

CAPÍTULO I PERFIL DEL TRABAJO



I. PERFIL DEL TRABAJO

1.1. Antecedentes.

La nutrición y alimentación saludable ha ido evolucionando a lo largo de los años y es en los últimos años en que las personas han ido tomando conciencia de la importancia de poner en práctica buenas costumbres alimenticias en la vida diaria además del ejercicio físico. La población está asimilando que una alimentación adecuada e ingesta correcta de nutrientes permite tener una vida plena y saludable. Sin embargo, hace falta que mucha gente llegue a tomar verdadera conciencia de la nutrición y sus beneficios ante enfermedades de los últimos tiempos (Beltrán, 2020).

A mediados del siglo XX se fue investigando y descubriendo los nutrientes esenciales para una dieta equilibrada y cuya carencia es responsable de varias enfermedades que hoy en día afectan gran parte de la población mundial como el nuevo virus COVID-19 que ataca a personas con defensas bajas y a personas que sufren alguna patología de base y son responsables de la muerte de miles de personas en el mundo.

La Organización Mundial de la Salud en sus estudios realizados ha determinado que los factores de riesgo que ocasionan la aparición de enfermedades crónicas no transmisibles son: el consumo elevado de alimentos poco nutritivos, con alta densidad energética y alto contenido de grasa, azúcar y sal, así como la reducción de los niveles de actividad física (OMS, 2022).

Las enfermedades crónicas son ocasionadas por llevar una incorrecta alimentación según estudios e investigaciones de la FAO, en donde se afirma que el consumo de dietas sanas puede prevenir y reducir el riesgo de contraerlas. Las enfermedades que están dentro de las listas de esta

Organización son:

- + Obesidad
- + Arteriosclerosis
- + Hipertensión
- + Presión arterial elevada
- + Cáncer
- + Osteoporosis
- + Caries dentales
- + Pérdida de dientes
- + Enfermedades hepáticas como la cirrosis
- + Enfermedades renales
- + Diabetes mellitus
- + Alcoholismo.

A comparación de años antes que las personas desconocían los resultados de una mala alimentación ante enfermedades actualmente tomaron conciencia sobre la buena alimentación y la actividad física y se llega a la conclusión que una dieta saludable es un factor fundamental para el estado de salud de las personas en todo el mundo. el nuevo virus COVID-19 despertó el temor de las personas con enfermedades de base o con malnutrición ya que también debilita de forma importante el sistema inmunológico de las personas, aumentando las posibilidades de que se enfermen, queden postradas y mueran a causa de la enfermedad, posteriormente llegamos al punto de interés que es una buena alimentación y nutrición como forma de aumentar nuestras defensas con alimentos que nos aporten nutrientes necesarios para nuestro cuerpo y que la enfermedad llegue de una manera leve a nuestro organismo.

De esta manera se puede concluir que a lo largo del tiempo la nutrición toma tal importancia que las persona buscan alimentos que aporten a su salud, la alimentación influye de una forma notable a la aparición de enfermedades tan graves como las descritas anteriormente. Sin embargo, no se puede decir que son causadas únicamente por una mala nutrición, sino que también existen otros factores. Por otro lado, la dieta adecuada puede contribuir de manera positiva a la causa o a su vez al tratamiento de la misma.

Principales problemas nutricionales.

Según la OMS señala que llevar una dieta sana ayuda a prevenir diferentes enfermedades no transmisibles y trastornos.

El notable aumento de la producción de alimentos procesados y el cambio en los estilos de vida han dado lugar a un cambio en los hábitos alimentarios. Actualmente, las personas consumen más alimentos hipercalóricos, grasas, azúcares libres y sal/sodio; por otra parte, muchas personas no comen suficientes frutas, verduras y fibra dietética, como por ejemplo cereales integrales.

El desconocimiento de los tipos de alimentos adecuados para la dieta saludable de una persona es uno de las principales causales de enfermedades crónicas. El desequilibrio de consumir demasiados alimentos y hacer muy poco ejercicio también aumenta en gran medida el riesgo de sufrir enfermedades. Es por esta razón que se debe brindar la información adecuada a la población sobre clases de alimentos y tipos de nutrientes saludables, y así reducir en número de personas enfermas.

Las personas en la actualidad prefieren comprar comida elaborada, ya que consideran muy laborioso prepararla y requiere de tiempo. Esto ocurre principalmente con personas que trabajan, sin embargo, hay hogares que también han optado por comprar la comida fuera de casa

ocasionando problemas alimenticios a sus familias que son conformadas por niños e incluso personas de edad avanzada, quienes requieren de una correcta alimentación.

Principales problemas en el país y departamento.

Diabetes.

La diabetes es una deficiencia crónica, producida cuando el páncreas no puede fabricar insulina suficiente o porque las células no responden a su estímulo (OMS, 2022).

En Bolivia cada año se incrementa los casos de diabetes, el Sistema Nacional de Información en Salud (SNIS) estima que en Bolivia la prevalencia de diabetes es de 6.6 % lo que quiere decir que 362.000 personas vivirían con la enfermedad, lo que significaría que cada año mueren cerca de 5.260 personas entre 20 y 79 años por causa de la diabetes (SNIS, 2022).

Según los indicadores de SEDES Tarija, a la fecha se tiene 6.876 pacientes enfermos con diabetes en el departamento de Tarija, de los cuales 4.200 son mujeres y 2.676 son varones.

Dieta cardiosaludable.

- ✚ La ingesta de grasas saturadas ha de ser inferior al 7 por ciento del total de calorías.
- ✚ El aceite de oliva tiene que ser la grasa predominante. (Hepatoprotector)
- ✚ Disminuir o eliminar las grasas de origen animal: mantequilla, crema de leche, tocino, etc. Es preferible sustituirlas por el consumo de pescado.
- ✚ Las carnes, pescados y huevos son ricos en proteínas y también contienen grasas, pero no hidratos de carbono. Añadir que el huevo contiene albumina para personas con algún problema hepático o renal.
- ✚ Comer poco y varias veces al día, evitando comidas copiosas y los azúcares de absorción rápida que elevan bruscamente los niveles de glucosa en la sangre.

La diabetes es una enfermedad controlable y si se da un diagnóstico oportuno a los pacientes se evitarían complicaciones tales como la ceguera, insuficiencia renal, accidentes cerebrovasculares, infartos, entre otros.

Algunos factores que pueden ayudar a prevenir esta enfermedad se encuentran los cambios de estilos de vida como mantener un peso corporal sano y realizar actividad física moderada (Vila, 2018).

Cirrosis.

De acuerdo con el área de Control de Tabaco y Drogas Lícitas e Ilícitas del Ministerio de Salud, el abuso prolongado de alcohol causa enfermedades al hígado como la cirrosis y hepatitis, además de pérdida de memoria, úlceras, anemia, coagulación defectuosa, deterioro de la función sexual, malnutrición, depresión, cáncer y hasta daño cerebral. (SEDES, 2022)

Las afecciones del hígado son frecuentes en los pacientes tarijeños, El Servicio Departamental de Salud (Sedes) no lleva una estadística de la enfermedad como tal, pero tomamos un índice según el policlínico Varas Castrillo que cada día acuden alrededor de 40 pacientes por día donde se distribuyen personas con hígado graso y cirrosis hepática (Varas, 2022).

Por lo tanto, la dieta es estricta cuando ya se tiene dichas enfermedades para que estas ya no puedan avanzar, la cirrosis tiene 4 etapas que veremos en el siguiente cuadro.

Tabla 1

Etapas de la cirrosis

Estadio	Características de esta fase	Mortalidad al año
1 Compensado	Ausencia de varices esofágicas y ascitis	1%
2 Compensado	Varices esofágicas sin antecedentes de hemorragia sin ascitis	3.4%
3 Descompensado	Presencia de ascitis con o sin varices esofágicas	20%
4 Descompensado	Hemorragia digestive por hipertensión portal con o sin ascitis	57%

Nota. Los estadios de la cirrosis se divide en 4 dos compensadas y dos descompensadas que determina el avance de la enfermedad (García, 2007).

Los cambios en la dieta para la enfermedad hepática pueden incluir:

- ✚ Reducir la cantidad de proteína animal que consume. Esto le ayudará a reducir la acumulación de productos de desecho tóxicos.
- ✚ Aumentar su ingesta de carbohidratos para que sea proporcional a la cantidad de proteína que consume.
- ✚ Comer frutas y vegetales, así como proteína magra como leguminosas, pollo y pescado. Evite los mariscos crudos.

-
- ✚ Tomar vitaminas y medicamentos recetados por el proveedor de atención médica para hemograma bajo, problemas neurológicos o problemas nutricionales a raíz de la enfermedad hepática.
 - ✚ Limitar el consumo de sal. La sal en la alimentación puede empeorar la acumulación de líquidos y la hinchazón en el hígado.

Podemos concluir que una evaluación y tratamiento nutricional en los pacientes cirróticos, en fase compensada y descompensada, debe ser esencial y rigurosa para poder prolongar la expectativa de vida. Es por eso que todos los profesionales de salud que estén al cargo de estos pacientes deberían tomar en cuenta los marcadores y tratamientos nutricionales para poder brindar un mejor tratamiento a estos pacientes.

Una dieta saludable también ayuda a prevenir esta enfermedad ya que comienza con la enfermedad de hígado graso por ingesta de alimentos dañinos.

Hipertensión.

La hipertensión arterial es una enfermedad crónica no transmisible que consiste en el incremento constante de la presión sanguínea en las arterias. En Bolivia 19.6% de prevalencia de dicha enfermedad y uno de cada 3 adultos bolivianos tiene hipertensión y poco más del 30% de estos desconoce que sufre este mal, incrementándose en 50% en mayores de 50 años.

En Tarija, la hipertensión arterial afecta a un 40 a 45 por ciento de toda la población, el 30 por ciento no sabe que tiene presión alta, el 20 por ciento la tiene controlada y el resto no conoce la enfermedad (SEDES, 2022).

El riesgo de esta enfermedad se puede reducir cuidando el consumo de sal, con una dieta equilibrada, evitando el abuso de alcohol y tabaco y realizando ejercicio periódicamente.

Tabla 2

Pacientes según factores de riesgo

Factores de riesgo	Total	
	N	%
N 270		
Hábitos alimentarios inadecuados	189	70
Hábitos tóxicos	143	52,9
A. acullico de coca	143	52,9
B. alcohol	101	37,4
C. hábitos de fumar	31	11,4
Eritrocitosis	81	30
Obesidad	76	28,1
Factor hereditario	51	18,8
Diabetes	47	17,4
Sedentarismo	36	13,3
Sin factores de riesgo	81	30

Nota. Predominando los hábitos alimentarios inadecuados como el factor de riesgo principal con un 70%, seguido de los hábitos tóxicos con el 52,9% (Martínez, 2022).

Dieta DASH:

- ✚ Consumirá muchas verduras, frutas y productos lácteos sin grasa o bajos en grasa.
- ✚ Incluirá granos enteros, legumbres, semillas, nueces y aceites vegetales.
- ✚ Comerá pescado, aves y carnes magras.

-
- ✚ Reducirá la sal, las carnes rojas, los dulces y las bebidas azucaradas
 - ✚ Reducirá las bebidas alcohólicas.

Obesidad.

La obesidad está declarada como la epidemia del siglo XXI por la OMS.

En la última década, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), las Enfermedades No Transmisibles han matado aproximadamente a 41 millones de personas por año, lo que equivale al 71% de las muertes que se producen a nivel mundial (OMS, 2018).

En Tarija está contemplado entre los más altos índices de obesidad, en el estudio se demostró que un 35 por ciento de la población está con obesidad y sobrepeso, ahora se ha realizado este estudio a nivel nacional donde se ha podido verificar que se ha incrementado un 10 por ciento más (SNIS,2022).

Hablar de obesidad y sobrepeso hace referencia, al menos, a dos ámbitos: el de la salud pública, asociado con las ENT; y el de la prevención, asociado con la nutrición y la alimentación saludable.

Desde esta perspectiva, la alimentación no saludable (o mal nutrición) aumenta el riesgo de sobrepeso y obesidad, estrechamente relacionados con las ENT como diabetes tipo 2, hipertensión, enfermedades cardiovasculares, enfermedad respiratoria crónica y algunos tipos de cáncer (OMS,2018).

Se puede decir entonces que, para prevenir la obesidad en Bolivia hace falta que las personas tomen conciencia de la alimentación para mantenerse sanos ya que en la actualidad las personas no tienen una cultura nutricional y alimentaria para evitar este mal.

1.2. Fundamentación

El diseño de un plan de negocios para la creación de un restaurante con servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base en la ciudad de Tarija se justifica en el desarrollo de una propuesta de un restaurante de comida saludable con atención en el mismo y través de delivery para más comodidad, tiene como propósito cambiar los malos hábitos alimenticios de los ciudadanos de Tarija, ayudar a las personas que tengan una patología de base con los requerimientos necesarios que implique la enfermedad que padezca y de igual manera proporcionar una alimentación considerando todas las medidas de seguridad solicitadas en el contexto de pandemia.

La ciudad de Tarija se encuentra en pleno crecimiento por lo cual da lugar a la aparición de negocios en los que se puede encontrar comida saludable o solo con servicio de catering, Recabando información, en Tarija no existe un restaurant fijo de comidas especializadas en la ciudad lo cual nos diferencia además de su servicio especializado.

En la actualidad las personas están más conscientes de que llevar una alimentación saludable es vital para enfrentar y evitar enfermedades, por otro lado, para las personas que sufren ya alguna patología de base nuestra idea es dar un buen asesoramiento con profesionales en nutrición para el asesoramiento de los alimentos de igual manera para los adultos mayores brindando alimentos blandos y completos.

Por lo tanto, el presente proyecto pretende determinar la viabilidad para la creación e implementación de un restaurante de comida especializada en la ciudad de Tarija.

1.3. Identificación del Problema

El estudio se fundamenta en la elaboración de un plan de negocios como herramienta de trabajo para evaluar la viabilidad de la idea, buscar alternativas y estrategias para la elaboración del mismo.

La oportunidad de negocio es grande, dado que son escasos los lugares donde brinden este tipo de servicios.

¿Existe la viabilidad técnica, económica y financiera en el mercado de comida saludable en la ciudad de Tarija, para establecer el emprendimiento de un restaurante con servicio especializado?

1.3.1. Análisis e identificación del mercado potencial.

En este caso el mercado potencial de “HOY TOCA SER FELIZ” serán personas que tienen patologías de base que requieren de un tipo de alimentación diferente,

1.3.2. Descripción de la Idea del negocio.

Con la visión de un administrador de empresas y siguiendo la línea de la innovación y el emprendedurismo es que se ha gestado la idea de crear una empresa propia, la cual no solo generará beneficios personales sino también el aporte nutricional a nuestros clientes.

El concepto de negocio que se propone como “HOY TOCA SER FELIZ” ‘nace como una nueva forma de ayudar a las personas con patologías de base, a mejora la calidad de vida mediante una alimentación rigurosa y/o mejorar en cierto grado la patología de base como también ayudar con un aporte nutricional al adulto mayor.

“HOY TOCA SER FELIZ” es un restaurante dedicado al servicio especializado y asesoramiento en dietas saludables para personas con patologías de base y adultos mayores. Les

ofrecemos un menú especializado para cada patología asesorado por un profesional de nutrición además un servicio especializado para el adulto mayor.

1.3.3. Identificación de necesidades insatisfechas.

La oportunidad de negocio en este rubro es grande, dado que son escasos los lugares donde brinden este tipo de servicios y nuestra idea es poder brindar un lugar acogedor con menús especializados.

1.3.4. Oportunidades de negocio.

Nos introduciremos al mercado de restaurantes de comida saludable, con la apertura de un lugar cómodo y acogedor donde se pueda brindar un servicio especializado de alimentación con respecto a las restricciones que implica ciertas patologías de base, y servicio especializado para el adulto mayor que es un mercado grande además buscando oportunidades de negocios, como tener convenios con clínicas, hospitales y consultorios privados, ya que ellos derivan según la patología a nutricionistas y nuestra empresa facilitaría con la elaboración de los mismos bajo supervisión de profesionales.

1.4. Objetivos de Investigación.

1.4.1. Objetivo General.

Desarrollar un plan de negocios para la creación de un restaurante con servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base en la ciudad de Tarija.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- ✚ Realizar un estudio de mercado para determinar el mercado objetivo, los gustos y preferencias de los potenciales clientes en cuanto al servicio que se va a brindar en la ciudad de Tarija.

-
- ✚ Establecer estrategias competitivas de la empresa para la comercialización del servicio en la que se incluirá diferentes menús para cada tipo de dieta.
 - ✚ Fijar los precios del producto y servicio prestado.
 - ✚ Crear procesos administrativos y productivos que abarquen todas las operaciones de la empresa
 - ✚ Realizar un estudio económico financiero para conocer la factibilidad del emprendimiento,

1.5. Técnicas y Metodología de la Investigación

1.5.1. Tipo de Investigación.

Se aplicará la investigación exploratoria y descriptiva, con el objeto de poder hacer un análisis por medio de los datos cuantitativos mediante encuestas.

1.5.2. Métodos de investigación.

Se usará el método de encuesta ya que es un cuestionario estructurado que se da a una muestra de la población y está diseñada para obtener información específica de los entrevistados.

1.5.3. Población y muestreo.

Nuestra población meta será personas que padezcan algún tipo de patología de base en la ciudad de Tarija (SNIS, 2022).

En las técnicas de muestreo que se usará en el presente trabajo es el muestreo aleatorio simple para calcular el tamaño de nuestra muestra.

1.6. Delimitación de la Investigación.

1.6.1. Delimitación Teórica.

El plan de negocios se enfocará en los datos que nos ayudará a la creación de restaurante con servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base mediante diseños y estrategias de marketing.

1.6.2. Delimitación Temporal.

Para la realización del emprendimiento propuesto, se realizará un análisis de datos actuales (2022) relacionados con el tema de interés.

1.6.3. Delimitación Espacial.

El levantamiento de la información necesaria, para el plan de negocio, se realizará en la ciudad de Tarija tomando en cuenta a personas individuales con patologías de base.

CAPÍTULO II ANÁLISIS DEL CONTEXTO



II. ANÁLISIS DE CONTEXTO.

2.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.

2.2. Análisis del Macro Entorno.

Al pasar los años en la economía Tarijeña, se van dando ciertos cambios y para eso debemos mantenernos alertas informándonos constantemente para poder tomar decisiones correctas y oportunas.

Según Parada (2015), autor del libro “Análisis PESTEL” nos permite anticipar mejor el futuro contexto con el que se moverá la empresa, el siguiente análisis PEST del macro ambiente nos ayudará a identificar y definir nuestras oportunidades y amenazas en el mercado de comida saludable del departamento de Tarija.

2.3. Político Legal.

El gobierno representa un lugar preferencial en el análisis del entorno, ya que su papel en la política de desarrollo es todavía un asunto controvertido, no hay una toma de conciencia en el sistema político acerca de la trascendencia que tiene la administración pública en el proceso gubernamental global y en su potencial como formuladora y ejecutora de una estrategia de desarrollo.

El marco político legal boliviano para el sector de servicio y comercio esta por la Constitución Política del Estado, las Leyes y Convenios Internacionales aprobados por el parlamento y las normas promulgadas por el Poder Ejecutivo (Decretos Supremos, Resoluciones Supremas, Resoluciones Bi-ministeriales, Ministeriales y Resoluciones Administrativas), dentro de las cuales se encuentran las normas municipales (ordenanzas y resoluciones). Los instrumentos jurídicos que definen la acción del Estado en el sector turismo están contenidos en:

❖ **Constitución Política del Estado**

Art.308 El Estado reconoce, respeta y protege la iniciativa privada, para que contribuya al desarrollo económico, social y fortalezca la independencia económica del país.

