

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”

FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



**TITULO: Diseño de un Plan Turístico para la Comunidad de Guaranguay Sud en la
Provincia de Uriondo (Concepción)**

ALUMNO: Espindola Baldiviezo Gabriela

DOCENTE GUÍA: Silisque Adrian

TARIJA- BOLIVIA

2022

DEDICATORIA

El presente trabajo esta dedicado a mi abuelo(+) que desde el cielo me bendice, protege y encamina. No me diste la vida pero me enseñaste a como vivirla.

Indice de Contenido:

I. INTRODUCCIÓN	1
1. Problema de Investigación.....	1
1.1. Planteamiento del Problema	3
1.2. Formulación del Problema.....	4
2. Objetivos de Investigación	5
2.1. Objetivo General.....	5
2.2. Objetivos Específicos	5
2.3. Planteamiento de Hipótesis.....	5
3. Definición Operacional de Variables	5
3.1. Variables Independiente	5
3.2. Variable Dependiente.....	6
4. Justificación	6
4.1. Justificación Social	6
4.2. Justificación Económica	6
4.3. Justificación Práctica	6
5. Límites y Alcances de la Investigación	7
5.1. Limite Espacial	7
5.2. Límite Temporal	7
5.3. Área del Conocimiento	7
6. Niveles de investigación.....	7
6.1. Etapa exploratoria	8
6.2. Etapa descriptiva.....	8
6.3. Etapa explicativa.....	8
7. Diseño de la investigación.....	8
7.1. Fuentes de Información	8
7.1.1. Primarias.....	8
7.1.2. Secundarias.....	9
7.2. Medio de Información	10
7.2.1. Encuestas.....	10
7.2.2. Entrevistas	10
II. MARCO TEÓRICO	11

1. Administración de Proyectos.....	11
1.1. Proceso de administración de proyectos	11
1.2. Características de los proyectos	12
1.2.1. Fase inicial del proyecto.....	13
1.2.2. Fase de planeación del proyecto.....	14
1.2.3. Fase de realización del proyecto	14
1.2.4. Fase de cierre del proyecto.....	14
1.3. Diseño del proyecto	15
1.3.1. Análisis inicial.....	15
1.3.2. Planificación del proyecto.....	16
2. La Administración en el Turismo	18
2.1.1. Atractivo Turístico	18
2.1.2. Recurso Turístico	18
2.1.3. Destino Turístico.....	19
2.1.4 Efecto Turístico	19
3. Ramas del Turismo.....	21
3.1. Turismo Comunitario.....	21
3.2 Turismo Sostenible	21
3.3. Turismo Rural	22
3.4. Turismo de Naturaleza.....	23
3.5. Ecoturismo	23
3.6. Agroturismo	23
3.6.1. Agroturismo en Bolivia.....	24
3.6.2. Agroturismo en Tarija	25
III. DIAGNÓSTICO.....	26
1. Características de la Comunidad	26
2. Análisis del Ambiente	27
2.1. Análisis del Macroentorno	27
2.1.1. Entorno Político – Legal	27
2.1.2. Entorno Económico.....	28
2.1.3. Entorno Sociocultural.....	29
2.1.4. Entorno Tecnológico.....	30

2.1.5. Entorno Demográfico.....	32
2.1.6. Entorno Ambiental	33
2.2. Análisis del Microentorno – Fuerzas de Porter	34
2.2.1. Análisis de los Clientes o Intermediarios	34
2.2.2. Análisis de la Competencia	35
2.2.3. Análisis de los Colaboradores	36
2.2.4. Análisis de Productos o Servicios Sustitutos	37
2.2.5. Análisis de Proveedores	37
2.3. Síntesis del Análisis del Entorno	38
3. Proyecto de Investigación de Mercados	41
3.1. Problema Gerencial.....	41
3.2. Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados	41
3.3. Pregunta Científica de Investigación	42
3.4. Planteamiento de la Hipótesis.....	42
3.5. Objetivos de la investigación de mercados	42
3.6. Fuentes de Información	42
3.6.1. Primarias.....	42
3.6.2. Secundarias.....	43
3.7. Medio de Información	44
3.7.1. Encuestas.....	44
3.7.2. Entrevistas	44
IV. PLAN DE MARKETING	45
1. Investigación de Mercados	45
1.1. Análisis Univariado	45
1.2. Análisis Bivariado.....	56
1.2.1. Análisis de Anovas.....	56
1.2.2. Análisis de Chi Cuadrada.....	60
1.3. Análisis Multivariado	63
1.4. Análisis de las Entrevistas	64
1.5. Conclusiones de la Investigación.....	67
2. Función del Marketing	67
2.1. Objetivos de Marketing	67

