

TAREAS INVOLUCRADAS

1. ANÁLISIS DE LOS TOMADORES DE DECISIONES.

Para el presente trabajo se ha realizado una entrevista al gerente propietario Sra. Ángela Alemán de Farfán, quien inicio su emprendimiento el 17 de septiembre del 2000, del restaurante de comida vegetariana "ElMolino" quien nos proporcionó información acerca de la variedad de productos que oferta.

En base a la entrevista realizada, se podido detectar que las personas que consumen comida vegetariana, no sólo lo hacen por gusto, sino también por salud o por mantener su estética corporal.

Una de las mayores dificultades a las que se enfrenta el restaurante, es la cultura ya que muchas personas de la ciudad de Tarija piensan que los vegetales no pueden sustituir a las vitaminas y nutrientes que contienen las carnes, es por tal motivo que el restaurante por una parte se ve afectado.

La población al no tener información acerca de las ventajas y beneficios que posee los alimentos ofertados por el restaurante, es cuando a juicios propios comienzan a provocar un falso concepto de lo que es la comida vegetariana, como ser; es un producto para enfermos, solo comen los que están desnutridos, etc.

Es importante mencionar que en este último año las personas que frecuentan el restaurante, son jóvenes que buscan mantener su figura y buena salud, ya que en años anteriores solo asistían personas de la tercera edad para cuidar su salud.

El restaurante se encuentra en el sector de alimentación saludable, satisfaciendo necesidades de tipo fisiológicas.

2. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

DIRIGIDA a la persona QUE TOMA DECISIONES

Sra. Ángela Alemán Farfán “propietaria del restaurante”

1. ¿Hace cuanto tiempo inicio sus actividades?

R.-El restaurante inicia sus actividades de producción y comercialización de comida vegetariana el 17 septiembre del año 2000.

2. ¿Dónde se encuentra ubicado sus instalaciones?

El restaurante se encontraba funcionando en mi domicilio particular ubicado en la calle La Madrid esquina Ramón Rojas N° 817 durante 11 años, debido al crecimiento de la ciudad la alcaldía municipal de la ciudad decide hacerle una refacción comunitaria ya que la infraestructura se encuentra deteriorada, ya que manifestaron que era una de las primeras viviendas del barrio el molino deciden refaccionarla tal cual es para mantenerla como patrimonio cultural.

4.- ¿Tiene algún tipo de competencia?

R.- “Si” la competencia años antes era mínima al pasar los años vi que se incremento notablemente, por el momento tengo el conocimiento que existen restaurantes vegetarianos como ser: Natur Center, otro por el parque bolívar que desconozco el nombre, Comedor San Roque, otros restaurantes que se dedican a vender todo tipo de alimentos que en sus menús ofrecen platillos vegetarianos como ser; Gato Pardo, Búfalo, etc.

5.-¿Cuales son los problemas los cuales perjudican al restaurante?

R.- Los problemas que actualmente está cursando el restaurante es que está teniendo un bajo desarrollo en el mercado, las ventas se encuentran estancadas hace ya tres años atrás.

6.- Según su percepción ¿Cuáles son las personas que asisten con mayor frecuencia?

R.- Antes pensábamos que eran mayormente las personas enfermas y de la tercera edad, pero ahora nos damos cuenta que los jóvenes también vienen. Eso nos alegra, ya que nuestro producto antes tenía un segmento específico pero al pasar los años pudimos notar que nuestro producto era siendo más aceptado por las personas por que ahora mencionamos que el producto que ofrecemos va dirigido para la familia en general.

7.- ¿Cuáles son las características de la comida vegetariana?

R.- Comida vegetariana tiene varias características y atributos entre los cual están; vitamina, nutrientes, energéticos, proteínas y es baja en grasas, baja en calorías, es accesible y ayuda a las personas a buscar una alternativa diferente al momento de buscar nuevas formas de alimentación sana.

