

RESUMEN

El presente proyecto desarrolla un Plan de Negocios para la implementación de la “Salteñera Nagy” en el municipio de Bermejo, Tarija, con el propósito de evaluar su viabilidad técnica, comercial, operativa y financiera. El objetivo general consiste en determinar la factibilidad de crear una salteñera formal que ofrezca productos diferenciados y de alta calidad, considerando las preferencias del mercado local, las oportunidades del entorno y la competencia existente.

La metodología aplicada combina enfoques de investigación exploratoria y descriptiva. Se utilizó un estudio de mercado sustentado en encuestas dirigidas a 167 personas del municipio de Bermejo, analizando hábitos de consumo, expectativas y percepción sobre la oferta actual. Asimismo, se complementó el análisis mediante herramientas como la matriz FODA, el modelo PESTEL, el análisis del micro entorno, y las Cinco Fuerzas de Porter, lo que permitió identificar los factores clave que influyen en la apertura del negocio. Finalmente, se realizó un estudio financiero que incluyó estructura de costos, inversión inicial, proyecciones de ingresos, flujo de caja y punto de equilibrio.

Los resultados del estudio de mercado muestran una alta demanda insatisfecha y que los encuestados consumen salteñas al menos una vez por semana y consideran insuficiente la oferta actual. Además, se evidencia preferencia por productos con mejor higiene, variedad y presentación, junto con interés por bebidas artesanales como complemento. El análisis financiero confirma que el negocio es económicamente viable, con un punto de equilibrio alcanzable y proyecciones positivas de rentabilidad. En conjunto, los hallazgos respaldan la factibilidad de implementar la “Salteñería Nagy” como una alternativa competitiva y sostenible en Bermejo.

ABSTRACT

This project develops a Business Plan for the implementation of “Salteñería Naty” in the municipality of Bermejo, Tarija, with the purpose of evaluating its technical, commercial, operational, and financial viability. The overall objective is to determine the feasibility of creating a formal salteña shop that offers differentiated, high-quality products, considering local market preferences, environmental opportunities, and existing competition.

The methodology employed combines exploratory and descriptive research approaches. A market study was conducted using surveys administered to 167 residents of the municipality of Bermejo, analyzing consumption habits, expectations, and perceptions of the current market offerings. This analysis was further complemented by tools such as the SWOT matrix, the PESTEL model, microenvironment analysis, and Porter's Five Forces, which allowed for the identification of key factors influencing the business's opening. Finally, a financial study was carried out, including cost structure, initial investment, revenue projections, cash flow, and break-even point.

The market research results show high unmet demand, with respondents consuming salteñas at least once a week and considering the current supply insufficient. Furthermore, there is a clear preference for products with better hygiene, variety, and presentation, along with interest in artisanal beverages as a complement. The financial analysis confirms that the business is economically viable, with an achievable break-even point and positive profitability projections. Taken together, these findings support the feasibility of implementing “Salteñería Naty” as a competitive and sustainable alternative in Bermejo.