

## **ANEXOS**

**Anexo 1: Proyección del Incremento del Salario Mínimo Nacional (Regresión Lineal)**

<b>SALARIO MINIMO NACIONAL</b>			
<b>AÑO (X)</b>	<b>SMN(Y)</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>XY</b>
2005	440	4020025	882200
2006	500	4024036	1003000
2007	525	4028049	1053675
2008	577,5	4032064	1159620
2009	647	4036081	1299823
2010	679,5	4040100	1365795
2011	815,4	4044121	1639769,4
2012	1000	4048144	2012000
2013	1200	4052169	2415600
2014	1440	4056196	2900160
2015	1656	4060225	3336840
2016	1805	4064256	3638880
2017	2000	4068289	4034000
2018	2060	4072324	4157080
2019	2122	4076361	4284318
2020	2122	4080400	4286440
2021	2164	4084441	4373444
<b>34221</b>	<b>21753,4</b>	<b>68887281</b>	<b>43842644,4</b>

<b>a</b>	-260460,7132
<b>b</b>	130,025
<b>Y (SMN)</b>	Bs2.969,94
<b>x</b>	2026

<b>DETALLE</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>SMN</b>	Bs2.164,00	Bs2.449,84	Bs2.579,87	Bs2.709,87	Bs2.839,91	Bs2.969,94
<b>% INC. SMN</b>		13,21%	5,31%	5,04%	4,80%	4,58%

**Anexo 3: Proyección de la Inflación en Bolivia (Regresión Lineal)**

<b>PROYECCION DE LA INFLACION</b>			
<b>AÑO (X)</b>	<b>INFLACION (Y)</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>X*Y</b>
2010	7,18%	4040100	144,318
2011	6,90%	4044121	138,759
2012	4,45%	4048144	89,534
2013	6,48%	4052169	130,4424
2014	5,19%	4056196	104,5266
2015	2,95%	4060225	59,4425
2016	4%	4064256	80,64
2017	2,71%	4068289	54,6607
2018	2,60%	4072324	52,468
2019	3,80%	4076361	76,722
2020	1,47%	4080400	29,694
<b>22165</b>	<b>48%</b>	<b>44662585</b>	<b>961,2072</b>

<b>a</b>	0,000275262
<b>b</b>	2,13849E-05
<b>Y</b>	<b>4,360%</b>
<b>X</b>	2026

	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>INFLACION</b>	4,352%	4,354%	4,356%	4,358%	4,360%

**Anexo 3: Balance de Apertura**

**BALANCE DE APERTURA**

URBAN DAY

Practicado al martes, 22 de marzo de 2022  
(Expresado en Bolivianos)

<b>1. ACTIVOS</b>		<b>2. PASIVO</b>	
<b>1.1. Corriente o Circulante</b>	<b>5.970,00</b>	<b>2.1. Corriente o Circulante</b>	<b>642.549,92</b>
<b>1.1.1. Disponible</b>	<b>5.970,00</b>	<b>2.1.1. Exigible a Corto Plazo</b>	<b>0,00</b>
1.1.1.1. Caja	1.850,00	2.1.1.1. Cuentas por Cobrar	0,00
1.1.1.2. Banco M/N	4.120,00	2.1.1.2. Documentos por Pagar	0,00
<b>1.1.2. Exigible</b>	<b>0,00</b>	2.1.1.3. Debido Fiscal IVA	0,00
1.1.2.1. Credito Fiscal IVA	0,00	2.1.1.4. Impuestos a las Transacciones por	0,00
<b>1.1.3. Realizable</b>	<b>0,00</b>	2.1.1.5. Sueldos y Salarios por Pagar	0,00
1.1.3.1. Inventario de Mercadería	0,00	<b>2.2. No Corrientes</b>	
<b>1.2. No corriente</b>	<b>712.234,36</b>	<b>2.2.1. Exigibles a largo Plazo</b>	<b>642.549,92</b>
<b>1.2.1. Fijo Tangible</b>	<b>710.624,36</b>	2.2.1.1. Prestamo bancario por Pagar (sin	642.549,92
1.2.1.1. Vehiculos automotores	680.000,00	contar el monto del Capital de	
1.2.1.2. Muebles y Enseres	24.045,36	<b>2.3. Pasivos Diferidos</b>	<b>0,00</b>
1.2.1.3. Equipo de Computación	6.579,00	2.3.1. Alquileres cobrados por adelantado	0,00
<b>1.2.2. Activo Fijo Intangible</b>	<b>1.610,00</b>	<b>2.4. Cuentas Complementarias de Activo</b>	<b>0,00</b>
1.2.2.1. Asesoramiento legal	1.000,00	2.4.1. Depreciacion Acumulada Muebles y	
1.2.1.2. Alcaldia Municipal de Tarija	150,00	Enseres	0,00
1.2.1.3. Alcaldia Municipal de Tarija	260,00	<b>3. PATRIMONIO</b>	
1.2.1.4. Matricula FUNDEMPRESAS	150,00	<b>3.1. Capital Contable</b>	<b>75.654,44</b>
1.2.1.5. Ministerio de trabajo	50,00	3.1.1. Capital social	75.654,44
1.2.1.6. Administracion de Fondos de Pensiones	0,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>718.204,36</b>	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>718.204,36</b>