8.- ¿En cuanto a la comercialización de sus productos usted considera que está teniendo un desarrollo favorable en el mercado (un incremento en las ventas)?

R.- Yo creo que los productos que mi restaurante ofrece son buenos para el cuidado de la salud de todas las personas, pero en estos tres últimos años note que mi clientela era la misma, por lo que puedo decir que mis ventas no aumentaron.

Yo creo que mis ventas esta congeladas por que la población no tiene conocimiento a cerca de mi restaurante y que no se tienen información exacta de las ventas que puede traer la comida vegetariana a sus vidas.

ENCUESTA SOBRE COMIDA VEGETARIANA

La presente encuesta tiene como finalidad recolectar datos referidos a las características de la demanda de comida vegetariana de la ciudad de Tarija para llevar a cabo una investigación con fines estrictamente académicos. Los datos serán utilizados en forma confidencial. Seguros de contar con su colaboración, se adjunta las siguientes interrogantes. ¡Muchas Gracias!

(Marque con una x su respuesta)

1. ¿Usted consume comida vegetariana?

SI

NO

2. ¿Usted conoce lugares donde venden comida vegetariana?

SI

NO

3. ¿Usted tiene conocimiento del comedor vegetariano “El Molino”?

SI

NO

4. Indique el grado de importancia de los siguientes atributos al momento de elegir una comida vegetariana

Atributos	Poco Importante	Importante	Muy Importante
4.1. Sabor agradable			
4.2. Variedad			
4.3. Presentación del producto			
4.4. Precio económico			

5. ¿Cuáles son los motivos por lo que usted consume comida vegetariana?

5.1. Salud

5.2. Gusto

5.3. Estética

5.4. Otros.....

6. Indique el grado de importancia de los siguientes atributos al momento de elegir un restaurante

Atributos	Poco Importante	Importante	Muy Importante
6.1. Ubicación del restaurante			
6.2. Infraestructura			
6.3. Atención al cliente			
6.4. Higiene			

7. ¿Dónde consume comida vegetariana?

7.1. Restaurante "El Molino"

7.2. Restaurante "Natur Center"

7.3. En Casa

7.4. Otros.....

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo de comida vegetariana?

8.1. 13 – 15 Bs.

8.2. 16 – 18 Bs.

8.3. 19 – 21 Bs.

9. Dentro de las siguientes afirmaciones, Seleccione una categoría

9.1. En el momento de adquirir comida vegetariana usted busca:

Mucha información Poca información

9.2. Usted prefiere consumir la comida vegetariana en lugares:

Conocidos Nuevos

10. ¿Conoce usted algún tipo de publicidad o promoción que haya realizado el restaurante vegetariano "El Molino" donde se da a conocer la ubicación y atributos de sus productos?

SI NO

11. ¿Cuáles son los medios de comunicación de su mayor preferencia?

11.1. Televisión	
11.2. Radio	
11.3. Periódico	
11.4. Internet	

12. ¿Qué canal de televisión es su favorito?

12.1. Unitel	
12.2. Atv	
12.3. Plus tv	
12.4. Bolivision	
12.5. Red uno	
12.6. Otros	

13. ¿Qué estación de radio es la de su mayor preferencia?

13.1. Atlántida	
13.2. Máxima	
13.3. Fides	
13.4. Global	
13.5. Bananas	
13.6. Tropical	
13.7. Otros	

14. ¿Qué periódico es de su mayor preferencia?

