</b>	<b>93</b>

<b>CAPÍTULO VII.....</b>	<b>96</b>
<b>PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>96</b>
<b>7. PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>97</b>
<b>7.1. Requerimiento de activos fijos .....</b>	<b>97</b>
<b>7.2. Requerimiento de activos diferidos .....</b>	<b>99</b>
<b>7.3. Requerimiento de activos circulantes .....</b>	<b>99</b>
<b>7.4. Depreciación De Activos Fijos.....</b>	<b>100</b>
<b>7.5. Estructura De Inversión Y Financiamiento .....</b>	<b>101</b>
<b>7.6. Fuentes De Financiamiento.....</b>	<b>101</b>
<b>7.7. Amortización Del Crédito .....</b>	<b>102</b>
<b>7.8. Estructura De Costos.....</b>	<b>102</b>
<b>7.9. Planilla De Sueldos Y Salarios .....</b>	<b>105</b>
<b>7.10. Costos variables.....</b>	<b>106</b>
<b>7.11. Costo Total y Unitario .....</b>	<b>107</b>
<b>7.12. Costos Fijo Año De Apertura.....</b>	<b>108</b>
<b>7.13. Costos Anuales Proyectados.....</b>	<b>108</b>
<b>7.14. Costos Variables Proyectados Anualmente.....</b>	<b>109</b>
<b>7.15. Estructura Del Capital De Trabajo .....</b>	<b>110</b>



<b>7.16. Determinación Del Precio De Venta .....</b>	<b>110</b>
<b>7.17. Precio De Venta.....</b>	<b>111</b>
<b>7.18. Ingresos Proyectados .....</b>	<b>111</b>
<b>7.19. Análisis De Los Escenarios De La Demanda.....</b>	<b>114</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>118</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>121</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>122</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>125</b>

## **INDICE DE CUADROS**

<b>GRAFICO 1: ANALISIS FODA .....</b>	<b>16</b>
<b>GRAFICO 2: GENERO.....</b>	<b>26</b>
<b>GRAFICO 3: EDADES – PROPOSITO DE VIAJE.....</b>	<b>27</b>
<b>GRAFICO 4: ESTADO CIVIL .....</b>	<b>28</b>
<b>GRAFICO 5: LUGAR DONDE VIVE.....</b>	<b>29</b>
<b>GRAFICO 6: EDAD – PROBABILIDAD DE ADQUIRIR EL SERVICIO .....</b>	<b>30</b>
<b>GRAFICO 7: CONOCE DE UN BUS TURIDTICO – DIFERENCIA ENTRE OTROS SERVICIOS.....</b>	<b>31</b>

<b>GRAFICO 8: MEDIOS DE INFORMACION .....</b>	<b>32</b>
<b>GRAFICO 9: FRECUENCIA DE VIAJE.....</b>	<b>33</b>
<b>GRAFICO 10: TURISMO DE INTERES.....</b>	<b>34</b>
<b>GRAFICO 11: PREFERENCIA DE HOSPEDAJE .....</b>	<b>35</b>
<b>GRAFICO 12: MESES ATRACTIVOS PARA VIAJAR .....</b>	<b>36</b>
<b>GRAFICO 13: BENEFICIOS DURANTE EL VIAJE.....</b>	<b>37</b>
<b>GRAFICO 14: TRANSPORTE DURANTE EL VIAJE .....</b>	<b>38</b>
<b>GRAFICO 15: COMPAÑÍA DURANTE EN VIAJE .....</b>	<b>39</b>
<b>GRAFICO 16: ATRIBUTOS DEL SERVICIO.....</b>	<b>40</b>
<b>GRAFICO 17: NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO.....</b>	<b>41</b>
<b>GRAFICO 18: PRECIO DEL SERVICIO.....</b>	<b>42</b>
<b>GRAFICO 19: SLOGAN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....</b>	<b>43</b>
<b>GRAFICO 20: BUYER PERSONA.....</b>	<b>47</b>
<b>GRAFICO 21: PROCESO DE COMPRA .....</b>	<b>49</b>
<b>GRAFICO 22: RUTA 1 .....</b>	<b>60</b>
<b>GRAFICO 23: CROQUIS 1.....</b>	<b>60</b>
<b>GRAFICO 24: RUTA 2 .....</b>	<b>65</b>
<b>GRAFICO 25: CROQUIS 2.....</b>	<b>65</b>

<b>GRAFICO 26: RUTA 3 .....</b>	<b>70</b>
<b>GRAFICO 27: CROQUIS 3 .....</b>	<b>70</b>
<b>GRAFICO 28: MENU DEGUSTACION .....</b>	<b>74</b>
<b>GRAFICO 29: MENU A LA CARTA.....</b>	<b>75</b>
<b>GRAFICO 30: DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DEL SERVICIO ..</b>	<b>76</b>
<b>GRAFICO 31:DIAGRAMA DEL FLUJO DEL PROCESO DEL TOURS .....</b>	<b>77</b>
<b>GRAFICO 32: DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE COMPRA .....</b>	<b>79</b>
<b>GRAFICO 33: PLANO DE DISTRIBUCION DEL BUS .....</b>	<b>80</b>

## **INDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1: Evaluación del Macro Entorno .....</b>	<b>8</b>
<b>Tabla 2: Evaluación del micro entorno .....</b>	<b>13</b>
<b>Tabla 3: Asignación proporcional de la muestra por departamentos de Bolivia</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 4: Tamaño de la muestra .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 5: Prueba piloto .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 6: Muestra ajustada .....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 7: Descripción de tours 1 .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 8: Descripción del tour 2 .....</b>	<b>72</b>

<b>Tabla 9: Descripción Del Tour 3</b> .....	73
<b>Tabla 10: Capacidad De La Prestación De Servicio</b> .....	80
<b>Tabla 11: Requerimiento De Maquinaria</b> .....	81
<b>Tabla 12: Insumos</b> .....	82
<b>Tabla 13 requerimiento de activos fijos</b> .....	98
<b>Tabla 14 Requerimiento de activos diferidos</b> .....	99
<b>Tabla 15 Requerimientos de activos circulantes</b> .....	100
<b>Tabla 16 Depreciación De Activos Fijos</b> .....	101
<b>Tabla 17: Estructura De Inversión Y Financiamiento</b> .....	101
<b>Tabla 18 Amortización Del Crédito</b> .....	102
<b>Tabla 19 Costo De Administración Y Operaciones</b> .....	103
<b>Tabla 20 Gastos De Comercialización</b> .....	104
<b>Tabla 21 Servicios Básicos</b> .....	104
<b>Tabla 22: Aportes Patronales</b> .....	105
<b>Tabla 23 Planilla De Sueldos Y Salarios</b> .....	105
<b>Tabla 24: Planilla De Sueldos Y Salarios</b> .....	106
<b>Tabla 25: Costo Variable En El Año De Apertura</b> .....	107
<b>Tabla 26: Costo Variable Unitario Año De Apertura</b> .....	107

<b>Tabla 27: Costos Fijos</b> .....	108
<b>Tabla 28: Costo Unitario Al Año De Apertura</b> .....	108
<b>Tabla 29: Costos Variables Proyectados Anualmente</b> .....	109
<b>Tabla 30: Determinación Del Proceso Unitario De Venta</b> .....	111
<b>Tabla 31: Ventas Totales Proyectadas</b> .....	111
<b>Tabla 32: Flujo De Caja</b> .....	113
<b>Tabla 33: Evaluación De La Rentabilidad Económica Y Financiera</b> .....	114
<b>Tabla 34: Índice De Rentabilidad</b> .....	115