II. Se garantiza la libertad de la empresa y el pleno ejercicio de actividades empresariales que serán reguladas por la ley.

Art. 312 Toda actividad económica debe contribuir al fortalecimiento de la soberanía económica del país. No se permitirá la acumulación privada de poder económico en grado tal que ponga en peligro la soberanía económica del estado

I. Todas las formas la organización económica tiene la obligación de generar empleo digno y contribuir a la reducción de las desigualdades y a la erradicación de la pobreza.

II. Todas las formas de organización económica tienen la obligación de proteger el medio ambiente.

❖ **Índice de riesgo político**

El índice de riesgo político para Bolivia es de 5,08, que es considerado "alto". Las evaluaciones de Riesgo Político de diferentes instituciones destacan que 25 países de los 50 que representan las mayores economías globales se enfrentan a un "elevado nivel de riesgo político" (Escobar, 2022).

❖ **Política monetaria expansiva**

Actualmente el gobierno está poniendo más dinero en circulación mediante los bonos dignidad, Juancito pinto, prosol, que hace que las personas tengan mayores ingresos, por lo que solicitarán sueldos y salarios más elevados. El bono Juancito pinto es de 200 Bs. La renta dignidad es de 300 a 350 Bs. Por lo tanto, produce que haya mayor circulante de dinero, por lo que las

personas tendrán mayor poder adquisitivo, y podrán darse la oportunidad de contar con este tipo de servicio especializado.

2.4. Factores económicos.

Señala el ministerio de finanzas que en el período 2006 - 2020, en promedio el PIB per cápita de Tarija llegó a \$us 5.530, dos veces superior al promedio del PIB per cápita de Bolivia. Tarija es el principal departamento productor de gas natural. Mientras que, en 2021, la facturación de las ventas en los restaurantes se incrementó en 23% con relación a 2020, el monto pasó de 53 millones de bolivianos a 66 millones. Este ascenso en las ventas facturadas de los restaurantes es un reflejo de la reactivación y recuperación de la economía del departamento (Ministerio de finanzas, 2021).

Análisis: La población tarijeña tiene un buen poder adquisitivo, representando una oportunidad de crear empresas y constituirse en la ciudad de Tarija ya que se encuentra en pleno desarrollo económico.

2.5.Socio Cultural.

Tarija es un departamento con alto grado de desarrollo humano con productividad y competitividad en sus sectores económicos. El conjunto de valores, las formas de vivir de pensar y de relacionarse que tienen entre si los tarijeños es una integración profunda con su territorio, lo que le ha permitido acuñar en el transcurso de su historia como pueblo una identidad propia, particular y potencial. Una identidad que se halla enraizada en las tradiciones y valores culturales construidos a partir de la relación fundamental del hombre con su entorno y de las relaciones de confianza, reciprocidad, cooperación y amistad, otorgándole un sentido de pertenencia, que se traduce en el sentirse feliz de vivir en Tarija. Además, se puede ver que nuestra gente ha cambiado,

la población tomó conciencia sobre una buena alimentación mejora la calidad de vida y como tratamiento a alguna enfermedad de base.

Otro punto interesante es que las personas buscan no cualquier producto o servicio, sino buscan la calidad y lo nuevo en el mercado que pueda aportar al cuidado de su salud. La gente quiere algo distinto, algo especial, busca nuevas opciones para satisfacer sus preferencias y necesidades en cuanto a lo gastronómico.

2.5.1. Factores tecnológicos.

La tecnología es algo esencial para nuestros días, pues fue evolucionando con gran ímpetu en los últimos siglos. Estas innovaciones tienen a transformar los sistemas de culturas tradicionales, produciendo con frecuencia consecuencias sociales inesperadas. El ingreso de nuevas tecnologías productivas de los países, es una necesidad de vital importancia para la modernización y más aún para los países en vías de desarrollo como el nuestro.

Hoy en día las transformaciones, en sentido general, son cada vez más profundas, dinámicas, inesperadas y turbulentas a lo cual no escapan las organizaciones, por lo que el cambio organizacional es una constante, y en ese cambio es preciso incluir como aspecto central los recursos humanos y su gestión de trabajo integral y quienes no asuman esto y no estén preparados adecuadamente y con la flexibilidad suficiente, no podrán dar la respuesta oportuna a sus necesidades.

La información cada día alcanza un valor estratégico superior, con un impacto tremendo, los avances en las comunicaciones y en la computación, sobre todo y de manera general para todos, acortan las distancias y el tiempo de manera no sólo increíble, sino insospechada.

Vivimos en un mundo donde reina la información y ella es la clave para obtener una ventaja competitiva en el mundo de los negocios. Debemos tomar muy en cuenta, el concepto tecnología

de la información ya que las empresas se han vuelto más analíticas que antes, debido al mercado altamente competitivo y globalizado.

El conocimiento sobre nuestro negocio, el proceso de analizar los bienes en la empresa y extraer un cierto conocimiento de ello ayuda a los tomadores de decisiones con la información correcta, en el momento y lugar correcto, lo que le permite tomar mejores decisiones de negocios.

Lo fundamental para la empresa no es el programa de computadora, lo verdaderamente importante es poder establecer una relación continua con nuevos proveedores con mejores precios ya que hay que tomar en cuenta que la mayor parte de la materia prima en cuanto a las frutas, vegetales y otros insumos para beneficio de algunas patologías de base serán traídas de los otros departamentos como Santa Cruz donde existe gran variedad de insumos, para ello es imprescindible mantener la comunicación tanto vía telefónica, como terrestre y aérea.

También el uso de las TIC nos facilita para hacer relaciones con empresas a nivel internacional, como así ponernos en contacto con profesionales en nutrición de otros países para actualizaciones de nuestros menús y no solo restringirnos con empresas nacionales, por lo que las tecnologías se han convertido en una herramienta muy útil y ventajosa para las empresas que sepan cómo utilizarlas.

2.6. Factores ambientales.

Reglamento de la ley del medio ambiente

La ley 1333 contempla una serie de Reglamentos. En estos se mencionan una serie de pasos burocráticos que un proyecto, obra o actividad deben cumplir. Los Reglamentos de la Ley del Medio Ambiente están formalizados mediante D. S. No 24176 del 8 de diciembre de 1995, publicados por la Gaceta Oficial de Bolivia en la misma fecha:

 Reglamento de Gestión Ambiental

-
- ✚ Reglamento de Prevención y Control Ambiental
 - ✚ Reglamento de Contaminación Hídrica
 - ✚ Reglamento de Actividades con Sustancias Peligrosas
 - ✚ Reglamento de Gestión Ambiental de Residuos Sólidos
 - ✚ Reglamento de Contaminación Atmosférica

De estos, por su importancia, mencionamos algunos componentes del análisis y evaluación ambiental:

Ficha Ambiental (FA): Marca el inicio del proceso de evaluación de Impacto ambiental, determina la categoría de Estudio de Evaluación de Impacto Ambiental (EEIA).

Evaluación de Impacto Ambiental (EIA): Identifica y predice, los impactos de un proyecto, obra o actividad, sobre el medio ambiente y sobre la población, para prevenir y mitigar estos efectos.

Estudio de Evaluación de Impacto Ambiental (EEIA): Identifica y evalúa los potenciales impactos positivos o negativos de un proyecto obra o actividad desde su implementación hasta su cierre Declaratoria de Impacto ambiental: Documento público expedido por la autoridad ambiental competente, en el que se determina, la conveniencia o inconveniencia de realizar la actividad proyectada.

Manifiesto ambiental MA: Documento mediante el cual el Representante Legal, informa a la autoridad competente, del estado ambiental de un proyecto, obra u actividad. **Auditorías Ambientales AA:** Seguimiento para verificar el cumplimiento legal.

Licencias y permisos ambientales: Documento que avala el cumplimiento de las leyes y reglamentos, en lo que se refiere a los procedimientos de prevención y control ambiental. El objetivo fundamental, que todos estos componentes persiguen, es proteger y conservar el Medio

Ambiente sin afectar el desarrollo que requiere el país, procurando mejorar la calidad de vida de la población (Ley 1333, 1992).

Conclusión del macro entorno.

En términos generales llegamos a la conclusión de que es favorable para el sector en cuestión las diferentes fuerzas del macro ambiente.

La oportunidad de negocio que da el departamento de Tarija es mucho más grande, ya que en estos momentos está en pleno crecimiento y las personas son más conscientes de una buena alimentación lleva a una mejor calidad de vida.

2.7. Análisis del micro entorno.

Con el transcurso del tiempo, los mercados se han tornado muy competitivos, donde cada competidor busca nuevas oportunidades, conocimientos y los medios necesarios para igualar o superar a cualquier bien o servicio. Actualmente, los mercados están casi cubiertos con ofertas específicas.

Al realizar el análisis del micro ambiente, se hará referencia al enfoque de las cinco fuerzas de Porter que mueven la competencia en un sector.

En este sentido, se analizará e identificará las características primordiales del sector de servicios, en la cual compite indirectamente el restaurante de servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base, para poder encontrar una posición en dicho sector en la cual pueda defenderse contra estas fuerzas competitivas o consiga inclinarlas a su favor.

2.8. Barreras de Entrada.

Inversión de Capital. En el caso de este nuevo restaurant nombraremos 2 socios capitalistas para llevar adelante este emprendimiento y un préstamo bancario.

Tecnología. Hoy en día la tecnología no es un lujo, se fue convirtiendo en algo imprescindible, se podría decir que es una necesidad para cualquier empresa, en el caso de esta empresa no se tendría dificultades para adquirir, y más que una dificultad sería una gran inversión en lo que es la tecnología moderna es la cámara frigorífica.

Lealtad a la marca. Se puede decir que en un tiempo atrás las personas buscaban comida rápida para el consumo diario, pero como resultado del virus del COVID-19 las personas buscan cuidar su salud, además la enfermedad dejó secuelas y agravó en cierto grado enfermedades de base y dio lugar a la aparición de las mismas, hoy en día las personas buscan un servicio de calidad, pero a un costo razonable. Como restaurante se buscará brindar un servicio novedoso, de calidad y que aporte a la salud.

Reacción de los competidores. Como se mencionó anteriormente en nuestro medio no existe ninguna empresa dedicada específicamente al servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base, los restaurantes o catering ofrecen servicios similares, como cualquier restaurant son celosos de su sector en un determinado mercado, obviamente las mismas buscarán no perder cuotas de mercado lo cual posiblemente las llevará a realizar una mayor publicidad, descuentos, promociones, etc.

Para realizar este análisis se tomarán en cuenta aquellos restaurantes que brindan un servicio similar.

2.9. Poder negociador de los proveedores

Concentración de proveedores. Uno de los más importantes e imprescindibles son los recursos humanos ya que se trata de una empresa de servicio, la cual necesitará de personal capacitado.

Los proveedores de la materia prima: Ubicados todos en el Mercado Campesino, nos proporcionarán en el caso de las frutas de tercera mano. En el caso de las verduras será de segunda mano.

Tabla 3

Proveedores de frutas

Sr. Santiago Martínez	❖ Manzanas, peras y bananas
Sr. Sandro López	❖ Sandías y piñas
Sr. Lidia Mendoza	❖ Papayas y kiwis
Sra. Lourdes Méndez	❖ Ciruelo, damasco y membrillo
Sr. Lidio Ávila	❖ Naranja, mandarina y pomelo
Sr. Victorino Guerrero	❖ Manga

Nota. La tabla nos muestra los proveedores de fruta cada uno con las frutas que nos va a proporcionar de “Hoy toca ser feliz” todos ubicados en el mercado campesino. Fuente: Elaboración propia.

Figura 1

Proveedores de tercera mano



Nota. Las frutas son cosechadas y vendidas por el agricultor al mayorista donde nuestro restaurante adquirirá al precio que ponga el mayorista. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4

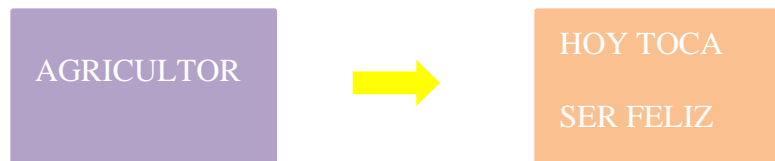
Proveedores de verduras

Sr. Marcelo Erquis	❖ Cebolla, cebollín, tomate zanahoria
Sra. Eulalia Trigo	❖ Berenjena, espinaca, vainitas y brócoli
Sr. Jaime Benítez	❖ Lechuga, repollo, repollo morado, coliflor y perejil
Sra. Daniela Huayta	❖ Morrón
Sr. Dani Méndez	❖ Rábano y nabo
Sta. Olga Soroco	❖ Pepino

Nota. La tabla nos muestra los proveedores de verduras y lo que cada uno de nuestros proveedores nos va a proporcionar, todos ubicados en el mercado campesino. Fuente: Elaboración propia.

Figura 2

Proveedores de segunda mano



Nota. Nuestras verduras serán de segunda mano, esto quiere decir que será directo del agricultor a nuestro restaurante al precio negociable. Fuente: Elaboración propia.

Algunos proveedores serán fáciles de acceder como las verduras, ya que nuestro departamento es uno de los principales productores y existen una cantidad considerable de productores de verduras.

El poder negociador de los proveedores es bajo ya que en nuestro departamento contamos con varios vendedores de tercera mano y otros de segunda tanto de las frutas como de las verduras lo que provoca que los vendedores acepten las condiciones de precios

Tabla 5

Otros proveedores

Carnicería Gareca	❖ Carnes
Mas que pollos	❖ Pollos, huevos y algunos condimentos los que requiera
Sra. Delia Ayarde	❖ Pescado
Sr. Ivar flores	❖ Aceite de oliva, Stevia y demás insumos

Nota.

La tabla nos muestra los proveedores de carnes y complementos y lo que cada una de nuestros proveedores nos va a proporcionar. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6

Proveedores de muebles y enseres

Consul	❖ Cámara frigorífica y refrigerador
Industria Maderera Tarija	❖ Mesas, sillas y estantes
Tramontina	❖ Instrumentos de cocina y vajilla
Mueblexbol Tarija	❖ Vitrina
Stephany Padilla	❖ Fuentes plásticas

Nota. La tabla nos muestra los proveedores del inmobiliario y utensilios, además lo que cada uno de nuestros proveedores nos va a proporcionar. Fuente: Elaboración propia.

Todos los proveedores mencionados, se sitúan en Tarija, precisamente para prevenir retrasos, que nos puede significar pérdida.

Rentabilidad de los proveedores. Refiriéndonos propiamente a nuestro país, los proveedores se ven forjados a subir los precios de sus productos, esto debido a la inflación que está atravesando nuestra economía. En cuestión de las frutas y verduras estas tenderán a subir de acuerdo a ciertas temporadas.

2.10. Poder negociador de los compradores.


Costos de sustituir clientes. - Dada la no existencia de mismos competidores en la ciudad de Tarija no será fácil sustituirnos, existen servicios de catering pero no así un lugar cómodo y acogedor para asistir.

El poder negociador de los clientes posiblemente por una parte será bajo puesto que no existe ninguna empresa que brinde este mismo servicio, pero por otro lado será alto ya que existen una gran variedad de servicios nutricionales, por tal motivo el cliente podrá posiblemente negociar en base al precio debido a los fenómenos naturales incontrolables que suceden.

2.11. La amenaza de los productos sustitutos.

Cabe recalcar que existen muchos restaurantes que se dedican a la comida saludable, también sería el caso de esta nueva idea de negocio con servicio especializado con menús asesorados por profesionales en nutrición.

En base a la indagación que se hizo sobre los principales productos sustitutos la amenaza es alta porque una gran mayoría de las personas contratan servicios de comida saludable son:

 Delight nutrifood

- ✚ Listos para comer

- ✚ Manna del cielo

- ✚ Habitud

- ✚ La Vie

- ✚ Natural house

2.12. Rivalidad entre competidores.

Competencia Indirecta: Esta constituida por personas particulares que, si bien no están constituidas como empresas, se dedican a realizar comidas tradicionales u otro tipo dejando de lado a las personas con dietas restringidas.

2.13. Amenaza de entrada de nuevos competidores.

El número de casos de personas con enfermedades de base van en aumento por diversas razones, por el cual un restaurante con servicio especializado tendría una aceptación en el mercado, por ser los primeros implementaremos estrategias de posicionamiento los cuales nos hará únicos antes de la aparición de nuevos competidores en nuestro rubro (SNIS, 2022).

Conclusión del micro entorno-

Analizando lo que es el micro entorno, diremos que entre las principales barreras de entrada de este sector tenemos los posibles competidores, el acceso a la tecnología no está fuera de nuestro alcance, pero esto implicara costos ya que es un ambiente frigorífico para el mantenimiento de las carnes, frutas y verduras, también la posibilidad de ser rechazados por las personas tradicionales que no estén abiertas al cambio y que no acepten este nuevo concepto de comida saludable.

CAPÍTULO III NATURALEZA DEL NEGOCIO



III. NATURALEZA DEL NEGOCIO.

3.1. Descripción del producto o idea del negocio.

Con la visión de un administrador de empresas y siguiendo la línea de la innovación y el emprendedurismo es que se ha gestado la idea de crear una empresa propia, la cual no solo generará beneficios personales sino también el aporte nutricional a nuestros clientes.

La idea de negocio se basa en la apertura de un restaurante con servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base y restricciones alimentarias en la ciudad de Tarija, con el desarrollo de una propuesta de restaurante de comida saludable con atención en el restaurant y través de delivery para más comodidad, tiene como propósito cambiar los malos hábitos alimenticios de los ciudadanos de Tarija, ayudar a las personas que tengan una patología de base con los requerimientos necesarios que implique la enfermedad que padezca y de igual manera proporcionar una alimentación adecuada a los adultos mayores considerando todas las medidas de seguridad solicitadas en el contexto de pandemia.

3.2. Justificación de la empresa.

Actualmente las personas están más conscientes de la importancia de una alimentación saludable, el virus del COVID-19 nos dio una lección de vida, que una buena alimentación sobrelleva una enfermedad de manera óptima, el mismo dejó secuelas en un gran porcentaje de personas de la ciudad de Tarija deteriorando la salud o dando lugar a la aparición de patologías de base, de esa manera nace la idea de un restaurante con servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base y restricciones alimentarias en la ciudad de Tarija con menús especializados y asesorado por profesionales en nutrición para poder ayudar en el tratamiento de alguna patología de base y/o así mejorando en cierto grado la enfermedad.

3.3.Nombre de la empresa.

“HOY TOCA SER FELIZ” tipo de nombre metafórico, viene del título de una canción significativa para mi persona (canción favorita de mi padre).



3.3.1. Tipo de empresa.

El emprendimiento de un restaurant con servicio especializado se entenderá dentro del rubro de los servicios y comercio, de acuerdo a la CAINCOTAR (Cámara de Industria y Comercio de Tarija) de la modalidad: Servicios gastronómicos.

El emprendimiento se constituye como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.).

- ❖ **CARACTERÍSTICAS.** En las sociedades de responsabilidad limitada, los socios responden hasta el monto de sus aportes. El fondo común está dividido en cuotas de capital que, en ningún caso, puede representarse por acciones o títulos valores.
- ❖ **DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL.** La sociedad de responsabilidad limitada llevará una denominación o razón formada con el nombre de uno o algunos socios. A la denominación o a la razón social se le agregará: "Sociedad de Responsabilidad Limitada" o su abreviatura: "SRL", o, simplemente "Limitada" o la abreviatura "Ltda.". Por la omisión de este requisito se la considerará como sociedad colectiva.