14.1. Nuevo sur	
14.2. Nacional	
14.3. País	
14.4. El deber	
14.5. otros	

15. En cuanto a la Tv, radio, internet y periódico cual es su horario de mayor preferencia para hacer uso d los

Medios de difusión	Mañana	Medio día	Tarde	Noche
Tv				
Radio				
Internet				

DATOS INE:

DATOS MACROECONOMICOS DE LA CIUDAD DE TARIJA



Actualidad Estadística Departamental

Instituto Nacional de Estadística

Estadísticas Socioeconómicas del Departamento de Tarija

Cuadro N° 1

TARIJA Y BOLIVIA: INDICADORES DEMOGRÁFICOS, ESTIMACIONES 2011

DESCRIPCIÓN	TARIJA	BOLIVIA
Superficie (Km ²)	37,623	1.098.581
Población total	534.687	10.624.495
Densidad de habitantes (Habitantes por Km ²)	14,21	9,67
Porcentaje de población masculina	50,44	49,90
Porcentaje de población femenina	49,56	50,10
Tasa Média Anual de Crecimiento (En porcentaje)	2,34	1,85
Tasa Bruta de Natalidad (Por mil)	24,16	25,59
Tasa Bruta de Mortalidad (Por mil)	5,99	7,15
Tasa global de fecundidad (Hijos por mujer)	2,91	3,17
Edad Média de la Fecundidad (Años)	28,39	28,39
Tasa de mortalidad infantil (Por mil nacidos vivos)	33,29	39,49
Esperanza de vida al nacer total (Años)	69,25	66,82
Esperanza de vida al nacer de hombres (Años)	67,24	64,71
Esperanza de vida al nacer de mujeres (Años)	71,36	69,03

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

Datos obtenidos de las "Proyecciones de Población Nacional y Departamental",

POBLACION POR SEXO Y NPROVINCIA DE LA CIUDAD DE
TARIJA

TARIJA: PROYECCIONES DE POBLACIÓN, POR SEXO, SEGÚN MUNICIPIO, 2000 - 2013										
(En número de personas)										
DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y SECCIÓN DE PROVINCIA - MUNICIPIO	Tasa intercensal 1992-2001	2009			2010			2011		
		Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
BOLIVIA		10,227,300	5,101,733	5,125,567	10,426,155	5,201,974	5,224,181	10,623,054	5,300,214	5,322,840
TARIJA	3.18	509,708	256,738	252,970	522,339	263,307	259,032	534,796	269,587	265,210
Cercado		205,533	100,064	105,469	211,018	102,889	108,129	216,051	105,343	110,708
Primera Sección - Tarija	3.77%	205,533	100,064	105,469	211,018	102,889	108,129	216,051	105,343	110,708
Aniceto Arce		60,360	31,732	28,628	60,811	32,023	28,788	62,261	32,787	29,475
Primera Sección - Padcaya	1.13%	21,053	11,281	9,772	21,075	11,325	9,750	21,578	11,595	9,983
Segunda Sección - Bermejo	2.12%	39,307	20,451	18,856	39,736	20,698	19,038	40,684	21,192	19,492
Gran Chaco		169,455	86,588	82,867	175,998	89,927	86,071	180,195	92,072	88,124
Primera Sección - Yacuiba	6.16%	132,067	66,152	65,915	138,414	69,349	69,065	141,715	71,003	70,712
Segunda Sección - Caraparí	1.57%	10,016	5,954	4,062	10,034	5,999	4,035	10,273	6,142	4,131
Tercera Sección - Villamontes	2.10%	27,372	14,482	12,890	27,550	14,579	12,971	28,207	14,927	13,280
José María Avilés		18,896	9,497	9,399	18,926	9,518	9,408	19,377	9,745	9,632
Primera Sección - Uriondo	1.06%	13,430	6,838	6,592	13,454	6,854	6,600	13,775	7,017	6,757
Segunda Sección - Yunchará	0.29%	5,466	2,659	2,807	5,472	2,664	2,808	5,603	2,728	2,875
Eustaquio Méndez		34,186	16,644	17,542	34,211	16,651	17,560	35,027	17,048	17,979
Primera Sección - Villa San Lorenzo	1.52%	23,927	11,702	12,225	24,019	11,751	12,268	24,592	12,031	12,561
Segunda Sección - El Puente	-0.63%	10,259	4,942	5,317	10,192	4,900	5,292	10,435	5,017	5,418
Burnet O'Connor		21,278	12,214	9,064	21,375	12,299	9,076	21,885	12,592	9,292
Primera Sección - Entre Ríos	0.92%	21,278	12,214	9,064	21,375	12,299	9,076	21,885	12,592	9,292