## Anexo 4:

### Maquinaria y equipo

Descripción	Unidad de medida	Cantidad
Heladera	Pza.	1
Micro Hondas	Pza.	1
Licuadaora	Pza.	2
Cocina	Pza.	1
Lava Trastes	Pza.	1
extractor de aire	Pza.	1
Mesas	Pza.	6
Asientos	Pza.	24
set de platos hondos	Pza.	24
set de platos planos	Pza.	24
jarras	Pza.	2
Cuchillos	Pza.	24
Tenedores	Pza.	24
Cucharas	Pza.	24
Copas de Vino	Pza.	24
Extintor	Pza.	1
Vasos	Pza.	24
tablas de madera	Pza.	6
Set de cuchillo de cocina	Pza.	1
Set de sartenes	Pza.	1
Set de ollas	Pza.	1

## Anexo 5:

### MERIENDA DE LOS PASAJEROS PARA 9.984 EN EL AÑO 2022

Ingredientes	Medidas	Cantidad por semana
Carne de res	kg.	1
Carne de pollo	kg.	2
Carne de chancho	kg.	2
Panza de res	kg.	1
Papa	kg.	2
Cebolla	kg.	2
Maíz pelado	kg.	3
Ají en vaina	kg.	1
Arveja	kg.	3
Arroz	kg.	2
Fideo	kg.	2
Chuño	kg.	1
Huevo	doc.	1
Queso roquefort	kg.	1
Queso criollo	kg.	1
Jamón	kg.	1
Aceite	lt.	1
Condimentos	bolsa	1
Tomate	kg.	1
Lechuga	unid.	2
Perejil	unid.	2
Sal	kg.	1
Azúcar	kg.	1
Vinagre	lt.	1

<b>Fosforo</b>	unid.	3
<b>Salsa soya</b>	lt.	1
<b>Aderezos</b>	kg.	1
<b>Molda dientes</b>	unid.	5
<b>Pan</b>	bolsa	1
<b>Pan molido</b>	kg.	1
<b>Limón</b>	doc.	1
<b>Pelón</b>	kg.	1
<b>Linaza</b>	bolsa	1
<b>Uva</b>	cuartilla	1
<b>Aceitunas</b>	conserva	1
<b>Aloja de maní</b>	lt.	2
<b>Aloja de cebada</b>	lt.	2
<b>Masitas</b>	Unid.	20
<b>Tamales</b>	Unid.	8
<b>Salteñas</b>		15

## Anexo 6:

### Material De Escritorio

Descripción	Unidad de medidas	Cantidad	Precio unitario	Total Anual
Bolígrafos	Unid.	3	4,5	54
Clips metálicos	Cajita	2	1,4	2,8
Corrector líquido	Unid.	1	5	5
Hojas boom	Resma	1	30	30
Folders	Unid.	3	0,75	15
<b>TOTAL</b>				<b>106,3</b>

## Anexo 7:

### Encuesta

#### Encuesta para los posibles clientes

La presente encuesta tiene como finalidad recolectar datos importantes para realizar un trabajo de investigación de mercados sobre la viabilidad de la implementación de un bus turístico urbano gastronómico. Tales datos serán de vital importancia para verificar posibles resultados analizados, se lo agradecerá de forma muy especial su colaboración para responder las preguntas a continuación. No esta demás enfatizar que los datos que usted exponga, serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad. Muchas gracias.

**1. ¿Indique su género?**

- Hombre
- Mujer

**2. ¿Indique su edad?**

18 – 29

30 – 44

45 – 59

60 o mas

**3. ¿Estado civil?**

- Soltero/a
- Casado /a
- Divorciado /a
- Separado/a
- Viudo/a

**4. Indique el lugar de donde viene**

- La Paz
- Santa Cruz
- Cochabamba
- Oruro
- Potosí
- Chuquisaca
- Beni
- Pando
- Argentina
- Otra nacionalidad (por favor especifique)

