

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL



**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA
INTERNACIONALIZACIÓN DEL FOOD CENTER EL TABLÓN EN LA CIUDAD DE
LA PAZ - BOLIVIA, 2016”**

Tesis presentado por los bachilleres:

Fredy Jorge Choquehuanca Tito

Mirella Lucy Ojeda Mercado

para optar el Título Profesional de

Ingeniero Comercial

Especializado en Negocios Internacionales

AREQUIPA – PERÚ

2016

DEDICATORIAS

“Gracias a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi cariño; la presente tesis se la dedico a mis padres, por brindarme los recursos necesarios; a mis hermanas por su apoyo, confianza y amor; y a mis maestros por el amplio conocimiento que supieron impartir en mí”

Fredy Jorge Choquehuanca Tito

“La presente tesis se la dedico a Dios ya que gracias a Él todo fue posible, a mi familia y en especial a mis padres porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo incondicional y sus consejos para hacer de mí una mejor persona; a mis docentes por todos los conocimientos impartidos”

Mirella Lucy Ojeda Mercado

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a las personas que nos han ayudado en este largo camino y nos brindaron su apoyo incondicional:

Al Sr. Julio Naveros, ex administrador de tienda de la sede Roky's en La Paz – Bolivia.

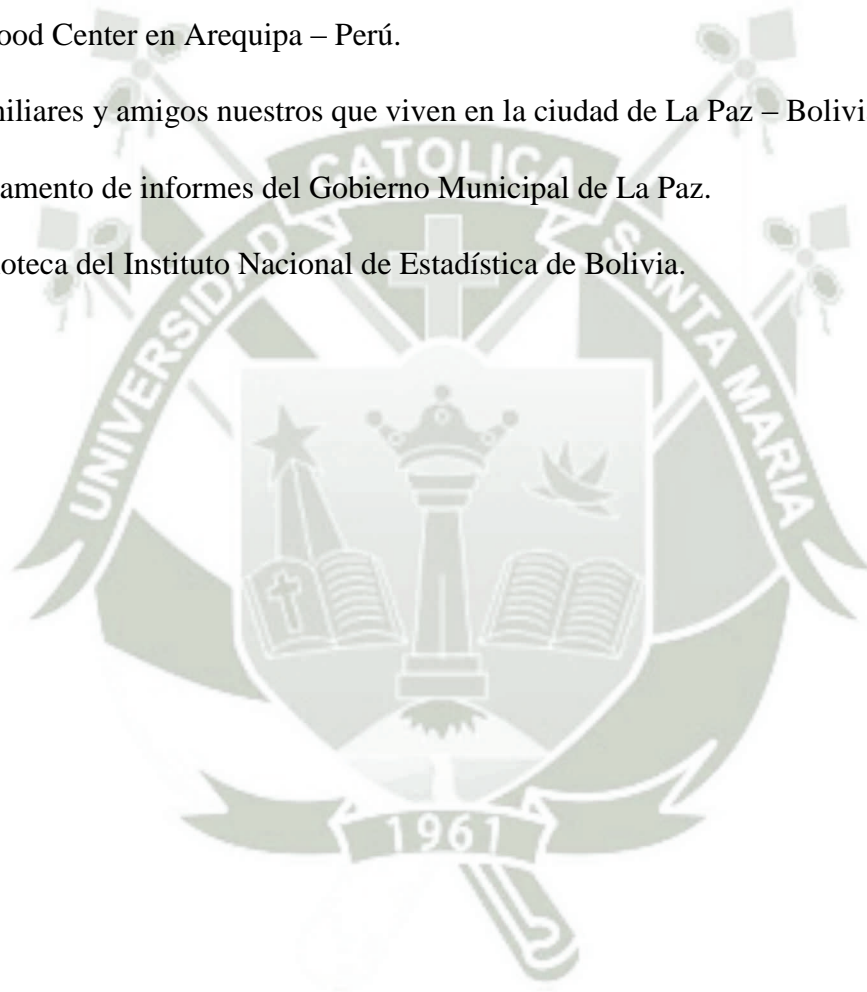
Al Sr. Antonio Grovas Fernández, dueño y gerente general de El Tablón Food Center en Arequipa – Perú.

Al equipo administrativo, financiero y de producción que trabaja en el local principal de El Tablón Food Center en Arequipa – Perú.

A los familiares y amigos nuestros que viven en la ciudad de La Paz – Bolivia.

Al departamento de informes del Gobierno Municipal de La Paz.

A la biblioteca del Instituto Nacional de Estadística de Bolivia.



INDICE GENERAL

DEDICATORIAS	i
AGRADECIMIENTOS	ii
INDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE GRAFICOS	xiv
RESUMEN.....	xiv
SUMMARY	xviii
INTRODUCCION	1
CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO	3
1.1 MOTIVOS DE ESTUDIO	4
1.1.1 ¿Por qué la comida peruana?.....	4
1.1.2 ¿Por qué El Tablón Food Center?	4
1.1.3 ¿Por qué Bolivia?	5
1.1.3.1 Comparación de mercados: Chile y Bolivia.....	5
1.1.3.2 Índices Macroeconómicos, Bolivia	8
1.1.4 ¿Por qué La Paz?	14
1.1.5 Patrimonio Cultural de Una Nación	15
1.1.5.1 Pollo a la brasa	15
1.1.5.2 Historia	16
1.1.5.3 Los secretos de la receta	17
1.1.5.4 Las pollerías	17
1.1.6 El Tablón Food Center	17
1.1.6.1 Misión	18
1.1.6.2 Visión	18
1.1.6.3 Locales a nivel nacional	18
1.1.6.4 Carta El Tablón – Arequipa.....	19
1.1.6.5 El Tablón Fast Food	26
1.1.6.6 El Tablón Dulce	27
1.1.6.7 Pizza de metro	29
1.1.6.8 Quo - Bar	33
1.2 MERCADO DE DESTINO	35
1.2.1 Descripción de La Paz.....	35
1.2.1.1 Ciudad de La Paz.....	35
1.2.1.1.1 Zona Sur	36
1.2.1.2 Geografía.....	37

1.2.1.3 Clima.....	37
1.2.1.4 Gastronomía paceña	38
1.2.1.5 Agricultura	38
1.2.1.6 Ganadería	39
1.2.1.7 Pesca.....	39
1.2.1.8 Artesanía.....	39
1.2.1.9 Datos de La Paz para extranjeros	40
1.2.1.9.1 Moneda.....	40
1.2.1.9.2 Cambio de divisas / Cajeros Automáticos.....	40
1.2.1.9.3 Horario de Bancos	40
1.2.1.9.4 Restricciones de la moneda.....	40
1.2.1.9.5 Propinas	40
1.2.1.9.7 Idioma.....	41
1.2.1.9.8 Teléfono.....	41
1.2.1.9.9 Visados	41
1.2.1.10 División política y administrativa	41
1.2.1.10.1 Macro distritos del Municipio de La Paz.....	41
1.2.1.10.2 BARRIOS DE LA CIUDAD DE LA PAZ	43
1.2.1.11 Turismo en La Paz.....	43
1.2.1.11.1 En la ciudad	44
1.2.1.11.2 En los alrededores de la ciudad de La Paz.....	44
1.2.1.12 Transporte.....	45
1.2.1.12.1 Terminal de buses.....	45
1.2.1.12.2 Aeropuerto Internacional.....	45
1.2.1.12.3 Sistemas de Transporte Urbano	45
1.2.1.13 Fechas Festivas.....	46
1.2.1.13.1 Alasitas.	46
1.2.1.13.2 Carnavales	46
1.2.1.13.3 Entrada Folklórica del Señor Jesús del Gran Poder.	47
1.2.1.13.4 Año Nuevo Aimara	48
1.2.1.13.5 Aniversario de La Paz.....	48
1.2.1.13.6 Tradicional Entrada Folklórica Universitaria.....	48
1.2.1.13.7 Aniversario de la Fundación de La Paz.....	49
1.2.1.13.8 Todos Santos - Fiesta de los difuntos	49
1.2.1.13.9 Datos importantes	50
1.3 ANALISIS DE LA OFERTA	50

1.3.1 Restaurantes de Comida Peruana en La Paz	50
1.3.1.1 Roky's	50
1.3.1.2 Don Pollo.....	52
1.3.1.3 Real Chicken	54
1.3.2.4 Altamar Costa Andina.....	57
1.3.2 Restaurantes de Comida Internacional en la Zona Sur.....	62
1.3.2.1 El Sabor Gaucho.....	62
1.3.2.2 Restaurant Gustu	63
1.3.2.3 Restaurante Paladar Cozinha Brasileira	66
1.3.2.4 Restaurante Japonés Samurái	67
1.3.3 Determinación de la oferta	69
1.4 ANALISIS DE LA DEMANDA.....	70
1.4.1 Encuestas.....	71
1.4.1.1 Resultados de Encuestas.....	72
1.4.1.1.1 Perfil de los encuestados	72
1.4.1.1.2 Pregunta N° 1 – Resultado.....	77
1.4.1.1.3 Pregunta N° 2 – Resultado.....	80
1.4.1.1.4 Pregunta N° 3 – Resultado.....	81
1.4.1.1.5 Pregunta N° 4 – Resultado.....	82
1.4.1.1.6 Pregunta N°5 – Resultado.....	84
1.4.1.1.7 Pregunta N° 6 – Resultado.....	86
1.4.1.1.8 Pregunta N° 7 – Resultado.....	87
1.4.1.1.9 Pregunta N° 7.1 – Resultado.....	88
1.4.1.1.10 Pregunta N° 7.2 – Resultado.....	91
1.4.1.1.11 Pregunta N°7.3 – Resultado.....	91
1.4.1.1.12 Pregunta N° 7.4 - Resultado	92
1.4.1.1.13 Pregunta N° 8 – Resultado.....	94
1.4.1.1.14 Pregunta N° 8.1 – Resultado.....	94
1.4.1.1.15 Pregunta N° 9 - Resultado	96
1.4.1.1.16 Pregunta N° 10 - Resultado	98
1.4.2 Focus Group	99
1.4.2.1 Descripción y perfil de invitados.....	99
1.4.2.2 Resultados de Focus Group.....	102
1.4.2.2.1 Grupo N° 1	102
1.4.2.2.2 Grupo N° 2	107
1.4.3 Determinación de la demanda	111

1.4.4	Demanda, Oferta y Demanda Insatisfecha	112
1.4.4.1	Oferta de El Tablon Food Center en el mercado de La Paz	112
1.4.4.2	Porcentaje a cubrir de la Demanda Insatisfecha.....	113
1.5	PROVEEDORES	113
1.6	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION	119
1.6.1	Análisis FODA.....	119
1.6.2	Las 4 p´s en el marketing	120
1.6.2.1	Producto	120
1.6.2.2	Precio.....	125
1.6.2.3	Plaza	129
1.6.2.4	Promoción	129
CAPITULO II: ESTUDIO TECNICO		132
2.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	133
2.1.1	Relación Tamaño-Mercado	133
2.1.1.1	Relación Tamaño – Demanda	134
2.1.1.2	Relación Tamaño – Oferta	135
2.1.2	Relación Tamaño – Financiamiento.....	137
2.1.3	Relación Tamaño – Tecnología.....	140
2.1.3.1	Tecnología de origen peruano	140
2.1.3.2	Tecnología de origen boliviano.....	141
2.1.4	Tamaño Óptimo.....	141
2.2	LOCALIZACION DEL PROYECTO	144
2.2.1	Factores de localización	145
2.2.2	Micro localización.....	146
2.2.2.1	Distrito N° 18 (CALACOTO):	147
2.2.2.2	Distrito N° 19 (OVEJUYO):	147
2.2.1.3	Distrito N° 21 (OBRAJES):	147
2.2.3	Lugar para el proyecto.....	148
2.3	TECNOLOGÍA	149
2.3.1	Capacidad de Ocupabilidad.....	149
2.3.1.1	Descripción del aforo del local.....	149
2.3.2	Requerimiento de equipos	156
2.3.3	Distribución Física del local.....	158
2.3.3.1	En el primer nivel.....	158
2.3.3.2	En el segundo nivel	159
2.4	ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN.....	160

2.4.1 Tipo de sociedad.....	160
2.4.2 Normatividad.....	161
2.4.2.1 Guía de trámites para la creación de El Tablón Food Center como empresa en Bolivia.....	161
2.4.2.2 Legislación Laboral Boliviana	167
2.4.3 Estructura orgánica de la empresa.....	168
2.4.4 Funciones del personal	169
CAPITULO III: VIABILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA	174
3.1 VARIACION DEL TIPO DE CAMBIO.....	175
3.1.1 Tipo de Cambio Soles - Bolivianos.....	175
3.1.2 Tipo de Cambio Soles - Dólares.....	175
3.1.3 Tipo de Cambio Dólares - Bolivianos.....	176
3.2 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	176
3.2.1 Inversión Fija Tangible	176
3.2.2 Inversión Fija Intangible	180
3.2.3 Capital de trabajo	181
3.2.4 Resumen de la Inversión	181
3.2.5 Fuentes de financiamiento.....	182
3.2.6 Cronograma de Pago	183
3.2.7 Costo de Oportunidad de Capital	186
3.3 INGRESOS Y EGRESOS.....	186
3.3.1 Ingresos	186
3.3.2 Costos de Producción.....	188
3.3.3 Determinación del punto de equilibrio.....	191
3.3.4 Egresos	197
3.3.5 Balance General	198
3.3.6 Estado de Resultados.....	199
3.3.7 Flujo de Caja	200
3.4 VIABILIDAD ECONOMICA	201
3.4.1 Valor Actual Neto Económico	201
3.4.2 Tasa Interna de Retorno Económica	201
3.5 VIABILIDAD FINANCIERA	201
3.5.1 Valor Actual Neto Financiero	201
3.5.2 Tasa Interna de Retorno Financiera.....	201
3.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	202
3.6.1 Escenario Optimista	202

3.6.1.1 Balance General - Escenario Optimista.....	202
3.6.1.2 Estado de Ganancias y Pérdidas - Escenario Optimista	203
3.6.1.3 Flujo de Caja - Escenario Optimista.....	204
3.6.1.4 Indicadores económicos y financieros - Escenario Optimista.....	205
3.6.2 Escenario Pesimista.....	205
3.6.2.1 Balance General - Escenario Pesimista.....	206
3.6.2.2 Estado de Ganancias y Pérdidas - Escenario Pesimista.....	207
3.6.2.3 Flujo de Caja - Escenario Pesimista	208
3.6.2.4 Indicadores económicos y financieros - Escenario Optimista.....	209
CONCLUSIONES	210
RECOMENDACIONES	212
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA	214
INFORMATOGRAFIA	215
ANEXOS.....	217
ANEXO 1: PLAN DE TESIS	218
ANEXO 2: ENCUESTA.....	242
ANEXO 3: GUIA DEL MODERADOR DEL FOCUS GROUP	246
ANEXO 4: SOLICITUD DE CONTROL DE HOMONIMIA	249
ANEXO 5: ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES DEL 01/01/15 DE LA EMPRESA GREAT SERVICE SERVICIOS TURISTICOS EL TABLON S.A.C	251
ANEXO 6: SITUACION FINANCIERA DEL 01/01/15 DE LA EMPRESA GREAT SERVICE SERVICIOS TURISTICOS EL TABLON S.A.C	253
254	
ANEXO 7: HERRAMIENTAS, BIENES MUEBLES E INSUMOS DE PERU A BOLIVIA.....	255
ANEXO 8: COTIZACION REFERENCIAL PARA IMPORTACION DE PERU A BOLIVIA	258
ANEXO 9: PLANILLA DE TRABAJADORES.....	260

INDICE DE TABLAS

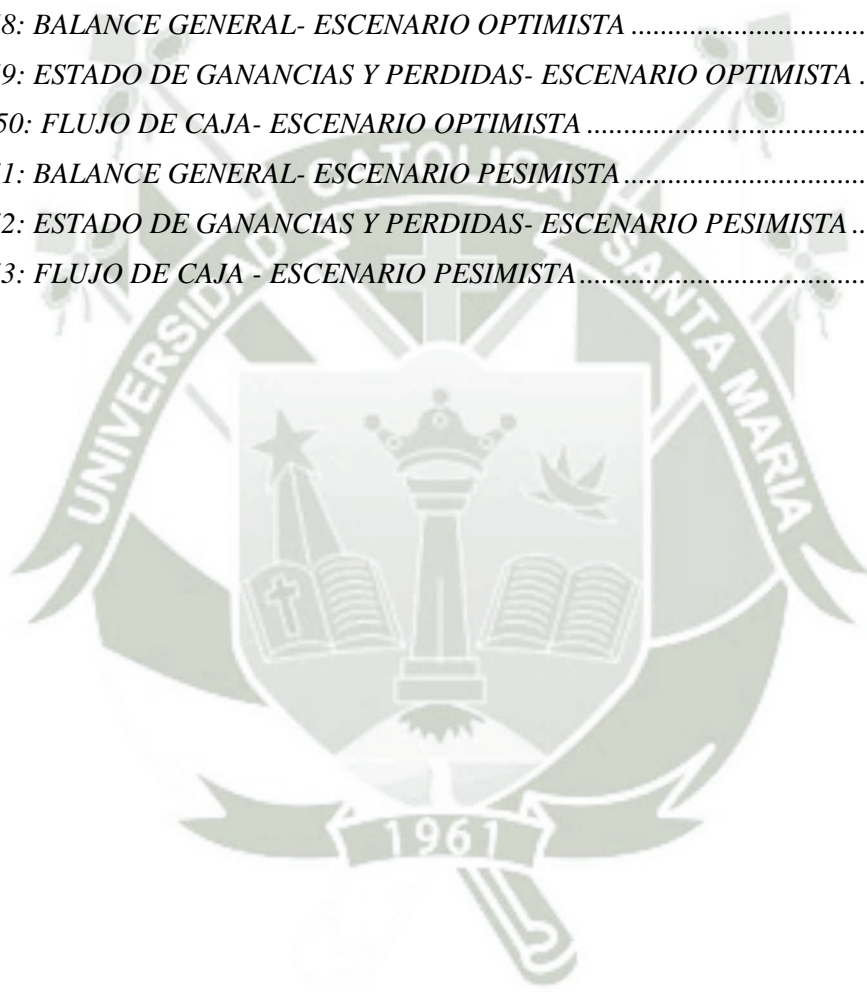
TABLA 1: CUADRO COMPARATIVO ENTRE CHILE Y BOLIVIA (2015)	8
TABLA 2: POLLOS A LA BRASA EL TABLON.....	19
TABLA 3: CRIOLLOS EL TABLON.....	20
TABLA 4: PLATOS TABLÓN.....	20
TABLA 5: SRES SANDWICHES EL TABLON.....	21
TABLA 6: PARRILLADAS EL TABLON.....	22
TABLA 7: POLLO BROASTER EL TABLON	23
TABLA 8: BEBIDAS EL TABLON	24
TABLA 9: ALMUERZOS CRIOLLOS EL TABLON.....	24
TABLA 10: DESAYUNO CRIOLLOS EL TABLON	25
TABLA 11: JUGOS EL TABLON.....	25
TABLA 12: POLLO A LA BRASA FAST FOOD EL TABLON.....	26
TABLA 13: COMBOS ALMUERZOS FAST FOOD EL TABLON.....	26
TABLA 14: ADICIONALES FAST FOOD EL TABLON.....	27
TABLA 15: PIZZAS FAMILIARES FAST FOOD EL TABLON	27
TABLA 16: POSTRES EL TABLON DULCE.....	28
TABLA 17: HELADOS EL TABLON DULCE	29
TABLA 18: TORTAS ENTERAS EL TABLON DULCE	29
TABLA 19: TORTAS JUNIOR Y MINI EL TABLON DULCE	29
TABLA 20: PIZZAS REDONDAS PERSONAL EL TABLON	30
TABLA 21: PIZZAS REDONDAS MEDIANAS EL TABLON	31
TABLA 22: PIZZAS REDONDAS FAMILIARES EL TABLON.....	31
TABLA 23: METRO PIZZAS EL TABLON	32
TABLA 24: SHOT QUO BAR.....	33
TABLA 25: OTROS QUO BAR	34
TABLA 26: BOTELLAS SELLADAS QUO BAR	34
TABLA 27: JUGOS QUO BAR	34
TABLA 28: GASEOSAS QUO BAR.....	35
TABLA 29: CERVEZAS Y CIGARROS QUO BAR	35
TABLA 30: TRAGOS QUO BAR.....	35
TABLA 31: CUADRO DE POBLACION POR MUNICIPIO.....	42
TABLA 32: BARRIOS DE LA CIUDAD DE LA PAZ.....	43
TABLA 33: BRASA Y FILETES ROKY'S	51
TABLA 34: PARRILLADAS Y CARNES ROKY'S.....	51
TABLA 35: GUARNICIONES Y ACOMPAÑAMIENTOS ROKY'S	52

<i>TABLA 36: CRIOLLOS Y PIQUEOS ROKY'S</i>	52
<i>TABLA 37: POSTRES Y JUGOS ROKY'S</i>	52
<i>TABLA 38: GASEOSAS Y BEBIDAS ROKY'S</i>	52
<i>TABLA 39: COMBOS OCTAVOS DON POLLO</i>	53
<i>TABLA 40: COMBOS CUARTOS DON POLLO</i>	53
<i>TABLA 41: COMBOS MEDIOS DON POLLO</i>	53
<i>TABLA 42: COMBOS ENTEROS DON POLLO</i>	53
<i>TABLA 43: COMBOS MEGA Y FAMILIAR DON POLLO</i>	53
<i>TABLA 44: PORCIONES DON POLLO</i>	54
<i>TABLA 45: POLLO A LA BRASA REAL CHICKEN</i>	54
<i>TABLA 46: CRIOLLOS REAL CHICKEN</i>	54
<i>TABLA 47: PARRILLADAS REAL CHICKEN</i>	55
<i>TABLA 48: CARNES A LA PARRILLA REAL CHICKEN</i>	55
<i>TABLA 49: GUARNICIONES REAL CHICKEN</i>	55
<i>TABLA 50: ENSALADA REAL CHICKEN</i>	56
<i>TABLA 51: BEBIDAS, JUGOS REAL CHICKEN</i>	56
<i>TABLA 52: GASEOSAS REAL CHICKEN</i>	56
<i>TABLA 53: ANTOJITOS REAL CHICKEN</i>	56
<i>TABLA 54: TRAGOS Y CERVEZAS REAL CHICKEN</i>	57
<i>TABLA 55: ENTRADAS ALTAMAR COSTA ANDINA</i>	58
<i>TABLA 56: CEVICHE ALTAMAR COSTA ANDINA</i>	58
<i>TABLA 57: PESCADOS Y MARISCOS ALTAMAR COSTA ANDINA</i>	59
<i>TABLA 58: PIQUEOS Y FUENTES ALTAMAR COSTA ANDINA</i>	60
<i>TABLA 59: CARNES Y POLLO ALTAMAR COSTA ANDINA</i>	61
<i>TABLA 60: TACU TACUS ALTAMAR COSTA ANDINA</i>	62
<i>TABLA 61: ENTRADAS CALIENTES SABOR GAUCHO</i>	63
<i>TABLA 62: CARNES A LA PARRILLA SABOR GAUCHO</i>	63
<i>TABLA 63: ENTRADA GUSTU</i>	64
<i>TABLA 64: FONDOS GUSTU</i>	65
<i>TABLA 65: POSTRES GUSTU</i>	65
<i>TABLA 66: PIQUEOS GUSTU</i>	65
<i>TABLA 67: ENTRADAS PALADAR</i>	66
<i>TABLA 68: PLATOS CON SABOR BRASILEIRO PALADAR</i>	66
<i>TABLA 69: BEBIDAS NO ALCOHOLICAS PALADAR</i>	67
<i>TABLA 70: BEBIDAS ALCOHOLICAS PALADAR</i>	67
<i>TABLA 71: COCTELERIA PALADAR</i>	67
<i>TABLA 72: SUSHIS SAMURAI</i>	68