Fuente: instituto nacional de estadística (INE)

NUMERO DE HABITANTES POR
DISTRITO DE LA CIUDAD DE TARIJA

Distrito	Nº Barrio	Total de personas x barrio	promedio por familia en Tarija (5 integrante)
D1	1	4096	819
D2	1	8203	1641
D3	1	7054	1411
D4	1	7469	1464
D5	1	9376	1875
D6	20	20544	4109
D7	14	21372	4274
D8	10	28655	5371
D9	15	29049	5810
D10	14	23321	4664
D11	7	12225	2445
D12	5	5648	1230
D13	10	12437	2487
TOTAL	100	189449	37890

Fuente: elaboración propia, datos otorgados por la alcaldía municipal de la provincia cercado.

PARTICIPACIÓN DE HOTELES Y RESTAURANTES EN EL PIB TARIJA

<u>ACTIVIDAD ECONÓMICA</u>	<u>TARIJA</u>	<u>PARTICIPACIÓN PORCENTUAL</u>
<u>PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios de mercado).</u>	<u>14.127,46</u>	<u>100</u>
Agricultura, Silvicultura, Caza y Pesca	629,02	4,45%
Extracción de Minas y Canteras	4.216,11	29,84%
Industrias Manufactureras	504,73	3,57%
Electricidad, Gas y Agua	78,14	0,55%
Construcción	510,61	3,61%
Comercio	399,94	2,83%
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	653,7	4,63%
Establecimientos Financieros, Seguros, Bienes Inmuebles	503,54	3,56%
Servicios Comunales, Sociales, Personales y Domestico	148,31	1,05
<u>Restaurantes y Hoteles</u>	<u>120,61</u>	<u>0,85%</u>
Servicios de la Administración Publica	876,78	6,21%
Servicios Bancarios Imputados	143,2	1,01%
Derechos s/Importaciones, IVA And, IT y otros Imp. Indirectos	5.629,16	39,85%

Fuente: instituto nacional de estadística (INE).

COTIZACIONES

EMPRESA PUBLICENTER:

Descripción	Características	Costo
Sistema DIGITAL profesional para TV	Un spot publicitario de 30 segundos	3100
PRODUCCIÓN DIGITAL profesional para Radio	Un jingle con locución y efectos de sonido de 30 segundos	750
TOTAL		3850

EMPRESA TELEART PRODUCCIONES.

Descripción	Características	Costo
Sistema DIGITAL profesional para TV.	Un spot publicitario de 30 segundos	2460.50
PRODUCCIÓN DIGITAL profesional para Radio	Un jingle con locución y efectos de sonido de 30 segundos	210.90
TOTAL		2671.4

IMPRESA ANTONIANA

ÍTEMS	c/u	Q	TOTAL
Trípticos, full color	2	500	1000
Folletos tres hojas	2,5	500	1250
COSTO TOTAL			2250

IMPRESA NUEVO SUR

ÍTEMS	c/u	Q	TOTAL
Trípticos, full color	2,2	1000	2200
Folletos tres hojas	3	1000	3000
COSTO TOTAL			5200

IMPRESA MANANTIAL

ÍTEMS	c/u	Q	TOTAL
Trípticos, full color	2,5	1000	2500
Folletos tres hojas	3	1000	3000
COSTO TOTAL			5500



RADIO FIDES TARIJA S.R.L. F.M. 89.1

Tarija 22 Noviembre de 2011

Señor,
JANETH HERRRERA.