-
- ❖ APORTES PAGADOS EN SU TOTALIDAD. En este tipo de sociedades, el capital social debe pagarse en su integridad, en el acto de constitución social.
 - ❖ ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD. La administración de la sociedad de responsabilidad limitada, estará a cargo de uno o más gerentes o administradores, sean socios o no, designados por tiempo fijo o indeterminado

Para regularizar el funcionamiento del emprendimiento propuesto, se debe cumplir con los siguientes requisitos para la inscripción de este tipo de empresa:

1. Inscripción a SEPREC

- ❖ Formulario virtual N° 0020/03 de solicitud de Matrícula de Comercio
- ❖ Balance de apertura firmado por el representante legal y el profesional que interviene
- ❖ Testimonio de Escritura Pública de Constitución Social
- ❖ Publicación del Testimonio de Constitución en un periódico de
- ❖ Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada
- ❖ Arancel Bs. 455
- ❖ Plazo de trámite dos días hábiles

2. Obtención de la matrícula en el registro de comercio

- ❖ Inscripción del tipo de sociedad de la empresa, es decir adquirir personalidad jurídica: sociedad colectiva

La escritura social de la compañía colectiva deberá expresar

- ❖ El nombre, apellido y domicilio de los socios.
- ❖ La razón social.

-
- ❖ El nombre y apellido de los socios a quienes se encomiende la gestión de la compañía y el uso de la firma social.
 - ❖ El capital que cada socio aporte en dinero efectivo, créditos o efectos, con expresión del valor que se dé a éstos o de las bases sobre que haya de hacerse el avalúo.
 - ❖ Las cantidades que, en su caso, se asignen a cada socio gestor anualmente para sus gastos particulares.

Se podrán también consignar en la escritura todos los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios quieran establecer

3. Inscripción al Servicio de Impuestos Internos

- ❖ Recabar NIT Número de Identificación Tributaria) y dosificación de facturas.

4. Inscripción a la Honorable Alcaldía Municipal-Dirección de Ingresos

- ❖ Licencia de Funcionamiento

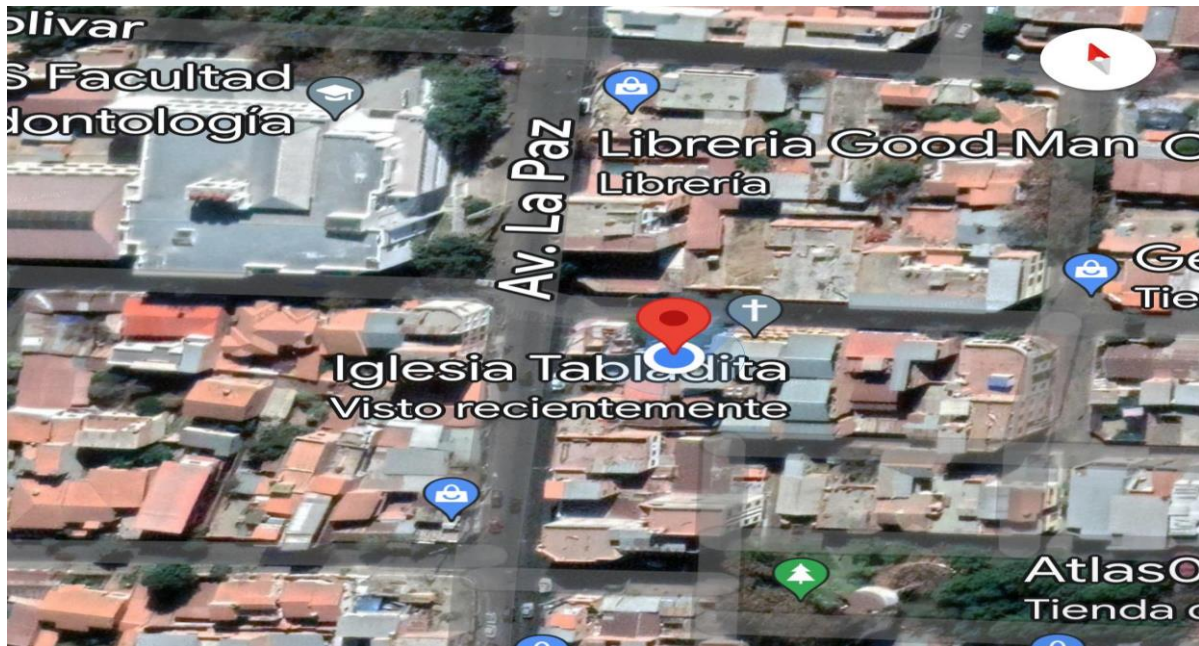
5. Inscripción a la Caja Nacional de Salud

- ❖ Obtener número de carnet patronal y de asegurados

3.3.2. Ubicación y tamaño.

La ubicación del restaurant será en la calle Ingavi y avenida La Paz frente a la Facultad de Odontología (domicilio propio).

Gráfico 1



Nota. Como se puede observar el restaurant se encuentra cerca del Parque Bolívar zona concurrida accesible a todas las personas que necesiten nuestro servicio especializado

3.3.3. Tamaño de empresa.

En cuanto al tamaño del emprendimiento tomando en cuenta el número de personal ocupado y según el Ministerio de Trabajo, el emprendimiento innovador clasifica como microempresa.

3.4. Gestión empresarial.

3.4.1. Visión, misión y valores de la empresa.

A continuación, nos remitimos a la forma de expresión de la misión y visión de acuerdo a Thompson (2020), Thompson (2001) y Fleitman (2000).

Visión.

Ser una empresa con un nuevo enfoque en servicio especializado para personas con patologías de base en la ciudad de Tarija, ofreciendo un servicio de calidad y buscando en cada momento eficiencia y poder ayudar en el plan alimentario que requiera la enfermedad de base.

Misión.

Ofrecer un servicio diferente en el mercado de comida saludable que este dirigido a ayudar a personas con patologías de base, asesorando su alimentación con profesionales en nutrición con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

Valores.

- ❖ Integridad y Respeto, se debe dar ejemplo desde los más altos niveles de la organización, los trabajadores de “HOY TOCA SER FELIZ” deben cumplir con lo que dicen y prometen a sus clientes, así como respetar los criterios de los demás.
- ❖ Calidad es una característica clave que debe tener nuestro servicio, tanto en la elaboración de los menús como en la atención al cliente. Se pretende que esto sea el diferenciador del restaurante con el resto.
- ❖ Responsabilidad, es un valor que HOY TOCA SER FEKIZ pretende cumplir a los clientes brindando un servicio garantizado y de calidad, siendo responsable de ayudar al cuidado de la nutrición de sus clientes.
- ❖ Trabajo en Equipo, esta es una cualidad que el restaurante desea que tengan todos los empleados para poder servir de manera más eficiente y eficaz a sus clientes.

-
- ❖ Honradez, “HOY TOCA SER FELIZ” es consciente de las necesidades por las cuales las personas acudirán al servicio de alimentación y es por esto que se brindará un servicio acorde al precio pagado.
 - ❖ Puntualidad, es un valor que se exigirá tanto a proveedores como empleados, para de esta forma poder cumplir con los clientes.
 - ❖ Limpieza es un factor importante y prioritario al momento de realizar nuestro trabajo, y garantizar la calidad de nuestro servicio.

3.4.2. Objetivos estratégicos de la empresa.

A continuación, nos remitimos a la forma de expresión de los objetivos estratégicos según Gonzales y Rodríguez (2019).

- ✚ Contar con un personal altamente capacitado
- ✚ Crear una cultura organizacional enfocada en la atención al cliente
- ✚ Contar con los mejores proveedores de frutas, verduras, etc.
- ✚ Tener la mejor calidad en la comida.
- ✚ Promociones al cliente fiel
- ✚ Agregar un nuevo elemento al menú cada mes como una forma de fomentar la creatividad y la emoción entre el personal de la cocina.
- ✚ Realizar la mejor comercialización posible publicando fotos del restaurante
- ✚ Garantizar la satisfacción del cliente y construir una base de clientes recurrentes.
- ✚ Negociar con los proveedores para reducir los costos de las materias primas
- ✚ Incursionar en los pedidos on-line con un margen de éxito sostenible.
- ✚ Mejorar el compromiso con las redes sociales.

3.4.3. Ventajas competitivas.

En lo que se refiere en ventajas competitivas, el emprendimiento buscara la diferenciación a través de:

- ❖ Un lugar cómodo y acogedor.
- ❖ Se cuenta con un lugar propio para la apertura del restaurante, por lo tanto, no se gastará dinero en alquiler y podremos invertir en otras adquisiciones.
- ❖ Servicio de calidad en lo que respecta a la formación y desarrollo de los recursos humanos con los que se contará.
- ❖ Servicios adicionales.

CAPÍTULO IV PLAN DE MARKETING



IV. PLAN DE MARKETING.

4.1. Investigación de mercados.

4.1.1. Proyecto de investigación de mercados.

La investigación de mercados es: la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia (Malhotra, 2019)

4.1.2. Problema gerencial.

¿Qué debe hacerse para lograr la aceptación de este nuevo restaurante con servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base en la ciudad de Tarija identificando los gustos, costumbres y preferencias?

4.1.3. Definición del problema.

En la ciudad de Tarija, el mercado de la comida saludable se encuentra en pleno crecimiento, recabando información existe una serie de empresas que se dedican a la elaboración de comida saludable, específicamente son 5 los restaurantes que proporcionan dietas nutritivas y un catering con comida especializada, se vio la oportunidad de poder introducirnos a dicho mercado con la idea de un restaurante con servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base, lo que nos diferencia es que ofrecemos menús especializados en las principales enfermedades de base que aqueja a Tarija.

Años atrás las personas no daban importancia a una buena nutrición, dado a esas circunstancias hubo la aparición de varios restaurantes de comida rápida, en el año 2019 el virus del COVID-19 golpeó a todo el mundo, es un virus que si las defensas son bajas ataca de una manera notable a personas con patologías de base, ahí es donde entra en discusión si llevando una

vida con buena nutrición se puede sobrellevar la enfermedad de una manera favorable, dada esa situación el mercado de la comida saludable creció,

Otro punto a mencionar según datos recabados es que en la ciudad de Tarija existe un alto índice de personas que padecen enfermedades de base, según el Dr Jaime Arduz Director del Departamento de Nefrología en Tarija y el SNIS, después de la aparición del virus COVID-19 se pudo observar el aumento de enfermedades de base como ser insuficiencia renal y enfermedades del hígado, dichas enfermedades estarían dentro de nuestro plan nutricional para nuestro restaurant.

Por lo tanto, en la ciudad de Tarija no existe como tal un lugar cómodo y acogedor con menús especializados y asesorados por un profesional en nutrición, y se desconoce la aceptación de las personas hacia este servicio y cómo están acostumbrados a lidiar sus restricciones alimentarias cuando salen de casa con la intención de comer en otro lugar que no sea su hogar para pasar un momento ameno con amigos o familiares.

4.1.4. Problema de investigación.

¿Existirá la aceptación de un restaurante con servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base en la ciudad de Tarija?

4.1.5. Hipótesis de la investigación.

Si existe la aceptación de un restaurante con servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base en la ciudad de Tarija.

4.1.6. Objetivos de investigación de mercados.

Objetivo general.

Realizar la investigación de mercado para determinar la aceptación del restaurante de comida especializada para personas con patologías de base, identificando su comportamiento hacia los atributos de nuestro servicio

Objetivos específicos.

- ✚ Determinar si las personas estarían dispuestas a utilizar nuestro servicio de comida especializada para personas con patologías de base.
- ✚ Encontrar la frecuencia con que las personas adquirirían nuestro servicio de comida especializada.
- ✚ Determinar el nivel de conocimiento de las personas hacia nuestra competencia.
- ✚ Conocer las percepciones sobre la distribución de nuestro servicio de comida especializada para personas con patologías de base.
- ✚ Determinar los medios por los cuales se divulgaran la información de nuestro restaurante.
- ✚ Determinar el rango de precios que estarían dispuestos a pagar por el servicio de comida especializada.

4.1.7. Análisis de la Oferta / Demanda.

Uno de los aspectos más importantes dentro de lo que es la viabilidad comercial y rentabilidad del proyecto, es el análisis de demanda y oferta, lo que nos ayudará a identificar tales aspectos, en metodología nos basaremos en el análisis de:

4.1.8. Diseño de Investigación.

Tipo de investigación.





La investigación que se utilizará en el presente trabajo es la exploratoria para facilitar una mayor comprensión del problema de investigación de mercados e incrementar el conocimiento sobre nuestro servicio especializado y la descriptiva para profundizar nuestra información de nuestro objeto de estudio según Sampieri (2018), autor del libro “Diseño de la investigación”.

4.1.8.1. Método de investigación.

El método de encuesta se define como: "un cuestionario estructurado que se da a una muestra de la población y está diseñado para obtener información específica de los entrevistados" y por lo cual podremos facilitar a nuestra muestra con preguntas de fácil comprensión para poder identificar la opinión del público acerca de nuestro servicio especializado en dietas saludables para personas con patologías de base.

Diseño de cuestionario.

Ya establecida la información que se desea obtener, en cuanto a la estructura de las preguntas habrá diferentes opciones como ser:

-  Preguntas dicotómicas
-  De opción múltiple
-  Preguntas filtro
-  Escala de intervalo

4.1.8.2. Proceso del diseño de la muestra.

Definición de la población meta.

Para la obtención de la información primaria se empleará el cuestionario que va dirigido a personas individuales, hombre y mujeres que padezcan patologías de base de la ciudad de Tarija; este cuestionario tiene por objetivo obtener respuestas significativas para la investigación que se realizará, dicho cuestionario primeramente estará constituido por preguntas de fácil llenado como las escala de intervalo, dicotómicas y opción múltiple buscando obtener la mayor cantidad de información específica, como ser: aceptación del servicio especializado, medios frecuentes de publicidad, frecuencia del uso del servicio, precios, y probable uso del servicio.

Selección de una técnica de muestreo.

Las técnicas de muestreo que se utilizará en el presente trabajo es el muestreo aleatorio simple para calcular el tamaño de la muestra.

Razones por el cual vamos a emplear esta técnica es porque:

- ✚ Es sencillo y de fácil comprensión,
- ✚ Se basa en la teoría estadística y
- ✚ Una forma justa de selección.

Tamaño de la muestra.

Cada una de las muestras se determinará en base a los datos proporcionados por SNIS (Sistema nacional de información de salud) para la ciudad de Tarija, utilizaremos el registro de enfermedades no transmisibles con notificación mensual del año 2022.

Tabla 7

Registro de enfermedades no transmisibles de notificación mensual gestión 2022

Meses	Número de casos de enfermedades de base
Enero	5779
Febrero	5996
Marzo	7125
Abril	6225
Mayo	6861
Junio	6644
Julio	6468
Agosto	6511
Septiembre	6809
Octubre	6888
Noviembre	6968
Diciembre	7047
Total	79.321

Nota. La tabla 7 nos muestra el número de casos de personas con enfermedades de base por mes del año 2022. Fuente: Elaboración propia con base SNIS.

La segunda parte de la tabla 7 se determina el tamaño de la muestra, se tomó a la población de personas con patologías de Base de la ciudad de Tarija gestión 2022 hasta el mes agosto, seguido

de ello se realizó el método de regresión lineal simple para una proyección de los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre para tener un dato anual.

4.1.8.3. Fórmula.

La fórmula de muestreo aleatorio simple para calcular el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{d^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

N = Número de personas de la población en estudio

Z = Valor de la abscisa vista en la tabla de distribución normal

D = Error permitido

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

n = Tamaño de muestra

Ejecución del proceso del muestreo.

N = 79.321

Z = 1.96 = 95% de confianza

d = 0,05

p = 0.50

q = 0.50

Al no existir investigaciones previas para un restaurante especializado para personas con patologías de base, se optó por usar medidores de estimación general, es por eso que los índices de probabilidad de éxito y fracaso se dividen en 50/50.

Reemplazamos valores

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.50) * (0.50) * (79.321)}{(0.05)^2 (79.321 - 1) + (1.96)^2 * (0.50) * (0.50)} = 382 \text{ encuestas}$$

Se realizará 382 encuestas a posibles clientes de la ciudad de Tarija.

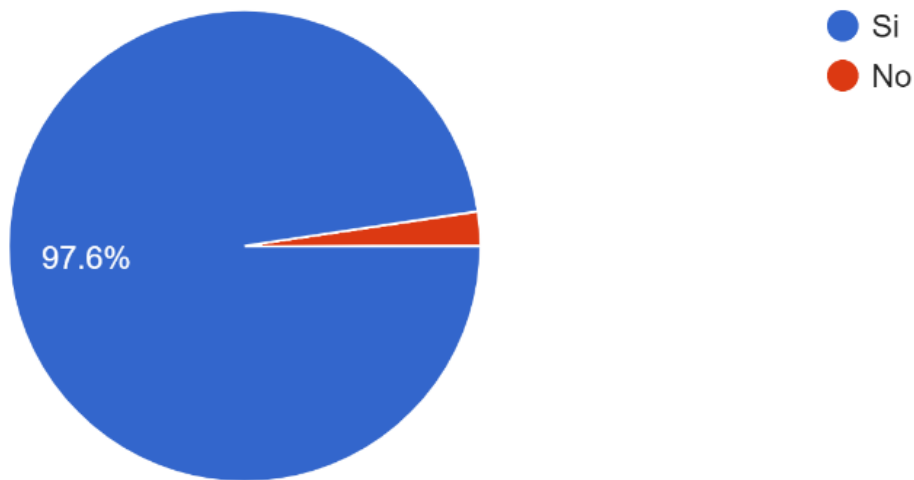
4.1.8.4. Presentación y análisis de resultados.

La presentación de los resultados se realizará en base a las preguntas realizadas en las encuestas:

Pregunta 1. ¿Tiene en su familia alguien que tenga algún tipo de enfermedad de base como diabetes, hipertensión, cirrosis, etc.?

Figura 3

Enfermedades de base (diabetes, hipertensión y otras)



Nota. Un mayor porcentaje de personas entrevistadas padecen o tienen familiares con alguna patología de base con el 97.6 % del total, mientras que el 2,4% no padecen ni tienen familiares con patologías de base.

Pregunta 2. Si contestó de manera afirmativa la pregunta 1, ¿Cuál de las enfermedades descritas tiene su familiar?

Figura 4

Enfermedades de base más frecuentes

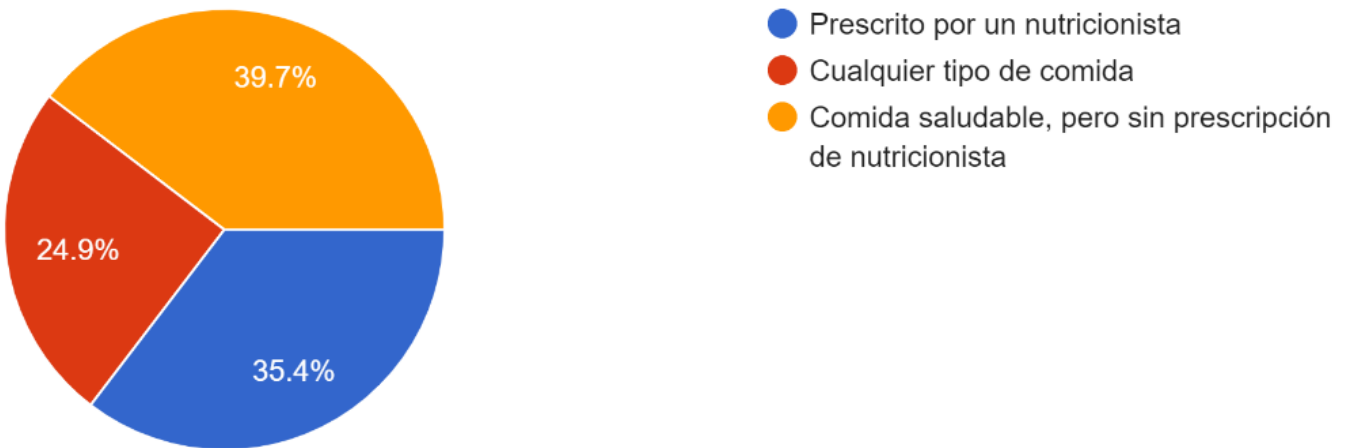


Nota. En la pregunta 2 se recabo información que el 52,5% de nuestros encuestados o familiares de ellos padecen diabetes, en segundo lugar, con un 23,1% hipertensión arterial, le sigue con un 14,5% insuficiencia renal, en cuarto lugar, está la enfermedad del hígado cirrosis y el restante 4,3% comprende las enfermedades de gastritis crónica, cálculos renales, colon irritable, cáncer de hígado y Chagas.