TABLA 73: <i>POSTRES SAMURAI</i>	68
TABLA 74: <i>BEBIDAS SAMURAI</i>	69
TABLA 75: <i>OFERTA POTENCIAL DEL COMPETIDOR EN UNIDADES - PRODUCTO POLLO A LA BRASA</i>	69
TABLA 76: <i>OFERTA POTENCIAL SEMANAL, MENSUAL Y ANUAL DEL COMPETIDOR EN UNIDADES - PRODUCTO POLLO A LA BRASA</i>	70
TABLA 77: <i>DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA POBLACION ENCUESTADA</i>	71
TABLA 78: <i>DEMANDA POTENCIAL MENSUAL DE POLLO A LA BRASA SEGÚN EL MACRO DISTRITO</i>	111
TABLA 79: <i>OFERTA Y DEMANDA MENSUAL ACTUAL</i>	112
TABLA 80: <i>VENTAS SEMANALES, MENSUALES Y ANUALES EL TABLON – LA PAZ</i>	112
TABLA 81: <i>PORCENTAJE A CUBRIR DE LA DEMANDA INSATISFECHA</i>	113
TABLA 82: <i>DESCRIPCION, PROCEDENCIA Y PROVEEDORES DE EQUIPOS</i>	114
TABLA 83: <i>DESCRIPCION, PROCEDENCIA Y PROVEEDORES DE HERRAMIENTAS</i>	115
TABLA 84: <i>DESCRIPCION, PROCEDENCIA Y PROVEEDORES DE BIENES INSUMOS</i>	116
TABLA 85: <i>DESCRIPCION, PROCEDENCIA Y PROVEEDORES DE BIENES MUEBLES</i>	117
TABLA 86: <i>ANALISIS FODA - EMPRESA EL TABLON FOOD CENTER</i>	119
TABLA 87: <i>CUADRO COMPARATIVO DE POLLERIAS EN LA PAZ</i>	126
TABLA 88: <i>CUADRO COMPARATIVO DE RESTAURANTES PERUANOS DE COMIDA CRIOLLA EN LA PAZ</i>	126
TABLA 89: <i>PORCENTAJE DE LA OFERTA DE EL TABLON EN LA DEMANDA POTENCIAL</i>	134
TABLA 90: <i>PARTICIPACION EN EL MERCADO POR EMPRESAS</i>	135
TABLA 91: <i>VENTAS SEMANALES, MENSUALES Y ANUALES EL TABLON – LA PAZ</i>	136
TABLA 92: <i>VENTAS MENSUALES Y PARTICIPACION DE MERCADO POR EMPRESA</i>	136
TABLA 93: <i>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</i>	138
TABLA 94: <i>COSTO UNITARIO POR APORTE PROPIO Y FINANCIAMIENTO EXTERNO POR PRODUCTO</i>	139
TABLA 95: <i>PRECIO DE PRODUCTOS EN SOLES Y BOLIVIANOS</i>	141
TABLA 96: <i>ALTERNATIVAS DE PLATOS VENDIDOS A LA SEMANA</i>	143
TABLA 97: <i>MATRIZ DE PONDERACION DE FACTORES – ESCALA DE PONDERACION</i>	145
TABLA 98: <i>MATRIZ DE PONDERACION DE FACTORES – PESO DE FACTORES</i>	145
TABLA 99: <i>MATRIZ DE PONDERACION DE FACTORES - LOCALIZACION</i>	146
TABLA 100: <i>MATRIZ DE PONDERACION DE FACTORES – MICRO LOCALIZACION</i>	148
TABLA 101: <i>TRAFICO SEMANAL DE VENTA DE PLATOS</i>	150
TABLA 102: <i>TRAFICO ANUAL DE VENTA DE PLATOS</i>	151
TABLA 103: <i>ESTACIONALIDAD ANUAL DE VENTA DE PLATOS</i>	152
TABLA 104: <i>ANALISIS DE OCUPACION-SEMANAL</i>	154
TABLA 105: <i>ANALISIS DE OCUPACION ANUAL</i>	155
TABLA 106: <i>EQUIPOS</i>	156

TABLA 107: MUEBLES Y ENSERES	157
TABLA 108: INVERSION FIJA TANGIBLE – BIENES MUEBLES	176
TABLA 109: INVERSION FIJA TANGIBLE - EQUIPOS.....	177
TABLA 110: INVERSION FIJA TANGIBLE - HERRAMIENTAS.....	178
TABLA 111: INVERSION FIJA TANGIBLE - OTROS	179
TABLA 112: RESUMEN DE INVERSION FIJA TANGIBLE	180
TABLA 113: INVERSION FIJA INTANGIBLE.....	180
TABLA 114: CAPITAL DE TRABAJO	181
TABLA 115: RESUMEN DE LAS INVERSIONES DEL PROYECTO	181
TABLA 116: ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	182
TABLA 117: CRONOGRAMA DE PAGO EN BOLIVIANOS- CRÉDITO	183
TABLA 118: CRONOGRAMA DE PAGO EN SOLES - CRÉDITO	184
TABLA 119: CRONOGRAMA DE PAGO EN DOLARES- CRÉDITO	185
TABLA 120: COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL.....	186
TABLA 121: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES - POLLO A LA BRASA	186
TABLA 122: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES - PLATOS CRIOLLOS.....	186
TABLA 123: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES- SANDWICHES.....	187
TABLA 124: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES - REFRESCOS Y BEBIDAS	187
TABLA 125: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES - COCKTAILS	187
TABLA 126: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES - ADICIONALES	188
TABLA 127: INGRESOS TOTALES EN BOLIVIANOS.....	188
TABLA 128: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – POLLO A LA BRASA	188
TABLA 129: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – PLATOS CRIOLLOS	189
TABLA 130: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – SANDWICHES.....	189
TABLA 131: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – REFRESCOS Y BEBIDAS	190
TABLA 132: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – COCKTAILS	190
TABLA 133: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – ADICIONALES	191
TABLA 134: COSTOS DE PRODUCCION SEMANAL Y MENSUAL EN BOLIVIANOS.....	191
TABLA 135: COSTOS TOTALES MENSUALES	191
TABLA 136: MARGEN DE CONTRIBUCION POR UNIDADES – POLLO A LA BRASA, COMIDA CRIOLLA Y SANDWICHES.....	192
TABLA 137: EQUILIBRIO EN UNIDADES Y BOLIVIANOS POR PRODUCTO MENSUAL – POLLO A LA BRASA, COMIDA CRIOLLA Y SANDWICHES.....	193
TABLA 138: MARGEN DE CONTRIBUCION POR UNIDADES– REFRESCOS Y BEBIDAS, COCKTAILS Y ADICIONALES	194

<i>TABLA 139: EQUILIBRIO EN UNIDADES Y BOLIVIANOS POR PRODUCTO MENSUAL – REFRESCOS Y BEBIDAS, COCKTAILS Y ADICIONALES</i>	195
<i>TABLA 140: PUNTO DE EQUILIBRIO</i>	196
<i>TABLA 141: OTROS GASTOS DE ADMINISTRACION</i>	196
<i>TABLA 142: OTROS GASTOS DE VENTAS</i>	196
<i>TABLA 143: TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</i>	197
<i>TABLA 144: TOTAL REMUNERACION ADMINISTRACION</i>	197
<i>TABLA 145: BALANCE GENERAL</i>	198
<i>TABLA 146: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS</i>	199
<i>TABLA 147: FLUJO DE CAJA</i>	200
<i>TABLA 148: BALANCE GENERAL- ESCENARIO OPTIMISTA</i>	202
<i>TABLA 149: ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS- ESCENARIO OPTIMISTA</i>	203
<i>TABLA 150: FLUJO DE CAJA- ESCENARIO OPTIMISTA</i>	204
<i>TABLA 151: BALANCE GENERAL- ESCENARIO PESIMISTA</i>	206
<i>TABLA 152: ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS- ESCENARIO PESIMISTA</i>	207
<i>TABLA 153: FLUJO DE CAJA - ESCENARIO PESIMISTA</i>	208



INDICE DE GRAFICOS

<i>GRAFICO 1: CRECIMIENTO DEL PRODUCTO BRUTO INTERNO PORCENTUAL</i>	6
<i>GRAFICO 2: PRODUCTO BRUTO INTERNO PER CAPITA US\$</i>	6
<i>GRAFICO 3: INFLACION, PRECIOS AL CONSUMIDOR PORCENTUAL ANUAL</i>	7
<i>GRAFICO 4: TIPO DE CAMBIO, BOLIVIANOS Y PESOS CHILENOS A DÓLARES</i>	7
<i>GRAFICO 6: DESEMPLEO TOTAL - BOLIVIA</i>	9
<i>GRAFICO 7: PORCENTAJE DE INCREMENTO DEL PRODUCTO BRUTO INTERNO - BOLIVIA</i>	10
<i>GRAFICO 8: PRODUCTO BRUTO INTERNO PER CAPITA DE BOLIVIA EN DOLARES</i>	11
<i>GRAFICO 9: INFLACION, PRECIO AL CONSUMIDOR - BOLIVIA</i>	11
<i>GRAFICO 10: CRECIMIENTO PRODUCTO BRUTO INTERNO POR DEPARTAMENTO</i>	14
<i>GRAFICO 11: PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEPARTAMENTAL EN EL PRODUCTO BRUTO INTERNO</i>	15
<i>GRAFICO 12: PERFIL DEL ENCUESTADO, ZONA DE PROCEDENCIA</i>	73
<i>GRAFICO 13: PERFIL DEL ENCUESTADO, PORCENTAJE ZONA DE PROCEDENCIA</i>	73
<i>GRAFICO 14: PERFIL DEL ENCUESTADO, GENERO</i>	74
<i>GRAFICO 16: PERFIL DEL ENCUESTADO, CLASIFICACION POR EDAD</i>	75
<i>GRAFICO 18: PERFIL DEL ENCUESTADO, NIVEL DE INGRESOS</i>	76
<i>GRAFICO 19: PERFIL DEL ENCUESTADO, PORCENTAJE DE NIVEL DE INGRESOS</i>	76
<i>GRAFICO 20: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1 - BUENA ATENCION</i>	77
<i>GRAFICO 21: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1 - BUENA SAZON</i>	78
<i>GRAFICO 22: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1 - PRECIO</i>	78
<i>GRAFICO 23: RESULTADO ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1 –AMBIENTE AGRADABLE</i>	78
<i>GRAFICO 24: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1- BUENA UBICACION</i>	79
<i>GRAFICO 25: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1 – IMPORTANCIA PARA ELEGIR UN RESTAURANTE</i>	79
<i>GRAFICO 27: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 2 - CALIDAD DEL SERVICIO</i>	80
<i>GRAFICO 28: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 2- PRECIO</i>	81
<i>GRAFICO 29: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 3 - FRECUENCIA DE VISITA</i> ..	81
<i>GRAFICO 30: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 - POLLO A LA BRASA</i>	82
<i>GRAFICO 31: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 - CEVICHE</i>	83
<i>GRAFICO 32: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 – LOMO SALTADO</i>	83
<i>GRAFICO 33: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 – ARROZ CHAUFA</i>	83
<i>GRAFICO 34: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 – ROCOTO RELLENO</i>	84

<i>GRAFICO 35: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 - PORCENTAJE QUE CONOCEN ESTOS PLATOS DE COMIDA</i>	84
<i>GRAFICO 37: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 5 - CEVICHE</i>	85
<i>GRAFICO 40: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 5 – ROCOTO RELLENO</i>	86
<i>GRAFICO 41: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 6 – SI DE CARNES SE TRATA ¿QUE PREFIERE UD.?</i>	87
<i>GRAFICO 42: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7 - ¿HA PROBADO EL POLLO A LA BRASA?.....</i>	87
<i>GRAFICO 43: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.1 – LA PAZ.....</i>	88
<i>GRAFICO 44: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N°7.1 – SANTA CRUZ</i>	88
<i>GRAFICO 45: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.1 - LIMA.....</i>	89
<i>GRAFICO 46: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.1 – AREQUIPA</i>	89
<i>GRAFICO 47: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.1 – PUNO.....</i>	89
<i>GRAFICO 48: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS, PREGUNTA N°7.1 – DESAGUADERO ...</i>	90
<i>GRAFICO 49: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.1 ILO, JULIACA, TACNA Y CUSCO.....</i>	90
<i>GRAFICO 50: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.2 – FRECUENCIA DE CONSUMO</i>	91
<i>GRAFICO 51: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.3 – CANTIDAD DE CONSUMO</i>	92
<i>GRAFICO 52: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.4 – PORCENTAJE DEL MOTIVO POR QUE NO CONSUMEN POLLO A LA BRASA</i>	93
<i>GRAFICO 53: RESPUESTA DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.4 – MOTIVO POR QUE NO CONSUMEN POLLO A LA BRASA.....</i>	93
<i>GRAFICO 54: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 8 – CONOCE ALGUN RESTAURANTE QUE VENDA POLLO A LA BRASA.....</i>	94
<i>Grafico 55: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 8.1 –ROKY’S</i>	95
<i>GRAFICO 56: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 8.1 – DON POLLO</i>	95
<i>GRAFICO 57: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 8.1 - REAL CHICKEN</i>	95
<i>GRAFICO 58: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 9 – ROKY’S.....</i>	96
<i>GRAFICO 59: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 9 - NO LAS CONOZCO</i>	97
<i>GRAFICO 60: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 9 – NORKY’S</i>	97
<i>GRAFICO 61: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 9 – EL TABLON.....</i>	98
<i>GRAFICO 62: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS, PREGUNTA N° 10 –DISPOSICION DE PAGO</i>	99
<i>GRAFICO 63: PARTICIPACION DE LA OFERTA ACTUAL EN LA DEMANDA.....</i>	133
<i>GRAFICO 64: PARTICIPACION DE LA NUEVA OFERTA EN LA DEMANDA.....</i>	134
<i>GRAFICO 65: PARTICIPACION PORCENTUAL POR EMPRESA.....</i>	135
<i>GRAFICO 67: TRAFICO DE VENTAS SEMANAL.....</i>	150
<i>GRAFICO 68: TRAFICO DE VENTAS ANUAL.....</i>	151

<i>GRAFICO 69: ESTACIONALIDAD ANUAL DE VENTA DE PLATOS</i>	152
<i>GRAFICO 70: PORCENTAJE DE OCUPACION SEMANAL</i>	154
<i>GRAFICO 71: PORCENTAJE DE OCUPACION ANUAL</i>	155
<i>GRAFICO 72: VARIACION DEL TIPO DE CAMBIO SOLES/BOLIVIANOS</i>	175
<i>GRAFICO 73: VARIACION DEL TIPO DE CAMBIO DOLARES/ SOLES</i>	175
<i>GRAFICO 74: VARIACION DEL TIPO DE CAMBIO DOLARES/ BOLIVIANOS</i>	176



RESUMEN

La presente investigación se realizó en las ciudades de Arequipa (Perú) y La Paz (Bolivia) durante el periodo comprendido entre el año 2015 y 2016 y en la misma participaron el equipo administrativo y de producción de El Tablón, concedores de mercado del sector gastronómico y habitantes de la ciudad de La Paz, tomándose como parámetro la realización de entrevistas, encuestas y grupos de enfoque entre los mencionados participantes; de ahí que el propósito de la presente investigación consistió en determinar la viabilidad de invertir en un negocio como El Tablón para la Ciudad de La Paz en el periodo 2016. Para ello fue necesario conocer la oferta y demanda del consumo de pollo a la brasa en los habitantes de estratos económicos A, B y C; si el financiamiento boliviano es conveniente para inversionistas extranjeros; también conocer la legislación laboral y los indicadores macroeconómicos de Bolivia; la tecnología usada por El Tablón para producir pollo a la brasa y así determinar la zona óptima para situar un restaurante peruano en La Paz. El presente estudio se justificó por cuanto posee, valor teórico, utilidad práctica, relevancia para la empresa por su conveniencia y en base a los beneficios netos que genera. La investigación se sustenta en el estudio de mercado y las proyecciones financieras a cinco años una vez realizada la inversión. Metodológicamente el trabajo investigativo se aborda desde la perspectiva de los tipos de estudio descriptivos – transversales, con la aplicación de un diseño de investigación de campo donde la población estuvo formada por todos los habitantes de la ciudad de La Paz, de los cuales se tomó una muestra de 384 personas.

La técnica de observación empleada fue la aplicación de una encuesta, formada por 11 preguntas abiertas y cerradas de opción múltiple y en escala de Likert; dos grupos de enfoque y las proyecciones financieras. Todo el procesamiento de datos permitió conocer la demanda estimada de pollo a la brasa, la buena aceptación del mismo entre los comensales paceños y los indicadores VAN y TIR para el proyecto. Concluyéndose en que, la viabilidad de abrir una sucursal del Tablón en La Paz es exitosa y da paso a su internacionalización. La actual oferta de pollo a la brasa en La Paz no llega a cubrir toda la demanda. Se encontraron ciertas diferencias en la legislación laboral y obtención de financiamiento externo en Bolivia. El comportamiento del gobierno boliviano ante inversiones extranjeras no es perjudicial y las empresas del sector gastronómico en Bolivia cada vez van creciendo más.

Descriptores: Viabilidad, Internacionalización, Sector Gastronómico, Proyección Financiera, El Tablón, La Paz.

SUMMARY

This research was conducted in the cities of Arequipa (Peru) and La Paz (Bolivia) during the period between 2015 and 2016. There participated the administrative and production team of El Tablon, market experts of the food industry and residents of the city of La Paz, taking as parameter conducting interviews, surveys and focus groups among participants mentioned; hence the purpose of this investigation was to determine the feasibility of investing in a business like El Tablon for the City of La Paz in the period 2016. This was necessary to know the supply and demand of consumption of chicken grilled in the inhabitants of economic strata A, B and C; if the financing is suitable for Bolivian foreign investors; also know the labor law and macroeconomic indicators in Bolivia; the technology used to produce grilled chicken for El Tablón and determine the optimal area for placing a Peruvian restaurant in La Paz. This study was justified because it has theoretical value, practical utility, relevance to the company for its convenience and based on the net profit it generates.

The research is based on market research and financial projections to five years once the investment has begun. Methodologically research work is approached from the perspective of the types of descriptive study - cross, with the implementation of a research design field where the population consisted of all the inhabitants of the city of La Paz, which took a sample of 384 people. The observation technique employed was the application of a survey, consists of 11 open and closed questions of multiple choice and in the Likert scale; two focus groups and financial projections. All data processing allowed to know the estimated demand of grilled chicken, good acceptance of the habitants of La Paz and the NPV and IRR indicators for the project. Concluding that the feasibility of opening El Tablón in La Paz is successful and leads to internationalization. The current supply of chicken grilled in La Paz does not cover all the demand. there are some differences in labor law and the obtention external financing in Bolivia. The behavior of the Bolivian government to foreign investment is not harmful and companies of the food industry in Bolivia are growing increasingly more.

Descriptors: Viability, Internationalization, Food Industry, Financial Projection, El Tablón, La Paz.

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación trata del estudio de factibilidad, es decir todo lo referente al estudio de mercado realizado en la ciudad de La Paz, para determinar la viabilidad, éxito o fracaso, de internacionalizar El Tablón Food Center, abriendo una sucursal en la ciudad de La Paz – Bolivia.

El objetivo general de la investigación es determinar la viabilidad de invertir en un Food Center El Tablón para la ciudad de La Paz, lo cual lleva a una serie de factores que tienen que ser estudiados, analizados y procesados para poder llegar al cumplimiento del objetivo y así poder darle solución al problema del proyecto, que en este caso es el estudio de factibilidad para determinar la viabilidad de la internacionalización de El Tablón Food Center en la ciudad de La Paz – Bolivia.

La idea del proyecto nació en una visita turística a la ciudad de La Paz en el año 2013, durante la cual pudimos ver a grandes rasgos, la cultura, usos y costumbres de los paceños; y al hacer una comparación con nuestro país y específicamente con la región de Arequipa cabe señalar que no se encuentran grandes diferencias sino hasta algunas coincidencias. Sin embargo algo que no nos agradó tanto, por así decirlo, fue la comida típica de La Paz; y en la aventura de probar nuevos sabores o buscar un buen lugar para comer, encontramos un restaurante o pollería que ya habíamos visitado antes en el Perú, su nombre es Roky's, y quedamos completamente sorprendidos con la acogida de clientes que tenía ese día el local, además del parecido en cuanto al sabor, atención y estructura del local mismo que hasta pensamos que estábamos en nuestro país. Es entonces que decidimos preguntar sobre la empresa y recién nos dimos cuenta que era una sucursal peruana, que ya tenía 12 años en el mercado boliviano, situados en la ciudad de La Paz y Santa Cruz. A partir de ello y con cierta curiosidad nos pusimos a indagar sobre otros restaurantes parecidos en la ciudad de La Paz y nos dimos cuenta de que además de tener tanta preferencia por el público, Roky's es el pionero del negocio de pollo a la brasa en Bolivia; claro que actualmente ya tiene competencia (Real Chicken y Don Pollo), pero como empresa peruana y sucursal en Bolivia, siguen siendo los únicos y es por eso quizá que todavía mantienen ese nivel de aceptación por la población boliviana.

Es así que años después y habiendo visitado continuamente la ciudad de La Paz, pudimos ver más de cerca los gustos y preferencias de los consumidores del sector

gastronómico, así como la escasez de lugares de venta de un producto que en nuestro país es tan popular, como es el pollo a la brasa.

Teniendo en claro estas necesidades e identificando el mercado en el que se podría trabajar, nace de manera concreta la idea de invertir, específicamente, en una pollería en la ciudad de La Paz. Para esto también consideramos que una inversión cualquiera podría ser rentable, Sí, pero a su vez buscamos que sea algo trascendental, que deje en alto el nombre del país de origen de este producto; en este caso, el Perú y siendo más específicos Arequipa; y que la empresa a la que pueda interesarle un proyecto de tal envergadura tenga el perfil requerido para tal inversión. De preferencia una empresa arequipeña, con cierta trayectoria en el mercado peruano y con ambición de seguir creciendo. Es así que decidimos plantearle la idea al Sr. Antonio Grovas Fernández, dueño de El Tablón Food Center SRL y a su vez gerente general, quien un poco asombrado y encantado por la idea nos dio su venia para dar pie al inicio de la investigación.



CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO



1.1 MOTIVOS DE ESTUDIO

1.1.1 ¿Por qué la comida peruana?

Actualmente El Perú es reconocido a nivel internacional como uno de los mejores destinos culinarios del mundo, con el crecimiento del turismo en nuestro país y con la internacionalización de muchos restaurantes peruanos en principales ciudades en el mundo se da esta “fiebre” por el gusto de la comida peruana.

Uno de los representantes de la marca Perú en Estados Unidos (Gastón Acurio) y empresario del sector gastronómico en el Perú y otros países, opina que se ha dado la revolución gastronómica peruana y es por eso que hoy hay una gran demanda de chefs en el Perú y que son estos mismos los que incursionan en nuevos mercados extranjeros. “Ya no es solamente el cocinero peruano en su restaurante peruano, sino es una cultura peruana influenciando restaurantes franceses” dijo Gastón¹.