Presente.-

De nuestra mayor consideración:

Mediante la presente ponemos a vuestra consideración nuestra propuesta para la difusión de jingles publicitarios en **FIDES TARIJA**, bajo el siguiente detalle:

Horario	Programa	Pases	Costo/ Mensual	Calificación
06:00 a 06:30	Feliz Día	1 pase diario	Bs. 300.-	FF
06:30 a 09:00	La Hora del País	1 pase diario	Bs. 500.-	FFF*
09:00 a 12:00	Caminata	1 pase diario	Bs. 500.-	FFF*
12:00 a 12:30	Bolsita de Trabajo	1 pase diario	Bs. 650.-	FFF*
12:30 a 13:00	Meridiano	1 pase diario	Bs. 350.-	FF
13:00 a 14:00	La Hora de Tarija	1 pase diario	Bs. 450.-	FFF*
13:30 a 13:35	Cotización oficial Déclar	1 pase diario	Bs. 300.-	FF
14:00 a 18:00	El Reventón	1 pase diario	Bs. 500.-	FFF*
18:00 a 19:00	La Preguntita	1 pase diario	Bs. 500.-	FFF*
19:00 a 20:00	La hora 19:00	1 pase diario	Bs. 350.-	FF
9:00 a 11:00	Éxitos del Ayer	4 pases prog.	Bs. 450.-	FF

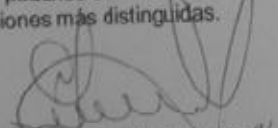
El precio corresponde para jingles de **30 segundos** cada uno, a mayor cantidad de tiempo el costo también será proporcional a lo detallado. Para espacios solicitados de transmisiones u otros se cobrará 40 Dólares el minuto **y el pago para toda publicidad y espacios es por Adelantado.**

(Asterisco en las FFF), programas de mayor audiencia.

- Una cuña diaria en FIDES BOLIVIA (despacho) el costo es de 500 \$us.-
- El pase suelto de 30 segundos de duración a nivel Nacional es de 450 Bs
- El pase suelto de 30 segundos de duración (local) el costo es 30 Bs.
- El pase suelto para espectáculos jingle 30 segundos, costo de 60 Bs.
- 10 Pases diarios distribuidos en toda la programación 3000 Bs.-
- **Elaboración de jingle a un costo de 500 bolivianos**

Esperando poderles servir a la brevedad, estaremos prestos para cualquier consulta. Me despido con las consideraciones más distinguidas.

Atte.


Mario Victor Garcia V.
ASISTENTE CONTABLE
RADIO FIDES TARIJA S.R.L.

Tarija:
Calle Ingavi # 0 - 492
Tel: 66 37788 - 66 37799 - 66 43458
Fax: 6113575
mail: tarija@radiofides.com

Yacuiba:
Calle Ballivián # 718
entre Benemerito e Independencia
Tel./ Fax: 6824400 - 6823800
mail: yacuiba@radiofides.com

Bermejo:
Av. Oro entre Guadaquivir
y Uriondo
Tel./Fax: 6963563
mail: bermejo@radiofides.com