Pregunta 3. ¿Qué tipo de alimentación sigue a diario?

Figura 5

Tipo de alimentación que se frecuenta

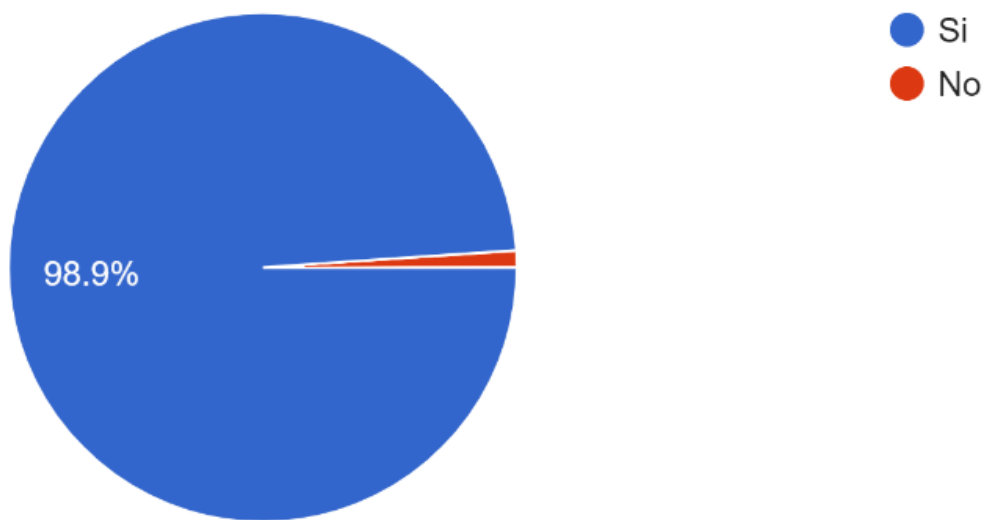


Nota. La mayoría de nuestra población con un 39,7% sigue una alimentación saludable sin prescripción de nutricionista. Con una mínima diferencia le sigue las personas que su alimentación es prescrita por un nutricionista y por último con el restante 24,9% consumen cualquier tipo de comida.

Pregunta 4. ¿Si existiera un restaurante con un lugar cómodo que brindara el servicio de alimentación diaria asesorada para personas con patologías de base estaría dispuesto a utilizar dichos servicios?

Figura 6

Aceptación del restaurante para personas con enfermedades de base

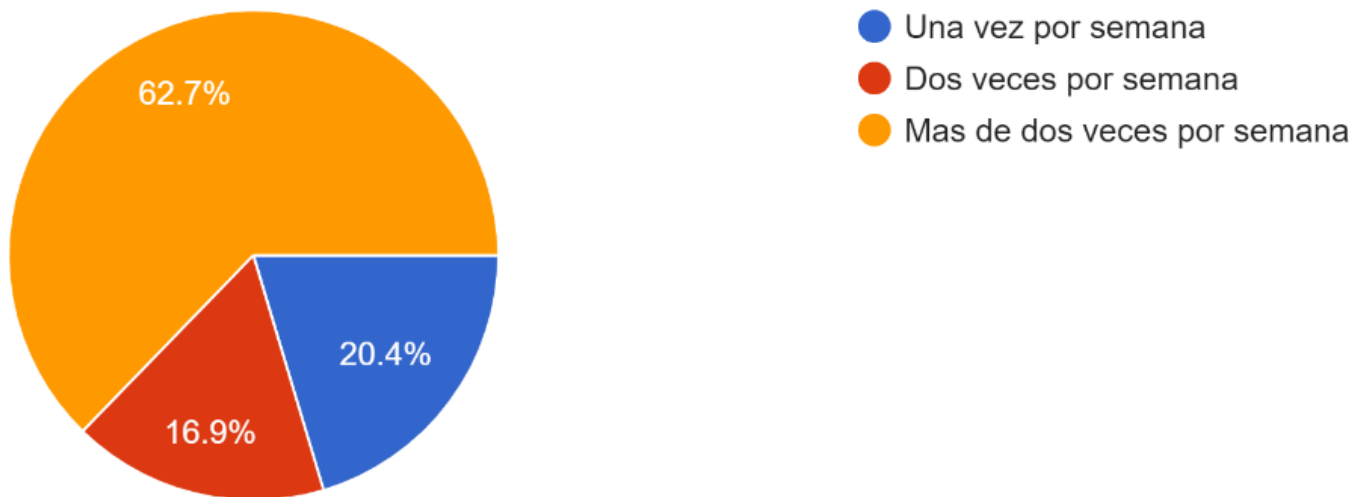


Nota. El 98,9% de los encuestados afirmó que estaría dispuesto a asistir al restaurante especializado para personas con patologías de base.

Pregunta 5. ¿Cuántas veces por semana utilizaría este servicio?

Figura 7

La frecuencia con la que usaría el servicio especializado

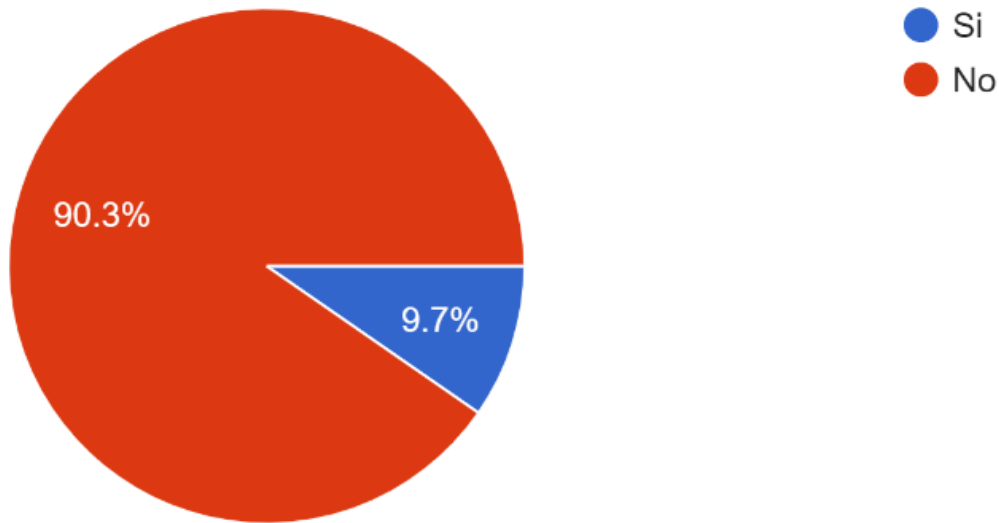


Nora. La mayoría de nuestra población encuestada con un 62.7% contestó que utilizaría nuestro servicio más de dos veces por semana. Con un 20.4% que solo utilizaría nuestro servicio una vez por semana y el restante 16.9% lo utilizaría dos veces por semana.

Pregunta 6. ¿Conoce usted algún lugar que le ofrezca un servicio similar o igual?

Figura 8

Identificación de la competencia



Nota. Un 90.3% de nuestros encuestados asegura no conocer un lugar que ofrezca los mismos o similares servicios que pretendemos lanzar al mercado de comida saludable

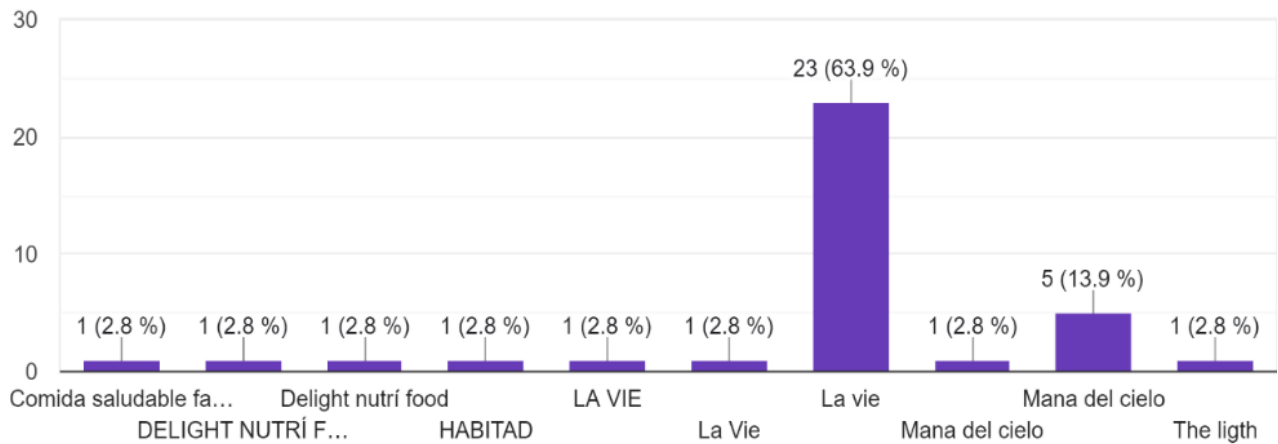
Complemento de la pregunta 6. Si la pregunta fue afirmativa cite el nombre del lugar

Figura 9

Lugares que las personas frecuentan

Si la respuesta fue afirmativa cite el nombre del lugar

36 respuestas

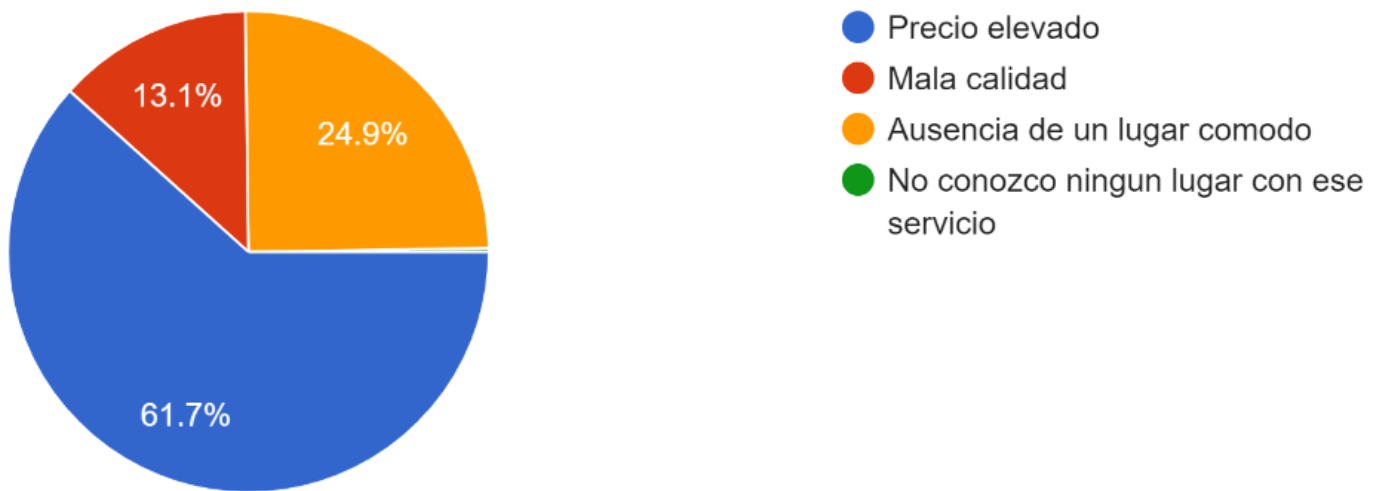


Nota. El restante 9,7% de los encuestados afirmó conocer lugares similares como ser La vie en primer lugar, le sigue catering mana del cielo, el restante de las personas conoce a delight nutrifood, comida saludable fanny y habitad.

Pregunta 7. ¿Cuál cree que es el principal obstáculo que le impida asistir a estos lugares?

Figura 10

Factores que pueden impedir la asistencia al restaurante

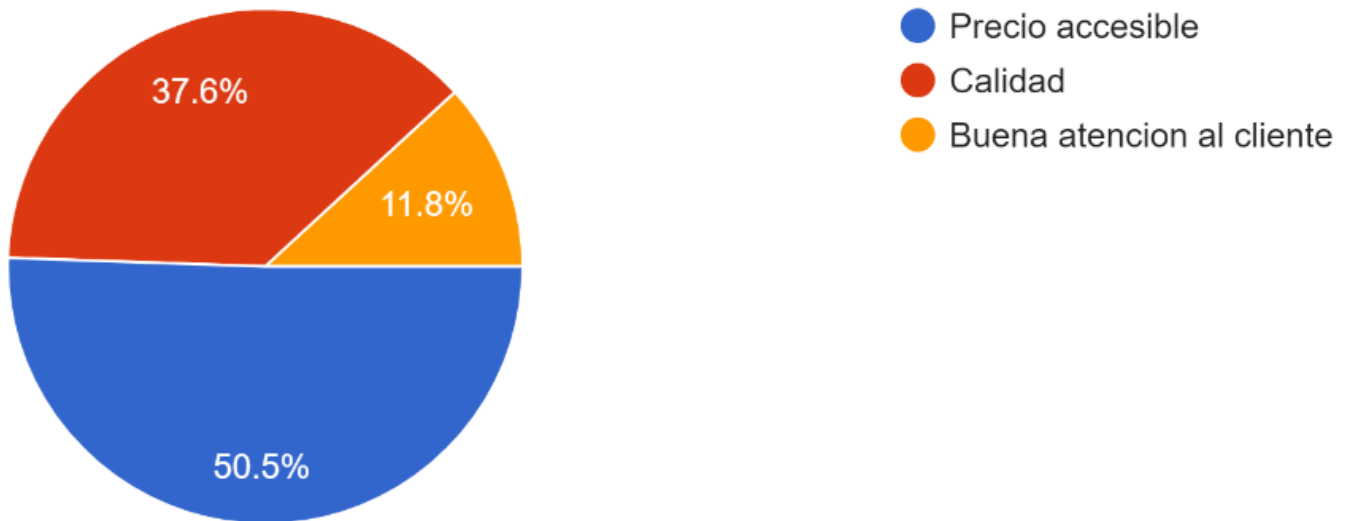


Nota. La mayoría de las personas encuestadas consideran que el mayor obstáculo que les impide asistir a estos lugares es el precio elevado de los mismos, en segundo lugar consideran que uno de los obstáculos es la ausencia de un lugar cómodo y el restante la mala calidad de los servicios.

Pregunta 8. ¿A la hora de elegir un lugar para su alimentación qué aspecto tomaría relevancia para usted?

Figura 11

Factores relevantes para la asistencia al restaurante

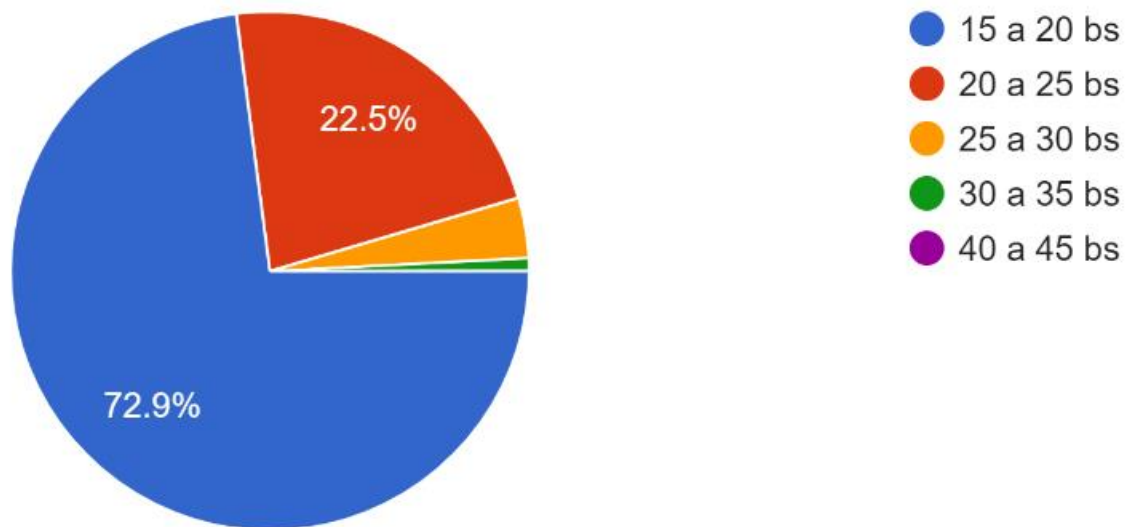


Nota. A la hora de elegir un restaurant saludable la mayoría de la muestra eligió que sea de precio accesible con un 50,5%, le sigue la calidad del servicio con un 37,6% y el restante del porcentaje es una buena atención al cliente.

Pregunta 9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio_(almuerzo) diariamente?

Figura 12

Precio que estarías dispuestos a pagar

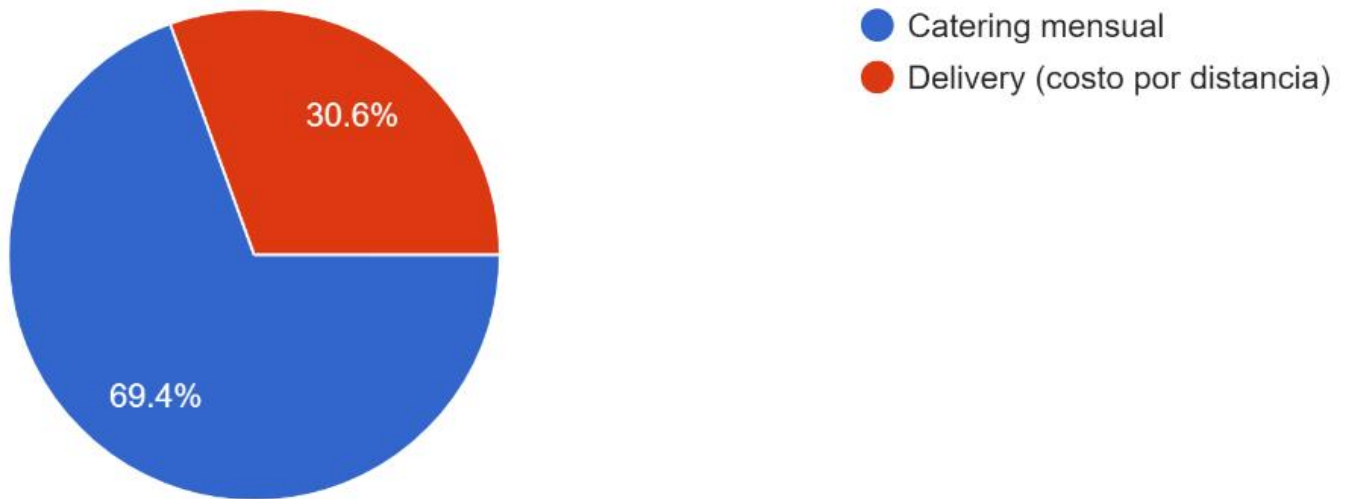


Nota. La mayoría con el 72,9% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un rango de 15 a 20 bs seguido del 22,5% de los encuestados que prefieren pagar de 20 a 25 bs por los servicios y finalmente el restante prefiere pagar de 25 a 30 bs.