Es por eso que a nosotros nos interesa incursionar en este sector de la economía, ya que consideramos que la gastronomía peruana se encuentra en un “auge” a nivel mundial. No es solo en nuestro país que se quiere comer rico, sino también se trata de exportar esta forma de hacer negocio. Entonces se considera factible, exportar la gastronomía peruana llevando, los insumos, ingredientes, recetas, el conocimiento y la mano de obra del Perú para producirlos en otros países y así generar nuevos mercados extranjeros.

1.1.2 ¿Por qué El Tablón Food Center?

Considerando que Arequipa es conocida a nivel nacional como la capital gastronómica del Perú, se ha elegido a El Tablón Food Center para realizar el proyecto; ya que cuenta con una larga trayectoria en el mercado arequipeño y además ha incursionado fuera de nuestra ciudad, con sucursales en Cusco, Juliaca, Tacna, Ilo, entre otros; más nunca ha puesto una sucursal fuera de nuestro país.

Según la primera entrevista con el Gerente General; El Tablón Food Center se encuentra actualmente en la búsqueda de nuevos mercados para poder realizar inversiones que permitan expandir la empresa.

¹ Fuente: Libro Eden.pe, 21 revelaciones para el mundo

El Sr. Antonio Grovas Fernández; dueño de la empresa, quien además de demostrarnos que es una persona muy atenta y cordial, es un empresario que sabe muy bien cómo hacer negocios; es por eso que después de la entrevista nos dio su visto bueno para que podamos usar su empresa en nuestro proyecto.

1.1.3 ¿Por qué Bolivia?

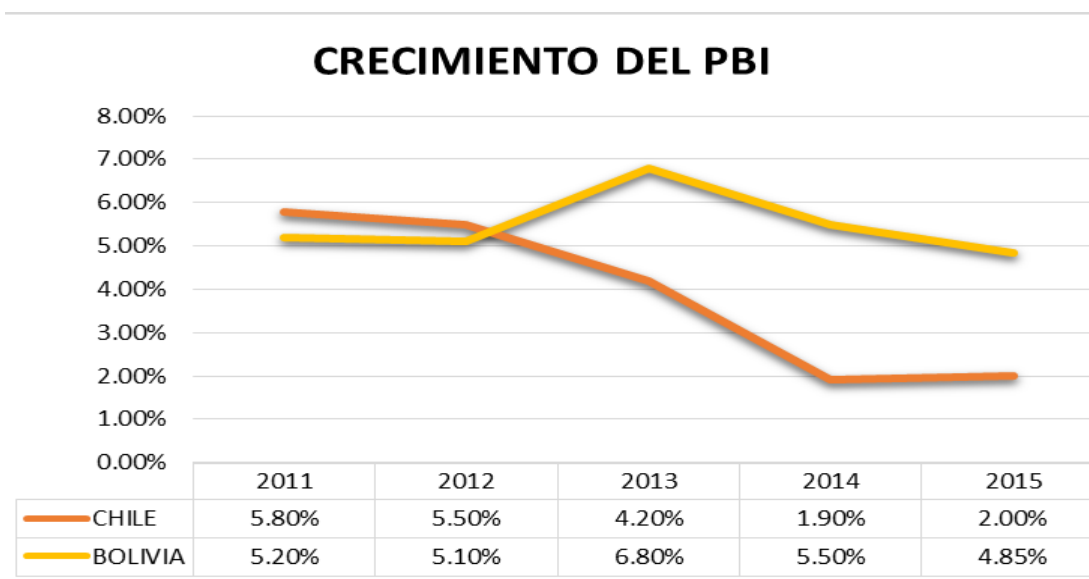
Bolivia es uno de los países más cercanos a nuestra ciudad, con una cultura muy similar a la nuestra, sin embargo para que nosotros elijamos este país como lugar de estudio para nuestro proyecto no solo nos basamos en la similitud de culturas, sino en muchos otros aspectos.

Podríamos decir que teníamos dos opciones importantes sobre donde realizar el proyecto, ya que tanto Chile como Bolivia representan un buen mercado para la comida peruana, pero haciendo las siguientes comparaciones nos pudimos dar cuenta que Bolivia sería la mejor opción para el presente proyecto.

1.1.3.1 Comparación de mercados: Chile y Bolivia

A continuación presentamos unos gráficos y cuadros que nos permite identificar de una mejor manera los datos económicos de Bolivia y Chile

GRAFICO 1: CRECIMIENTO DEL PRODUCTO BRUTO INTERNO PORCENTUAL

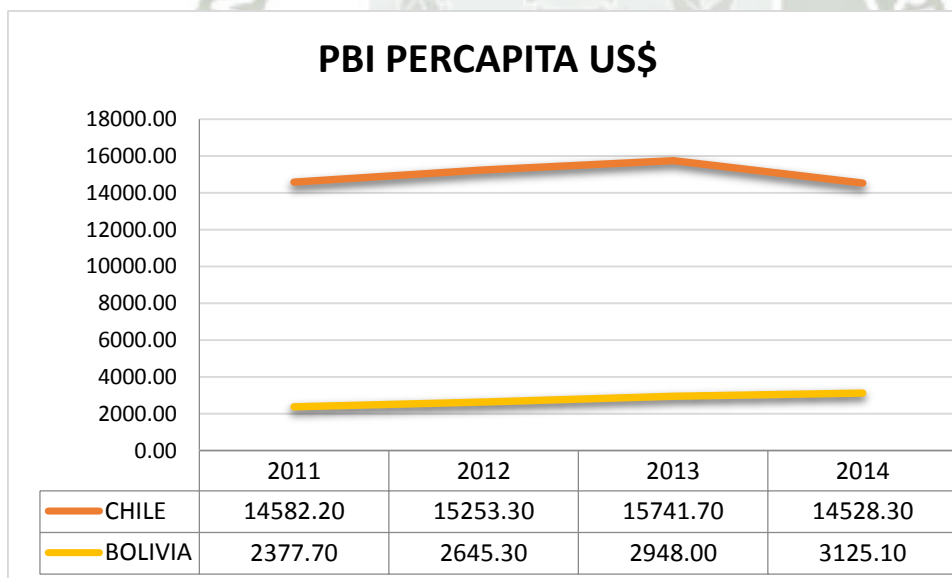


Tasa de crecimiento anual porcentual del PBI a precios de mercado en moneda local, a precios constantes

FUENTE: BANCO MUNDIAL

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 2: PRODUCTO BRUTO INTERNO PER CAPITA US\$

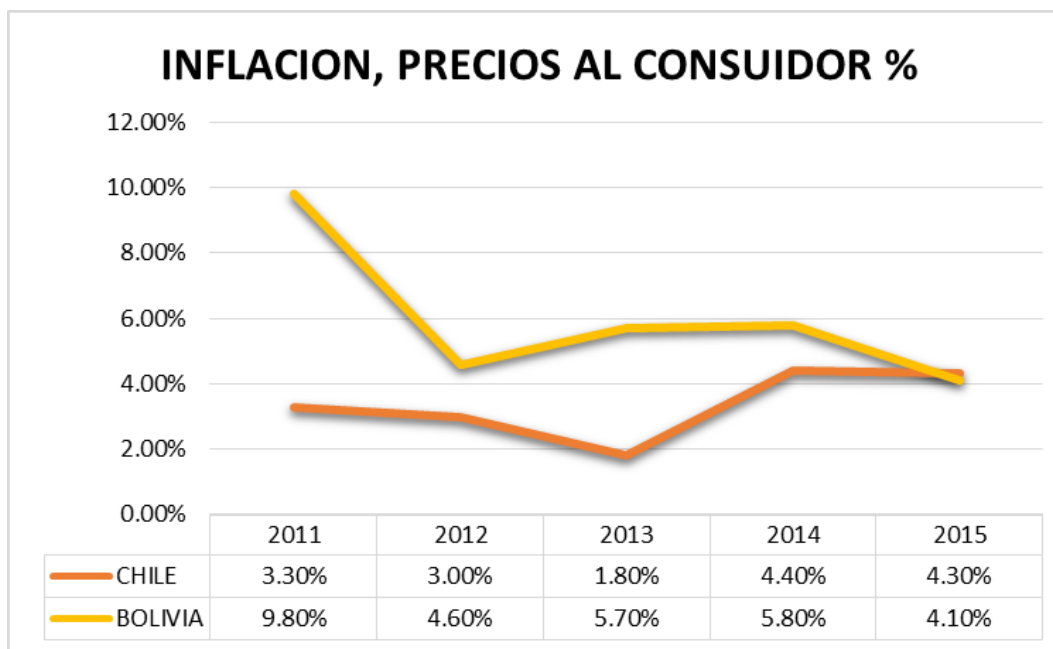


Datos en US\$ a precios constantes

FUENTE: BANCO MUNDIAL

ELABORACION: PROPIA

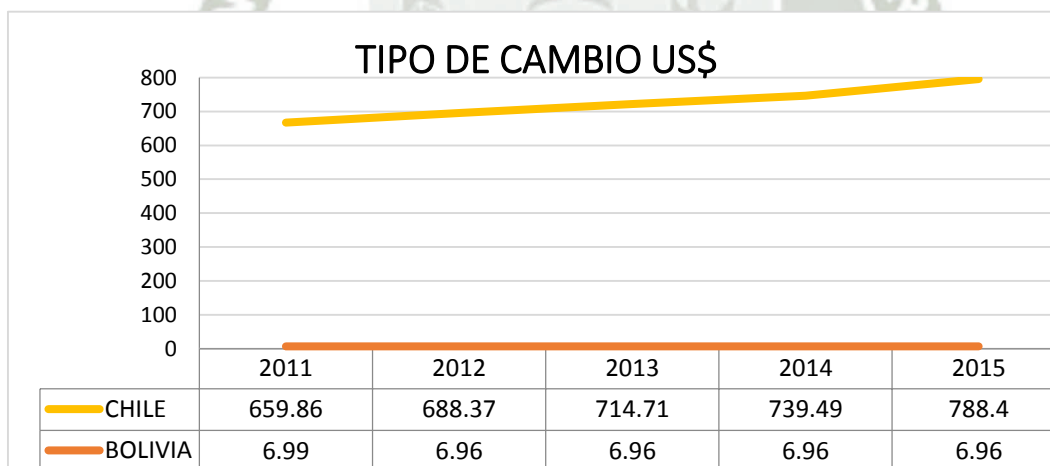
GRAFICO 3: INFLACION, PRECIOS AL CONSUMIDOR PORCENTUAL ANUAL



FUENTE: BANCO MUNDIAL

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 4: TIPO DE CAMBIO, BOLIVIANOS Y PESOS CHILENOS A DÓLARES



FUENTE: BANCO CENTRAL DE CHILE Y BANCO CENTRAL DE BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

TABLA 1: CUADRO COMPARATIVO ENTRE CHILE Y BOLIVIA (2015)

INDICADORES	CHILE	BOLIVIA
TIPO DE CAMBIO A SOLES	S/. 1. / 200.85 CLP	S/. 1. / BS. 2.11
TIPO DE CAMBIO A DÓLARES	US\$ 1 / 788.4 CLP	US\$ 1 / BS. 6.96
CRECIMIENTO DEL PBI	2.0 %	4.73 %
PBI PER CÁPITA	US\$ 14528.30	US\$ 3125.10
INFLACIÓN, PRECIOS AL CONSUMIDOR	4.30 %	4.10 %

FUENTE: BANCO MUNDIAL

ELABORACION: PROPIA

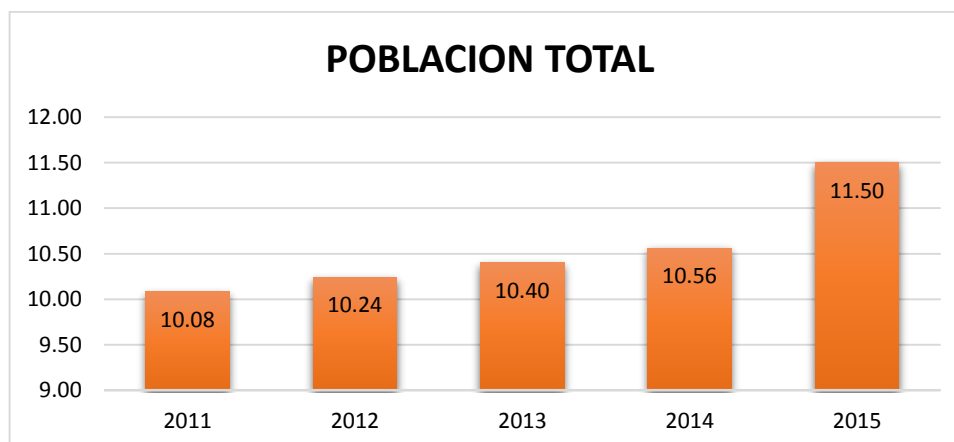
1.1.3.2 Índices Macroeconómicos, Bolivia

Después de ver las comparaciones para escoger un mercado, y habiendo realizado un análisis a cada opción consideramos que Bolivia sigue siendo la opción a elegir. Entre las razones más importantes para decidirnos por Bolivia están:

- El crecimiento del PBI boliviano es favorable.
- El tipo de cambio de bolivianos a dólares es fijo (establecido por disposición del gobierno) y favorable para las empresas en Bolivia, debido a que su moneda no se deprecia frente al dólar. En nuestro caso, percibiríamos ganancias en bolivianos y podríamos convertirlos en dólares para que regresen al Perú y considerando el tipo de cambio actual de dólares a soles, es mucho más favorable.
- La economía en Bolivia se encuentra en crecimiento y sin amenazas relevantes.
- El producto que llevamos no es completamente nuevo, ya que actualmente existe un mercado y por ende demanda del mismo.
- No hay restaurantes de comida arequipeña en Bolivia.
- Los usos y costumbres peruanos y bolivianos son similares.
- La comida peruana tiene muy buena acogida en Bolivia y ya cuenta con cierto prestigio.

- **POBLACIÓN**

GRAFICO 5: POBLACION TOTAL -BOLIVIA.



Expresado en millones de habitantes.

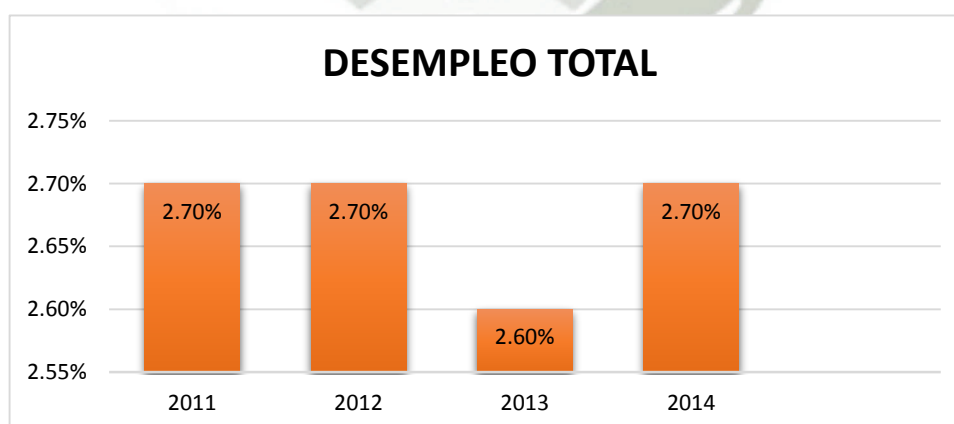
FUENTE: BANCO MUNDIAL.

ELABORACION: PROPIA.

Como podemos observar, la población en Bolivia ha ido creciendo significativamente y el año 2015 con respecto al 2014 hay un crecimiento mucho mayor que del 2014 respecto al 2013.

- **DESEMPLEO**

GRAFICO 6: DESEMPLEO TOTAL - BOLIVIA



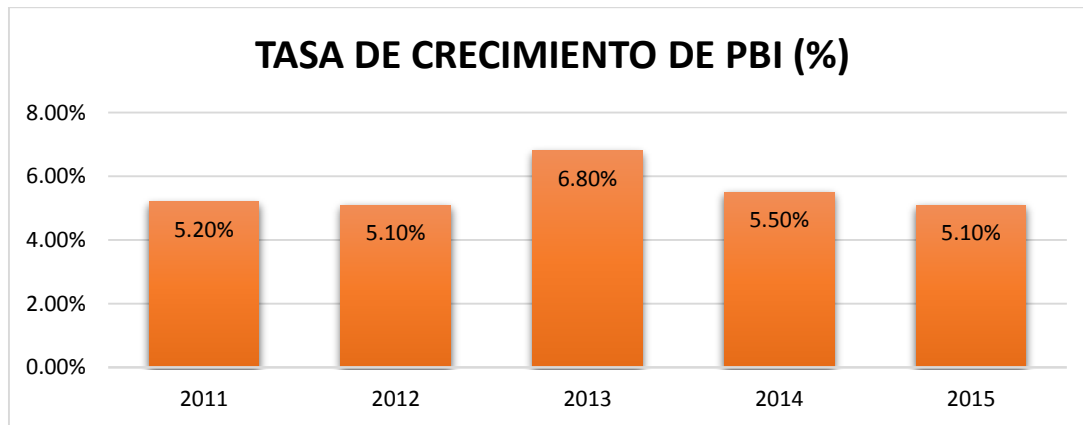
FUENTE: BANCO MUNDIAL.

ELABORACION: PROPIA.

El nivel de desempleo también es importante ya que nos permite ver que al realizar una inversión en este país, si podremos contar con la mano de obra que necesitemos. Según el cuadro podemos ver que la tasa de desempleo en Bolivia es constante (2.70%) y para el 2013 hubo una baja en la tasa de desempleo (2.60%).

- **PRODUCTO BRUTO INTERNO**

GRAFICO 7: PORCENTAJE DE INCREMENTO DEL PRODUCTO BRUTO INTERNO - BOLIVIA



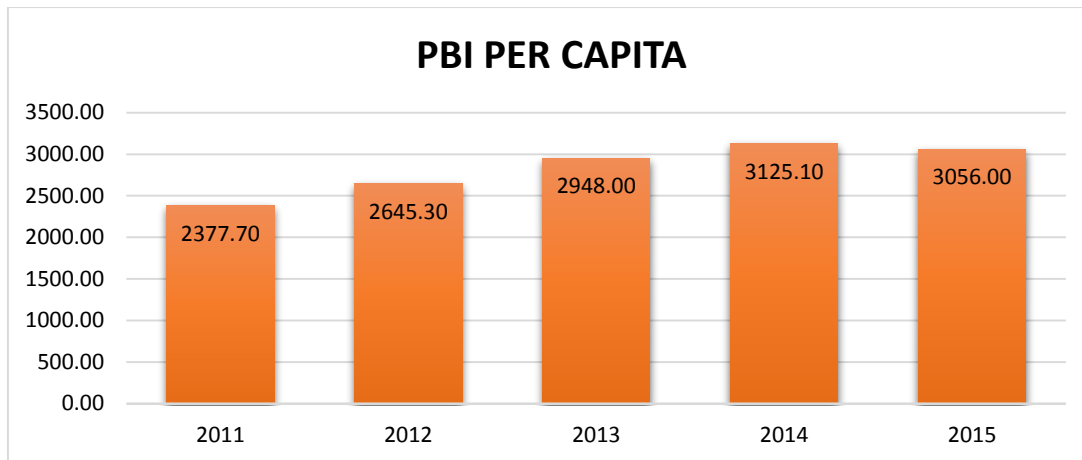
FUENTE: BANCO MUNDIAL

ELABORACION: PROPIA

El PBI nos permite ver la capacidad productiva que tiene un país y para este caso, viendo el crecimiento porcentual del PBI de cada año respecto al año anterior, podemos darnos cuenta que hasta el 2015 hay un promedio de 5,10 % de crecimiento de PBI, entonces eso es favorable para personas que decidan invertir en este país. Cabe señalar que para el 2016 se proyecta un crecimiento del PBI por encima del 5%.

- **PRODUCTO BRUTO INTERNO PERCAPITA:**

GRAFICO 8: PRODUCTO BRUTO INTERNO PER CAPITA DE BOLIVIA EN DOLARES



Datos en US\$ a precios actuales

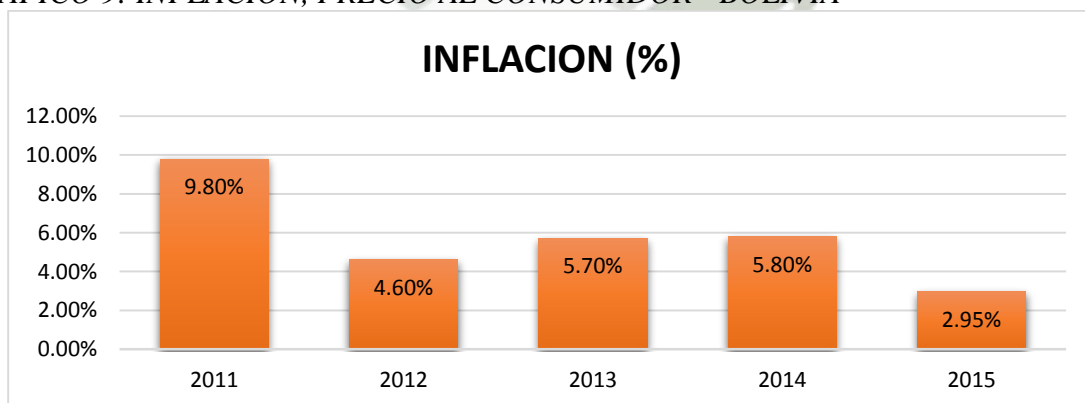
FUENTE: BANCO MUNDIAL

ELABORACION: PROPIA

El PBI per cápita en Bolivia ha ido creciendo constantemente, sin embargo para el año 2015 se tuvo una disminución, aunque no tan significativa pero esperamos que para los años siguientes crezca un poco más.

- **INFLACION, PRECIO AL CONSUMIDOR**

GRAFICO 9: INFLACION, PRECIO AL CONSUMIDOR - BOLIVIA



FUENTE: BANCO MUNDIAL

ELABORACION: PROPIA

Durante los últimos cuatro años la inflación en Bolivia fue, por así decirlo, la mejor de su historia; todo esto hace que la economía boliviana se encuentre en crecimiento y sea

un país atractivo para invertir. La tasa de inflación para el último año fue solo de 2,95% y si bien es cierto que para este año se proyecta un aumento de la tasa de inflación, éste incremento no será tan significativo.

1.1.3.3 Análisis del Riesgo País, Bolivia

Este índice mide el riesgo que existe en las operaciones internacionales que involucran a un país, entendiendo como riesgo a la posibilidad de impago; existen agencias internacionales que se dedican a la elaboración y publicación periódica de calificación de riesgos de acciones y bonos de los países entre ellas está Standard & Poor's (S&P).

Los estándares utilizados para determinar la solvencia y estabilidad son:

- **Inversiones estables**

AAA: La más alta calificación de una compañía, fiable y estable.

AA: Compañías de gran calidad, muy estables y de bajo riesgo.

A: Compañías a las que la situación económica puede afectar a la financiación.

BBB: Adecuada capacidad de pago, pero sujeto a cambios económicos adversos

- **Inversiones de riesgo o especulativas**

BB: Muy propensas a los cambios económicos.

B: La situación financiera sufre variaciones notables.

CCC: Vulnerable en el momento y muy dependiente de la situación económica

CC: Muy vulnerable, alto nivel especulativo.

C: extremadamente vulnerable con riesgos económicos.

La calificadora internacional de riesgo estadounidense Standard & Poor's Ratings Services (S&P) **elevó el 2013 la calificación de riesgo país de Bolivia de BB- a BB**, una ubicación que el país alcanza por primera vez.