2.2. Segmentos de Mercado	68
2.3. Marketing Mix	68
2.3.1. Producto	68
2.3.2. Precio.....	69
2.3.3. Plaza	70
2.3.4. Promoción	71
2.3.5. Personas.....	72
2.3.6. Procesos.....	73
2.3.7. Presencia Física	74
2.4. Estrategias de Posicionamiento	75
2.4.1. Imagen de la Empresa	75
2.4.2. Marketing Electrónico.....	76
2.4.3. Estrategia de Promoción de Ventas y Publicidad.....	76
2.4.4 Estrategias Integradoras y Sociales	77
2.5. Presupuesto de Marketing.....	77
V. PLAN ORGANIZACIONAL.....	78
1. Objetivos del área Organizacional.....	78
2. Características de la Adecuacion de Ambientes.....	78
2.1. Preparación del Ambientes	78
2.2. Necesidad de Materiales	79
2.3. Higiene y Seguridad Industrial	79
2.4. Proceso de Adquisición	80
2.5. Capacidad del Servicio	81
2.6. Diseño y Distribución del Area.....	81
3. Diseño Organizacional	82
3.1. Estrcutura Organizacional.....	82
3.2. Descripción de Puestos	83
3.3. Proceso de Integración.....	84
4. Capital de Trabajo	85
4.1. Plan de Operación Anual	85
4.2. Programa de Ejecución	86
4.3. Costos de Instalación	88

4.4. Costo de Operación.....	89
VI. PLAN FINANCIERO	91
1. Objetivos del Area financiera.....	91
2. Costos	91
2.1. Estructura de los Costos.....	91
2.2 Determinacion del precio de venta	92
2.3. Proyecciones de la Organización.....	92
2.3.1. Proyeccion de Ingresos.....	92
2.3.2. Proyeccion de Egresos	93
2.3.3. Proyeccion de Utilidades	93
3. Ingenieria Financiera	94
3.1. Estructura del Capital de Trabajo	94
3.2. Requerimiento de activos fijos intangibles.....	94
3.3. Estructura de Inversiones.....	95
3.4. Balance de Apertura.....	95
3.5. Flujo para una Vida Util	96
4. Indicadores de evaluación	96
4.1. Valor Actual Neto – VAN	96
4.2. Tasa Interna de Retorno – TIR.....	97
4.3. Valor Actual Neto Social – VANS	98
4.4. Análisis Costo Beneficio – ACB	98
4.5. Tasa de Rentabilidad Efectiva – TRE.....	99
4.6. Beneficio sobre Costo - B/C	100
4.7. Periodo de Recuperación de la Inversión - PRI.....	101
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
1. Conclusiones.....	102
2. Recomendaciones	103
Bibliografía.....	104

Nómina de Anexos:

Anexo I: Leyes Vigentes de Turismo	1
Anexo II: Estadísticas que presenta la secretaria de turismo y cultura del Gobierno Autónomo Municipal de Tarija	3
Anexo III: Determinación de la Población	6
Anexo IV: Encuesta a los Turistas Locales	7
Anexo V: Entrevista a Expertos en Turismo	12
Anexo VI: Analisis Univariado	14
Anexo VII: Análisis Bivariado	36
Anexo VIII: Análisis Multivariado.....	43
Anexo IX: Entrevistas Realizadas	45
Anexo X: Equipos de Destilación	48
Anexo XI: Fotografías de la Comunidad.....	49

Indice de Figuras:

Figura 1: Piramime de Necesidades	16
Figura 2: ¿Usted realiza actividades turísticas locales?.....	45
Figura 3: ¿Cauntas veces realiza actividades turísticas locales durante el año?	45
Figura 4: ¿Cómo se informa de los atractivos turísticos que desea visitar o concer?	46
Figura 5: ¿Por qué prefiere adquirir informacion del medio seleccionado en la preunta anterior?	46
Figura 6: ¿Tiene algún lugar de preferencia para visitar o realizar estas actividades?	47
Figura 7: ¿Cuáles son los tipos de actividades que más le llaman la atención?	47
Figura 8: ¿Qué tipo de turismo le llama mas la atención?	48
Figura 9: ¿Cuándo prefiere participar de estas actividades?	48
Figura 10: ¿Qué tan importante considera que es la variedad de actividades?	49
Figura 11: ¿Qué tan importante considera que es la temporada del año?	49
Figura 12: ¿Qué tan importante considera que son las recomendaciones?	50
Figura 13: ¿Qué tan importante considera que es el precio?	50
Figura 14: ¿Qué tan importante considera que es la ubicación?	51
Figura 15: ¿Qué tan importante considera que es el tiempo del recorrido?	51
Figura 16: ¿En compañía de quien le gusta realizar actividades turísticas?.....	52
Figura 17: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico rural – comunitario?	52
Figura 18: ¿Le gustaría adquirir estos paquetes de agencias turísticas locales?	53
Figura 19: ¿Cuál de las siguientes agencias turisiticas locales en su favorita?	53
Figura 20: ¿Cómo adquiere información sobre paquetes turísticos?.....	54
Figura 21: ¿Estaria dispuesto a contratar un paquete turístico rural – comunitario?	54
Figura 22: ¿Qué beneficios le gustaría recibir al contratar un paquete turístico?	55
Figura 23: Género de encuestado	55
Figura 24: Edad del encuestado.....	56
Figura 25: Actividades y Frecuencia.....	57
Figura 26: Tipo de turismo y Precio.....	58
Figura 27: Realizar actividades y Edad	59
Figura 28: Lugar de preferencia y Medio de información.....	60

Figura 29: Género y Tipo de actividad.....	61
Figura 30: Agencia de turismo y Paquetes turísticos	62
Figura 31: Gráfico de Componentes.....	63
Figura 32: Proceso de Trabajo.....	73
Figura 33: Organigrama de la Organización	83
Figura 34:Rango de Edades de Turistas que visitan Tarija	3
Figura 35: Procedencia de los Turistas que visitan Tarija.....	3
Figura 36: Reincidencia de los Turistas que visitan Tarija	4
Figura 37: Motivo de la Visita de los Turistas que visitan Tarija	4
Figura 38: Atributos que Valoran los Turistas que visitan Tarija	5

Índice de Ilustraciones:

Ilustración 1: Viva Tours	70
Ilustración 2: Explora Tarija.....	70
Ilustración 3: 360 Turismo Tarija.....	70
Ilustración 4: Gobierno Autónomo Municipal de Tarija	71
Ilustración 5: Gobierno Autónomo Departamental de Tarija.....	71
Ilustración 6: OGD Tarija.....	72
Ilustración 7: Ubicación geográfica.....	74
Ilustración 8: Logotipo del Proyecto Turístico.....	75
Ilustración 9: Iconos de Redes Sociales	76
Ilustración 10: Insumos de Seguridad	79
Ilustración 11: Insumos de Seguridad	80
Ilustración 12: Lay Out del Complejo	81

Índice de Tablas:

Tabla 1: Influencia de los Factores del Macroentorno	38
Tabla 2: Nivel de Negociación de los Factores del Microentorno	39
Tabla 3: Nivel de Riesgo de los Factores del Microentorno	39
Tabla 4: Análisis FODA	40
Tabla 5: Análisis FODA Estratégico	41
Tabla 6: Entrevista a Daniel Becker Presidente de la Cámara Hotelera	64
Tabla 7: Entrevista a Pablo López Director de Turismo de la Gobernación	65
Tabla 8: Entrevista a Viviana Ugarte Presidente de la OGD	66
Tabla 9: Paquete Clásico	68
Tabla 10: Paquete Gastronómico.....	69
Tabla 11: Paquete Completo.....	69
Tabla 12: Ambientes de la Comunidad	78
Tabla 13: Equipamiento necesario	79
Tabla 14: Capacitaciones Requeridas.....	84
Tabla 15: Cronograma de Ejecución	86
Tabla 16: Presupuesto del Proyecto.....	88
Tabla 17: Ambientes del Proyecto.....	88
Tabla 18: Costos de Gencias Turísticas.....	89
Tabla 19: Costo de Servicio de Alimentación	89
Tabla 20: Costo de Especialistas en la Producción de Vino.....	89
Tabla 21: Costo de Oferta de Productos	90
Tabla 22: Estructura de Costos	91
Tabla 23: Precio de Venta	92
Tabla 24: Proyección de Ingresos.....	92
Tabla 25: Proyección de Egresos	93
Tabla 26: Proyección de Utilidades.....	93
Tabla 27: Cálculo del Capital de Trabajo.....	94
Tabla 28: Costo de Registro	94

Tabla 29: Estructura de la Inversión.....	95
Tabla 30: Balance de Apertura	95
Tabla 31: Flujo del Proyecto	96
Tabla 32: Cálculo de la TIR	97
Tabla 33: Cálculo del PRI	101