Pregunta 10. ¿Cuál de estos servicios adicionales estaría dispuesto a utilizar?

Figura 13

Aceptación de servicios adicionales

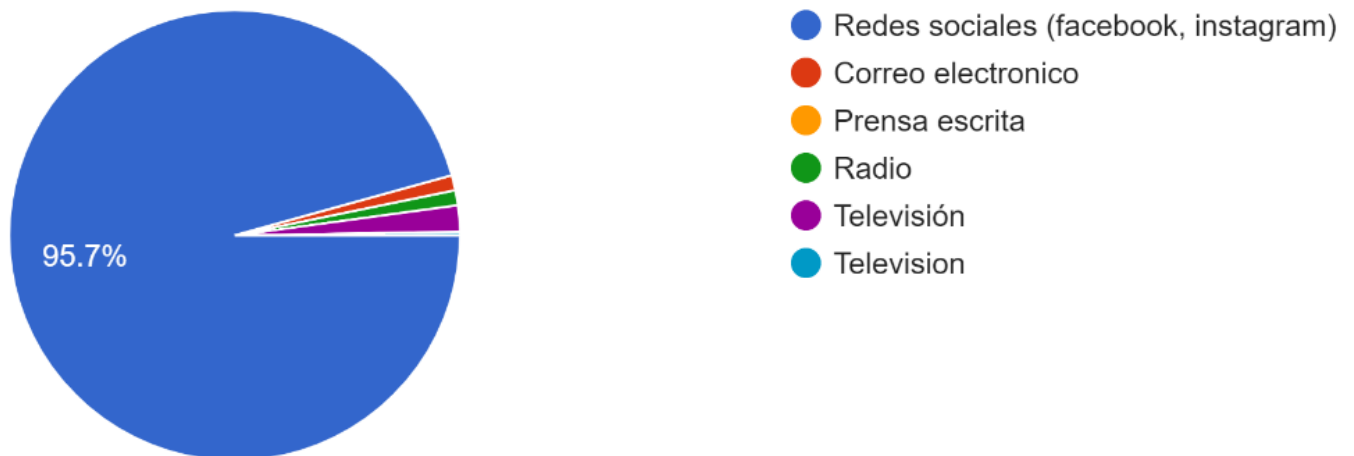


Nota. La opción más atractiva en cuanto a servicios adicionales se puede apreciar que fue el catering mensual con un porcentaje de 69,4%

Pregunta 11. ¿Cómo le gustaría recibir información de nuestro restaurante?

Figura 14

Medio por el cual se recurre más para proporcionar información de nuestro restaurante



Nota. La mayoría de las personas encuestadas prefieren recibir información de nuestro restaurante en redes sociales como ser Facebook e Instagram.

4.1.9. Participación de la competencia en el mercado.

Según las encuestas realizadas se pudo recolectar información importante sobre nuestra competencia, cual es la que más resalta en el mercado de la comida saludable.

Son 6 nuestros competidores en la ciudad de Tarija

- ✚ La vie
- ✚ Manna del cielo
- ✚ Delight nutrifood
- ✚ Hábitat.
- ✚ Listos para comer

✚ Natural house

La vie

Un 14 de abril 2015 nació el Restaurant La Vie- Restaurant y Comida Saludable como una alternativa en la gastronomía de Tarija.

Hoy la Vie no solo es la clínica de medicina estética, relajación y de orientación nutricional sino se abre al mundo en una guía turística potencializando la producción agroecológica de Tarija.

La vie está ubicado en un lugar estratégico, en el centro de la ciudad y es uno de los únicos lugares con un chef profesional.

Según las encuestas realizadas en la investigación de mercado con una mayoría el servicio similar al que proponemos es la vie lo cual lo hace uno de nuestros principales competidores.



Manna del cielo

Es un catering especializado en cualquier tipo de dietas saludables, Manna del cielo es una empresa virtual que solo atiende pedidos en plan ejecutivo, semanales o mensuales.

Tiene un gran arrastre en redes sociales como en Instagram, influencers tarijeños hicieron publicidad a sus productos lo cual es una fortaleza para dicha empresa.

Según nuestras encuestas es el segundo lugar conocido por nuestra muestra.



Delight nutrifood

Delight nutrifood ofrece un servicio gastronómico para todo tipo de eventos, ya sea buffet criollo, internacional y vegetariano, también ofrece un servicio adicional de catering con un menú de comida saludable por planes como plan ejecutivo, semanal y mensual. Este restaurante va enfocado a personas que quieren cuidar su figura y llevar una dieta equilibrada ya que tiene puntos de venta en gimnasios.

Según nuestras encuestas es el tercer lugar conocido por nuestra muestra.

Esta ecotienda tiene un arrastre en redes sociales como ser Facebook 3,4 mil seguidores en su página lo cual es una de sus virtudes.



Hábitat

Hábitat ofrece un menú nutritivo como también variedad de opciones, cafés sándwiches, etc.

Se encuentra al frente de la plazuela sucre lo cual es muy ventajoso ya que es un lugar concurrido y estratégico ya que a su alrededor se encuentran muchos lugares de comida y son los únicos con comida nutritiva en dicho lugar.

HĀBITAT

Listos para comer

Es un restaurant de comida saludable, ofrece un menú diferente por semana para el almuerzo, al igual que los anteriores restaurantes y servicios lleva un arrastre en redes sociales, en Facebook con 2,9 mil seguidores por lo cual es una ventaja para este restaurante.



Natural house

Es un restaurante dedicado a la comida sana que proporciona menús diarios, lo que tienen en común los restaurantes ya mencionados es que se encuentran al centro de la ciudad, este restaurante tiene como estrategia o ventaja los precios accesibles a comparación de la competencia.



4.1.10. Conclusión de investigación de mercados.

- ✓ En conclusión, la investigación de mercados nos ayudó a conocer el nivel de aceptación de nuestro restaurante que es la mayoría de nuestra población de estudio lo cual nos ayudará en toda nuestra investigación.
- ✓ Conocimos la secuencia con la que querrían asistir al restaurante.
- ✓ Los obstáculos que les impide asistir a nuestro restaurante y también lo que se fijan para asistir a estos lugares.
- ✓ Los precios que estarían dispuestos a pagar por el servicio.
- ✓ Los medios por los cuales se difundirá la información de nuestro restaurante

4.2.Función del marketing.

A continuación, tomamos en cuenta para el área de marketing a los autores Kotler y Armstrong (2013), además de Zamarreño (2022), en las estrategias.

4.2.1. Objetivos de marketing.

- ✚ Definir una estrategia de posicionamiento que le permita al restaurante ser recordada (Top of mind) en la mente del segmento objetivo.
- ✚ Diseñar una estrategia de promoción adecuada que permita captar clientes.
- ✚ Fidelizar a los clientes procurando su satisfacción, con el fin de asegurar la recompra y así mismo conquistar clientes que asistan a otros restaurantes de comida saludable.

4.2.2. Segmentación del mercado.

Tomando en cuenta la información obtenida en la investigación de mercados donde nuestra población es personas con patologías de base en la ciudad de Tarija se definió nuestro segmento, tomando en cuenta la siguiente variable:

Segmentación conductual, beneficios buscados es una forma de segmentación que agrupa a los compradores según los distintos beneficios que buscan en un producto, como las personas con patologías de base buscando una alimentación acorde a la enfermedad, dichas personas logran un beneficio nutricional que les ayuda a sobrellevar la patología otros buscan un lugar donde puedan compartir con amigos y familia sin descuidar su alimentación.

4.2.3. Estrategias de marketing.

Estrategia de posicionamiento.

Nuestra estrategia está basada en los atributos, los atributos más importante que podemos resaltar y lo cual nos diferencia de nuestra competencia es que ofreceremos menús especializados

(elaborados por SyS centro de nutrición, licenciada en nutrición Sissel Sandoval Flores) en las principales enfermedades que aqueja la población de Tarija información que nos proporcionó el sistema nacional de información de la ciudad de Tarija y contaremos con un profesional en nutrición quien nos pueda asesorar en la elaboración de nuestros platos además de un lugar cómodo y acogedor para nuestros futuros clientes.

4.2.4. Marketing Mix.

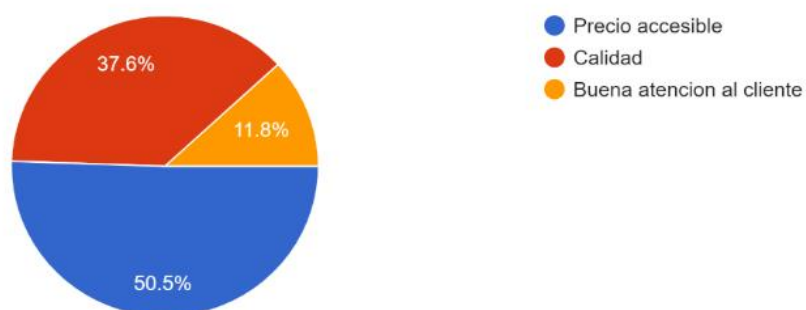
Producto / servicio.

“Hoy toca ser feliz” con 4 tipos de menús especializados como ser menú de diabetes, hipertensión, cirrosis y de insuficiencia renal.

Los productos del restaurante de comida saludable estarán enfocados en satisfacer a un cliente que busca una gastronomía de calidad y servicio en un ambiente cómodo y acogedor. Dichos productos buscan satisfacer el deseo de un mercado que está creciendo relacionado con los nuevos hábitos que están siendo incorporados por los Tarijeños los últimos años.

Figura 15

8. ¿A la hora de elegir un lugar para su alimentación que aspecto tomaría relevancia para usted?
372 respuestas



Nota. La investigación de mercado llevada a cabo mediante una encuesta hecha a 382 personas revela que el 50,5% de los encuestados manifiesta que es de relevancia para asistir a nuestro restaurante un precio accesible y en segundo lugar la calidad del producto.

Tabla 8

Estrategias del producto

Estrategia de producto			
Táctica	Recurso	Responsable	Meta
Contar con menús variados y asesorados satisfaciendo los deseos de nuestros futuros clientes con un precio accesible y de calidad	Nuevas recetas para variar el menú, asesoradas por el nutricionista	Chef ejecutivo	Diversificar nuestro menú

Nota. La tabla indica la estrategia del producto que se va a implementar, la táctica, recurso y el responsable de que se lleve a cabo. Fuente: Elaboración propia.

Plaza

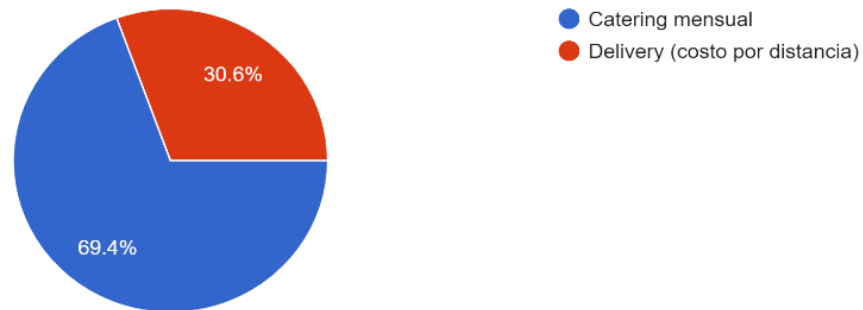
“Hoy toca ser feliz” no cuenta con local en alquiler, se encuentra en un domicilio particular en la avenida La Paz y calle Ingavi, frente a la facultad de odontología a una cuadra del Parque Bolívar.

El canal de distribución que se empleará será directo del productor al consumidor, sin intermediarios.

Figura 16

10. ¿Cuál de estos servicios adicionales estaría dispuesto a utilizar?

373 respuestas



Nota. En nuestra investigación de mercados pudimos recolectar información importante sobre servicios adicionales, la mayoría de las personas encuestadas prefieren un servicio de catering mensual lo cual como canal de distribución podemos contar con servicio de “Full móvil” ya que tiene las tarifas justas.

Y considerando que un cierto porcentaje prefiere delivery podemos trabajar con las aplicaciones Yaigo y pedidos ya, ya que son los más usadas por las empresas de comida.

Tabla 9

Estrategia de plaza

Estrategia de plaza			
Táctica	Recurso	Responsable	Meta
Implementar servicios adicionales para cumplir con las necesidades de nuestro público objetivos, como catering mensual y que nos puedan encontrar en las apps de delivery's	Usar el servicio de móvil y de las aplicaciones de delivery	Gerentes	Diversificar nuestro canal de distribución para llegar a más clientes

Nota. La tabla indica la estrategia de la plaza que se va a implementar, la táctica, recurso y el responsable de que se lleve a cabo. Fuente: Elaboración propia.

Promoción

El emprendimiento necesita comunicarse con sus clientes, para ello necesitamos medios para comunicar, interrelacionar, interactuar. Necesitamos darnos a conocer en el mercado, para elegir los mejores canales de promoción, nuevamente nos apoyaremos en nuestro estudio.

Es así que la promoción de nuestro emprendimiento se realizará mediante:

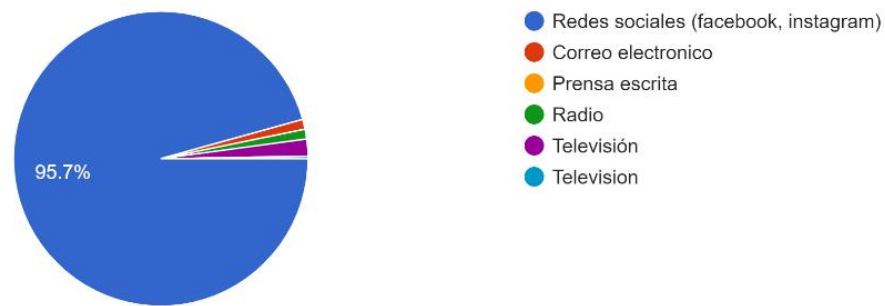
Promoción de ventas, tales como descuentos, incentivos de compra, con el propósito de atraer la atención del consumidor y brindarle información que le induzca a la compra de nuestro servicio.

Publicidad

Figura 17

11. ¿Cómo le gustaría recibir información de nuestro restaurante?

372 respuestas



Nota. Según la investigación de mercados pudimos notar que las personas prefieren recibir información de nuestro restaurante a través de las redes sociales y es por eso que crearemos una página en Facebook y una en Instagram para poder subir nuestras promociones e información de nuestro restaurante.

También utilizaremos los medios tradicionales publicitarios como:

- ❖ Televisión. Nuestras propagandas publicitarias serán transmitidas a nivel Local por la RED UNITEL, ya que según información recolectada en la página de global Tarija y estudios realizados por la universidad autónoma Juan Misael Saracho la RED UNITEL se encuentra en el número uno de canales más vistos en Tarija

Además, contaremos con un letrero luminoso con el logo de nuestra empresa

Logo

El color que elegimos para nuestro logo es el verde, este color está asociado con la salud, tranquilidad, el poder y la naturaleza. Se utiliza en las tiendas para relajar a los clientes, estimula la armonía en el cerebro y fomenta un equilibrio que conduce a la decisión (Galiana, 2021).



Slogan

Se manejará un slogan publicitario de una frase dicha por el padre de la medicina moderna Hipócrates en el año 1948.

“Que tu medicina sea tu alimento y el alimento, tu medicina”

Se realizará una publicidad agresiva ya que trataremos de hacer conocer nuestro producto a través de anuncios publicitarios en redes sociales.

Tabla 10

Estrategia de promoción y publicidad

Estrategia de promoción y publicidad			
Táctica	Recurso	Responsable	Meta
Publicidad agresiva con fotos de nuestro restaurant e información de los menús en redes sociales además de promociones en fechas importantes	Redes sociales como Facebook e Instagram y medios tradicionales como la Televisión.	Gerente	Tener un espacio donde el cliente pueda conseguir información del restaurante
Convenios con clínicas y consultorios	Contratos con responsables del área		Llegar a más personas

Nota. La tabla indica la estrategia de promoción y publicidad que se va a implementar, la táctica, recurso y el responsable de que se lleve a cabo. Fuente: Elaboración propia.

Precio

Los factores que afectan principalmente a las decisiones acerca de los precios son los siguientes: consumidores (clientes), gobiernos, proveedores, distribuidores y competidores, suponiendo que estos factores se mantengan constantes y no haya una gran variación, es decir, que no afecten en gran proporción a Hoy toca ser feliz el objetivo de la estrategia de precio será atraer y mantener a los clientes.

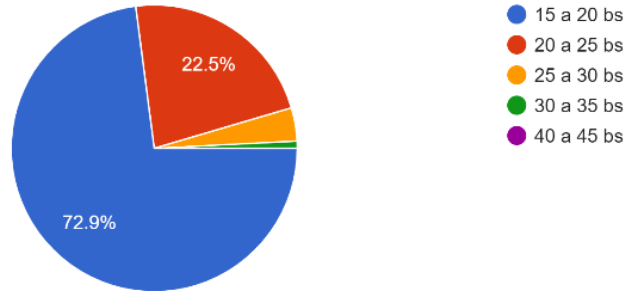
Política de Precios

Se establecerá precios accesibles, económicos y adecuados a nuestro público objetivo; se preparará platillos de alta calidad e higiene y se cobrará un precio justo por él.

La política que se adopta para la fijación del precio es la de precios bajos y competitivos, y para lograr ganar mercado y ser competitivos en el mismo

Figura 18

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio (almuerzo) diariamente?
373 respuestas



Nota. Tomaremos en cuenta la información recolectada en la investigación de mercados donde las personas escogieron un rango que oscila entre los 15 y 20 bs, en el capítulo 7 se detallara los precios.

Tabla 11

Estrategias de precio

Estrategia de precio			
Táctica	Recurso	Responsable	Meta
La política que se adopta para la fijación del precio es la de precios bajos y competitivos, y para lograr ganar mercado	Precios accesibles a comparación de nuestra competencia	Gerente	Lograr ganar mercado y ser competitivos en el mismo

Nota. La tabla indica la estrategia del precio que se va a establecer, la táctica, recurso y el responsable de que se lleve a cabo. Fuente: Elaboración propia.

4.3. Determinación de la tasa de crecimiento.

Para determinar la tasa de crecimiento tomamos en cuenta información del Sistema nacional de información en salud de los casos de las enfermedades no trasmisibles mensuales del presente año, proyectamos con la técnica de proyección de regresión lineal el crecimiento de nuestra población meta para los siguientes años por ende el crecimiento de nuestra demanda crecería conforme a la aparición de nuevos casos.

Tabla 12

Registro de enfermedades no transmisibles de notificación mensual

Meses gestión 2022	Número de casos de enfermedades no transmisibles
Enero	5779
Febrero	5996
Marzo	7125
Abril	6225
Mayo	6861
Junio	6644
Julio	6468
Agosto	6511
Septiembre	6809
Octubre	6888
Noviembre	6968
Diciembre	7047
Total	79.321

Nota. La presente tabla muestra el número de casos mensuales de personas con enfermedades de base en la gestión 2022. Fuente: Elaboración propia con base SNIS, 2022.

Tabla 13

Proyección para los siguientes años

Año	Personas registradas con patologías de base
2021	67785
2022	63843
2023	79321
2024	81852
2025	87620
2026	93388
2027	99156
2028	104924
2029	110692
2030	116460

Nota. Se muestra en la tabla una proyección de casos para los siguientes años tomando en cuenta datos que se obtuvieron del SNIS usando la técnica de regresión lineal. Fuente: Elaboración propia con base SNIS, 2022.