El alza de la calificación de Bolivia se debe a diversos motivos entre ellos:

- Sólido desempeño económico sostenido que ha contribuido a un descenso en el nivel de la deuda neta del gobierno general, que el país proyectó caerá a 12% del PBI en 2014 desde 31% en 2007, y ha impulsado la liquidez externa del país.

- Las reservas internacionales, excluyendo los activos del Banco Central de Bolivia (BCB) para financiamiento futuro de empresas del sector público, se situaron en 47% del PIB en 2013.
- Los requerimientos de financiamiento externo bruto de Bolivia sumarán 54% de los ingresos de la cuenta corriente y reservas utilizables en 2014. Se estima que el país tenga una posición neta de acreedor externo equivalente a 104% de los ingresos de la cuenta corriente.
- El PBI boliviano ha crecido a un promedio de 5% desde 2006, y subió a 6,8% en 2013 y 5.10 % en el 2014. El crecimiento del PIB per cápita promedió 3,4% en los últimos cuatro años y se proyectó que promediará 3% en los próximos cuatro años.
- Los depósitos denominados en dólares disminuyeron a 23% de los depósitos totales a principios de 2014 desde 94% en 2002, y los créditos denominados en dólares se redujeron a 11% de la cartera total desde 97% durante el mismo periodo.
- S & P, indica que las calificaciones otorgadas a Bolivia reflejan su sólido balance fiscal y externo, su amplia liquidez externa y sus perspectivas de crecimiento favorables. También reflejan el escenario político fragmentado del país, así como su dependencia fiscal y de las exportaciones de materias primas. Los sectores de hidrocarburos (principalmente gas natural) y minerales representaron más de 80% de las exportaciones totales.
- La continua inversión del sector público, especialmente en gas natural y petróleo, debería sostener el crecimiento del PIB por encima de 5% y probablemente en un promedio de 4,6% durante los próximos tres años. La balanza de la cuenta corriente probablemente será superavitaria en un 2% del PIB en los próximos dos años.

Por otro lado la implementación de leyes recientemente aprobadas que influye tanto a empresas públicas como privadas aumentará la probabilidad de que continúe la inversión en los sectores de recursos naturales e industriales, sentando las bases para el crecimiento futuro del PIB. La combinación de un continuo crecimiento del PIB, una mayor producción de hidrocarburos, y una diversificación gradual de la economía, fortalecería la capacidad de Bolivia para sortear un descenso potencialmente marcado en los precios de los commodities, lo que llevaría al país a una calificación crediticia más alta.

Con esta mejora, Bolivia se consolida nuevamente como un país económicamente sólido, estable y altamente atractivo para las inversiones privadas, lo que le permitirá abrir

nuevas oportunidades para atraer recursos de grandes inversionistas a nivel mundial generando mayores flujos de inversión extranjera hacia el país y garantizando el crecimiento económico en el largo plazo.

1.1.4 ¿Por qué La Paz?

Para emprender un negocio en otro país tenemos que fijarnos en todas las ciudades donde se podría empezar dicho negocio, y es así que al evaluar las ciudades más importantes en Bolivia como son: La Paz, Santa Cruz, Cochabamba y Sucre, hemos determinado que el mercado de la ciudad de La Paz es el ideal para implementar el primer restaurante de El Tablón Food Center en Bolivia. Son varias las razones que tenemos para esta elección, algunas de ellas son:

- La ciudad de La Paz es la más cercana a la frontera con Perú y por ende a nuestra ciudad de Arequipa.
- El crecimiento del PBI en La Paz es favorable.
- La población paceña le tiene aprecio a la comida peruana.
- Las costumbres en La Paz son las más similares a las nuestras, que en las otras ciudades.
- La Paz tiene una densidad poblacional mucho mayor que las otras ciudades y representa un gran mercado.
- Al ser sede de gobierno, la ciudad de La Paz tiene muchos beneficios en cuanto a tecnología y diversidad turística.

GRAFICO 10: CRECIMIENTO PRODUCTO BRUTO INTERNO POR DEPARTAMENTO

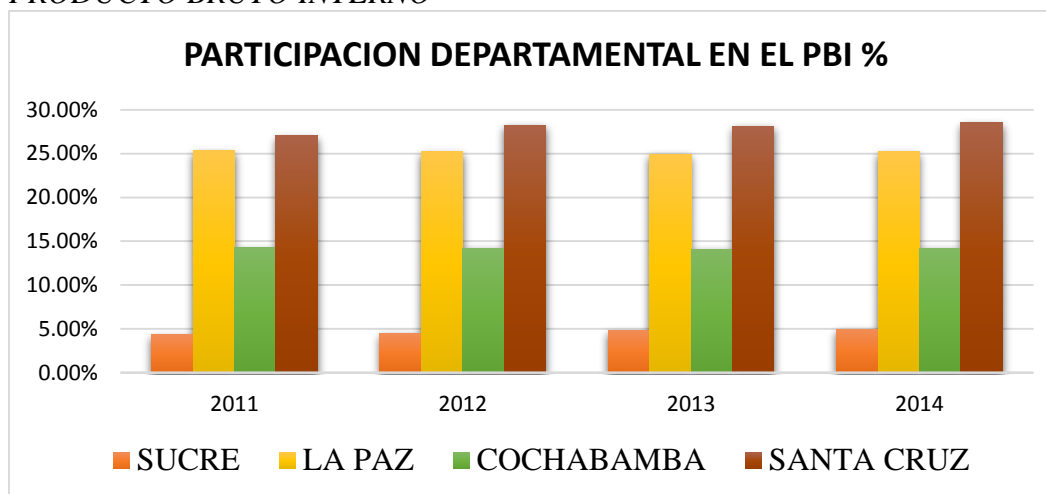


Datos a precios de mercado

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA - BOLIVIA

ELABORACIÓN: PROPIA

GRAFICO 11: PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEPARTAMENTAL EN EL PRODUCTO BRUTO INTERNO



Datos a precios de mercado

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA - BOLIVIA

ELABORACIÓN: PROPIA

1.1.5 Patrimonio Cultural de Una Nación

En octubre del 2004, El Instituto Nacional de Cultural declaró El Pollo a la brasa como "patrimonio Cultural de la Nación". El 23 de junio del 2010 se estableció el "Día del Pollo a la brasa" para rendir homenaje a un icono cultural de la gastronomía peruana, el tercer domingo de julio de cada año. El pollo a la brasa peruano se ha convertido en parte del patrimonio cultural nacional.

1.1.5.1 Pollo a la brasa

Pollo a la brasa es la denominación que se da en el Perú al pollo asado al carbón o a la leña en un sistema rotatorio. Es considerado un platillo típico de la gastronomía peruana y uno de los de mayor consumo, incluso por encima del ceviche, el chifa y las especialidades de la comida rápida. Actualmente es considerado una «Especialidad Culinaria del Perú» por el Instituto Nacional de Cultura y la popularidad del plato ha hecho que su consumo familiar sea incluido en el cálculo oficial de la canasta básica.

1.1.5.2 Historia

El pollo a la brasa es un icono cultural de la gastronomía peruana, que se origina en los años 1950 en el distrito de Chaclacayo, en la ciudad de Lima. La versión original del plato consistía en el pollo cocido en las brasas de leña del árbol algarrobo, marinado solo con sal, servido con papas fritas y degustado con las manos. El pollo a la brasa es el plato de mayor consumo en el Perú y se ha internacionalizado desde mediados del siglo XX mediante la apertura de "pollerías" en distintas ciudades del mundo, por parte de los peruanos residentes en el exterior.

Los orígenes están en la particular cocción del pollo y la preparación realizada por una cocinera bajo la sombra de los molles árboles de pimienta de una huerta en la hacienda de Santa Clara en Chaclacayo se dio origen al Pollo a la Brasa. A quien se debe atribuirse realmente el origen de la receta del plato es a la cocinera que trabajaba en casa de Roger Schuler. La cocinera ensartaba de lado a lado los pollos bebés en una barra de metal de un metro de largo, para luego hacerlos girar manualmente sobre la brasa de leña.

Roger Schuler un ciudadano de origen suizo quien observando la preparación que realizaba la cocinera, se interesó en el sabor obtenido con el pollo y decidió investigar más sobre cómo lograr un sabor único y un proceso de producción que pudiera darle impulso de negocio rentable. Así el 5 de febrero del mismo año decidió progresivamente junto a ella y su socio Franz Ulrich, tecnificar la producción y crear un improvisado restaurant "La Granja Azul" el cual su especialidad sería el lanzamiento del plato "Pollo a la brasa". Un letrero en plena carretera central de los años 50 decía: "Coma todo el pollo a la brasa que quiera por 5 soles", marco el inicio del negocio del pollo a la brasa en Lima. Roger Schuler se dedicó al negocio de los restaurantes y Franz Ulrich a la fabricación de hornos para la cocción del pollo en un horno especial; denominado "rotombo" que hace girar al pollo sobre su propio eje, recibiendo uniformemente el calor de las brasas. Frank un experto en metal mecánica construyó un horno con características especiales capaz de girar una barra de hierro que cargaría el peso de 8 pollos bebés de un kilo cada uno, a este invento fue llamado el horno de "rotombo". El horno puede funcionar a base a carbón o leña, siendo el más tradicional el de leña. El horno donde se preparaban los pollos ha evolucionado a partir de la adaptación hecha por Ulrich, en la actualidad existen hornos que funcionan a carbón y gas, el mayor fabricante es Heriberto Ruiz quien trabajó junto a Franz Ulrich, y en el año de 1965 creó su propia empresa de hornos.

1.1.5.3 Los secretos de la receta

La receta del pollo a la brasa consiste en el aderezo o marinada de la carne que incluye distintos ingredientes, tales como cerveza negra, romero, huacatay, sal, pimienta, sillao, comino y ají panca, en distintas proporciones. La preparación varía de local en local, de región o pueblo y así hay locales que añaden, incluso pisco. Este plato se acompaña de papas fritas y ensalada de lechuga. En las ciudades de la Selva peruana, se acompaña con yuca o plátano frito. Además se acompaña de una variedad de salsas y cremas que cada comensal sirve según su gusto y destaca la salsa de ají preparado usualmente de ingredientes locales, así cada pollería tiene un valor agregado según su receta.

1.1.5.4 Las pollerías

El pollo a la brasa incrementó su popularidad. En 1957 se abrió otra pollería, "El Rancho," ubicada en la cuadra 26 de la Avenida Benavides en el distrito de Miraflores. En 1966 se crea la pollería "La Caravana" en el distrito de Pueblo Libre, en esta misma década el pollo a la brasa se había popularizado. La popularidad se incrementó a partir de los años 1970 y se inicia actividades de pollerías en el centro de Lima y otros distritos de Lima. El famoso restaurant pollería en el centro de Lima "El Kikiriji" ubicado en la avenida Abancay. La pollería "El Sótano" en la avenida Grau, convirtiéndose el plato del pollo a las brasas en el plato de mayor consumo en el Perú.

Actualmente las pollerías existen en todas las ciudades del Perú y es un alimento consumido por todos los estratos socio-económicos de la sociedad peruana. Un reciente estudio determinó que en el Perú el consumo promedio de pollo a la brasa, dentro de los hogares, a nivel nacional fue de 24.4 kg en el 2014, debido a su importancia este plato se incluye en el consumo de la canasta familiar.

1.1.6 El Tablón Food Center

Es una empresa que cuenta con más de "20 años" de experiencia brindando servicios de restaurant, concesión alimentaria, hostelería y esparcimiento.

El Tablón se expande por toda la Macro Región Sur, contando con sedes en Cusco, Juliaca, Tacna, Ilo y Arequipa; también está inmerso en los Grandes Centros Comerciales como Parque Lambramani, Real Plaza, Minka (Lima), entre otros.

1.1.6.1 Misión

Ofrecer el mejor servicio con alimentos de calidad, ingredientes de primera y estricta higiene, con instalaciones modernas, valiéndonos del desempeño del personal competente y atento a las necesidades de nuestros clientes.

1.1.6.2 Visión

Consolidarnos como la cadena de Food Center más exitosa del Perú a través de nuestros productos (Pollo a la brasa, Broaster, parrilladas, menús y demás), esto se resume no solo en ser competitivos sino ser los mejores por tal motivo atendemos las 24 horas del día

1.1.6.3 Locales a nivel nacional

- AREQUIPA:
 - ✓ Av. Mariscal Castilla # 105, 106 y 107 Teléfono:054- 253777
 - ✓ Av. Ejercito # 902- Cayma Teléfono: 054- 203535
 - ✓ Parque Lambramani - Patio de Comidas
- CUSCO
 - ✓ Urb. El Ovalo D-8 Alameda Pachacutec Teléfono: 084- 262000
 - ✓ Av. De la Cultura # 1406 Wanchaq Teléfono 084- 228939
- JULIACA
 - ✓ Jr. San Román # 152 Teléfono: 051-331111
 - ✓ Real Plaza Patio de Comidas Teléfono: 051-322842
- ILO
 - ✓ Jr. Moquegua # 318 Teléfono:053-481811
- TACNA
 - ✓ Av. Cusco S/N - Miraflores Teléfono 052-484980

1.1.6.4 Carta El Tablón – Arequipa

TABLA 2: POLLOS A LA BRASA EL TABLON

POLLOS A LA BRASA	SOLES	BOLIVIANOS*
¼ POLLO SOLO	S/. 15.30	BS.32.28
¼ POLLO+ PAPAS O ARROZ BLANCO+ ENSALADA+ AGUADITO (MESA)	S/. 17.30	BS. 36.50
¼ POLLO + PAPAS O ARROZ BLANCO + ENSALADA+ ½ LT. DE CHICHA MORADA + CREMAS (LLEVAR)	S/. 17.30	BS. 36.50
½ POLLO SOLO	S/. 25.00	BS. 52.75
½ POLLO + PAPAS + ENSALADA+ AGUADITO (MESA)	S/. 28.30	BS. 59.71
½ POLLO + PAPAS + ENSALADA+ ½ LT. DE CHICHA MORADA + CREMAS (LLEVAR)	S/. 28.30	BS. 59.71
1 POLLO SOLO	S/. 44.50	BS.93.89
1 POLLO + PAPAS + ENSALADA + AGUADITO (MESA)	S/. 51.90	BS.109.51
1 POLLO + PAPAS + ENSALADA + 1 ¼ LT. DE CHICHA MORADA + CREMAS (LLEVAR)	S/. 49.90	BS.105.29
PORCION DE PAPAS	S/. 7.90	BS. 16.67
SALCHIPAPAS	S/. 8.50	BS.17.94
COMBO ALMUERZO BRASA (1/4 POLLO + PAPAS+ ENSALADA + VASO DE CHICHA MORADA + TORTA + CREMA- MESA)	S/. 17.90	BS.37.77
COMBO FAMILIAR BRASA- SOLO PARA LLEVAR (1 ¼ POLLO + PAPAS + ENSALADA + CREMAS + 1 ¼ LT. DE CHICHA MORADA)	S/. 56.50	BS.119.22
COMBO MIX (¼ POLLO A LA BRASA + ¼ POLLO BROASTER + PAPAS + ENSALADA+ 2 VASOS DE CHICHA MORADA – MESA)	S/. 28.40	BS. 59.93

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

ELABORACION: PROPIA

FUENTE: CARTA TABLON

TABLA 3: CRIOLLOS EL TABLON

CRIOLLOS	SOLES	BOLIVIANOS*
ADOBO	S/. 15.90	BS. 33.55
CALDO DE GALLINA	S/. 19.50	BS. 41.15
CALDO DE LOMO	S/. 19.50	BS. 41.15
CHICHARRON DE CHANCHO (PERSONAL)	S/. 15.90	BS. 33.55
CHICHARRON DE CHANCHO (ENTERO)	S/. 24.90	BS. 52.54
ASADO DE TERNERA CON PURE & ARROZ	S/. 21.90	BS. 44.45
SECO DE CORDERO	S/. 20.90	BS. 42.42
ARROZ CON POLLO	S/. 15.90	BS. 32.27
PORCION DE ARROZ	S/. 3.50	BS. 7.10
PORCION DE SARZA CRIOLLA	S/. 3.00	BS. 6.09

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION. PROPIA

TABLA 4: PLATOS TABLÓN

PLATOS TABLÓN	SOLES	BOLIVIANOS*
LOMO SALTADO (LOMO FINO)	S/. 24.90	BS. 52.54
LOMO SALTADO TABLON	S/. 25.90	BS. 54.65
LOMO FINO AL AJO	S/. 25.90	BS. 54.65
BISTECK	S/. 20.90	BS. 44.10
BISTECK MONTADO	S/. 22.50	BS. 47.48
BISTECK AL AJO	S/. 20.90	BS. 44.10
MOLLEJITAS FRITAS + PAPAS + ENSALADA	S/. 16.50	BS. 34.82
MOLLEJITAS FRITAS + ARROZ + PAPAS DORADAS + SARZA CRIOLLA	S/. 16.50	BS. 34.82
POLLO A LA PLANCHA CON ARROZ	S/. 20.90	BS. 44.10
POLLO A LA PLANCHA CON PAPAS HERVIDAS (LIGHT)	S/. 20.90	BS. 44.10
HAMBURGUESA AL PLATO + ARROZ + PAPAS FRITAS	S/. 12.50	BS. 26.38
HAMBURGUESA AL PLATO + ARROZ + HUEVO FRITO	S/. 13.50	BS. 28.49

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION. PROPIA

TABLA 5: SRES SANDWICHES EL TABLON

SRES. SANDWICHES	SOLES	BOLIVIANOS*
SR COMBO POLLO A LA BRASA(POLLO A LA BRASA + PAPAS FRITAS + LECHUGA, TOMATE + CREMAS + CHICHA MORADA, TE O CAFÉ)	S/. 12.00	BS. 25.32
SR. COMBO CHICHARRON (CHICHARRON DE CHANCHO + SARZA CRIOLLA + CREMAS + CHICHA MORADA, TE O CAFÉ)	S/. 10.00	BS. 21.10
SR. COMBO PAVO (PAVO + LECHUGA, TOMATE+ CREMAS + CHICHA MORADA, TE O CAFÉ)	S/. 9.50	BS. 20.06
SR. COMBO LECHON (LECHON DE CHANCHO+ SARZA CRIOLLA+ CREMA+ CICHA MORADA, TE O CAFÉ)	S/. 9.50	BS. 20.06
SR. COMBO HAMBURGUESA ROYAL (HAMBURGUESA DE RES + PAPAS FRITAS + LECHGA, TOMATE + HUEVO + JAMÓN + QUESO + CREMAS + CHICHA MORADA, TE O CAFÉ)	S/. 11.50	BS. 24.27
SR. COMBO HAMBURGUESA (HAMBURGUESA DE RES + PAPAS FRITAS+ LECHUGA, TOMATE + CREMAS + CHICHA MORADA, TE O CAFÉ)	S/. 9.50	BS. 20.06
SR. COMBO CHORIZO (CHORIZO + PAPAS FRITAS + LECHUGA, TOMATE + CREMAS + CHICHA MORADA, TE O CAFÉ)	S/. 8.90	BS. 18.78
SR COMBO FILETE POLLO ROYAL (FILETE POLLO ROYAL + PAPAS FRITAS+ LECHUGA + TOMATE + HUEVO+ JAMON + QUESO + CREMAS + CHICHA MORADA, TE O CAFÉ)	S/. 11.50	BS. 24.27
SR. COMBO FILETE DE POLLO (FILETE DE POLLO + PAPAS FRITAS+ LECHUGA, TOMATE+ CREMAS + CHICHA MORADA, TE O CAFÉ)	S/. 9.90	BS. 20.89

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION. PROPIA

TABLA 6: PARRILLADAS EL TABLON

PARRILLADAS	SOLES	BOLIVIANOS*
PERSONAL DE RES (CHULETA DE RES+ PANCITA + LENGUA + UBRE + PAPAS + ENSALADA)	S/. 24.50	BS. 51.70
PERSONAL DE CERDO (CHULETA DE CERDO + PANCITA + LENGUA + UBRE + PAPAS + ENSALADA)	S/. 24.50	BS. 51.70
PERSONAL DE CORDERO (CHULETA DE CORDERO + PANCITA + LENGUA + UBRE + PAPAS + ENSALADA)	S/. 24.90	BS. 52.54
DOBLE DE RES Y CERDO (CHULETA DE RES + CHULETA DE CERDO + PANCITA + SALCHICHA + CHORIZO + LENGUA + UBRE + PAPAS + ENSALADA)	S/. 40.50	BS. 85.46
DOBLE DE CORDERO Y CERDO (CHULETA DE CORDERO + CHULETA DE CERDO + PANCITA + SALCHICHA + CHORIZO + LENGUA + UBRE + PAPAS + ENSALADA)	S/. 40.90	BS. 86.30
PARRILLADA FAMILIAR (CHULETA DE RES + CHULETA DE CORDERO + CHULETA DE CERDO + PANCITA + SALCHICHA + CHORIZO + LENGUA + UBRE + PAPAS + ENSALADA)	S/. 55.80	BS. 117.74
CHULETA DE RES + PAPAS + ENSALADA	S/. 20.50	BS. 43.26
CHULETA DE CERDO + PAPAS + ENSALADA	S/. 20.40	BS. 43.04
CHULETA DE CORDERO + PAPAS + ENSALADA	S/. 21.50	BS. 45.37
PECHUGA DE POLLO A LA PARRILA + PAPAS + ENSALADA	S/. 20.50	BS. 43.26
PECHUGA DE POLLO A LA PARRILLA LIGHT + PAPAS HERVIDAS + ENSALADA	S/. 19.50	BS. 41.15
LOMO FINO A LA PARRILLA (250GR) + PAPAS + ENSALADA	S/. 24.50	BS. 51.70
LOMO FINO A LA PARRILLA (250GR) LIGHT + PAPAS HERVIDAS+ ENSALADA	S/. 24.50	BS. 51.70

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 7: POLLO BROASTER EL TABLON

POLLO BROASTER	SOLES	BOLIVIANOS*
¼ PIERNA + PAPAS O ARROZ BLANCO + ENSALADA + 1/2 LT DE CHICHA MORADA + CREMAS (LLEVAR)	S/. 16.50	BS. 34.82
¼ PIERNA + PAPAS O ARROZ BLANCO + ENSALADA + CREMAS (MESA)	S/. 16.80	BS. 35.45
¼ PECHUGA + PAPAS O ARROZ BLANCO + ENSALADA + ½ LT. DE CHICHA + CREMAS (LLEVAR)	S/. 17.80	BS. 37.56
¼ PECHUGA + PAPAS O ARROZ BLANCO + ENSALADA + CREMAS (MESA)	S/. 17.80	BS. 37.56
½ POLLO BROASTER (4 PIEZAS) + PAPAS + ENSALADA + SALSAS + ½ LT. DE CHICHA MORADA (LLEVAR)	S/. 27.10	BS. 57.18
½ POLLO BROASTER (4 PIEZAS) + PAPAS + ENSALADA + SALSAS + (MESA)	S/. 27.10	BS. 57.18
1 POLLO BROASTER + PAPAS + ENSALADA + 1 ¼ LT. DE CHICHA MORADA (LLEVAR)	S/. 49.90	BS. 105.29
1 POLLO BROASTER + PAPAS + ENSALADA (MESA)	S/. 49.90	BS. 105.29
ALITAS PICANTES + PAPAS + ENSALADA + SALSAS	S/. 10.30	BS. 21.73
COMBO ALMUERZO BROASTER (1/4 POLLO BROASTER (2 PIEZA) + PAPAS + ENSALADA + VASO DE CHICHA MORADA + TORTA+ CREMAS - MESA)	S/. 17.00	BS. 35.87
COMBO FAMILIAR BROASTER (1 POLLO BROASTER (8 PIEZAS) + 2 PIEZAS PIERNA + PAPAS + ENSALADA + SALSAS + 1 ¼ LT. DE CHICHA MORADA-LLEVAR)	S/.52.50	BS. 110.78
COMBO FIESTA (1 POLLO BROASTER (8 PIEZAS) + 4 PIEZAS DE POLLO + PAPAS + ENSALADA + SALSAS + 1 ¼ LT. DE CHICHA MORADA)	S/. 57.50	BS. 121.33