**5. ¿Qué tan diferente es este bus turístico urbano gastronómico de los servicios actuales de turismo?**

- Muy diferente
- Algo diferente
- No tan diferente
- Nada diferente

**6. ¿Qué tan probable es que usted use este nuevo servicio?**

- Muy probable
- Algo probable
- No tan probable
- Nada probable

**7. ¿Si nuestro servicio estuviera disponible hoy qué tan probable sería que usted lo usara en lugar de los servicios de la competencia actualmente disponibles en otras empresas?**

- Muy probable
- No tan probable
- Nada probable

**8. Si usted consideraría este nuevo servicio en esta área, ¿Cuáles serían las dos cosas principales que consideraría? Marque dos casillas**

- Precio
- Innovación
- Valor
- Otro (por favor especifique)

**9. ¿Cuál es su propósito al viajar?**

- Viaje de negocios
- Vacaciones
- Salud
- Otro (por favor especifique)

**10. ¿En qué medios buscan información para elegir el destino del viaje?**

- Redes sociales
- Páginas web
- Oficinas turísticas
- Recomendación de familias y/o amigos

**11. ¿Cuál de los meses consideraría atractivo para viajar?  
(seleccione dos opciones)**

- Enero
- Febrero
- Marzo
- Abril
- Mayo
- Junio
- Julio
- Agosto
- Septiembre
- Octubre
- Noviembre
- Diciembre

**12. ¿Con que frecuencia realiza su viaje?**

- 1 vez al año
- 2 veces al año
- 3 o más veces al año

**13. ¿Qué beneficios busca al viajar o conocer un nuevo destino?**

(del 1 al 5 cuanto valoraría los siguientes beneficios, siendo 1 nada importante y 4 muy importante)

<b>Atributo</b>	<b>Nada importante</b>	<b>Algo importante</b>	<b>Importante</b>	<b>Muy importante</b>
Conocer gente	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Disfrutar de una experiencia gastronómica	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Relajarse y desconectarse de la rutina	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Intercambio cultural	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

**14. ¿Qué tipo de turismo es el que más le interesa al momento de adquirir un paquete turístico?**

(del 1 al 5 cuanto valoraría los siguientes tipos de turismo, siendo 1 nada atractivo y 5 extremadamente atractivo)

<b>Atributo</b>	<b>Nada importante</b>	<b>Algo importante</b>	<b>Importante</b>	<b>Muy importante</b>
Urbano (Turismo en la ciudad)	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Gastronómico (Conocer la gastronomía y actividades)	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

**15. ¿Duración de su estadía?**

- 1-3 días
- 4-6 días

culinarias de la región)					- 7- 9 días - 10 o más días
Turismo nacional (El que se hace dentro del mismo país de residencia)	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	
Cultural (Se destacan los aspectos culturales, históricos, religioso, arte de la región)	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	
Turismo natural (El turismo natural tiene como finalidad el disfrute, de quien lo realiza, por medio del contacto con la naturaleza.)	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	

**16. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere?**

--	--	--	--	--

- Hotel
- Alojamientos urbanos
- Casa de amigos o familiares

**17. ¿Qué tipo de transporte usaría para conocer la ciudad de Tarija durante su viaje?**

- Público
- Privado
- Caminando

**18. ¿Al momento de viajar con quien frecuentemente lo hace?**

- Solo
- Familiares
- Amigos
- Pareja

**19. ¿Qué tan importantes considera los siguientes factores a la hora de adquirir o recomendar un servicio de turismo?**

<b>Atributo</b>	<b>Nada importante</b>	<b>No tan importante</b>	<b>Algo importante</b>	<b>Muy importante</b>
Atención al Cliente	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Precio	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Variedad de Paquetes	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Calidad de Servicio	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

Cordialidad	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

**20. ¿Qué tan importante es el precio para usted al elegir este tipo de servicio?**

- Muy importante
- Importante
- No tan importante
- Nada importante

**21. ¿En general cuánto estaría dispuesto a gastar por adquirir este servicio?**

- 70 – 80Bs
- 90 – 100Bs
- 110 - 120Bs

**22. ¿Cuál de estos nombres le parece atractivo para idea de negocio?**

- Urban Day
- Tarija City Tours
- Andalucía tours servicios
- Tarija exprés
- De ande es lindo travel

**23. ¿Cuál de estos slogans le parece atractivo para idea de negocio?**

**(del 1 al 5 cuanto valoraría los siguientes slogans para esta idea de negocio, siendo 1 nada atractivo y 5 extremadamente atractivo**

<b>SLOGANS</b>	<b>Nada atractivo</b>	<b>No tan atractivo</b>	<b>Algo atractivo</b>	<b>Muy atractivo</b>
Tu comodidad nuestra prioridad	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Un recorrido memorable	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Una nueva forma de conocer Tarija	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Una nueva forma de recorrer la ciudad	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Llévate solo tus recuerdos y deja solo tu huella	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Elige una ruta no una rutina	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