4.4. Presupuesto de marketing.

Tabla 14

Inversión para el área de marketing

Concepto	Precio
Spot publicitario en el canal UNITEL	800 bs
Letrero Luminoso	700 bs
Wi fi para el uso de redes sociales y compartir a nuestros clientes.	200 bs
Total	1700 bs

Nota. La presente tabla muestra el presupuesto que se debe contar para la publicidad de nuestro restaurante. Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V PLAN DE PRODUCCION



V. PLAN DE PRODUCCION,

5.1. Objetivos del área de producción.

- ❖ Reducir costos sin reducir la calidad del servicio,
- ❖ Reducir desperdicios de la materia prima

5.2. Ingeniería del producto.

Menús especializados

Gráfico 2

menú SEMANAL

S E M A N A : _____



	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Diabetes	Ternera de res	Pollo al horno	Peceto	Ensalada mexicana	Pollo al horno	Asado en olla	Pollo a la parrilla
Hipertension	wok de pollo	Pollo al horno	bife saludable	Tallarín saltado de pollo	Pollo al horno	Ensalada mexicana	Pollo a la parrilla
Insuficiencia renal	Sopa de verduras	Pasta con carne molida	Estofado de pollo	Pollo al horno	Pollo a la plancha	Espagueti a la boloñesa	Hamburguesa de carne de soja
Cirrosis	Espagueti a la boloñesa	Pollo a la plancha	Bife saludable	Salpicón de pollo	Hamburguesa de carne de soja	Pollo al horno	pollo a la parrilla

Gráfico 3



JUGOS

menú SEMANAL



Hoy
toca ser
feliz

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Diabetes	Jugo de papaya	Jugo de naranja	Jugo de kiwi	Té de manzanilla	Jugo de papaya	Jugo de naranja	Jugo de kiwi
Hipertension	Jugo de papaya	Jugo de naranja	Jugo de kiwi	Agua de jamaica	Jugo de papaya	Jugo de naranja	Jugo de kiwi
Insuficiencia renal	Jugó de papaya	Jugó de pera	Jugo de manzana verde	Té de manzanilla	Jugó de papaya	Jugó de pera	Jugó de manzana verde
Cirrosis	Jugó de papaya	Jugo de durazno	Jugo de manzana verde	Té verde	Jugo de papaya	Jugo de durazno	Jugo de manzana verde

Solicitud del pedido.

- ❖ Primeramente, es el ingreso del cliente a las instalaciones del restaurante donde el mesero, es quien da la bienvenida al cliente y lo lleva a su mesa.
- ❖ Es el mismo que va llevar los menús y tomará la orden una vez que el cliente haya decidido el platillo
- ❖ Seguido de ello el mismo lleva la orden al cajero, ubicado en recepción para que anote los platillos y vaya haciendo un seguimiento, para la factura,

-
- ❖ Después la orden se la pasa al chef quien elabora el platillo de acuerdo al menú y la patología de base
 - ❖ Ya elaborado el platillo el mesero lleva a la mesa para que los clientes puedan degustar con todas las medidas de higiene
 - ❖ Al finalizar el cajero lleva el seguimiento y el mesero lleva la cuenta hecha por el cajero para cancelar lo consumido

El chef será el encargado de la compra de insumos y el lavado y esterilización de las frutas y verduras

Elaboración de un platillo del menú de diabetes.

Una vez el chef reciba la orden inmediatamente se procede a sacar del almacén lo que se va a utilizar, lo siguiente es el lavado de verduras y el lavado de la quinoa, antes de cocinar la quinoa tenemos que lavarla muy bien para eliminar la saponina, sustancia que le da un sabor amargo y seguimos con la preparación de la quinoa con verduras

- Quínoa cocida, 138.75g, $\frac{3}{4}$ taza
- Verduras, 60g, $\frac{3}{4}$ taza

Elaborado por un profesional en nutrición, porciones en gramos y unidades de medida casera según la patología de base

1. Ponemos la quinoa en un colador grande y la enjuagamos varias veces removiendo con la mano, hasta que el agua salga clara. Ponemos en una cazuela la taza de quinoa, y con la misma taza como medida, añadimos 2 tazas de agua o caldo de verduras. Si empleamos caldo aportaremos un plus de sabor a la receta.
2. Calentamos y cuando el líquido rompa a hervir, tapamos y cocinamos a fuego medio por 12 minutos. No te pases de tiempo porque quedará pastosa y no

queremos estropearla. Si sobra líquido, la escurrimos, y removemos los granos con un tenedor para separarlos.

3. Picamos la cebolla, los pimientos, la zanahoria y los tomates. En una plancha con aceite de oliva virgen extra, sofreímos primero la cebolla durante 5 minutos.
4. Añadimos los pimientos y la zanahoria troceados. Continuamos el sofrito durante 10 minutos más.
5. Incorporamos el tomate y continuamos cocinando las verduras 15 minutos. Introducimos la quinoa y removemos.

Ternera de res

- Res, 150g,
 - Aceite de oliva, 10ml, 2 cucharaditas
1. La primera norma que se debe tener siempre en cuenta es que la carne antes de ser cocinada debe estar a temperatura ambiente. Si cocinamos un filete tal cual sale de la nevera será imposible que nos quede jugoso pues la carne no se cocinará de manera uniforme.
 2. Importante es que esté lo más caliente posible. Si la pieza que va a cocinar el chef tiene grasa sobrante, lo ideal es usar ésta para untar la plancha. Si no, deberemos echar unas gotitas de aceite de oliva. Se empieza a quemar en torno a los 200 grados, así que, lo ideal es echar la carne justo antes de que se alcance esa temperatura.
 3. Después de haber culminado el procedimiento se hace el emplatado para la entrega al mesero o la mesera

Nota: prohibido el uso de azúcar y similares como la miel puede utilizarse stevia o edulcorantes
todas las harinas deben ser integrales o libres de gluten

El patrón de pedido se repite en cada platillo

- Pasta con carne molida
 - Carne molida de res, 100g,
 - Fideos cocidos, 135g, 3/4 taza
 - Aceite, 10ml, 2 cucharaditas
 - Verduras, 100g, 1 1/4 tazas
1. La pasta se pone en una olla a hervir en agua a fuego lento.
 2. La carne molida su cocción es en una plancha en aceite de oliva Virgen durante 10 minutos
 3. Seguido de ello mientras la carne molida está en plena cocción se hecha las verduras como ser el tomate, zanahoria y la cebolla
 4. Sigue el emplatado, primero el fideo y encima nuestro ahogado
 5. Finalmente sigue la entrega del platillo al mesero

Nota: se podrán consumir todas las carnes con moderación quedan prohibidos embutidos y cualquier carne en conserva.

Elaboración de un platillo del menú de cirrosis.

- Espagueti a la boloñesa
 - Espagueti cocido, 200 g, 1 taza
 - Salsa de tomate casera, 50 g, 1/2 taza
 - Carne de soya, 50 g
 - Aceite, 5 ml, 1 cucharadita
1. Primeramente, el chef realiza el hervido espagueti en agua a fuego lento.

2. La carne soja se hace coser en aceite alrededor de 10 min en plancha.
3. Seguido de ello se hace la salsa de tomate, el primer paso es el rapado del mismo para echar a la plancha con un poco de aceite de oliva.
4. Para finalizar se mezcla la salsa de tomate con la carne de soja y el ahogado de la carne con la salsa va encima del espagueti,
5. Después de haber culminado el procedimiento se hace el emplatado para la entrega al mesero o la mesera.

NOTA: Debe incluirse buenas fuentes de carbohidratos para dar energía al hígado y por ende ahorrarle trabajo

NOTA: deberán incluirse proteínas de manera moderada, siendo una buena opción proteínas vegetales (soya, legumbres) limitar consumo de carnes rojas disminuir consumo de sal.

Elaboración de un platillo del menú de insuficiencia renal

- Pollo al horno
- Pollo al horno, 150 g
- Aceite de oliva, 5 ml, 1 cucharadita
- Papas al horno
- Papa cocida, 210 g, 1 1/2 piezas Aceite, 5 ml, 1 cucharadita
- Verduras salteadas Verduras, 80 g, 1 taza
- Aceite, 5 ml, 1 cucharadita

1. El chef comienza preparando el pollo con una pizca de sal con medidas, según permita la dieta de hipertensión y limón y se lo mete al horno con las papas.

-
2. Seguido de ello procede a hacer las verduras salteadas, se usará una plancha para ello se coloca el tomate, cebolla y pimentón a la plancha en aceite de oliva dejar coser por 5 minutos
 3. Después de haber culminado el procedimiento se hace el emplatado para la entrega al mesero o la mesera

NOTA: el consumo total de sal debe ser inferior a 5 gramos de sal al día

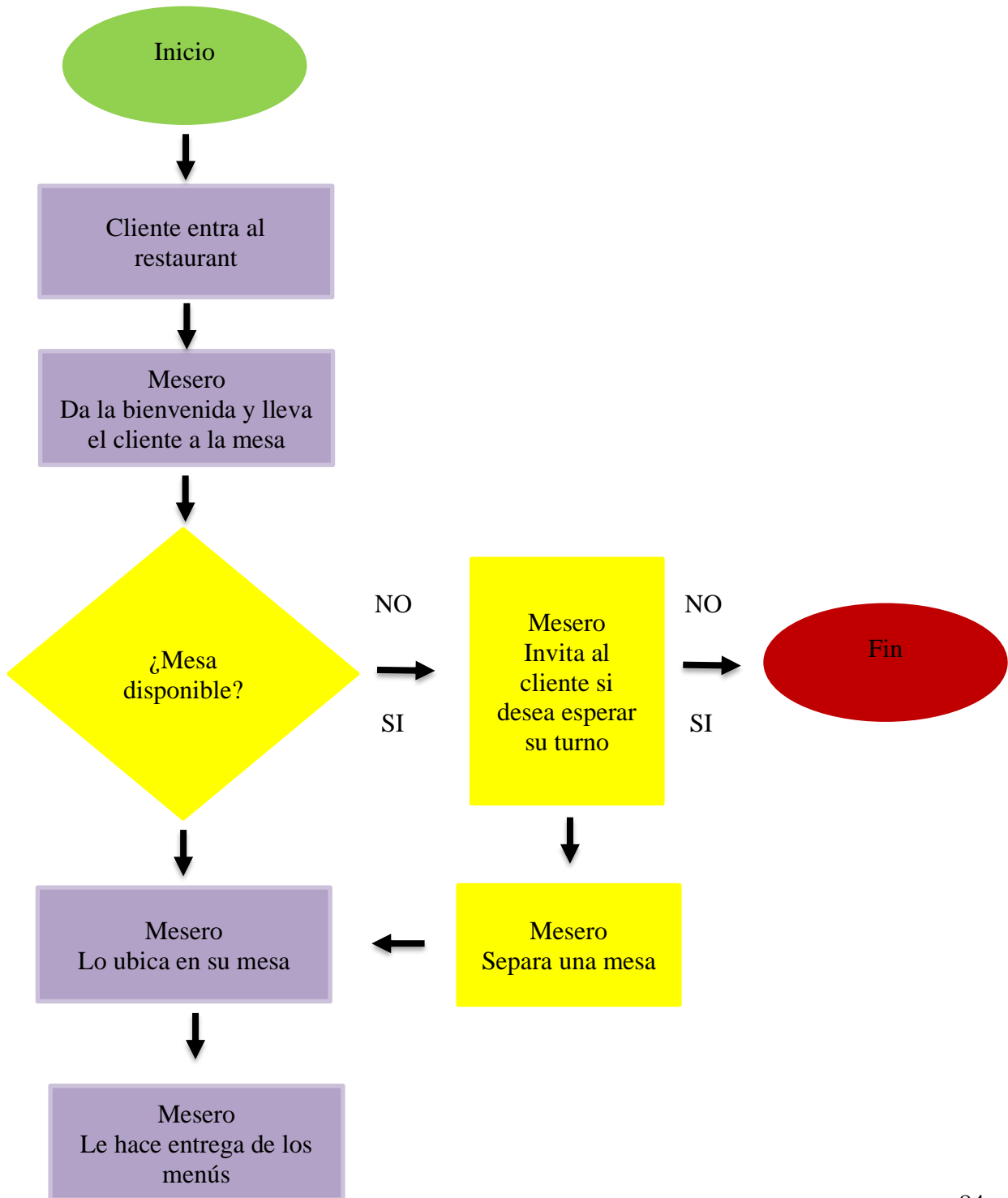
NOTA: limitar el consumo de carnes rojas a una o como máximo 2 veces por semana

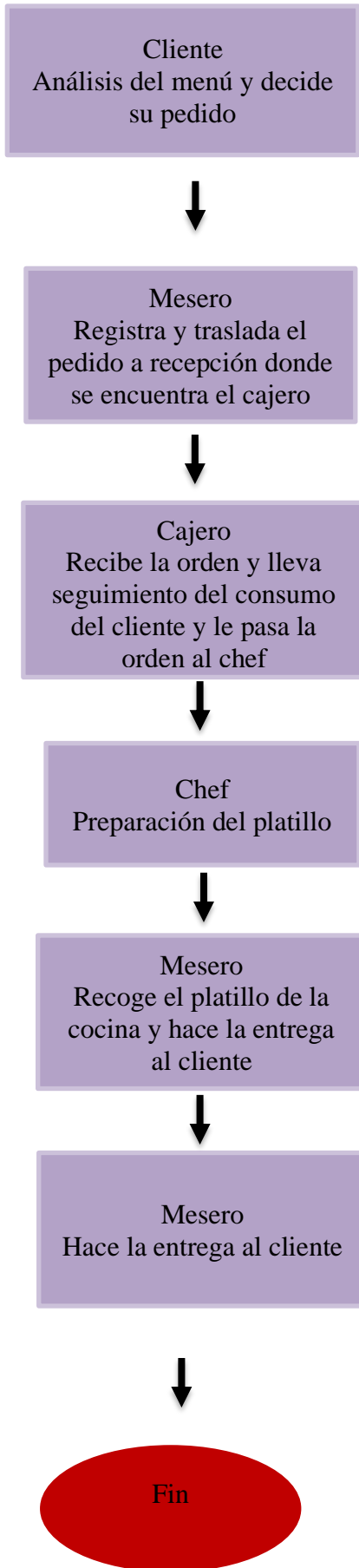
NOTA: la cocción de los alimentos debe ser al horno, hervido, plancha o vapor, evitar frituras y exceso de agregados

4.4.1. Flujograma del proceso.

Figura 19

Solicitud del pedido.

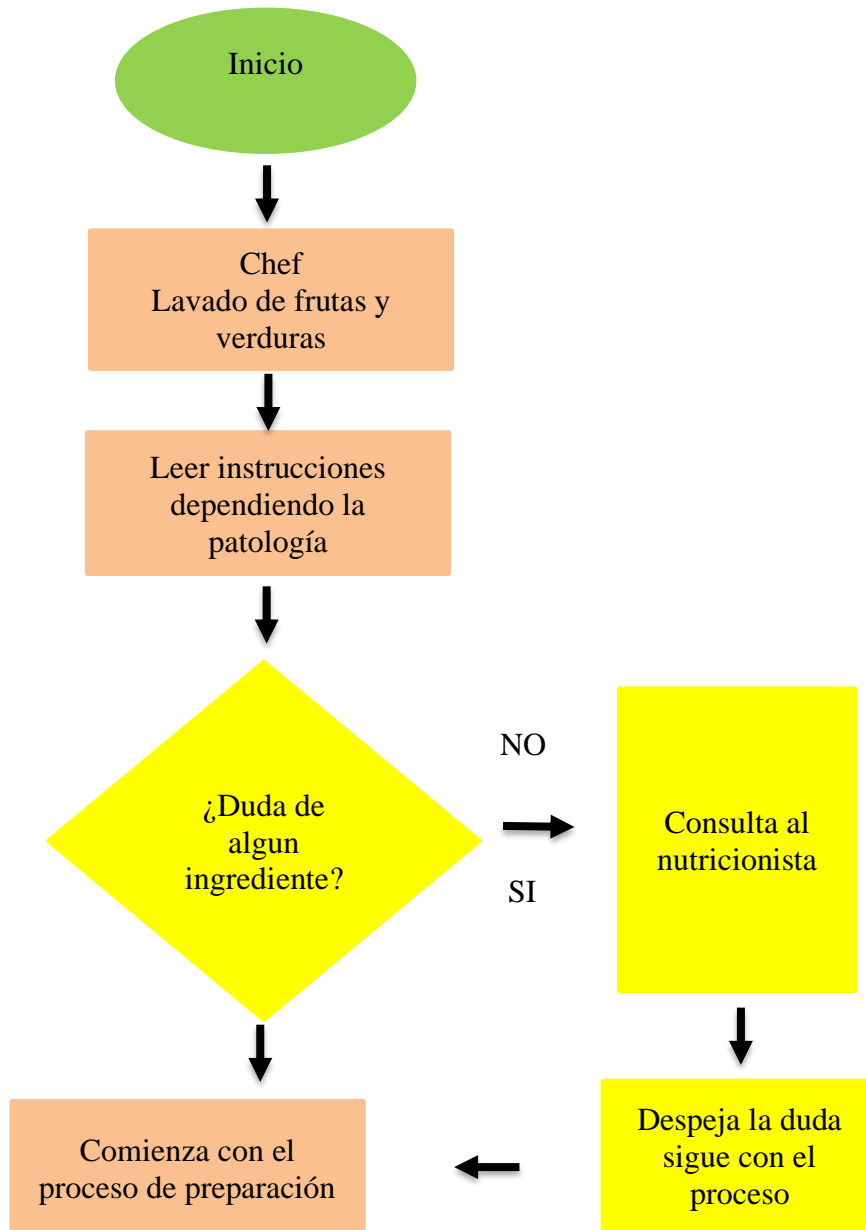


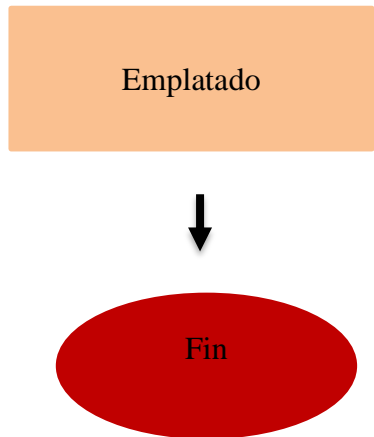


Nota. La figura explica la entrada, proceso y salida del cliente. Fuente: Elaboración propia.

Figura 20

Proceso de preparación del platillo





Nota. La figura explica la elaboración de un platillo de principio a fin. Fuente: Elaboración propia.

5.3. Características de la tecnología.

5.3.1. Requerimiento de Equipos y Maquinarias.

El restaurante “Hoy toca ser feliz” para un buen rendimiento productivo utilizara tecnología moderna, y sus características son las siguientes:

Cámara frigorífica.

Fabricada con material que conjuga tecnología y durabilidad extrema, consta de paredes forradas de acero inoxidable, con una puerta sólida, con un compresor reforzado de 10 de C.F. Las frutas, las verduras y carnes son productos perecederos, por lo que con las altas temperaturas entran en estado de putrefacción en menos de una semana, además cuando una fruta madura aumenta su nivel de azúcar lo cual ya no sería apto para una persona con diabetes y otras patologías que restrinjan el azúcar. Por lo que se vio en la necesidad de buscar con método de conservación para el mantenimiento

- ✚ La refrigeración: entre 3 °C y 8 °C los alimentos se conservan unos cuantos días.