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 8: BEBIDAS EL TABLON

BEBIDAS	SOLES	BOLIVIANOS*
CHICHA MORADA 1 LT (JARRA)	S/. 7.50	BS. 15.83
CHICHA MORADA ½ LT. (VASO)	S/. 3.00	BS. 6.33
LIMONADA AMERICANA ½ LT.(VASO)	S/. 3.50	BS. 7.38
LIMONADA AMERICANA 1 LT. (JARRA)	S/. 7.50	BS. 15.83
GASEOSA PERSONAL	S/. 2.00	BS. 4.22
ESCOCESA PERSONAL	S/. 2.00	BS. 4.22
GASEOSA ½ LT. (COCA COLA & INCA KOLA)	S/. 2.90	BS. 6.12
GASEOSA 1 LT. (COCA COLA & INCA KOLA)	S/. 5.50	BS. 11.61
ESCOCESA ½ LT.	S/. 3.00	BS. 6.33
ESCOCESA 1 LT.	S/. 5.50	BS. 11.61
ESCOCESA 1 ½ LT	S/. 6.50	BS. 13.19
COCA COLA 2 ¼ LT	S/. 8.50	BS. 17.93
INCA KOLA 2 ¼ LT.	S/. 8.50	BS. 17.93
FANTA 3LT	S/. 8.50	BS. 17.93
CAFÉ, TE, MATES	S/. 2.00	BS. 4.22
AGUA MINERAL SIN GAS	S/. 2.00	BS. 4.22

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 9: ALMUERZOS CRIOLLOS EL TABLON

ALMUERZOS CRIOLLOS	SOLES	BOLIVIANOS*
ADOBO + PAN + CAFÉ, MATE O TÉ	S/.11.30	BS. 23.84
LOMO SALTADO + PAN + CAFÉ, MATE O TÉ	S/. 14.90	BS. 31.44
ASADO DE TERNERA + PAN + CAFÉ, MATE O TÉ	S/. 12.90	BS. 27.22
BISTECK MONTADO + PAN + CAFÉ, MATE O TÉ	S/. 14.90	BS. 31.44
BISTECK + PAN + CAFÉ, MATE O TÉ	S/. 13.90	BS. 29.33
CHICHARRON DE CHANCHO + PAN + CAFÉ, MATE O TÉ	S/. 12.90	BS. 27.22
ARROZ CON POLLO + ENSALADA + PAN + CAFÉ, MATE O TÉ	S/. 12.90	BS. 27.22

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 10: DESAYUNO CRIOLLOS EL TABLON

DESAYUNO CRIOLLOS	SOLES	BOLIVIANOS*
LOMO SALTADO + ENSALADA MIXTA+ PAN + VASO DE CHICHA	S/.16.30	BS. 34.39
ASADO DE TERNERA + ENSALADA MIXTA + PAN + VASO DE CHICHA	S/. 14.30	BS. 30.17
BISTECK + ENSALADA MIXTA PAN + VASO DE CHICHA MORADA	S/. 15.30	BS. 32.28
BISTECK MONTADO + ENSALADA MIXTA + PAN + VASO DE CHCHA	S/. 16.30	BS. 34.39
MOLLEJITAS FRITAS + ENSALADA MIXTA + PAN + VASO DE CHICHA MORADA	S/. 14.30	BS. 30.17
CHICHARRON DE CHANCHO + PAN + VASO DE CHICHA	S/. 14.30	BS. 30.17
ARROZ CON POLLO + ENSALADA + PAN + VASO DE CHICHA MORADA	S/. 14.30	BS. 30.17

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 11: JUGOS EL TABLON

JUGOS	SOLES	BOLIVIANOS*
JUGO DE PIÑA	S/. 5.90	BS. 12.45
JUGO DE PAPAYA	S/. 5.90	BS. 12.45
JUGO DE PAPAYA AREQUIPEÑA	S/. 6.50	BS. 13.71
JUGO DE MANGO	S/. 7.50	BS. 15.83
JUGO SURTIDO	S/. 5.90	BS. 12.45
JUGO DE FRESA CON LECHE	S/. 8.50	BS. 17.94
JUGO DE PAPAYA CON LECHE	S/. 7.50	BS. 15.22
JUGO DE FRESA CON PIÑA	S/. 6.90	BS. 14.60
JUGO ESPECIAL	S/. 8.90	BS. 18.78
ZUMO DE NARANJA	S/. 3.50	BS. 7.39
KIWI + PAPAYA + PIÑA	S/. 7.50	BS. 15.83
MANGO + NARANJA + MANDARINA	S/. 7.50	BS. 15.83
PAPAYA NORTEÑA + PIÑA+ ZUMO DE NARANJA	S/. 7.50	BS. 15.83
PIÑA + MELON LICUADO EN ZUMO DE NARANJA	S/. 7.50	BS. 15.83
FRESA + MANDARINA + ZUMO DE NARANJA	S/. 7.50	BS. 15.833
MANGO + GUAYABA + ZUMO DE NARANJA	S/. 7.50	BS. 15.83
CHIRIMOYA + FRESA + LUCUMA + LECHE	S/. 8.50	BS. 17.94
KIWI + GUAYABA + ZUMO DE NARANJA + KIWICHA	S/. 8.50	BS. 17.94
LUCUMA + GUAYABA + LECHE	S/. 8.50	BS. 17.94
LUCUMA + PLATANO + PAPAYA + LECHE	S/. 8.50	BS. 17.94

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

1.1.6.5 El Tablón Fast Food

TABLA 12: POLLO A LA BRASA FAST FOOD EL TABLON

POLLO A LA BRASA	SOLES	BOLIVIANOS*
¼ POLLO + PAPAS + HOTDOG + ENSALADA	S/. 10.50	BS. 22.16
½ POLLO + PAPAS + HOTDOG + ENSALADA	S/. 18.50	BS. 39.04
1 POLLO + PAPAS + HOTDOG + ENSALADA + 4 VASOS DE CHICHA MORADA O MARACUYA	S/. 30.00	BS. 63.30

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

ELABORACION: PROPIA

FUENTE: CARTA TABLON

TABLA 13: COMBOS ALMUERZOS FAST FOOD EL TABLON

COMBOS ALMUERZO	SOLES	BOLIVIANOS*
BISTECK MONTADO (BISTECK + HUEVO + PAPA FRITA+ ARROZ + PLATANO FRITO + ENCEBOLLADO + PAN + ENSALADA + VASO DE CHICHA MORADA O MARACUYÁ)	S/. 15.50	BS. 32.71
MOLLEJITAS FRITAS (MOLLEJITAS FRITA + PAPAS DORADAS + ARROZ + SARZA CRIOLLA + PAN + VASO DE CHICHA O MARACUYA)	S/. 14.30	BS. 30.17
CHICHARRON DE CHANCHO (2 PÍEZAS DE CHICHARRON + CANCHITA + PAPA + SARZA CRIOLLA + PAN + VASO DE CHICHA MORADA O MARACUYÁ)	S/. 14.30	BS. 30.17
HAMBURGUESA AL PLATO (HAMBURGUESA + PAPAS FRITAS + ARROZ PAN + ENSALADA + VASO DE CHICHA MORADA O MARACUYA)	S/. 12.50	BS. 26.38
ASADO DE TERNERA CON TALLARINES (TALLARIN CON ASADO DE TERNERA + PAN + ENSALADA + VASO DE CHICHA MORADA O MARACUYÁ)	S/. 14.30	BS. 30.17

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

ELABORACION: PROPIA

FUENTE: CARTA TABLON

TABLA 14: ADICIONALES FAST FOOD EL TABLON

ADICIONALES	SOLES	BOLIVIANOS*
COMBO FAMILIAR MIX (½ POLLO A LA LEÑA + 4 PIEZAS DE POLLO BROASTER + 2 PORCIONES DE PAPAS + 2 ENSALADAS + 4 VASOS DE CHICHA MORADA O MARACUYA)	S/. 48.90	BS. 103.18
LASAGNA + 2 PANES AL AJO + 1 VASO DE CHICHA MORADA O MARACUYA	S/. 9.90	BS. 20.89

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

ELABORACION: PROPIA

FUENTE: CARTA TABLON

TABLA 15: PIZZAS FAMILIARES FAST FOOD EL TABLON

PIZZAS FAMILIARES	SOLES	BOLIVIANOS*
PIZZA TABLON (JAMON, SALCHICHA, TOCINO, SALAME, CHRIZO, HOT DOG, CHAMPIÑONES, ACEITUNA, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 44.90	BS. 94.74
PIZZA AMERICANA (JAMON, QUESO Y PIMIENTO)	S/. 39.90	BS. 84.19
PIZZA HAWAIANA (JAMON, PIÑA, DURAZNO Y QUESO)	S/. 44.90	BS. 94.74
PIZZA DUQUESA (POLLO, PIÑA, ESPARRAGO Y QUESO)	S/. 44.90	BS. 94.74
PIZZA VEGETARIANA (CEBOLLA, CHAMPIÑONES, PIMIENTO, ACEITUNA, ALCACHOFAS Y QUESO)	S/. 44.90	BS. 94.74
PIZZA BOLOGNESE (CARNE A LA BOLOGNESE, JAMON, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 44.90	BS. 94.74
COMBINA TUS SABORES Y LLEVATE 2 PIZZAS FAMILIARES + 4 VASOS DE CHICHA MORADA A PRECIO TABLON		

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

ELABORACION: PROPIA

FUENTE: CARTA TABLON

1.1.6.6 El Tablón Dulce

El tablón decide incursionar en un nuevo rubro que son los postres y las tortas, al inicio la empresa compraba las tortas a una pastelería ubicada en Umacollo al día aproximadamente se hacía el pedido de 5 tortas; pero sucedió que en la época de verano El Tablón va a hacerle el pedido a esta pastelería y el dueño les comenta que no podrán tener el pedido durante esos días ya que los dueños de la pastelería están de vacaciones y el negocio lo cerrarían 15 días, esto obligó a que la empresa El Tablón creara sus propias tortas.

En la actualidad se producen 20 tortas al día; estas se reparten del local de la Av. Mariscal Castilla, hacia los otros locales.

La incursión de añadir quinua a la masa de las tortas se da poco tiempo después de iniciar el proyecto “El tablón dulce”, ya que el dueño, el Sr. Grovas, posee unas tierras cerca de las playas de Arequipa, donde sembraron Quinua y hubo una producción mayor a la pensada, El tablón pensando en el bienestar de los consumidores le añaden este producto muy nutritivo ya que una taza de quinua (185 gramos) contiene:

- 8 gramos de proteína.
- 5 gramos de fibra.
- 58 % de la cantidad diaria recomendada (CDR) de manganeso.
- 28 % de la CDR de fósforo.
- 19 % de la CDR de folato.
- 18 % de la CDR de cobre.
- 15 % de la CDR de hierro.
- 13 % de la CDR de zinc.
- 9 % de la CDR de potasio.
- Más del 10 % de la CDR de vitaminas B1, B2 y B6.
- Pequeñas cantidades de calcio, vitamina B3 (niacina) y vitamina E.

TABLA 16: POSTRES EL TABLON DULCE

POSTRES	SOLES	BOLIVIANOS*
LECHE ASADA	S/. 3.50	BS. 7.39
TOCINO DEL CIELO	S/. 5.50	BS. 11.61
ARROZ ZAMBITO	S/. 2.50	BS. 5.28
GELATINA	S/. 2.50	BS. 5.28
FLAN	S/. 2.50	BS. 5.28
ENSALADA (FRUTAS + YOGURT + MIEL + GRANOLA)	S/. 7.00	BS. 14.77

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 17: HELADOS EL TABLON DULCE

HELADOS	SOLES	BOLIVIANOS*
BARQUILLO (2 BOLAS)	S/. 2.50	BS. 5.28
BARQUIMIEL (2 BOLAS)	S/. 3.00	BS. 6.33
HELADO COPA TABLON (DELICIOSA COMBINACION DE FRUTAS + 4 BOLAS DE HELADO + FUDGE + BARQUILLOS)	S/. 11.50	BS. 24.27
HELADO EN COPA (3 BOLAS)	S/. 6.00	BS. 12.66
HELADO DE CANASTA	S/. 6.00	BS. 12.66
BANANA SPLIT DE LA CASA (PLATANO + FRUTAS + 3 BOLAS DE HELADO + CHANTILLY + FUDGE + DECORACION)	S/. 11.90	BS. 25.11

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 18: TORTAS ENTERAS EL TABLON DULCE

TORTAS ENTERA	SOLES	BOLIVIANOS*
TORTA DE CHOCOLATE	S/. 55.00	BS. 116.05
TORTA TRES LECHE DE VAINILLA	S/. 55.00	BS. 116.05
TORTA TRES LECHE DE CHOCOLATE	S/. 55.00	BS. 116.05
TORTA HELADA	S/. 55.00	BS. 116.05
CHEESE CAKE DE FRESA	S/. 55.00	BS. 116.05

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 19: TORTAS JUNIOR Y MINI EL TABLON DULCE

TORTAS JUNIOR Y MINI	SOLES	BOLIVIANOS*
TORTA DE CHOCOLATE, TRES LECHE DE VAINILLA, TORTA DE QUINUA, TORTA HELADA, CHEESE CAKE DE FRESA JUNIOR	S/. 8.90	BS. 18.78
TORTA TRES LECHE DE VAINILLA Y TRES LECHE DE CHOCOLATE, TORTA DE QUINUA MINI	S/. 25.00	BS. 52.75

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

1.1.6.7 Pizza de metro

Esta idea nació del mismo dueño, el Sr. Grovas, quien había importado de los Estados Unidos un horno de pizzas, cuya particularidad era que el producto al ser horneado entraba por una puerta y salía por la otra, el tamaño del horno era aproximadamente de medio metro

de largo, lo cual motivo al dueño a que si juntando dos pizzas de medio metro se haga una pizza de metro y así además le dan ese toque original que ahora ofrece El Tablón Food Center. Este trabajo lo realizo acompañado de la chef principal, el panadero encargado de las masas, el jefe de marketing y la jefa de producción. La promoción que le dieron a este nuevo producto fue bajo la premisa “¿De qué tamaño es tu hambre?”

TABLA 20: PIZZAS REDONDAS PERSONAL EL TABLON

PIZZAS REDONDAS PERSONAL	SOLES	BOLIVIANOS*
PIZZA EL TABLON (JAMON, SALCHICHA, TOCINO, SALAME, CHORIZO, CHAMPIÑONES, ACEITUNA, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 16.50	BS. 34.82
PIZZA AMERICANA (JAMON Y QUESO)	S/. 12.50	BS. 26.38
PIZZA HAWAIANA (JAMON, PIÑA, DURAZNO Y QUESO)	S/. 14.50	BS. 30.60
PIZZA CHAMPIÑONES (JAMON, CHAMPIÑONES Y QUESO)	S/. 13.50	BS. 28.49
PIZZA CHORIZO (CHORIZO Y QUESO)	S/. 13.50	BS. 28.49
PIZZA NAPOLITANA (JAMON, TOMATE, ACEITUNA Y QUESO)	S/. 12.50	BS. 26.38
PIZZA VEGETARIANA (CEBOLLA, CHAMPIÑONES, PIMIENTO, ACEITUNA,ALCACHOFAS Y QUESO)	S/. 14.50	BS. 30.60
PIZZA TROPICAL (DURAZNO, JAMON, TOCINO, PIÑA Y QUESO)	S/. 14.50	BS. 30.60
PIZZA BOLOGNESA TABLON (CARNE A LA BOLOGNESA, JAMON, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 13.50	BS. 28.49

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 21: PIZZAS REDONDAS MEDIANAS EL TABLON

PIZZAS REDONDAS MEDIANA	SOLES	BOLIVIANOS*
PIZZA EL TABLON (JAMON, SALCHICHA, TOCINO, SALAME, CHORIZO, CHAMPIÑONES, ACEITUNA, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 27.40	BS. 57.81
PIZZA AMERICANA (JAMON Y QUESO)	S/. 20.40	BS. 43.04
PIZZA HAWAIANA (JAMON, PIÑA, DURAZNO Y QUESO)	S/. 24.40	BS. 51.48
PIZZA CHAMPIÑONES (JAMON, CHAMPIÑONES Y QUESO)	S/. 22.40	BS. 47.26
PIZZA CHORIZO(CHORIZO Y QUESO)	S/. 22.40	BS. 47.26
PIZZA NAPOLITANA (JAMON, TOMATE, ACEITUNA Y QUESO)	S/. 20.40	BS. 43.04
PIZZA VEGETARIANA (CEBOLLA, CHAMPIÑONES, PIMIENTO, ACEITUNA,ALCACHOFAS Y QUESO)	S/. 24.00	BS. 50.64
PIZZA TROPICAL (DURAZNO, JAMON, TOCINO, PIÑA Y QUESO)	S/. 24.40	BS. 51.48
PIZZA BOLOGNESA TABLON (CARNE A LA BOLOGNESA, JAMON, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 22.40	BS. 47.26

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE. CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 22: PIZZAS REDONDAS FAMILIARES EL TABLON

PIZZAS REDONDAS FAMILIARES	SOLES	BOLIVIANOS*
PIZZA EL TABLON (JAMON, SALCHICHA, TOCINO, SALAME, CHORIZO, CHAMPIÑONES, ACEITUNA, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 37.40	BS. 78.91
PIZZA AMERICANA (JAMON Y QUESO)	S/. 30.40	BS. 64.14
PIZZA HAWAIANA (JAMON, PIÑA, DURAZNO Y QUESO)	S/. 33.40	BS. 70.47
PIZZA CHAMPIÑONES (JAMON, CHAMPIÑONES Y QUESO)	S/. 32.40	BS. 65.77
PIZZA CHORIZO (CHORIZO Y QUESO)	S/. 32.40	BS. 68.36
PIZZA NAPOLITANA (JAMON, TOMATE, ACEITUNA Y QUESO)	S/. 30.40	BS. 64.14
PIZZA VEGETARIANA (CEBOLLA, CHAMPIÑONES, PIMIENTO, ACEITUNA, ALCACHOFAS Y QUESO)	S/. 33.40	BS. 70.47
PIZZA TROPICAL (DURAZNO, JAMON, TOCINO, PIÑA Y QUESO)	S/. 33.40	BS. 70.47
PIZZA BOLOGNESA TABLON (CARNE A LA BOLOGNESA, JAMON, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 32.40	BS. 68.36

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 23: METRO PIZZAS EL TABLON

METRO PIZZAS	SOLES	BOLIVIANOS*
½ METRO PIZZA EL TABLON (JAMON, SALCHICHA, TOCINO, SALAME, CHORIZO, CHAMPIÑONES, ACEITUNA, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 39.90	BS. 82.29
1 METRO PIZZA EL TABLON (JAMON, SALCHICHA, TOCINO, SALAME, CHORIZO, CHAMPIÑONES, ACEITUNA, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 59.50	BS. 125.55
½ METRO PIZZA AMERICANA (JAMON Y QUESO)	S/. 33.90	BS. 71.53
1 METRO PIZZA AMERICANA (JAMON Y QUESO)	S/. 49.50	BS. 104.45
½ METRO PIZZA HAWAIANA (JAMON, PIÑA, DURAZNO Y QUESO)	S/. 36.90	BS. 77.86
1 METRO PIZZA HAWAIANA (JAMON, PIÑA, DURAZNO Y QUESO)	S/. 56.50	BS. 119.22
½ METRO PIZZA CHAMPIÑONES (JAMON, CHAMPIÑONES Y QUESO)	S/. 36.90	BS. 77.86
1 METRO PIZZA CHAMPIÑONES (JAMON, CHAMPIÑONES Y QUESO)	S/. 59.50	BS. 126.39
½ METRO PIZZA CHORIZO(CHORIZO Y QUESO)	S/. 35.90	BS. 72.87
1 METRO PIZZA CHORIZO(CHORIZO Y QUESO)	S/. 52.50	BS. 106.57
½ METRO PIZZA NAPOLITANA (JAMON, TOMATE, ACEITUNA Y QUESO)	S/. 33.90	BS. 71.53
1 METRO PIZZA NAPOLITANA (JAMON, TOMATE, ACEITUNA Y QUESO)	S/. 49.50	BS. 104.45
½ METRO PIZZA VEGETARIANA (CEBOLLA, CHAMPIÑONES, PIMIENTO, ACEITUNA,ALCACHOFAS Y QUESO)	S/. 36.90	BS. 77.86
1 METRO PIZZA VEGETARIANA (CEBOLLA, CHAMPIÑONES, PIMIENTO, ACEITUNA,ALCACHOFAS Y QUESO)	S/. 57.50	BS. 121.33
½ METRO PIZZA TROPICAL (DURAZNO, JAMON, TOCINO, PIÑA Y QUESO)	S/. 36.90	BS. 77.86
1 METRO PIZZA TROPICAL (DURAZNO, JAMON, TOCINO, PIÑA Y QUESO)	S/. 58.50	BS. 123.44
½ METRO PIZZA BOLOGNESA TABLON (CARNE A LA BOLOGNESA, JAMON, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 37.90	BS. 81.11
1 METRO PIZZA BOLOGNESA TABLON (CARNE A LA BOLOGNESA, JAMON, PIMIENTO Y QUESO)	S/. 59.50	BS. 125.55
½ METRO PIZZA DUQUESA (POLLO, PIÑA, ESPARRAGO Y QUESO)	S/. 36.90	BS. 77.86
1 METRO PIZZA DUQUESA (POLLO, PIÑA, ESPARRAGO Y QUESO)	S/. 57.50	BS. 121.33

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

1.1.6.8 Quo - Bar

El Quo Bar es otra alternativa que presenta El Tablón, en el cual se venden tragos y bebidas; a la vez es un karaoke. Actualmente se cuenta solo con un local en la ciudad de Arequipa.