Villa Montes:
Calle La Paz # 238
Tel: 6722222
mail: villamontes@radiofides.com

PROGRAMACIÓN CANAL 30 RED UNITEL TARIJA

PROGRAMACION LUNES A VIERNES		PROGRAMACION SABADO		PROGRAMACION DOMINGO	
5:10:00	PAPER DE SUFRIR	AAA	6:00:00 PALARO LOCO (Dibuj)	A	8:00:00 SUPERANIMADOS (Bugs Bunny, Xelán, Tom y Jerry, Ben 10)
6:10:00	LA REVISTA	AAA	7:00:00 CINE CANTINFLAS	AA	PHINEAS Y FERB
7:00	LA REVISTA REGIONAL	A	9:00:00 EL ZORRO (Serie)	AA	HANNA MONTANA
9:00:00	NOVELA EL CLON	AA	9:30:00 TOM Y JERRY (Dibuj)	A	HECHEROS DE WALTER PLACE
10:00:00	LA BATIDORA	A	10:00:00 PHINEAS Y FERB (Dibuj)	A	PUCCA (DIBUJO ANIMADO)
11:00:00	NOVELA	A	10:30:00 AMERICAN GLADIATORS	AA	10:00:00 CINE FAMILIAR (RED SIN SCD Y OSBA)
11:45:00	LOS SIMPSON	AAA	11:30:00 FAMILY GUY (SERIE)	AA	(PELICULAS DISNEY)
12:20:00	A TODO DEPORTE	AAA	12:00:00 LOS SIMPSON (Dibuj)	AAA	12:00:00 DR HOUSE (Ser. Temporales) (SERIE)
12:54:00	TELE PAIS EDICIÓN MERIDIANA	AAA	12:54:00 TELE PAIS	AAA	13:00:00 CINE AVENTURA (1)
13:30	TELE PAIS REGIONAL	AAA	13:40:00 CINE AVENTURA (1)	AA	15:30:00 CINE AVENTURA (2) DOLO JAMES BOND
14:00:00	NOVELA AL FONDO HAY SITO	AAA	15:30:00 CINE AVENTURA (2)	AA	17:00:00 LOS SIMPSON
15:00:00	NOVELA	AA	17:30:00 CINE AVENTURA (3)	AA	17:30:00 AMERICANIDAD
16:00:00	CHOCOSTATION	AA	19:00:00 SEÑOR CINE (1)	AAA	18:00:00 FUTURAMA
17:30:00	LOS SIMPSON	AA	21:00:00 SEÑOR CINE (2)	AAA	18:30:00 FAMILY GUY
18:45:00	NOVELA	AA	23:00:00 24 HORAS (SERIE)	A	19:00:00 CLEVELAND SHOW
19:50:00	TELE PAIS EDICIÓN CENTRAL	AAA	0:00:00 BURN NOTICE (SERIE)	A	19:30:00 LOS SIMPSON NUEVA TEMPORADA
20:30	TELE PAIS REGIONAL	AAA			20:00:00 SEÑOR CINE
21:00:00	NOVELA	AAA			22:00:00 A TODO FÚTBOL
22:00:00	SERIE	AAA			
0:00:00	TELEPAIS MEDIANOCHE (AL VIVO)	AA			

COSTOS POR CATEGORÍAS

CAT. AAA	Seg. \$us. 0,50	CAT. A	Seg. \$us. 0,35
CAT. AA	Seg. \$us. 0,40	CAT. B	Seg. \$us. 0,30

Producción local de ALTA AUDIENCIA+ TELEPAIS-REGIONAL Y A LA REVISTA AL DESPERTAR se difunde en Radio Global, todos los días.

Fórmula de Cálculo: duración spot x precio del segundo (Cat) x Nº de pases diarios x Nº de días = Costo de difusión



TELEART

Video producción

TELEART PRODUCCIONES

PUBLICIDAD * VIDEO * MARKETING

1.- Sistema DIGITAL profesional para TV.

Filmación con cámara DIGITAL 3CCD de Panasonic DVCPRO.

Edición en computadora BLOSSON - TOWER con inclusión de efectos digitales, titulación, musicalización, locución y gintonización.

El Sistema DIGITAL, reciente innovación tecnológica, supera en calidad al formato UMATIC, y brinda alta resolución de imágenes, conforme a las exigencias de normas internacionales de la TV profesional.

Un spot publicitario de 30 segundos	\$us. 350.-
Un documental de 2 a 5 minutos	\$us. 499.-
Un documental de 6 a 10 minutos	\$us. 599.-
Un documental de 11 a 20 minutos	\$us. 699.-

2.- PRODUCCION DIGITAL profesional para Radio:

1 Jingle cantado de 30 segundos \$us. 99.-

1 Jingle con locución y efectos de sonido de 30 segundos \$us. 30.-

1 Documental de 5 a 10 minutos \$us. 100.-

Contamos con un estudio de grabación computarizado para producir efectos inimaginables

Tarija, 2011

FOTOS

PRODUCTOS OFERTADOS





INSTALACION ANTIGUA