-
- ✚ La congelación: entre -5 °C y -18 °C los alimentos se pueden conservar hasta 3 a 4 meses.

Después tenemos la ultracongelación: Donde las temperaturas son inferiores a -18°C. Y las frutas, carnes y verduras se pueden conservar hasta un año, este tipo de refrigeración se utilizará muy pocas veces, dependiendo del clima y la demanda.

Refrigerador:

Su capacidad y tamaño ayudan a almacenar carnes frutas y verduras de este modo garantiza un buen desempeño y gracias a sus rejillas divisionarias permite una mejor organización.

Equipo de computación.

Equipo de computación de escritorio características: Core i5 Séptima generación (i5-7400), Placa madre MSI H110M Gaming, 8 Gb de ram ddr4, 1Tb disco duro, Gráficos integrados Intel hd 630, Monitor LG 22 pulgadas 1080p e incluye teclado, mouse, antena wifi y cámara Xiaomi, donde se registrarán las ventas, es decir, el movimiento que haya en el restaurant, para un mejor control y para tener información rápida y actualizada acerca de las ventas e ingresos que se obtenga.

Tabla 14

Equipo e instalaciones

Equipo	Cantidad
Cámara frigorífica	1
Refrigerador	1
Cocina grande	1
Platos en docena	4
Vasos en docena	4

Utensilios (cuchillos, espumadores, cucharones etc.)	8
Cubiertos	4
Jarras	12
Ollas	5
Plancha	3
Parrilla	1
Fuentes grandes plásticas	5
Sumidora	1

Nota. La tabla muestra los equipos con los que vamos a contar, además de la cantidad que vamos a necesitar en el restaurante. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15

Mobiliario para decorar el restaurante

Mobiliario	Cantidad
Mesas de madera	6
Sillas de madera	30
Manteles	6
Estantes	2
Vitrina	1
Silla giratoria	1
Escritorio	1

Mesa grande	1
-------------	---

Nota. La tabla muestra el mobiliario para decorar e implementar, además de la cantidad que vamos a necesitar en el restaurante. Fuente: Elaboración propia.

1.6. Presupuesto

Tabla 16

Equipamiento

Equipamiento	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Cámara frigorífica	1	21 000	21 000
Refrigerador	1	4 955	4 955
Cocina grande	1	4 400	4 400
Platos en docena	4	100	400
Vasos en docena	4	84	336
Utensilios (cuchillos, espumadores, cucharones etc.)	8	150	150
Cubiertos	4	35	140
Jarras	12	15	180
Ollas	5	80	400
Plancha	3	75	225
Parrilla	1	350	350
Fuentes grandes plásticas	5	8	40

Licuadora	1	170	170
TOTAL			32 746

Nota. La tabla muestra el presupuesto con el que debemos contar para implementar los equipos al restaurante. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17

Mobiliario

Mobiliario	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Mesas de madera	6	120	720
Sillas de madera	30	60	1800
Estantes	2	90	180
Vitrina	1	1300	1300
Silla giratoria	1	210	210
Escritorio	1	350	350
Mesa grande	1	170	170
TOTAL			4 730

Nota. La tabla muestra el presupuesto con el que debemos contar para el mobiliario necesario y de decoración del restaurante. Fuente: Elaboración propia.

5.4.Administración de materiales.

5.4.1. Necesidad de materia prima

Diversos son los productos, materiales e insumos que se utilizará para elaborar los platillos del restaurant, los mismos se adquirirán de acuerdo a los requerimientos del menú especializado. Los insumos principales que se requiere para la preparación de los platillos de los diferentes menús se detallan a continuación.

Carnes

- ✓ Pollo
- ✓ Carne de res
- ✓ Ternera de Res
- ✓ Carne de soja
- ✓ Huevos

Pastas y cereales

- ✓ Fideos
- ✓ Fideos integrales
- ✓ Arroz
- ✓ Arroz integral
- ✓ Quinoa

Vegetales

- ✓ Papa
- ✓ Zanahoria
- ✓ Tomate
- ✓ Cebolla

-
- ✓ Lechuga
 - ✓ Lenteja
 - ✓ Arveja
 - ✓ Espinaca
 - ✓ Camote
 - ✓ Pimentón
 - ✓ Pepino
 - ✓ Brócoli
 - ✓ Repollo
 - ✓ Coliflor
 - ✓ Rábano

Frutas

- ✓ Frutilla
- ✓ Papaya
- ✓ Manzana verde
- ✓ Pera
- ✓ Kiwi
- ✓ Piña
- ✓ Naranja
- ✓ mandarina
- ✓ Jamaica

Té

- ✓ Té verde

-
-
- ✓ Té de manzanilla

Otros

- ✓ Aceite de oliva
- ✓ Stevia

5.4.2. Proveedores negociables-

Tabla 18

Proveedores de fruta

Sr. Santiago Martinez	❖ Manzanas, peras y bananas
Sr. Lidia Mendoza	❖ Papayas y kiwis
Sra. Lourdes Mendez	❖ Ciruelo, damasco y Jamaica
Sr. Lidio Avila	❖ Naranja, mandarina y pomelo
Sr. Victorino Guerrero	❖ Manga

Nota. La tabla nos muestra los proveedores de fruta cada uno con las frutas que nos va a proporcionar de “Hoy toca ser feliz” todos ubicados en el mercado campesino. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19

Proveedores de vegetales

Sr. Marcelo Erquis	❖ Cebolla, cebollín, tomate y zanahoria
Sra. Eulelia Trigo	❖ Berenjena, espinaca, vainitas, y brócoli
Sr. Jaime Benítez	❖ Lechuga, repollo, repollo morado, coliflor y perejil
Sra. Daniela Huayta	❖ Morrón
Sr. Dani Méndez	❖ Rábano, nabo y yuca
Sta. Olga Soruco	❖ Pepino

Nota. La tabla nos muestra los proveedores de verduras y lo que cada una de nuestros proveedores nos va a proporcionar, todos ubicados en el mercado campesino. Fuente: Elaboración propia.

Algunos proveedores serán fáciles de acceder como las verduras, ya que nuestro departamento es uno de los principales productores y existen una cantidad considerable de productores de verduras.

El poder negociador de los proveedores es bajo ya que en nuestro departamento contamos con varios vendedores de tercera mano y otros de segunda tanto de las frutas como de las verduras lo que provoca que los vendedores acepten las condiciones de precios.

Tabla 20

Otros proveedores

Carnicería Gareca	❖ Carnes
Mas que pollos	❖ Pollos, huevos y algunos condimentos los que requiera
Sra. Delia Ayarde	❖ Pescado
Sr. Ivar flores	❖ Aceite de oliva, Stevia y demás insumos

Nota. La tabla nos muestras los proveedores de carnes y complementos y lo que cada una de nuestros proveedores nos va a proporcionar. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21

Proveedores de maquinaria

Consul	Camara frigorifico y refrigerador
Todo hogar	Electrodomesticos
Industria Maderera Tarija	Mesas, sillas y estantes
Tramontina	Instrumentos de cocina y vajilla
Mueblexbol Tarija	Vitrina
Stephany Padilla	Fuentes plásticas

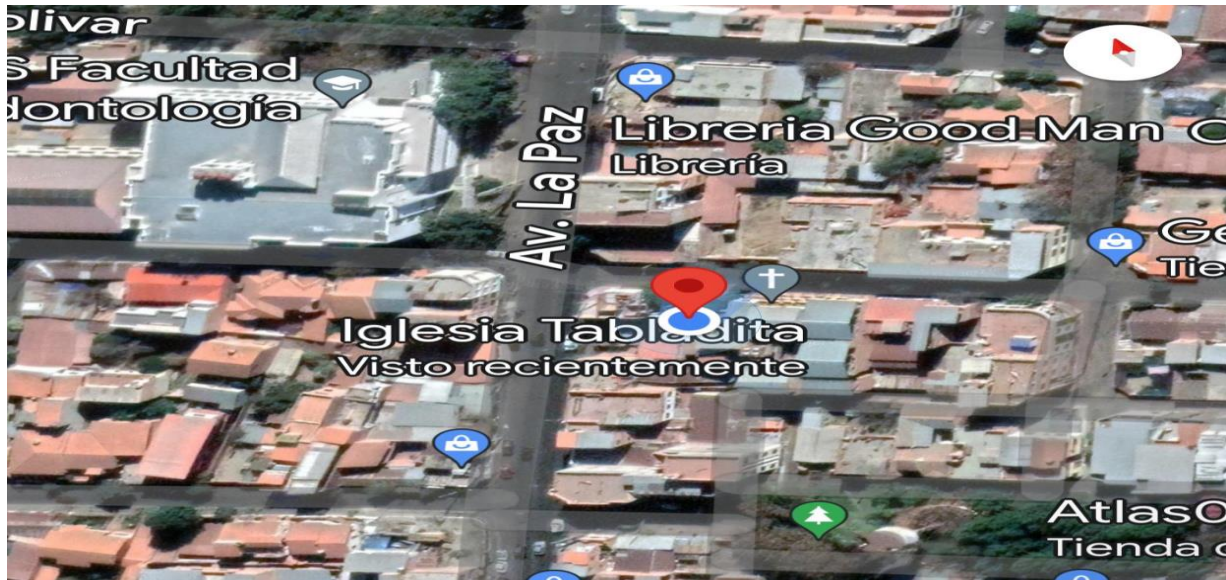
Nota. La tabla nos muestras los proveedores del inmobiliario y utensilios, además lo que cada una de nuestros proveedores nos va a proporcionar. Fuente: Elaboración propia.

Todos los proveedores mencionados, se sitúan en Tarija, precisamente para prevenir retrasos, que nos puede significar pérdida.

5.5. Localización de la empresa.

Hoy toca ser feliz no cuenta con local en alquiler, se encuentra en un domicilio particular en la avenida La Paz y calle Ingavi, frente a la Facultad de Odontología a una cuadra del parque Bolívar.

Gráfico 4



5.6. Diseño y distribución de planta y oficinas.

Hoy toca ser feliz no cuenta con local en alquiler, se encuentra en un domicilio particular en la avenida La Paz y calle Ingavi, frente a la Facultad de Odontología a una cuadra del Parque Bolívar.

Prototipo 3D del restaurante.

Gráfico 6



5.7.Higiene y Seguridad industrial.

El personal del restaurante debe conocer las medidas de seguridad e higiene establecidas y cumplirlas con responsabilidad. Estas son algunas de ellas:

- ✓ Hacer uso de guantes y mascarillas (que deberán ser actualizados tras su vida útil).
- ✓ Tirar los pañuelos u objetos de higiene personal usados.
- ✓ Lavarse frecuentemente las manos, especialmente después de tocar la carta del menú o manipular dinero.
- ✓ Llevar el uniforme de trabajo siempre limpio y una higiene personal impecable.

CAPÍTULO VI PLAN ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS



VI. PLAN ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS.

A continuación, se desarrollará el plan organizacional para estructurar nuestra organización y repartir jerarquías además del área de recursos humanos tomando en cuenta como base al autor Márquez (2018).

6.1. Objetivo del área de recursos humanos

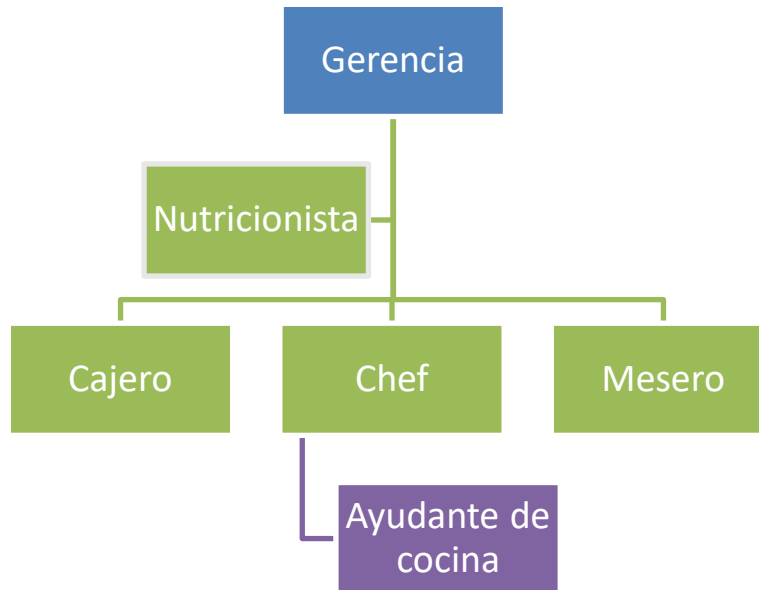
Es una de las áreas más importantes de una empresa pues son las personas las que determinan el éxito o fracaso de las organizaciones.

- ✓ Elaborar una correcta planificación de los Recursos Humanos con los que contará la empresa.
- ✓ Capacitar constantemente para el aprendizaje de nuevos platillos y conocer las restricciones que requiere cada enfermedad de Base.
- ✓ Contar con personal altamente eficaz, capaz de adaptarse a las situaciones cambiantes.
Vincular a todos los miembros de la organización para el logro de los objetivos.
- ✓ Realizar una mejora constante en la atención al cliente.

6.2. Diseño organizacional.

6.3. Estructura Organizacional

Figura 20



Nota. En la figura 20 podemos observar nuestro diseño organizacional que se manejará en el restaurante.

6.4. Descripción de Puestos o Manual de Funciones.

Gerencia

- ✓ Supervisar y controlar el desenvolvimiento del personal en el restaurante. Fijar objetivos y metas para la Empresa de manera continua.
- ✓ Llevar el control de marketing para diseñar estrategias, publicidad, etc. para atraer clientes.
- ✓ Dirigir, organizar, coordinar y controlar las actividades del restaurante.
- ✓ Administrar los recursos con los que se cuente de manera eficiente.

-
- ✓ Velar por el buen funcionamiento del restaurante.
 - ✓ Motivar constantemente al personal para que brinde una buena atención a los clientes.
 - ✓ Cuidar el mobiliario, instalaciones y material con el que cuenta.

Chef y ayudante de cocina

- ✓ Comprar los alimentos que se requiere para preparar los diferentes platillos.
- ✓ Cuidar y preservar los alimentos.
- ✓ Preparar los alimentos de forma rápida y de acuerdo a las diferentes restricciones que requiera la patología de base.
- ✓ Colocar los alimentos en el plato, platillo, etc. que corresponda.
- ✓ Mantener el servicio de cocina limpio.
- ✓ Cuidar el mobiliario, instalaciones y material con el que cuentan para evitar desperdicios.

Mesero

- ✓ Recibir a los clientes que ingresen a los restaurantes, de manera amable.
- ✓ Brindarles una carta con el menú disponible de la semana.
- ✓ Tomar la orden de los clientes y pasar a los cocineros. • Recoger la orden y servir a los clientes, acompañando cubiertos, salsas, servilletas, etc.
- ✓ Estar atentos a la solicitud de cualquier cliente, atenderlo de manera rápida y amable.
- ✓ Limpiar el restaurante, mesas, sillas y demás mobiliario.
- ✓ Mantener el restaurante y todo su mobiliario, limpio y en orden.
- ✓ Cuidar el mobiliario, instalaciones y material con el que cuentan

Cajero

- ✓ Supervisar y controlar que los cocineros y meseros atiendan de manera amable y rápida a los clientes.
- ✓ Calcular el monto de los pedidos que hagan los clientes.
- ✓ Cobrar el monto exacto, de manera amable.
- ✓ Registrar el platillo que se vendió correctamente.
- ✓ Supervisar y controlar que los cocineros y meseros atiendan de manera amable y rápida a los clientes.
- ✓ Al cerrar el restaurante comprobar que esté todo el dinero que se vendió con el registro que se hizo.
- ✓ Entregar a los gerentes, cuando éste lo solicite, el dinero que se vendió acorde con los registros de control.
- ✓ Revisar y supervisar que el restaurante esté bien cerrado a la hora de irse.

Nutricionista

- ✓ Realizar los menús especializados cuando se requiera los servicios.

6.5. Proceso de Integración del Personal.

Reclutamiento

Una vez planificado las necesidades de recursos humanos, nuestra empresa buscará detectar empleados potenciales que cumplan los requisitos adecuados para realizar un determinado trabajo y atraerlos en número suficiente para que sea posible una posterior selección de algunos de ellos. Para ello emplearemos: las siguientes técnicas:

- ✓ Carteles o anuncios en Todo el departamento de Tarija
- ✓ Anuncios en nuestras redes sociales.

Selección

Se refiere a encontrar la persona que cubra el puesto adecuado a un coste también adecuado, debemos elegir aquella persona que se adecue mejor a las necesidades actuales y futuras del trabajo. Para dicha selección se seguirá el siguiente procedimiento:

- ✓ Deben cumplir con los requisitos del puesto requerido, avalando los mismos con su curriculum vitae o procediendo al llenado la Solicitud de Empleo.
- ✓ Las personas seleccionadas se someterán a la entrevista de selección la misma que se utilizará para evaluar conocimientos especialmente el puesto de chef.
- ✓ Posteriormente después de realizar la entrevista a las personas seleccionadas, se procederá al examen médico
- ✓ A partir de esta información obtenida este equipo de trabajo evaluará y seleccionará las personas más aptas para los distintos puestos.

Contratación

La contratación del personal estará controlada por la ley general del trabajo velando así todos los derechos y responsabilidades que tiene el trabajador, como así también la empresa hacia con el trabajador. Según la ley general del trabajo se establece un término de prueba de 90 días donde el trabajador debe demostrar sus aptitudes para las prestaciones del trabajo, pasado este periodo de prueba se procede a realizar un contrato por tiempo indefinido, donde se establecerá lo siguiente:

- ✓ Nombres y apellidos paterno y materno o razón social de los contratantes. Edad, nacionalidad, estado civil y domicilio del trabajador.
- ✓ Naturaleza del servicio y lugar donde será prestado.

-
- ✓ Determinación de si el trabajo o servicio se efectuará por tiempo, por unidad de tarea o a destajo.
 - ✓ Monto, forma y período de pago de la remuneración acordada.
 - ✓ Plazo del contrato

Inducción

Una vez capacitado y entrenado al personal, el mismo debe desarrollarse, debe integrarse al personal. Para ello el directorio de gerencia del restaurante desarrollará un programa de adaptación e integración del candidato. La acogida debe estar prevista y organizada:

Recibir al candidato de una manera adecuada, con un buen clima de acogida y receptividad en la organización, somos un restaurante que busca hacer sentir bien al cliente y para lograr eso nuestro personal debe sentirse bien.

Informar al incorporado de todo aquello que no es tratado hasta el momento. La información se orientará al restaurante, actividad, objetivos, organigrama, misión, visión, etc. A su vez se le informará todo lo relacionado con su puesto de trabajo, finalidad, tareas, ubicación en el organigrama y supervisiones, condiciones, derechos, deberes.

Capacitación

La capacitación implica un proceso de adiestramiento en un periodo corto, es un factor importante tanto para el trabajador como para la empresa, pues ayudan al desarrollo de habilidades competencias, destrezas de esta forma aumentar y desarrollar su conocimiento para que puedan desempeñar de la mejor forma sus tareas.

- ✓ Capacitación del personal mediante talleres, cursos, etc.

- ✓ Talleres prácticos de nutrición para personas con enfermedades de base para conocer las restricciones, cantidades y aportes nutricionales para cada enfermedad, lo cual permitirá a los trabajadores aumentar o mejorar sus habilidades destrezas.
- ✓ Talleres sobre atención al cliente.