TABLA 24: SHOT QUO BAR

SHOT	SOLES	BOLIVIANOS*
PIÑA COLADA	S/. 16.00	BS. 33.76
MOJITO	S/. 15.00	BS. 31.65
DAIQUIRI	S/. 16.00	BS. 33.76
CHILCANO	S/. 14.00	BS. 29.54
PISCO SOUR	S/. 15.00	BS. 31.65
ALGARROBINA	S/. 16.00	BS. 33.76
AMARETO	S/. 16.00	BS. 33.76
KALUA, BAYLIS, VODKA SMIRNOFF	S/. 12.00	BS. 25.32
ARDE PAPI	S/. 15.00	BS. 31.65
GOOD FATHER	S/. 18.00	BS. 37.98
MARGARITA	S/. 15.00	BS. 31.65
LONG ISLAND	S/. 18.00	BS. 37.98
ICE TEA	S/. 18.00	BS. 37.98
CAIPIRIÑA	S/. 14.00	BS. 29.54
ORGASMO	S/. 16.00	BS. 33.76
ORGASMO MULTIPLE	S/. 22.00	BS. 46.42
GIM TONIK	S/. 16.00	BS. 33.76
RUSO BLANCO	S/. 16.00	BS. 33.76
RUSO NEGRO	S/. 13.00	BS. 27.43
TOM COLLINS	S/. 16.00	BS. 33.76
VODKA TONIK	S/. 13.00	BS. 27.43
SEX ON THE BEACH	S/ 17.00	BS. 35.87
COCO MARTIN	S/. 16.00	BS. 33.76
FRAY MARTINI	S/. 13.00	BS. 27.43
COSMOPOLITAN	S/. 16.00	BS. 33.76
APPLE MARTINI	S/. 16.00	BS. 33.76
CHOCOLATE MARTINI	S/. 16.00	BS. 33.76

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 25: OTROS QUO BAR

OTROS	SOLES	BOLIVIANOS*
HONGOS ALUCINOGENOS	S/. 18.00	BS. 37.98
LCD (ABSENTA Y ZAMBUCA)	S/. 18.00	BS. 37.98

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 26: BOTELLAS SELLADAS QUO BAR

BOTELLAS SELLADAS	SOLES	BOLIVIANOS*
CARTAVIO SELLADA	S/. 95.00	BS. 200.45
SOLERA	S/. 150.00	BS. 316.50
CARTAVIO XO	S/. 300.00	BS. 633.00
HABANA CLUB 7 AÑOS	S/. 130.00	BS. 274.30
FLOR DE CAÑA 5 AÑOS	S/. 120.00	BS. 253.20
FLOR DE CAÑA	S/. 150.00	BS. 316.50
SAMBUCA	S/. 150.00	BS. 316.50
JACK DANIELS	S/. 160.00	BS. 337.60
ABSOLUT	S/. 300.00	BS. 633.00
CACHACA	S/ 130.00	BS. 274.30
JAGERMEISTER	S/. 150.00	BS. 316.50
RED LABEL	S/. 130.00	BS. 274.30
BLACK LABER	S/. 160.00	BS. 337.60
DOBLE LABEL	S/. 200.00	BS. 422.00
GOLD LABEL	S/. 280.00	BS. 590.80
BLUE LABEL	S/. 800.00	BS. 1688.00
CHIVAS	S/. 160.00	BS. 337.60

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 27: JUGOS QUO BAR

JUGOS	SOLES	BOLIVIANOS*
JUGO DE PIÑA	S/. 10.00	BS. 21.10
JUGO DE MANGO	S/. 10.00	BS. 21.10
JUGO DE NARANJA	S/. 10.00	BS. 21.10
CRAMBERRY	S/. 15.00	BS. 31.65
AGUA	S/. 4.00	BS. 8.44
RED BULL	S/. 10.00	BS. 21.10
AGUA TONICA	S/. 15.00	BS. 31.65
GINGER ALE	S/. 10.00	BS. 21.10

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 28: GASEOSAS QUO BAR

GASEOSAS	SOLES	BOLIVIANOS*
SPRITE	S/. 5.00	BS. 10.55
COCA COLA	S/. 5.00	BS. 10.55

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 29: CERVEZAS Y CIGARROS QUO BAR

CERVEZAS Y CIGARROS	SOLES	BOLIVIANOS*
PILSEN	S/. 9.00	BS. 18.99
PILSEN BLANCA	S/. 9.00	BS. 18.99
CUSQUEÑA MALTA	S/. 9.00	BS. 18.99
CORONA	S/. 10.00	BS. 21.10
BUDWEISER	S/. 9.00	BS. 18.99
HEINEKEN	S/. 10.00	BS. 21.10
LUCKY LIGHT	S/. 10.00	BS. 21.10
LUCKY CONVERTIBLE	S/. 10.00	BS. 21.10

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

TABLA 30: TRAGOS QUO BAR

TRAGOS	SOLES	BOLIVIANOS*
NIRVANA (PISCO CARAVEDO, GIN BOMBAY, AZUCAR, GRANDINA, ZUMO DE MARACUYA, JUGO DE MANZANA)	S/. 16.00	BS. 33.76
SELVA NEGRA (JAGERMESITER, JUGO DE MANGO, HIERBA BUENA)	S/. 17.00	BS. 35.87
LUCKY ROLLING STONE (VODKA, SMIRNOFF, WHISKY, LICOR DE CHOCOLATE, JUGO DE NARANJA, MIEL)	S/. 18.00	BS. 37.98
CALIFORNIA (VODKA, SMIRNOFF, LICOR DE MELON, CURACAO, JUGO DE LIMON, SPRITE)	S/. 16.00	BS. 33.76

*Tipo de cambio referencial S/ 1- Bs. 2.11 al 28/04/16

FUENTE: CARTA EL TABLON

ELABORACION: PROPIA

1.2 MERCADO DE DESTINO

1.2.1 Descripción de La Paz

1.2.1.1 Ciudad de La Paz

Nuestra Señora de La Paz es una ciudad y municipio del oeste de Bolivia, Capital del departamento de La Paz, Sede del Gobierno boliviano y de los

Poderes Legislativo, Ejecutivo y Electoral; la sede del Poder Judicial y capital republicana constitucional del Estado boliviano es Sucre, de todas formas cuenta como capital de facto del Estado Plurinacional de Bolivia. El área urbana del municipio tiene una variación altitudinal que oscila entre los 3000 m.s.n.m y 4100 en sus puntos más altos. Forma junto a las ciudades vecinas de El Alto, Viacha y municipios vecinos (Laja, Guaqui, etc.), el Área metropolitana de La Paz.

En los últimos años, como consecuencia de las importantes migraciones del campo hacia la ciudad, se conforma, con perfiles socio-económicos particulares, la ciudad de El Alto, en la meseta altiplánica colindante al Oeste de la quebrada paceña.

La atracción ejercida por la conurbación La Paz - El Alto, ha sido de tal magnitud, que prácticamente no se presentan en el Departamento, otros conglomerados que compitan como polos de desarrollo urbano. La ciudad de Viacha, con casi 20 mil habitantes, pertenece a su área de influencia.

El papel asignado desde la colonia a la ciudad de La Paz, la convirtió en el centro social, económico y político más importante del país y de la región andina, característica que sigue manteniendo en la actualidad.

1.2.1.1.1 Zona Sur

Alguien que visita La Paz, no podrá decir que la conoce, si no ha recorrido la Zona Sur, es la extensión residencial de la capital, separada del vertiginoso centro por cerros y cañadones que se extienden más allá del barrio de San Jorge. Para llegar a este conjunto de una veintena de barrios, literalmente hay que bajar 400 metros por alguna de las avenidas que bordean el río Choqueyapu.

Se aconseja conocer los nuevos Puentes Trillizos para tener una vista panorámica de la Zona Sur, que da la impresión de escalar por las faldas del Illimani.

Con un clima más cálido que El Prado, la Zona Sur está a 3.200 metros de altura y guarda algunas de las construcciones más distinguidas de La Paz. Enmarcada por colinas, valles y ríos, está coronada por la formación rocosa llamada La Muela del Diablo, casi omnipresente en el horizonte paceño.

Beneficiada por un crecimiento económico estable, la Zona Sur es el otro corazón comercial y financiero de La Paz. Tan representativa de la ciudad, que su nombre bautiza a una película nacional que retrata dimes y diretes de una familia acomodada.

Si se visita la Zona Sur por turismo, las opciones de paseo pueden ser las siguientes: El Museo de Historia Natural con sus colecciones de zoología y paleontología, el juvenil paseo de Las Cholas con sus comidas típicas y el Megacenter, el centro comercial que con sus 16 salas de cine es el más grande del país.

1.2.1.2 Geografía

La ciudad de La Paz está asentada a las riberas del río Choqueyapu, que la cruza de norte a sur, y de pequeños ríos que nacen en las laderas altas y depositan sus aguas a lo largo del trayecto de este río que desemboca hacia el norte boliviano. En la Cordillera Real (al este de la ciudad) se encuentra el Illimani (6462 msnm), cuya silueta es el emblema de la ciudad desde su fundación.

El centro de la ciudad está rodeado por barrios que fueron construidos en las laderas periféricas dándole a la ciudad un aspecto de embudo. Se puede decir que La Paz es una ciudad multicultural donde conviven tanto aimaras, quechuas y mestizos, como personas procedentes de otras partes del mundo.

1.2.1.3 Clima

El clima de la ciudad es templado de alta montaña. El promedio anual es de aproximadamente 16 °C. La Paz tiene una precipitación promedio de 575 mm, siendo enero el mes más lluvioso del año. Las lluvias se concentran de manera estacional desde diciembre hasta abril. En promedio el mes más cálido es noviembre mientras que el mes más frío es julio.

La temporada de primavera en La Paz registra una temperatura máxima promedio de 22 °C y una temperatura mínima promedio de 5 °C.

1.2.1.4 Gastronomía paceña

La comida paceña nos presenta una variedad de preparaciones pero todos en base a unos cuantos ingredientes principales que son originarios de la zona (papa, chuño, cordero, chalona, maíz, etc.). Dentro de esta variedad podemos encontrar los siguientes platos:

- **Chairo:** sopa preparada con chuño, carne de cordero, chalona remojada, papa, zanahoria, cebolla, habas, mote de maíz, hierba buena, huacatay, orégano y sal al gusto.
- **Plato Paceño:** Preparada con choclo, papa, habas y queso, se acompaña con llajua².
- **Jakhonta:** Preparado con trozos de carne, chuño, papa, hojas de repollo, cebolla; condimentado con orégano.
- **Picana de navidad:** Los ingredientes son carne de cordero, vaca y gallina, zanahoria, nabo, pasas, chuño, papa pureja, choclos y es condimentada con hojas de laurel, pimienta y vino tinto.
- **Fricase:** Plato tradicional en base a carne de cerdo, maíz blanco y chuño, todo condimentado con ají amarillo, se sirve en plato hondo, con una porción de caldo
- **Thimpu:** Preparado con carne de cordero, papa, arroz, salsa en base a ají colorado, cebolla, arvejas y habas.
- **La Sajta de Pollo:** Es una muestra de platillos de la cocina regional boliviana, como una contribución inicial al conocimiento de la rica variedad de la cocina regional en América Latina y a las zonas donde el consumo de productos y platillos tradicionales es todavía cotidiano. Preparado con trozos de pollo, chuño o tunta, papa, cebolla y condimentos, aderezadas con una deliciosa salsa de ají amarillo.

1.2.1.5 Agricultura

En el altiplano se produce: papa, quinua, oca, habas, cañihua, arveja, cebada, pastos cultivados y avena entre los principales.

En las zonas de los valles: variedad de frutas como uva, durazno, ciruelo, etc., como así también toda clase de hortalizas y legumbres.

² Salsa picante hecha a base de rocoto, tomate, quirkuiña y sal al gusto

La zona de los Yungas provee de: cítricos, café, maní, yuca, maíz, coca y otras frutas típicas de la región. En la región de los llanos tropicales del norte del departamento crecen pastos de alta calidad y especies arbóreas de finas maderas como: mara o caoba, sangre de toro, moradillo, laurel, etc.

1.2.1.6 Ganadería

Podemos encontrar en el altiplano: camélidos, en la puna brava y montaña: llamas, alpacas y vicuñas en gran cantidad. Es así que tanto la lana como la carne son destinadas para el consumo industrial y alimentario. El altiplano es poblado por grandes rebaños de ganado ovino.

La región de Apolo³ por sus condiciones de clima y excelentes pastos naturales es apta para la cría y engorde de ganado bovino, ovino y equino. Las praderas del norte cobijan grandes hatos de ganado bovino y equino.

1.2.1.7 Pesca

La pesca se realiza en el lago Titicaca, especialmente la trucha salmonada y la criolla. En los ríos La Paz y Beni hay pesca abundante de peces deliciosos como: pacú, bagre, blanquillo, sábalo, surubí y muchos otros.

1.2.1.8 Artesanía

Cuenta con productores artesanos muy hábiles en la confección de prendas de vestir haciendo uso de los recursos de lana de llama, alpaca y vicuña; en la producción de joyas de oro, plata, estaño y otros; en la confección de ropa de cuero de vacuno o de llama; y en general de artículos de artesanía que reflejan la conservación de la cultura en sus tejidos, instrumentos musicales, adornos y otros.

³ Es una localidad ubicada al norte del Departamento de La Paz.

1.2.1.9 Datos de La Paz para extranjeros

1.2.1.9.1 Moneda

La moneda nacional de Bolivia es el boliviano (Bs), cuyo valor es fijo frente al dólar estadounidense⁴. Un boliviano se divide en 100 centavos. Los billetes se encuentran en las siguientes denominaciones: Bs 200, 100, 50, 20 y 10. Por otra parte, las monedas tienen denominaciones de Bs 5, 2 y 1, así como 50, 20 y 10 centavos.

1.2.1.9.2 Cambio de divisas / Cajeros Automáticos

Es posible cambiar moneda en los hoteles principales y en las casas de cambio. Las tarjetas de crédito American Express, Diners Club, MasterCard y Visa son aceptadas en la mayoría de los hoteles y restaurantes principales. Los cajeros automáticos están disponibles en la mayoría de los pueblos y ciudades principales; son una manera segura y conveniente de conseguir moneda local, aunque no están disponibles en las zonas rurales. Si lleva cheques de viajero, se recomienda que éstos sean en dólares estadounidenses, ya que en otras monedas pueden ser un poco difíciles de cambiar.

1.2.1.9.3 Horario de Bancos

Los horarios de los bancos en La Paz por lo general son de 09:00 a 16:00 de lunes a viernes de manera continua. Algunas sucursales también abren los sábados de 09:00 a 13:00.

1.2.1.9.4 Restricciones de la moneda

No existen restricciones a la importación o exportación de moneda nacional o extranjera, aunque hacerlo está sujeto a declaración.

1.2.1.9.5 Propinas

Normalmente ya están incluidos en la cuenta. Pero si se está contento con el servicio, nada impide dejar algo de propina adicional. Una señal de atención que siempre agrada.

⁴ Disposición dada por el Estado Boliviano.

1.2.1.9.6 Electricidad

Son 220 voltios CA (Corriente Alterna), 50Hz. Se usan los tomacorrientes para clavijas bipolares circulares de estilo europeo, así como las japonesas de polos planos.

1.2.1.9.7 Idioma

El español es la lengua oficial de Bolivia. También se hablan otras 39 lenguas en diferentes regiones del país. La mitad de la población tiene una lengua materna indígena, lo que hace que el vocabulario y la pronunciación del español hablado en Bolivia dependa de la región. En la ciudad de La Paz la segunda lengua más hablada es el aimara, y es así que a La Paz se le conoce como la capital de la cultura Aimara.

1.2.1.9.8 Teléfono

El código telefónico de Bolivia es +591, prefijo de la ciudad (2) para La Paz. En las ciudades principales y en los centros turísticos hay acceso a Internet. En los pueblos principales también hay cafés Internet.

1.2.1.9.9 Visados

Los visados de turismo son válidos por 30 días, pero pueden extenderse hasta por 90 días (dependiendo de cada nacionalidad). Los visados con propósito específico tienen validez de 30 días y pueden ser renovados por hasta 90 días en la oficina de inmigración de La Paz.

1.2.1.10 División política y administrativa

1.2.1.10.1 Macro distritos del Municipio de La Paz

El municipio de La Paz se encuentra dividido, para su administración, en 9 macro distritos, cada uno de ellos bajo la tutela de una sub-alcaldía y una autoridad denominada sub- alcalde, a través de estas entidades se descentraliza algunas actividades administrativas e impositivas.

Los Macro Distritos son los siguientes:

- Centro

- San Antonio
- Sur
- Max Paredes
- Cotahuma
- Periférica
- Mallasa
- Hampaturi
- Zongo

De todos los macro distritos, los dos últimos, Hampaturi y Zongo, corresponden al área rural del municipio y se hallan ocupando la mayor superficie del mismo. Los Macro distritos urbanos suman siete y se hallan en el extremo Sur del municipio, concentran la mayor parte de la población.

TABLA 31: CUADRO DE POBLACION POR MUNICIPIO

N°	ZONA URBANA	POBLACION	SUPERFICIE KM²
1	Mallasa	5,646	32.68
2	Zona Sur	141,350	64.15
3	San Antonio	129,697	22.59
4	Periférica	148,792	26.05
5	Max Paredes	153,903	13.31
6	Centro	61,406	5.22
7	Cotahuma	149,211	16.10
8	Hampaturi	2,175	445
9	Zongo	1,844	1,387

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA BOLIVIA (INE)

ELABORACION: PROPIA

1.2.1.10.2 BARRIOS DE LA CIUDAD DE LA PAZ

TABLA 32: BARRIOS DE LA CIUDAD DE LA PAZ

ITEM	ZONA	BARRIOS
1	Mallasa	Muela del Diablo, Mallasilla, Jupapina
2	Zona Sur	Obrajes, Bella Vista, Bolonia, Irpavi, Calacoto, Cota Cota, Achumani, Ovejuyo, Koani, La Florida, Següencoma, San Miguel, Koqueni
3	San Antonio	Villa San Antonio, Villa Copacabana, Pampahasi, Valle Hermoso, Kupini, Villa Armonía, Callapa, San Isidro
4	Periférica	Achachicala, Chuquiaguillo, Villa Fátima, Vino Tinto, 5 Dedos, Santiago de Lacaya, Rosasani
5	Max Paredes	Munaypata, La Portada, El Tejar, Gran Poder, Obispo Indaburu, Chamoco Chico, Munaypata, Pura Pura, Ciudadela Ferroviaria
6	Zona Centro	Casco Urbano Central, San Jorge, Miraflores, San Sebastián, Santa Bárbara, Parque Urbano Central
7	Cotahuma	Sopocachi, Alto Sopocachi, Pasankeri, Tembladerani, Alpacoma, Belén, Tacagua, San Pedro, Bajo Llojeta

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA- BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

1.2.1.11 Turismo en La Paz

La Paz es el centro cultural más importante de Bolivia. La ciudad es sede de varias catedrales que pertenecen a la época colonial, como el Templo y convento de San Francisco y la Catedral Metropolitana, este último ubicado en la Plaza Murillo, que es también el hogar del poder político y administrativo del país. Una característica muy importante del turismo en la ciudad de La Paz, son las construcciones y las viviendas coloniales que se encuentran alrededor de todo el casco viejo y el centro de la ciudad. Estas construcciones coloniales son las más visitadas en toda la ciudad de La Paz.

Entre los diferentes museos, los más notables son los de la calle Jaén, que ha sido preservado el diseño de las calles desde los días de Colonia y es el hogar de 10 museos diferentes y de toda la cultura paceña. El Palacio de Gobierno (Bolivia) se encuentra en la Plaza Murillo o la Plaza de las Armas de la ciudad y se conoce como "Palacio Quemado". El palacio ha sido restaurado muchas veces desde entonces, pero el nombre se ha mantenido intacto. Es una de las infraestructuras más visitadas de toda la ciudad de La Paz.

1.2.1.11.1 En la ciudad

- Plaza Murillo.
- Palacio de Gobierno (Bolivia).
- El Paseo del Prado (El Prado).
- Templo y convento de San Francisco.
- Catedral Metropolitana.
- Parque Urbano Central
- Mercado de las Brujas.
- Teatro Municipal de La Paz.
- Teatro al Aire Libre.
- Zoológico de Mallasa "Vesty Pakos Chuquiago Marka".
- Mirador Jach'aKollo.
- Megacenter (centro comercial y cines más grandes de Bolivia).
- Mi Teleférico.
- Zona Sur.
- Los Puentes Trillizos.

1.2.1.11.2 En los alrededores de la ciudad de La Paz

- El Illimani (la mayor cumbre de la Cordillera Real).
- Montaña Huayna Potosí.
- Chacaltaya (pista de nieve más alta del mundo).
- Lago Titicaca.
- Copacabana (Bolivia) (pueblo a orillas del lago Titicaca).
- Parque Nacional Madidi.
- Coroico (pueblo de Los Yungas, región con clima cálido y húmedo y mucha vegetación).

- Tiwanaku (ruinas de la cultura Tiwanacota).
- El Valle de Zongo.

1.2.1.12 Transporte

1.2.1.12.1 Terminal de buses

La principal vía de comunicación de la ciudad la constituye la Autopista La Paz-El Alto a través de la cual se comunica con la vecina ciudad de El Alto, y a través de ella con la ciudad de Oruro por donde se accede a las ciudades de Sucre, Potosí y el sur del país. Hay una importante carretera, nueva que comunica la vía a Oruro con las ciudades de Cochabamba y Santa Cruz. Son también importantes, la carretera a la ciudad de Copacabana y Tiwanaku al oeste, cerca del lago Titicaca. La terminal de buses tiene salidas diarias a las principales ciudades del país. Hay también salidas a otras ciudades de países vecinos como Chile y Perú.

1.2.1.12.2 Aeropuerto Internacional

El Aeropuerto Internacional El Alto está situado a 14,5 km del centro de la ciudad de La Paz, y tiene una altitud de 4008 msnm. Es uno de los aeropuertos comerciales de mayor elevación en el planeta, por lo que el mismo es regularmente visitado por aeronaves en etapa de pruebas para su homologación en operaciones de gran elevación. Está ubicado en la ciudad de El Alto, sin embargo sirve uso mayormente a la ciudad de La Paz para vuelos domésticos, internacionales y transporte de carga.

Está entre los aeropuertos de mayor elevación sobre el nivel del mar en el mundo, ya que se encuentra a 4008 msnm. Como referencia, el lago Titicaca está a 3810 msnm y el centro de la ciudad de La Paz, a aproximadamente 3600 msnm. La temperatura promedio en el aeropuerto es de 16 grados centígrados.

1.2.1.12.3 Sistemas de Transporte Urbano

1.2.1.12.3.1 Mi Teleférico

El sistema consiste en la implementación de un sistema de Transporte por cable (mono cable), distribuidos en 3 líneas (Roja, Amarilla y Verde). El mismo une las ciudades de la ciudad de La Paz y El Alto. Se estima que puede movilizar hasta 17 mil pasajeros por hora con salidas cada 12 segundos, 17 horas al día. Los pasajes cuestan Bs 3.00 para el

público en general, con una tarifa de Bs 1.50 para estudiantes y tercera edad. Desde su inauguración el 30 de mayo del 2015, Mi Teleférico ha transportado más de 10 millones de pasajeros. Así mismo, existe financiamiento aprobado para la implementación de la fase II del proyecto que incluye la instalación de cinco líneas más.

1.2.1.12.3.2 Puma Katari

El sistema de transporte masivo La Paz Bus, más conocido como Puma Katari, es un sistema de transporte de pasajeros que funciona con buses de 61 pasajeros y que al momento cubre tres rutas. Las mismas empiezan en el Parque Urbano Central y van a Llojeta, Villa Salomé y Chasquipampa. Para diciembre de 2014, el bus ya había transportado a 6,2 millones de pasajeros desde su inauguración en febrero de 2014, de acuerdo a datos de la institución.

1.2.1.13 Fechas Festivas

1.2.1.13.1 Alasitas.

Curiosa muestra de las tradiciones y costumbres de los habitantes de la ciudad de La Paz. Es una de las mayores ferias artesanales del departamento. En el Campo Ferial, cada 24 de enero a medio día se inaugura este evento. Feria artesanal cuyo principal personaje es el Ekeko⁵. La tradición dice, que si se compra uno de ellos, luego éste se hará realidad. Además en la feria se puede hallar comida, juegos y plantas. En realidad la feria se arma y desarma, todos son kioscos o toldos especiales para este evento. El programa prevé una duración de 2 semanas que luego se alarga a 3.

1.2.1.13.2 Carnavales

Esta festividad comienza con el Corso Infantil que se festeja el día sábado de Carnaval, en el que niños e infantes desfilan por El Prado, luciendo diversos tipos de disfraces típicos y modernos.

La Farándula⁶ y entrada de pepinos se realiza día domingo de Carnaval, la misma que empieza su recorrido en la Av. Montes, pasando por la Pérez Velasco y terminado en la

⁵ Ídolo nativo-mestizo de la fortuna y la abundancia, se representa cargado de casitas, radios, tv, maletas y todo lo que el dueño le quiera añadir, para ello los artesanos exponen una infinidad de objetos en miniatura.

⁶ Personas que salen disfrazados

Av. Camacho, en cuyo recorrido participan pepinos⁷ que van bailando en comparsas y haciendo travesuras a su paso por las calles. También participan comparsas con diversos tipos de disfraces como los Chutas o Aljeris⁸. En este curso prima el juego con agua, espuma, harina y mixtura.

El día lunes se realiza la entrada del Jiska Anata (Entrada Folklórica) que antiguamente era una de las fiestas más importantes del mundo andino, donde cada tiempo del proceso productivo en el ciclo agrícola Aymara estaba bien marcado por un conjunto de ritos y celebraciones festivas. El Jiska Anata paceño consiste en la entrada de conjuntos y danzas folklóricas como los morenos, caporales, tobas, kusillos y saya afro boliviana, cuyo recorrido empieza en la Av. Montes finalizando en Av. Camacho.

El día martes de Carnaval, se procede a la tradicional Challa⁹ en todas las zonas de La Paz, tradición andina que consiste en bendecir mediante la ceremonia de la Challa los bienes como casas, vehículos, negocios, etc. De origen Aymara y campesino, esta tradición con la que se paga favores a la madre tierra saltó a la urbe en los años 30 y 40.

Un domingo después del Carnaval, se festeja el Domingo de Tentaciones¹⁰. Con una retreta en la plaza Murillo y la ceremonia del Entierro del Pepino, a la que se sumará la entrada de Chutas.

1.2.1.13.3 Entrada Folklórica del Señor Jesús del Gran Poder.

Es una de las mayores festividades de Bolivia, donde se muestran grandes expresiones de su folklore, conocida también como la Fiesta Mayor de Los Andes, es una principal fuente de ingresos económicos, ya que esto genera un trabajo de preparación aproximadamente de seis meses antes de la entrada y mueve millones de bolivianos al año, generando así buenas oportunidades para los negocios.

Se lleva a cabo entre la zona del cementerio y el centro de la ciudad de La Paz, siendo la fecha movable entre Mayo y Junio. A las 8:30 a.m. del Sábado se inicia la entrada en el Av. Bautista, en ella participan alrededor de 60 comparsas con unas 20 danzas diferentes,

⁷ Personajes Bufos

⁸ Danza carnavalesca que se ejecuta en parejas con atuendos típicos al son de huayños.

⁹ Bendición andina a base de rituales típicos.

¹⁰ Día final de los carnavales, que concluye con una serie de ceremonias y rituales típicos.

entre ellas La Morenada, La Diablada, Caporales, Tinkus, Pujllay, Potosol, WacaTokoris, grupos de Sicuris y Tarqueadas. Cada grupo lleva un estandarte y una o dos bandas de músicos, en el recorrido pasan por la Iglesia del Gran Poder, Santo de la fiesta, y por el palco oficial, donde el jurado califica a los mejores grupos y nombra a los ganadores absolutos de la entrada. La fraternidad más antigua es la Diablada del Gran Poder que data de 1927.

El público asistente puede hallar en todo el recorrido asientos y lugares para apreciar la entrada del Gran Poder, durante esta fiesta se tiene mucha afluencia turística y grandes movimientos económicos.

1.2.1.13.4 Año Nuevo Aimara

El 21 de junio de cada año, es una celebración ancestral que se realiza en el tiempo de invierno, que es el primer y más corto día del año para los aimaras. La música característica de esta época es la de Sicuris y Quena quenás. Según la cosmovisión andina, el sol (Tata Inti) se alejaba de la tierra y para que vuelva había que ofrecerle ceremonias y bailes.

1.2.1.13.5 Aniversario de La Paz

El Aniversario de la efeméride departamental, es la fecha (16 de Julio) en la que se recuerda el primer grito libertario encabezado por el protomártir de la independencia Don Pedro Domingo Murillo.

La noche del 15 de julio, se realiza el desfile de teas y se organiza una gran verbena popular en el centro de la ciudad. La Paz, es una de las capitales más altas del mundo ubicada en las faldas del nevado Illimani a 3.636 m.s.n.m. sobre el nivel del mar, enclavada en medio de montañas y nevados.

1.2.1.13.6 Tradicional Entrada Folklórica Universitaria

La mayor expresión juvenil boliviana para rescatar y preservar la música y danza del folklore de Bolivia. Cada año entre Julio y Agosto (fecha móvil) recorre desde las inmediaciones de la estación de ferrocarriles y la Av. Montes hasta la Av. Simón Bolívar.

Decenas de graderías de madera o metal que se arman en el trayecto la noche antes de la entrada. Existe un palco oficial. La entrada universitaria nació en dos o tres conjuntos

de la carrera de Turismo, hoy es el mayor acontecimiento folklórico donde se aprecian máscaras, hermosas mujeres que lucen su juventud.

1.2.1.13.7 Aniversario de la Fundación de La Paz

La ciudad de La Paz fue fundada el 20 de Octubre de 1548 por el capitán español Alonso de Mendoza en la localidad de Laja como punto de descanso para los viajeros que transitaban entre Potosí y Cusco. Tres días después fue trasladada más al este, a un lugar de clima templado ubicado al borde del altiplano, donde se inician las quebradas y el valle, llamado Chuquiago Marka.

En la ciudad de La Paz, se realiza la iza de banderas a cargo de autoridades municipales; luego la ofrenda floral en el monumento a Alonso de Mendoza.

1.2.1.13.8 Todos Santos - Fiesta de los difuntos

Gran oportunidad para presenciar, como los familiares de un muerto, recuerdan y rinden homenaje, mediante oraciones, rezos y cánticos. El acontecimiento se lleva a cabo cada 2 de Noviembre en todo el Departamento de La Paz y otros.

El motivo de su realización es la creencia de que cada 1 de noviembre al medio día, las almas vuelven a su casa a visitar a sus familiares, se quedan por un día y parten nuevamente al más allá.

El lugar es un cementerio donde se hace la despedida de los difuntos, el día 2, con bastante comida y gran fiesta, tarkas y zampoñas¹¹, algunos forman trípodes con cañas de azúcar de los que cuelgan muñecos de panes, plátanos y naranjas, además de collares de pasankallas¹²; a ellos se acercan rezadores; que por algo de comer, oran o cantan en voz alta por el alma que se va, por la tarde, junto a la música que crece cada vez más, muchos se embriagan hasta la hora de recogerse.

¹¹ Melodías andinas usadas en festividades importantes.

¹² Dulce típico a base de maíz de los pueblos del Altiplano.

1.2.1.13.9 Datos importantes¹³

- **PBI nominal de La Paz.**
 - Total Bs. 57 454 787 millones equivalente a US\$ 8 314 730.
 - PBI per cápita Bs. 20 500 equivalente a US\$ 2 967.
- **Población de La Paz.**
 - Total 794 014 habitantes.
 - Densidad 5.7 hab. / km².
- **Población de El Alto.**
 - Total 901 823 habitantes
- **Superficie de La Paz.**
 - Total 133 985 km².
- ✓ **Crecimiento económico de La Paz**
 - La proyección de crecimiento es de 4.4% para el 2016.

1.3 ANALISIS DE LA OFERTA

Para realizar el análisis de la oferta del pollo a la brasa en la ciudad de La Paz, se ha considerado investigar a cada una de las empresas que venden este producto, las cuales son:

- Roky's
- Real Chicken
- Don Pollo

Teniendo en cuenta que los dos primeros tienen un local cada uno y el último cuenta con 5 locales en la ciudad.

1.3.1 Restaurantes de Comida Peruana en La Paz

1.3.1.1 Roky's

En el año 1985, Roky's abrió su primer local con 7 trabajadores en la ciudad de Lima, es desde entonces que empezó a crecer dentro de nuestro país, abriendo varios locales en todo los distritos de Lima Metropolitana y después en varias ciudades del Perú.

¹³ Fuente Instituto Nacional de Estadística- Bolivia.

Fue tal el crecimiento de este restaurante que por el año 2001 decidieron expandirse más allá de sus fronteras abriendo sucursales en Bolivia, tanto en la ciudad de La Paz como en Santa Cruz, teniendo 2 locales en esta última ciudad. En la ciudad de La Paz el local tiene ya 14 años y su ubicación privilegiada le ha permitido llegar a muchos bolivianos; asimismo ser pioneros en la venta de nuestro plato bandera y brindándoles lo mejor del pollo a la brasa.

Se encuentra ubicado en:

- Av. Montenegro N°1365 San Miguel (21 de Calacoto)

TABLA 33: BRASA Y FILETES ROKY'S

BRASAS Y FILETES	COSTO
1 POLLO A LA BRASA + PAPAS FRITAS + ENSALADA	BS. 99.00
½ POLLO A LA BRASA + PAPAS FRITAS + ENSALADA	BS. 48.00
¼ POLLO A LA BRASA + PAPAS FRITAS + ENSALADA	BS.26.00
FILETE DE PECHUGA (300 GR) + PAPAS FRITAS	BS. 43.00
FILETE DE PECHUGA (300 GR) + TOCINO + QUESO+ PAPAS FRITAS	BS. 48.00
POLLO DESHUESADO(450 GR) + PAPAS FRITAS	BS. 48.00

FUENTE: CARTA ROKY'S

TABLA 34: PARRILLADAS Y CARNES ROKY'S

PARRILLADAS Y CARNES	COSTO
PARRILLADA ROKY'S: ¼ POLLOS A LA BRASA, BIFE PERSONAL, LOMO PERSONAL, CHULETA DE CERDO PERSONAL, 2PALOS DE ANTICUCHO DE RES, HOT OG, CHORIZO, PAPAS FRITAS ARROZ CON QUESO O ARROZ GRANEADO Y ENSALADA ROKY'S	BS. 195.00
½ PARRILLADA ROKY'S: ¼ POLLO A LA BRASA, BIFE PERSONAL, CHULETA DE CERDO PERSONAL, 1 PALITO DE ANTICUCHO, PORCION DE MOLLEJA, CHORIZO, PAPAS FRITAS, ARROZ CON QUESO O ARROZ GRANEADO Y ENSALADA ROKY'S	BS. 155.00
BIFE PERSONAL (350 GR.)+ PAPAS FRITAS+ ARROZ CON QUESO	BS. 65 .00
BIFE GRANDE (450 GR.)+ PAPAS FRITAS+ ARROZ CON QUESO	BS. 70.00
CHULETA DE CERDO PERSONAL (300 GR.)+ PAPAS FRITAS	BS. 42.00
LOMO FINO PERSONAL (350 GR.) + PAPAS FRITAS Y ARROZ CON QUESO	BS. 70.00
LOMO FINO GRANDE (450 GR.)+ PAPAS FRITAS Y ARROZ CON QUESO	BS. 75.00
CHULETA DE RES PERSONAL (350 GR.)	BS. 51.00

FUENTE: CARTA ROKY'S

TABLA 35: GUARNICIONES Y ACOMPAÑAMIENTOS ROKY'S

PARRILLADAS Y CARNES	COSTO
PORCION DE ARROZ CON QUESO NORMAL	BS. 25.00
PORCION DE ARROZ CON QUESO PERSONAL	BS. 15.00
PORCION DE ARROZ GRANEADO	BS.20.00
PORCION DE PAPAS FRITAS	BS. 25.00
PORCION DE YUCA FRITA	BS. 14.00
ENSALADA SIMPLE:LECHUGA, TOMATE, PEPINO, RABANITO Y ZANAHORIA	BS. 20.00
ENSALADA ROKY'S:LECHUGA, TOMATE, RABANITO, ZANAHORIA, BROCOLI Y PALTA	BS. 28.00

FUENTE: CARTA ROKY'S

TABLA 36: CRIOLLOS Y PIQUEOS ROKY'S

CRIOLLOS Y PIQUEOS	COSTO
LOMO SALTADO	BS. 37.00
POLLO SALTADO	BS. 37.00
CHURIQUIS O MOLLEJA DE POLLO + PAPAS FRITAS	BS.30.00
PORCION DE ANTICUCHO + PAPAS FRITAS	BS. 35.00
BROCHETAS DE LOMO + PAPAS FRITAS	BS. 49.00
CHAMPIÑONES A LA PARRILLA + PAPAS FRITAS	BS. 38.00
CAJITA MAGICA	BS. 33.00

FUENTE: CARTA ROKY'S

TABLA 37: POSTRES Y JUGOS ROKY'S

POSTRES Y JUGOS	COSTO
JUGO 1 LITRO	BS. 15.00
CHICHA MORADA 1 LITRO	BS. 20.00
CHICHA MORADA ½ LITRO	BS.10.00
CHICHA MORADA VASO	BS. 5.00
LIMONADA1 LITRO	BS. 20.00
LIMONADA ½ LITRO	BS. 12.00
LIMONADA VASO	BS. 5.00

FUENTE: CARTA ROKY'S

TABLA 38: GASEOSAS Y BEBIDAS ROKY'S

GASEOSAS Y BEBIDAS	COSTO
COCA COLA 2 LITROS	BS. 20.00
COCA COLA 1 LITRO	BS. 15.00
COCA COLA PERSONAL	BS.9.00
AGUA MINERAL SIN GAS	BS. 9.00
INCA KOLA 2.5 LITROS	BS. 35.00
INCA KOLA 1 LITRO	BS. 15.00

FUENTE: CARTA ROKY'S

1.3.1.2 Don Pollo

Es un restaurante con pocos años en el mercado, vende pollo a la brasa con el concepto de comida rápida y cuenta con 5 sedes en la ciudad de La Paz ubicadas en:

- Sopocachi (c. Sánchez Lima casi esq. Belisario Salinas)
- Zona Sur (Calle 11 Nro. 99-Achumani)
- Centro (Calle Mercado #1307 entre Colon y Loayza)
- Miraflores (Av. Busch casi esq. Av. Pasoskanki)
- El Alto (Alfredo Sanjinés Nro. 500 Patio de comidas Gran Plaza)

Ofrece pollos a la brasa hechos a carbón, entre sus productos encontramos:

TABLA 39: COMBOS OCTAVOS DON POLLO

COMBOS OCTAVOS	COSTO
1/8 POLLO + PAPAS	BS. 19.00
1/8 POLLO + PAPAS +ARROZ	BS. 22.00
1/8 POLLO + PAPAS + ARROZ + ENSALADA	BS. 25.00
1/8 POLLO SOLO	BS. 12.00

FUENTE: CARTA DON POLLO

TABLA 40: COMBOS CUARTOS DON POLLO

COMBOS CUARTOS	COSTO
¼ POLLO + PAPAS	BS. 26.00
¼ POLLO + PAPAS +ARROZ	BS. 28.00
¼ POLLO + PAPAS + ARROZ + ENSALADA	BS. 30.0
¼ POLLO SOLO	BS. 21.00

FUENTE: CARTA DON POLLO

TABLA 41: COMBOS MEDIOS DON POLLO

COMBOS MEDIOS	COSTO
1/2 POLLO + PAPAS	BS. 46.00
1/2 POLLO + PAPAS +ARROZ	BS. 48.00
1/2 POLLO + PAPAS + ARROZ + ENSALADA	BS. 50.00
1/2 POLLO SOLO	BS. 41.00

FUENTE: CARTA DON POLLO

TABLA 42: COMBOS ENTEROS DON POLLO

COMBOS ENTEROS	COSTO
1 POLLO + PAPAS	BS. 90.00
1 POLLO + PAPAS +ARROZ	BS. 99.00
1 POLLO + PAPAS + ARROZ + ENSALADA	BS. 108.00
1 POLLO SOLO	BS. 79.00

FUENTE: CARTA DON POLLO

TABLA 43: COMBOS MEGA Y FAMILIAR DON POLLO

COMBOS MEGA	COSTO
2 POLLOS + PAPAS +ARROZ + ENSALADA	BS. 182.00
COMBOS FAMILIAR	COSTO
1 ½ POLLO + PAPAS + ARROZ	BS. 136.00

FUENTE: CARTA DON POLLO

TABLA 44: PORCIONES DON POLLO

PORCIONES	COSTO
PORCION GRANDE DE PAPAS	BS. 24.00
PORCION PERSONAL DE PAPAS	BS. 12.00
PORCION GRANDE DE ARROZ	BS. 24.00
PORCION PERSONAL DE ARROZ	BS. 12.00
PORCION GRANDE DE ENSALADA	BS. 24.00
PORCION PERSONAL DE ENSALADA	BS. 12.00

FUENTE: CARTA DON POLLO

1.3.1.3 Real Chicken

Es un restaurante casi nuevo de comida peruana en la Zona Sur (Achumani) de la ciudad de La Paz, abrió al público en agosto del 2015, actualmente cuenta con 15 mesas, 10 trabajadores y una carta variada en la que sus productos principales son el pollo a la brasa y el ceviche. El Sr. Julio Naveros Herhuay quien fue durante 5 años administrador de la tienda Roky's – La Paz es quien abre este restaurante para la variedad de opciones sobre comida peruana en la ciudad de La Paz.

La ubicación de este restaurante es en:

- ✓ Calle 20 de Achumani Nro. 1300 (Zona Sur).

Entre sus productos tenemos:

TABLA 45: POLLO A LA BRASA REAL CHICKEN

POLLO A LA BRASA	COSTO
¼ POLLO A LA BRASA (PAPAS FRITAS, ENSALADA, ARROZ)	BS. 25.00
½ POLLO A LA BRASA (PAPAS FRITAS, ENSALADA, ARROZ)	BS. 46.00
1 POLLO A LA BRASA (PAPAS FRITAS, ENSALADAS, ARROZ)	BS. 85.00

FUENTE: CARTA REAL CHICKEN

TABLA 46: CRIOLLOS REAL CHICKEN

CRIOLLOS	COSTO
LOMO SALTADO	BS. 31.00
FIDEO SALTADO (CARNE O POLLO)	BS. 31.00
ARROZ CHAUFA (CARNE O POLLO)	BS. 31.00
POLLO SALTADO	BS. 31.00

FUENTE: CARTA REAL CHICKEN

TABLA 47: PARRILLADAS REAL CHICKEN

PARRILLADAS	COSTO
PARRILLADA MIXTA (PARA 4 PERSONAS): LOMO PERSONAL 300GR + BIFE 300GR + CHULETA DE CERDO 300 GR + 2 PALITOS DE BROCHETA DE POLLO + 250 GR MOLLEJITA DE POLLO + 2 SALCHICHAS +1 CHORIZO + ACOMPAÑADO: ENSALADA, ARROZ CON QUESO, PAPAS FRITAS, CREMAS	BS. 195.00
½ PARRILLADA MIXTA (PARA 2 PERSONAS): LOMO PERSONAL 300GR + CHULETA DE CERDO 300GR + 250 GR MOLLEJITA DE POLLO + 1 SALCHICHA + 1 CHORIZO + ACOMPAÑADO:ENSALADAS, ARROZ CON QUESO, PAPAS FRITAS, CREMAS	BS. 155.00

FUENTE: CARTA REAL CHICKEN

TABLA 48: CARNES A LA PARRILLA REAL CHICKEN

CARNES A LA PARRILLA	COSTO
FILETE REAL CHICKEN (QUESO MOSARELA, SALAME, CHAMPIÑONES, MORRON, ACOMPAÑADO CON PAPAS FRITAS)	BS. 65.00
LOMO FINO REAL CHICKEN (QUESO MOZARELA, SALAME, CHAMPIÑONES, MORRON, ACOMPAÑADO CON PAPAS FRITAS)	BS. 75.00
LOMO FINO 300GR (PAPAS FRITAS, ARROZ CON QUESO)	BS. 65.00
BIFE 300GR (PAPAS FRITAS, ARROZ CON QUESO)	BS. 65.00
CUADRIL 300GR ((PAPAS FRITAS, ARROZ CON QUESO)	BS. 51.00
CHULETA DE CERDO 300GR	BS. 38.00
CHAMPIÑONES A LA PARRILLA (PAPAS FRITAS)	BS. 32.00
MOLLEJITAS DE POLLO 250 GR (PAPAS FRITAS)	BS. 30.00
FILETE DE POLLO 300 GR	BS. 39.00
BROCHETAS DE POLLO (2 PALITO DE BROCHETAS, PAPAS FRITAS)	BS. 42.00
FILETE RELLENO (TOCINO Y QUESO, PAPAS FRITAS)	BS. 45.00
BROCHETA DE LOMO (2 PALITOS DE BROCHETAS, MORRON Y CEBOLLA MAS PAPAS FRITAS)	BS. 68.00
PORCION DE CHORIZOS (2 UNIDADES DE CHORIZO Y PAPAS FRITAS MAS ENSALADA)	BS. 15.00

FUENTE: CARTA REAL CHICKEN

TABLA 49: GUARNICIONES REAL CHICKEN

GUARNICIONES	COSTO
PORCION DE PAPAS GRANDE	BS. 22.00
PORCION DE PAPA PERSONAL	BS. 12.00
PORCION DE YUCA	BS. 14.00
ARROZ CON QUESO	BS. 20.00
½ ARROZ CON QUESO	BS. 12.00
ARROZ GRANEADO	BS. 18.00
½ ARROZ GRANEADO	BS. 10.00

FUENTE: CARTA REAL CHICKEN

TABLA 50: ENSALADA REAL CHICKEN

ENSALADA	COSTO
ENSALADA REAL (LECHUGA, TOMATE, ZANAHORIA, PALTA, VETERRAGA, PEPINO, CHOCLO, CHAMPIÑONES, BROCOLI Y COLIFLOR MAS SALSA VINAGRETA)	BS. 22.00
ENSALADA MIXTA (LECHUGA, TOMATE, PEPINO, BROCOLI, COLIFLOR, CHOCLO, VETERRAGA)	BS. 15.00
ENSALADA PERSONAL (LECHUGA, TOMATE, PEPINO, VETERRAGA, ZANAHORIA, CHOCLO)	BS. 12.00

FUENTE: CARTA REAL CHICKEN

TABLA 51: BEBIDAS, JUGOS REAL CHICKEN

BEBIDAS, JUGOS	COSTO
CHICHA MORADA 1 LT.	BS. 17.00
CHICHA MORADA ½ LT.	BS. 10.00
CHICHA MORADA VASO	BS. 5.00
LIMONADA 1LT.	BS. 15.00
LIMONADA ½ LT.	BS. 10.00
LIMONADA VASO	BS. 5.00

FUENTE: CARTA REAL CHICKEN

TABLA 52: GASEOSAS REAL CHICKEN

GASEOSAS	COSTO
INKACOLA 1.5 LT.	BS. 23.00
INKACOLA ½ LT.	BS. 12.00
GASEOSAS 2 LT.	BS. 16.00
GASEOSAS 1 LT.	BS. 12.00
GASEOSAS ½ LT.	BS. 9.00
GASEOSAS PERSONAL	BS. 8.00

FUENTE: CARTA REAL CHICKEN

TABLA 53: ANTOJITOS REAL CHICKEN

ANTOJITOS	COSTO
CEVICHE SIMPLE (CEVICHE DE PESCADO DEL MAR + LECHE DE TIGRE)	BS. 30.00
CEVICHE MIXTO (CEVICHE DE PESCADO DEL MAR Y MARISCOS+VASO DE CHICHA MORADA+ LECHE DE TIGRE)	BS. 40.00
CEVICHE ESPECIAL (CEVICHE DE PESCADO DEL MAR + CHILCANO + CHICHARRON DEMARISCOS + VASO DE CHICHA MORADA + LECHE DE TIGRE)	BS. 50.00
CHAUFA DE MARISCOS	BS. 40.00

FUENTE: CARTA REAL CHICKEN

TABLA 54: TRAGOS Y CERVEZAS REAL CHICKEN

TRAGOS Y CERVEZAS	COSTO
PISCO SOUR	BS. 20.00
PIÑA COLADA	BS. 25.00
ALGARROBINA	BS. 25.00
CHILCANO DE PISCO	BS. 20.00
CERVEZA HUARI 620 ML	BS. 22.00
CERVEZA HUARI PERSONAL	BS. 12.00
CERVEZA PACEÑA 620 ML	BS. 22.00
CERVEZA PACEÑA PERSONAL	BS. 12.00
CERVEZA CORONA PERSONAL	BS. 15.00

FUENTE: CARTA REAL CHICKEN

1.3.2.4 Altamar Costa Andina

Es un restaurante que cuenta con ciertos años en el mercado bolivianos con una carta variada sobre comida criolla peruana y resaltando los productos marinos tales como mariscos, pescados en general. Sin embargo este restaurante no vende pollo a la brasa. Cuenta con un local amplio en la ciudad de La Paz y con un ambiente muy agradable.