6.6. Administración de sueldos y salarios.

Tabla 22

Remuneración para el recurso humano

Detalle de cargo	Sueldo de mes (bs)	N° de personal requerido	Aporte propio (12.71)	Aporte patronal (13,71)	Salario mes (bs)
Chef	2000	1	254,2	274,2	2274,2
Ayudante de cocina	800	1	101,68	109,68	909,68
Cajero	700	1	88,97	95,97	795,97
Mesero	600	1	76,26	82,26	682,26
TOTAL					4662,11

Nota. La tabla muestra los salarios finales de nuestro recurso humano. Fuente: Elaboración propia.

6.7. Marco legal de la organización.

El marco legal donde operará el emprendimiento está determinado por la Constitución Política del Estado, las Leyes y Convenios Internacionales aprobados por el parlamento y las Normas Promulgadas por el Poder Ejecutivo (Decretos Supremos, Resoluciones Supremas, Resoluciones Bi-ministeriales, Ministeriales y Resoluciones Administrativas), dentro de las cuales se encuentran las normas municipales (ordenanzas y resoluciones).

Los instrumentos jurídicos que definen la acción del Estado, en el sector turismo, están contenidos en:

-
- ✓ La Constitución Política del Estado, Art.308 I. El Estado reconoce, respeta y protege la iniciativa privada, para que contribuya al desarrollo económico, social y fortalezca la independencia económica del país.
 - ✓ Se garantiza la libertad de la empresa y el pleno ejercicio de actividades empresariales
 - ✓ Ley de Organización del Poder Ejecutivo. La institución encargada de velar por el desarrollo del sector es el Ministerio de actividades comerciales de Producción y Microempresa
 - ✓ Ley General del Trabajo determina con carácter general los derechos y obligaciones emergentes del trabajo
 - ✓ Ley 843(Ley de Reforma Tributaria, encargada de establecer y velar por los impuestos al valor agregado (Código de Comercio encargada de regular las relaciones jurídicas derivadas de las actividades comerciales).

CAPÍTULO VII PLAN FINANCIERO



VII. PLAN FINANCIERO

7.1. Objetivos.

7.1.1. Objetivo general.

Realizar una proyección de los ingresos para determinar la rentabilidad del emprendimiento.

7.1.2. Objetivos específicos.

- ✓ Determinar el precio y el margen de utilidad
- ✓ Identificar el punto de equilibrio
- ✓ Hacer la estructura de inversiones para el financiamiento bancario
- ✓ Evaluar la viabilidad del proyecto mediante los indicadores de la VAN Y TIR

7.2. Estimación del costo total y unitario

Tabla 23

Artículos y unidades de producción

Artículo: Almuerzo		Unidad de producción: 1 preparación			
Insumo	Cantidad	Unidad	N° de unidades de producción	Precio Unitario	Costo total
Ternera de res	7	kilo	1	40	280
Carne de res	10	kilo	1	38	380
Carne molida	1,5	kilo	1	38	57
Peceto	6	Kilo	1	35	210
Pollo	50	kilo	1	15	750
Carne de soja	21	Bolsas	1	11	231
Quinua	24	Bolsas	1	18	432
verduras	1	Lote	1	200	500
Papa	1	arroba	4	50	12,5

Huevo	3	Maples	1	18	54
camote	7	Kilo	1	6	42
Arroz integral	19	Kilo	1	10,5	199,5
Arroz normal	19	Kilo	1	5	95
Espagueti	12	Kilo	1	10	120
Fideo	4	Kilo	1	10	40
Aceite de oliva	7	Litros	1	40	280
Sal y condimentos	1	Lote	1	100	100
Gas	2	Garrafa	1	22,5	45
Platos desechables	322	Pieza	1	0,5	161
Servilletas	2	Paquetes	1	8	16
Total					4005
Costo por unidad de venta					6,22

Nota. En la presente tabla muestra los costos de nuestro material y el costo unitario del mismo calculado mediante una fórmula. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24**Costos para la elaboración de los jugos****Jugos**

insumo	Cantidad	Unidad	N° de unidades de producción	Precio Unitario (Bs)	Total
Papaya	10	Piezas	1	7	70
Naranja	1	Cien	1	40	40
Kiwi	150	Piezas	1	1	150
Pera	15	Piezas	1	2	30
Durazno	1	cuartilla	1	18	18
Manzana verde	7	Piezas	1	1	7
Jamaica	1	Kilo	2	30	15
Manzanilla	1	Mazo	1	5	5
Té verde	1	paquete	1	10	10
Canela	1	Lote	1	10	10
Stevia	1	Frasco	2	100	50
vasos desechables	322	Piezas	1	0,5	161
Gas	1	garrafa	1	22,5	22,5
Total					588,5
Costo por unidad de venta					0,91

Nota. En la presente tabla muestra los costos de nuestro material para los jugos y el costo unitario del mismo calculado mediante una formula. Fuente: Elaboración propia.

Todos nuestros datos son para una semana ya que el menú del restaurante es semanal.

Tabla 25

Cálculo del MUB

CT= Cantidad*28 días*Precio de compra

Ventas= Cantidad*28 días*Precio de venta

MUB= ((Ventas-CT)/Ventas)

Articulo	Cantidad	Frecuencia	PC	PV	Costo total	Ventas
Almuerzo más refresco	92,00	Diario	7,13	18	18366,88	46368
Margen de utilidad bruta						0,60

7.3. Punto de equilibrio.

Criterio de venta:	Venta diaria
MUB	60%

Tabla 26

Estado de Resultados

Costo de ventas/compras	18.547,20
Utilidad bruta	27.820,80
Gastos operativos	
Gastos de empleados	4.662,11
Servicios básicos	800,00
Mantenimiento y/o reparación	200,00
Transporte	200,00
Impuestos	6.000
Gastos de publicidad	1.800
Otros	500,00

Total, gasto operativo	14.162,11
Utilidad operativa de la empresa	
Saldo disponible	13.658,69

7.4.Ingeniería financiera.

7.4.1. Estructura del capital de trabajo.

Tabla 27

Concepto	Total, costo mensual
Materia prima e insumos	4593,5
Mano de obra	4662,11
Gastos de administración	1800
Gastos de mantenimiento	200
Total	11255,61

Materia prima e insumos.**Tabla 28**

Artículo: Almuerzo		Unidad de producción: 1 preparación			
insumo	Cantidad	Unidad	N° de unidad es de producción	Precio Unitario	Costo total
Ternera de res	7	Kilo	1	40	280
Carne de res	10	Kilo	1	38	380
Carne molida	1,5	Kilo	1	38	57
Peceto	6	Kilo	1	35	210
Pollo	50	Kilo	1	15	750
Carne de soja	21	Bolsas	1	11	231
Quinoa	24	Bolsas	1	18	432
verduras	1	Lote	1	200	500
Papa	1	Arroba	4	50	12,5
Huevo	3	Maples	1	18	54
camote	7	Kilo	1	6	42
Arroz integral	19	Kilo	1	10,5	199,5
Arroz normal	19	Kilo	1	5	95
Espagueti	12	Kilo	1	10	120
Fideo	4	Kilo	1	10	40
Aceite de oliva	7	Litros	1	40	280
Sal y condimentos	1	Lote	1	100	100
Gas	2	Garrafa	1	22,5	45
Platos desechables	322	Pieza	1	0,5	161
Servilletas	2	Paquete	1	8	16
Total					4005

Tabla 29**Jugos**

Insumo	Cantidad	Unidad	N° de unidades de producción	Precio Unitario (Bs)	Total
Papaya	10	Piezas	1	7	70
Naranja	1	Cien	1	40	40
Kiwi	150	Piezas	1	1	150
Pera	15	Piezas	1	2	30
Durazno	1	cuartilla	1	18	18
Manzana verde	7	Piezas	1	1	7
Jamaica	1	Kilo	2	30	15
Manzanilla	1	Mazo	1	5	5
Te verde	1	paquete	1	10	10
Canela	1	Lote	1	10	10
Stevia	1	Frasco	2	100	50
vasos desechables	322	Piezas	1	0,5	161
Gas	1	Garrafa	1	22,5	22,5
Total					588,5

Nota. Calculamos costos semanales ya que el menú es semanal y lo llevamos a mes para calcular el capital de trabajo.

Mano de obra

Detalle de cargo	Salario mes
Chef	2274,2
Ayudante de cocina	909,68
Cajero	795,97
Mesero	682,26
TOTAL	4662,11

Tabla 30

DETALLE	MONTO MENSUAL (BS)
Servicios básicos	800
Material de promoción	1000
Wi fi	200
Spot publicitario, canal UNITEL	800
Total	1800

Gastos de administración

Tabla 31

Capital de trabajo

Capital de trabajo	25241,94
Materia prima e insumos	4593,5
Mano de obra	18648,44
Gastos de administración	1800
Gastos de mantenimiento	200

7.4.2. Requerimiento de activos fijos e intangibles.

Tabla 32**Infraestructura**

Concepto	Precio (bs)
Obra fina (Acabados)	12000
Obras complementarias	3000
Total	15000

Tabla 33**Maquinaria e instrumentos**

Equipamiento	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Cámara frigorífica	1	21000	21000
Refrigerador	1	4955	4955
Cocina grande	1	4400	4400
Platos en docena	4	100	400
Vasos en docena	4	84	336
Utensilios (cuchillos, espumadores, cucharones etc.)	8	150	150
Cubiertos	4	35	140
Jarras	12	15	180
Ollas	5	80	400
Plancha	3	75	225
Parrilla	1	350	350
Fuentes grandes plásticas	5	8	40
Licuadora	1	170	170
TOTAL			32746

Tabla 34**Muebles y enseres**

Muebles y enseres	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Mesas de madera	6	120	720
Sillas de madera	30	60	1800
Estantes	2	90	180
Vitrina	1	1300	1300
Silla giratoria	1	210	210
Escritorio	1	350	350
Mesa grande	1	170	170
TOTAL			4730

Tabla 35**Activos fijos e intangibles.**

ACTIVOS FIJOS E INTANGIBLES	56566
Infraestructura	15000
Maquinaria e instrumentos	32746
Muebles y enseres	4730
Equipo de computación	3390
Otros	700

7.4.3. Estructura de inversiones

Tabla 36

DETALLE	MONTO (BS)
1 INVERSIÓN FIJA	56566
1.1. Infraestructura	15000
1.2. Maquinaria e instrumentos	32746
1.3. Muebles y enseres	4730
1.4. Equipo de computación	3390
1.5. Otros	700
2 INVERSIÓN DIFERIDA	700
2.1. Gastos de licencias y patentes	700
3. CAPITAL DE TRABAJO	25241,94
3.1. Materia prima e insumos	4593,5
3.2. Mano de obra	18648,44
3.3. Gastos de administración	1800
3.3. Gastos de mantenimiento	200
TOTAL, INVERSIÓN	82507,94

7.4.4. Fuentes de financiamiento.

Para el financiamiento se tomará en cuenta solo la inversión fija, donde se solicitará un préstamo en el banco sol.

Tabla 37

Préstamo	56.566,00 bs
Plazo	5.0 años
Tasa	22
Amortización Cda.	1 mes

Tasa fija%	0,00
Tre%	3,99

Total, cuotas	60
---------------	----

Nota. Datos proporcionados por el Banco Solidario.

7.4.5. Balance de apertura.

BALANCE DE INICIO

Al 1/01/20X1

ACTIVO CIRCULANTE

Activo Disponible

Caja y Bancos 5.000

5.000

Bienes de Cambio

Inventario de mercadería
p/venta 4.594

4.594

Total, Activo Circulante

9.594

ACTIVO NO CIRCULANTE

Activos fijos

Edificio 15.000

Maquinaria instrumentos 32.746

Muebles y enseres 4.730

Equipo de computación 3.390

Otros 700

56.566

Activos Intangibles

Gastos de Organización 700

700

Total, Activo No Circulante

57.266

TOTAL, ACTIVO

123.426

PASIVO CIRCULANTE

PASIVO NO CIRCULANTE

Préstamo Bancario a LP 56.566

PATRIMONIO

Capital social 66.860

**TOTAL, PASIVO Y
PATRIMONIO**

123.426

7.5. Flujos de caja.

Tabla 38

	0	1	2	3	4
Cantidad		30.912	30.912	30.912	30.912
precio unitario		18	18	18	18
Ingresos		556.416	556.416	556.416	556.416
Costos variables		220.403	220.403	220.403	220.403
Costos Fab. Fijos		77.545	77.545	77.545	77.545
Gastos adm. y venta		104.400	104.400	104.400	104.400
Intereses de Préstamo		12.445	10.837	8.875	6.482
Depreciación		5.964	5.964	5.964	5.964
Valor libro					
Utilidad antes de impuestos		135.660	137.268	139.229	141.623
Impuesto (25%)		33.915	34.317	34.807	35.406
Utilidad neta		101.745	102.951	104.422	106.217
Depreciación		5.964	5.964	5.964	5.964
Valor libro					
Resultado Operacional neto		107.709	108.915	110.386	112.181
Inversión Inicial	123.426				
Inversión de reemplazo					3.390
Inversión capital de trabajo	40.235	40.235	40.235	40.235	40.235
Préstamo	56.566				
Amortización deuda		7.309	8.917	10.878	13.271
Valor de desecho					
Flujo de Caja	-220.226	60.165	59.763	59.273	55.284

	5	6	7	8	9	10
Cantidad	30.912	30.912	30.912	30.912	30.912	30.912
precio unitario	18	18	18	18	18	18
Ingresos	556.416	556.416	556.416	556.416	556.416	556.416
Costos variables	220.403	220.403	220.403	220.403	220.403	220.403
Costos Fab. Fijos	77.545	77.545	77.545	77.545	77.545	77.545
Gastos adm. y venta	104.400	104.400	104.400	104.400	104.400	104.400
Intereses de Préstamo	3.562					
Depreciación	5.789	5.789	5.789	5.789	5.789	5.789
Valor libro						
Utilidad antes de impuestos	144.717	148.279	148.279	148.279	148.279	148.279
Impuesto (25%)	36.179	37.070	37.070	37.070	37.070	37.070
Utilidad neta	108.538	111.210	111.210	111.210	111.210	111.210
Depreciación	5.789	5.789	5.789	5.789	5.789	5.789
Valor libro						
Resultado Operacional neto	114.327	116.998	116.998	116.998	116.998	116.998
Inversión Inicial						
Inversión de reemplazo				36.136		
Inversión capital de trabajo	40.235	40.235	40.235	40.235	40.235	402.348
Préstamo						
Amortización deuda	12.629					
Valor de desecho						37.978
Flujo de Caja	61.463	76.763	76.763	40.627	76.763	557.324

7.6. Indicadores de evaluación del negocio.

7.6.1. Indica

7.6.2. dores del VAN y TIR.

Tabla 39

Vida útil del proyecto	10
Tasa interés o costo de capital	10%
VAN	353.420
TIR	31%

Nota. Según los indicadores de rentabilidad como ser el VAN y el TIR nos dan a conocer que nuestro restaurante si es rentable ya que el resultado es mayor al coste de oportunidad.

7.6.3. Calculo beneficio/costo.

Tabla 40

Relación beneficio costo	
VP de ingresos	573.646,33
VP de egresos	-220.226
Relación beneficio/costo	2,60

7.6.4. Cálculo del PRI.

Tabla 41

Flujo de Caja	
-220226,288	
60165,18659	60165,18659
59763,21013	119928,3967
59272,79885	179201,1956
55284,49708	234485,6927
61462,86831	295948,561
76763,4895	372712,0505
76763,4895	449475,54
40627,4895	490103,0295
76763,4895	566866,519
557323,6575	1124190,176

PERIODO DE RECUPERACION	3,74	Años
-------------------------	------	------

CAPÍTULO VIII CONCLUSIONES DEL PLAN DE NEGOCIO



VIII. CONCLUSIONES DEL PLAN DE NEGOCIO.

- ❖ En los datos obtenidos mediante la encuesta realizadas pudimos lograr en los aspectos más relevantes:

Nuestro público objetivo son las personas con enfermedades de base, por lo cual mediante una encuesta pudimos conocer los gustos y preferencias de nuestros potenciales clientes como la frecuencia y aceptación

Las principales enfermedades en la ciudad de Tarija serían diabetes, cirrosis, hipertensión e insuficiencia renal.

Pudimos identificar la competencia, lugares que ofrecen un servicio similar.

Identificamos la aceptación de otro medio de distribución que sería el catering especializado.

Los medios por los cuales se difundirá la información de nuestro restaurante serán por las principales redes sociales.

Y el precio sería 18 bs el cual incluye un platillo acorde a la enfermedad de base.

- ❖ Por ser el primer restaurante especializado en dietas saludables para personas con patologías de base en Tarija implementaremos estrategias de posicionamiento por atributo los cuales nos hará únicos antes de la aparición de nuevos competidores en nuestro rubro y estrategias para el producto según las necesidades de nuestros futuros clientes, plaza donde implementaremos un medio de distribución adicional que sería un catering especializado, precio acorde al rango que estarían dispuestos a pagar, promoción y publicidad para aumentar las demanda usando tácticas para poder llamar la atención de las personas mediante nuestra promociones e información detallada de nuestro restaurante para cumplir nuestra visión y misión.

-
- ❖ Mediante nuestro cuestionario pudimos notar que las personas prefieren un rango de precios entre 15 a 20 bs por lo cual tomamos en cuenta un punto medio que sería 18 bs como nuestro precio de nuestro producto y servicio prestado
 - ❖ Creamos nuestro mapa organizacional con todo el personal necesario para llevar a cabo nuestro emprendimiento, dejando en claro las funciones del personal y sueldos y salarios acorde a cada puesto.

La ubicación de nuestro restaurante será en un lugar estratégico y propio para evitar el pago de alquiler, será a una cuadra del parque Bolívar frente a la Facultad de Odontología de la UAJMS.

Contamos con proveedores accesibles todos en el mercado campesino a precios económicos y de buena calidad.

Estructuramos nuestro menú especializado para cada enfermedad de base con ayuda de la nutricionista que estará a cargo del asesoramiento de cada menú semanal.

- ❖ De acuerdo al análisis y evaluación financiera se obtuvo una Tasa Interna de Retorno del 31%, generando rentabilidad y por ende el proyecto es viable.

El VAN arrojado por el proyecto es de 353.420, es un resultado alto que muestra que el proyecto es viable y genera seguridad a los inversionistas.

El proyecto demuestra una viabilidad financiera durante el análisis de vida del negocio, ya que la recuperación de la inversión tarda únicamente casi 4 años, lo cual es un dato muy importante para llevar a cabo la realización del negocio.

CAPÍTULO IX RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIO



IX. RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIO.

- ❖ Al ser “HOY TOCA SER FELIZ” el único restaurante que brindará dicho servicio en la ciudad de Tarija, específicamente en el sector propuesto, se deberá aprovechar y abarcar el mercado potencial con adecuadas estrategias de marketing.
- ❖ Se recomienda variar los menús semanales con nuevos platillos asesorados por un profesional en nutrición.
- ❖ Se recomienda de igual manera ampliar el servicio especializado del restaurante con un servicio adicional como el de catering para poder planear un almuerzo especializado con nuestro profesional en nutrición y mediante delivery para las personas que prefieran comer en casa.
- ❖ Hacer convenios con clínicas y consultorios privados para poder llegar a más personas que quieran cuidar su salud.
- ❖ Brindar un lugar acogedor con conexión wi fi para que nuestros clientes se sientan cómodos mientras esperan su almuerzo.
- ❖ Publicidad agresiva con fotos de nuestro restaurante, información de los menús en redes sociales además de promociones en fechas importantes por lo cual se recomienda acudir a las principales redes como ser Instagram y Facebook.
- ❖ La ubicación y decoración del restaurante van a determinar que mucha gente ingrese a consumir los alimentos, es así, que la misma debe ser estratégica y la decoración debe ser agradable para cautivar y motivar al ingreso del cliente.