Ubicado en:

- Av. Montenegro #938. San Miguel

Entre los productos que ofrece este restaurante, tenemos:

TABLA 55: ENTRADAS ALTAMAR COSTA ANDINA

ENTRADAS	COSTO
COCKTAIL DE LANGOSTINOS (PURAS COLITAS DE LANGOSTINOS ACOMPAÑADAS DE PAPAS, PALTA Y UNA DELICIOSA SALSA GOLF AL ESTILO DE ALTAMAR)	BS. 75.00
PAPAS CON OCOPA Y HUANCAÍNA (PAPAS ANDINAS BAÑADAS DE SALSA VERDE DE OCOPA AREQUIPEÑA PREPARADA A BASE DE HUACATAYA Y MANI, LA HUANCANI PERUANA CON AJI AMARILLO Y NUESTROS SECRETOS)	BS. 45.00
TRUCHA ENCEBOLLADA CON QUINUA (6 PORCIONES DE TRUCHA MEZCLADOS CON CEBOLLA, QUINUA Y MACERADOS EN LION Y VINAGRE BALSÁMICO)	BS. 39.50
WANTANES ALTAMAR (6 DELICIOSOS WANTANES FRITOS RELLENOS DE MARISCOS EN SU PROPIA SALSA)	BS. 59.00
PULPO AL OLIVO (6 PORCIONES DE PULPO CON CREMA AL OLIVO)	BS. 49.00
CONCHITAS ANDINAS A LA PERMESANA (6 OSTIONES MARINADOS EN PISCO Y ABUNDANTE QUESO PARMESANO GRATINADO)	BS. 95.00
LANGOSTINOS A LA PARMESANA (6 LANGOSTINOS MARINADO EN PISCO Y ABUNDANTE QUESO PARMESANO GRATINADO)	BS. 90.00
CAUSA DE POLLO (PAPA ANDINA PRENSADA, RELLENA DE PECHUGA DE POLLO CON MAYONESSA, PALTA Y TOMATE)	BS. 45.00
CAUSA DE ATÚN (PAPA ANDINA PRENSADA, RELLENA DE ATÚN CON MAYONESA, PALTA, TOMATE Y APIO)	BS. 30.00
CAUSA ALTAMAR (PAPA ANDINA PRENSADA, RELLENA DE LANGOSTINO CON MAYONESA, PALTA Y TOMATE)	BS. 59.50

FUENTE: CARTA ALTAMAR COSTA ANDINA

TABLA 56: CEVICHEs ALTAMAR COSTA ANDINA

CEVICHEs	COSTO
CEVICHE DE PEJERREY (PEJERREY ESCOGIDO Y MACERADO CON JUGOSOS LIMONES Y MEZCLADO CON CEBOLLA Y APIO SE ACOMPAÑA CON CAMOTE Y CHOCLO)	BS. 72.00
CEVICHE DE TRUCHA (NUESTRO EXQUISITO SABOR DE CEVICHE TRADIICONAL PERO EN ESTA OCASIÓN CON NUESTRA TRUCHA DEL LAGO TITICACA)	BS. 79.00
CEVICHE MIXTO DE MARISCO CON PEJERREY (MANTENEMOS EL SABOR DE NUESTRO IMPERDIBLE CEVICHE TRADICIONAL DE PEJERREY MEZCLADO CON MISTURA SELECCIONADA DE MARISCOS)	BS. 99.00
CEVICHE PERU EN COPA (PRESENTAMOS NUESTRO CEVICHE DE PEJERREY EN OCOPA ACOMPAÑADO DE UNA MISTURA DE MARISCOS ENCEVICHADOS CON PASTA DE LOCOTO ROJO)	BS. 99.00
TIRADITO ANDINO NATURAL, SALSA DE ROCOTO O SALSA DE AJI AMARILLO (A ELECCION) (FINAS LAMINAS DE TRUCHA BAÑADOS EN JUGO DE LIMON Y NUESTROS SECRETOS DE LA CASA)	BS. 49.00
TIRADITO MI BANDERA (FINAS LAMINAS DE TRUCHA EN SALSA DE AJI, LOCOTO ROJO Y CILANTRO)	BS. 69.00

FUENTE: CARTA ALTAMAR COSTA ANDINA

TABLA 57: PESCADOS Y MARISCOS ALTAMAR COSTA ANDINA

PESCADOS Y MARISCOS	COSTO
ARROZ TRADICIONAL DE MARISCOS (DELICIOSA SALSAS ROJA DE MARISCOS MEZCLADOS CON GRANOS SELECCIONADOS DE ARROZ)	BS. 96.00
ARROZ ALTAMAR (DELICIOSOS MARISCOS ESCOGIDOS Y PREPARADOS EN SALSAS DE CILANTRO CON GRANOS SELECCIONADOS DEL MEJOR ARROZ)	BS. 99.00
ARROZ MARINO CHAUFA (ARROZ CHAUFA DE MARISCO CON VERDURAS CHINAS)	BS. 96.00
PICANTE DE MARISCOS (MARISCOS EN SALSAS DE LOCOTO CON UN TOQUE DE VERDURAS ACOMPAÑADAS DE PAPA PRENSADA SANCOCHADA Y ARROZ BLANCO)	BS. 12.00
SPAGUETTI HUANCAINADO CON LANGOSTINOS (SPAGUETTI Y LANGOSTINOS UNTADOS DE HUANCAINA PERUANA)	BS. 75.00
PULPO A LA PARRILLA (DELICIOSO PULPO ASADO A LA BRASA, ACOMPAÑADO DE CHOCLO, PAP, VERDURAS SALTEADAS Y FINAS HIERBAS ANDINAS EN CHIMICHURRI)	BS. 115.00
CAU CAU DE MARISCO (SELECCIÓN DE MARISCOS CON PAPAS Y ALVERJITAS SANCOCHADOS MEZCLADOS CON AJI, AMARILLO Y SECRETOS DE LA CASA)	BS. 89.00
FRITURA DE TRUCHA (SELECCIONADO FILETE DE TRUCHA EMPANIZADA Y DORADA, ACOMPAÑADA DE YUCA FRITA, ARROZ Y ZARZA CRIOLLA DE CEBOLLA)	BS. 99.00
PAICHE EN SALSAS DE MARISCOS (MEDALLON DE PAICHE A LA PLANCHA BAÑADO EN SALSAS DE MARISCOS)	BS. 120.00
PERICO AL CHIJAO KAI (FILETE DE PERICO A LA PLANCHA BAÑADO DE UN GUIISO ORIENTAL CON SALSAS DE OSTIONES AL MENSÍ, ACOMPAÑADO DE CEBOLLA CHINA Y PIMIENTO MARRÓN)	BS. 75.00

FUENTE: CARTA ALTAMAR COSTA ANDINA

TABLA 58: PIQUEOS Y FUENTES ALTAMAR COSTA ANDINA

PIQUEOS Y FUENTES	COSTO
TRÍO DE CAUSAS: CAUSA AMARILLA ACOMPAÑADA DE LANGOSTINOS CAUSA MORADA ACOMPAÑADA DE ATUN CAUSA VERDE ACOMPAÑADA DE PULPO AL OLIVO	BS. 65.00
CEVICHE 4 ESTACIONES (4 CAPAS DE CEVICHE): TRADICIONAL DE TRUCHA MIXTO DE MARISCOS CON TRUCHA EN SALSA DE AJI AMARILLO; MIXTO DE MARISCO CON TRUCHA EN SALSA DE LOCOTO ROJO; MIXTO DE MARISCO CON TRUCHA EN SALSA DE CILANTRO Y LOCOTOS VERDES	BS. 99.00
MIX DE CEVICHE (EN ESTA OPORTUNIDAD NOS ACOMPAÑA NUESTRO EXQUISITO CEVICHE MIXTO DE MARISCO A NATURAL, CEVICHE DE PEJERREY EN SALSA DE AJI AMARILLO Y CEVICHE DE TRUCHA EN SALSA DE LOCOTO)	BS. 199.00
CRUJIENTE ALTAMAR (CHICHARRON DE TRUCHA, LANGOSTINOS, PULPO Y CALAMARES ACOMPAÑADOS DE YUCA FRITA, SALSA TARTARA Y ZARZA CRIOLLA DE CEBOLLA)	BS. 280.00
TRIO DE ARROCES (ARROZ TRADICIONAL DE MARISCO, ARROZ ALTAMAR Y ARROZ MARINO EN CHAUFÁ)	BS. 260.00
FUENTE CALIENTE ALTAMAR: CRUJIENTE ALTAMAR, ARROZ TRADICIONAL DE MARISCOS, SPAGUETTI HUANCAINADO, WANTANES ALTAMAR, PULPO A LA PARRILLA.	BS. 210.00
FUENTE FRÍA ALTAMAR: TRADICIONAL CEVICHE DE TRUCHA, TIRADITO ANDINO, TRIO DE CAUSAS, PULPO AL OLIVO, PAPAS CON OCOPA AREQUIPEÑA	BS. 150.00
PIQUEO CRIOLLO: SALTEADO DE CARNE AL WOK, AJI DE GALLINA ANTICUCHO DE CORAZÓN	BS. 290.00
CAUSA ROYAL (UNA DELICIOSA COMBINACION DE CAUSAS FRITAS ACOMPAÑAS DE PULPO AL OLIVO ENCEVICHADO DE PEJERREY Y LANGOSTINOS EN OCOPA)	BS. 69.00

FUENTE: CARTA ALTAMAR COSTA ANDINA

TABLA 59: CARNES Y POLLO ALTAMAR COSTA ANDINA

CARNES Y POLLO	COSTO
SALTEADO DE CARNE EN WOK (JUGOSO Y ESCOGIDOS TROZOS DE LOMO DE RES SALTEADOS EN WOK, ACOMPAÑADOS DE ARROZ BLANCO Y PAPAS FRITAS)	BS. 90.00
SPAGUETTI CRIOLLO CON SALTEADO DE CARNE O POLLO (EN ESTA OPORTUNIDAD NUESTRO TRADICIONAL SALTEADO AL WOK VIENE MEZCLADO CON SPAGUETTI Y EBOLLA CRIOLLA)	BS. 69.00
SPAGUETTI AL PESTO CON LOMO (SPAGUETTI MEZCLADO EN BASE VERDE DE ALBAHACA Y ESPINACA AL ESTILO ALTAMAR ACOMPAÑADOS DE UN JUGOSO Y DELICIOSO MEDALLON DE LOMO)	BS. 59.00
SPAGUETTI HUANCAINADO CON SALTEADO DE CARNE (MANTENEMOS NUESTRO TRADICIONAL SABOR DE LA HUANCAINA PERUNA MEZCLADO CON SPAGUETTI Y BAÑADOS EN NUESTRO DELICIOSO LOMO SALTEADO)	BS. 79.00
PURE DE FREJOLES CON SECO DE LOMO (FREJOLES CANARIOS ORIUNDOS DEL PERÚ, VIENEN BAÑADOS DE UN FILETE DE LOMO MACERADO EN VINO, CON BASE DE CILANTRO Y PEREJIL ACOMPAÑADO DE ARROZ BLANCO)	BS. 75.00
ARROZ CHAUFA DE CARNE O POLLO - A ELECCIÓN (MANTENEMOS NUESTRO SABOR DEL ARROZ CHAUFA MARINO PERO AHORA LE DAMOS LA OPORTUNIDAD DE PROBARLO CON CARNES)	BS. 69.00
AJI DE GALLINA (TRADICIONAL PLATO DE PECHUGA DE POLLO CON AJIS AMARILLOS COCIDOS AL ESTILO PERUANO ACOMPAÑADO DE PAPAS SANCOCHADAS Y ARROZ BLANCO)	BS. 69.00
ANTICUCHO DE CORAZÓN (FINOS FILETES DE CORAZON DE RES, MARINADOS EN NUESTRA TRADICIONAL SALSA ANTICUCHERA Y CHIMICHURRI PERUANO, ACOMPAÑADOS DE PAPAS DORADAS, CHOCLO Y HUANCAINA)	BS. 69.00

FUENTE: CARTA ALTAMAR COSTA ANDINA

TABLA 60: TACU TACUS ALTAMAR COSTA ANDINA

TACU TACUS	COSTO
TACU TACU DE QUINUA CON SALTEADO DE TRUCHA (DELICIOSO PURE DE QUINUA MEZCLADO Y DORADO CON ARROZ, BAÑADO DEL SALTEADO DE TRUCHA)	BS. 90.00
TACU TACU DE QUINUA CON SALTEADO DE CARNE (DELICIOSO PURE DE QUINUA MEZCLADO Y DORADO CON ARROZ, BAÑADO DEL SALTEADO DE CARNE)	BS. 93.00
TACU TACU DE QUINUA CON SALTEADO DE MARISCO (DELICIOSO PURE DE QUINUA MEZCLADO Y DORADO CON ARROZ, BAÑADO DEL SALTEADO DE MARISCOS)	BS. 99.00
TACU TACU DE FREJOLES CON SALTEADO DE TRUCHA (DELICIOSO PURE DE FREJOLES MEZCLADO Y DORADO CON ARROZ, BAÑADO DEL SALTEADO DE TRUCHA)	BS. 75.00
TACU TACU DE FREJOLES CON SALTEADO DE CARNE (DELICIOSO PURE DE QUINUA MEZCLADO Y DORADO CON ARROZ, BAÑADO DEL SALTEADO DE CARNE)	BS. 80.00
TACU TACU DE FREJOLES CON MARISCOS (DELICIOSO PURE DE QUINUA MEZCLADO Y DORADO CON ARROZ, BAÑADO DEL SALTEADO DE MARISCOS)	BS. 90.00

FUENTE: CARTA ALTAMAR COSTA ANDINA

1.3.2 Restaurantes de Comida Internacional en la Zona Sur

1.3.2.1 *El Sabor Gaucho*

Es un restaurante de comida argentina que ofrece una variedad de parrillas con “la mejor carne del mundo”, carne argentina, asado, tira, bife, chorizo, colita cuadril, parrilla completa, corderito, trucha a la parrillada y entre otros, son los platos que ofrece en su carta. Cuenta con una larga trayectoria en el mercado paceño y tiene su público ganado ya que ofrecen comida de calidad.

Se encuentra ubicado en:

- Calle Fernando Guachalla Nro. 319 entre Av. 6 de Agosto y Av. 20 de octubre.

Entre sus productos tenemos:

TABLA 61: ENTRADAS CALIENTES SABOR GAUCHO

ENTRADAS CALIENTES	COSTO
EMPANADA CRIOLLA ARGENTINA	BS. 6.00
CHORIZO	BS. 14.00
MORCILLA	BS. 14.00
RIÑONES A LA PARRILLA	BS. 24.00
CHINCHULES A LA PARRILLA	BS. 24.00
UBRE	BS. 23.00
PROVOLONE AL OREGANO(QUESO PROVOLONE A LA PARRILLA CON ACEITE DE OLIVA Y OREGANO)	BS. 31.00
PROVOLONE AL TOMATE (QUESO PROVOLONE A LA PARRILLA CON ACEITE DE OLIVA, OREGANO Y SALSA DE TOMATE)	BS. 38.00
MOLLEJAS	BS.14.00

FUENTE: CARTA SABOR GAUCHO

TABLA 62: CARNES A LA PARRILLA SABOR GAUCHO

CARNES A LA PARRILLA	COSTO
LOMO EN PIEZA (CARNE APROXIMADAMENTE 1.2 KG MUY BLANDA, MAGRA)	BS. 6.00
BIFE CHORIZO (CORTE DE CARNE TIPICO ARGENTINO EXTREMADAMENTE SABROSO Y TIERNO CON GRASA EN EL EXTREMO)	BS. 14.00
CHURRASCO DE CUADRIL (CARNE MUY RICA Y BLANDA DE LA PARTE DE LA CADERA CON UN POCO DE GRASA)	BS. 14.00
COLITA DE CUADRIL (CORTE EXTREMO DE CARNE CON SABOR UNICO Y MUY EXQUISITO- APRA DOS PERSONAS)	BS. 24.00
BIFE DE LOMO(PARTE MAS ANGOSTA DEL BIFE DE CHORIZO CON GRASA)	BS. 24.00
CHURRASCO DE FILETE (UNA PORCION INDIVIDUAL DE LOMO EN PIEZA)	BS. 23.00
ASADO DE TIRA (CORTE DE CARNE DE LAS COSTILLAS DE TERNERA CON HUESO Y GRASA)	BS. 90.00
VACIO (CARNE SABROSA CON GRASA Y MUY DELICIOSA)	BS. 90.00
MATAMBRE A LA PARRILLA (CARNE FINA PRINCIPALMENTE COCIDA CON VERDURAS A LA PARRILLA)	BS. 70.00
MATAMBRE A LA NAPOLITANA (CARNE FINA COCIDA CON VERDURAS A LA PARRILLA CON QUESO Y SALSA)	BS.75.00
PARRILLA COMPLETA - PARA DOS PERSONAS (SELECCIÓN DE DOS CARNES INCLUYENDO CHORIZO, MORCILLA, CHINCHULES, UBRE , RIÑON Y SALSA)	BS. 190.00

FUENTE: CARTA SABOR GAUCHO

1.3.2.2 Restaurant Gustu

Es un restaurante de comida boliviana gourmet, que su principal atractivo es la variedad gastronómica de Bolivia pero con un toque especial gourmet que lo hace mucho más agradable al paladar. Convencido de esta realidad, a mediados de la década de los 90 el empresario gastronómico danés Claus Meyer impulsó un movimiento de gran impacto social

dedicado a la mejora de la calidad de vida del ciudadano a través de su alimentación. Un movimiento que encontró sólidos cimientos en el Manifiesto de la Nueva Cocina Nórdica que incluye entre otros: basar la comida en ingredientes estacionales, procesos agrícolas sostenibles y la revaloración de la comida nativa. De esta manera se originó una filosofía de exploración de productos locales, descubrimiento de ingredientes salvajes y recreación de platos tradicionales, priorizando un enfoque de innovación y simplicidad.

Con este precedente, Claus Meyer y su fundación MeltingPot adoptaron el desafío de desarrollar un movimiento gastronómico boliviano basado en el Modelo Nórdico. Nace así MeltingPot Bolivia, una organización sin fines de lucro cuyo objetivo fundamental es valorizar y aprovechar la riqueza y el potencial de la cultura culinaria boliviana para posicionar a Bolivia como un destino turístico gastronómico de primer nivel. Y es así que a partir de esta fundación, Gustu viene sirviendo a sus clientes la mayor variedad de comida boliviana y podríamos decir que es el mejor restaurante de comida boliviana.

Se encuentra ubicado en:

- Calacoto, Calle 10 N° 300 (Zona Sur)

TABLA 63: ENTRADA GUSTU

ENTRADAS	COSTO
ZANAHORIAS CON PAN DE GARBANZO Y ARVEJAS CHINAS	BS. 70.00
PAPAS NATIVAS COCIDAS EN SAL ROSADA, FLORES Y ALCAPARRAS DE SAUCO	BS. 70.00
PALMITO SEDOSO CON CHARQUE DE ALPACA Y YEMA DE HUEVO	BS. 80.00
TRUCHA AHUMADA CON VERDURAS FERMENTADAS Y LLULLUCHA	BS. 80.00
TARTAR DE LLAMA CON YEMA DE HUEVO ENCURTIDA Y CAPUCHINA	BS. 80.00
LECHE DE TIGRE CON CHICHARRON Y MAIZ	BS. 70.00
CONEJO SUAVE CON CREMA DE CHOCLO, LIMON Y HIERBA LUISA	BS. 75.00

FUENTE: CARTA RESTAURANT GUSTU

TABLA 64: FONDOS GUSTU

FONDOS	COSTO
AMARANTO CREMOSO CON TOMATES CONFITADOS, ZAPALLO Y HIERBAS	BS. 85.00
RACACHA TOSTADA CON MANZANAS DE LA HUERTA Y MANZANILLA	BS. 85.00
SURUBÍ CON CEBOLLIN, PURE DE ESPINACA Y QUINUA CROCANTE	BS. 120.00
LECHON CON TAMARINDO, DURAZNOS, AJI COLORADO Y CHICHARRON	BS. 125.00
FILETE DE CORDERO CON PIEL DE MORA, ASAÍ Y CHUÑO CARAMELIZADO	BS. 125.00
RES MADURA CON TUETANO, CHIVE Y TOMATE	BS. 125.00
CACHETE DE RES CON PAPA PALA Y PINTA BOCA CREMOSA	BS. 125.00

FUENTE: CARTA RESTAURANT GUSTU

TABLA 65: POSTRES GUSTU

POSTRES	COSTO
HELADO DE QUESO DE CABRA CON LECHUGA ROMANA Y CHOCOLATE BLANCO	BS. 60.00
MERENGUE DE HIERBA BUENA CON SORBETE DE PIÑA	BS. 55.00
OCA CON SORBETE DE NARANJA Y GALLETAS SHORTBREAD	BS. 60.00
CHIRIMOYA CON TAMARINDO PICANTE Y OBLEAS DE TOMATE DE ARBOL Y OCA	BS. 65.00
PALTA FRESCA CON MIEL CROCANTE Y SORBETE DE CACAO	BS. 55.00
HELADO DE ACHIOTE ON TOCINO Y CEREZAS	BS. 65.00
BIZCOFLÁN CON GEL DE SULTANA Y HELADO DE FRUTO DE CAFÉ	BS. 60.00

FUENTE: CARTA RESTAURANT GUSTU

TABLA 66: PIQUEOS GUSTU

PIQUEOS	COSTO
CHIPS PAPAS NATIVAS CON CREMA DE HUACATAYA	BS. 25.00
CHARQUE DE RES DULCE Y PICANTE	BS. 25.00
PATACONES CON SARZA Y MOUSSE DE TRUCHA AHUMADA	BS. 30.00
ZONZO CON QUESO TOSTANO Y CARBON DE AJO	BS. 25.00
MINI MAJADITO, MOUSSE DE PATO, YEMA DE HUEVO Y PLATANO	BS. 30.00
TEQUEÑO CON SIROPE PICANTE	BS. 25.00
HUMINTAS ALA PLANCHA Y TOMATILLO VERDE	BS. 30.00
EMPANADA CON COLA DE RES	BS. 25.00
MINI BOLÓNES DE PLATANO, TOCINO Y CEBOLLA	BS. 25.00
SALTEÑAS DE COCA, CAÑAHUA Y ACHIOTE	BS. 30.00
SÁNDWICH DE CHOLA	BS. 30.00

FUENTE: CARTA RESTAURANT GUSTU

1.3.2.3 *Restaurante Paladar Cozinha Brasileira*

Es un restaurante que abrió sus puertas hace 4 años en la ciudad de La Paz y que brinda al público las diferentes variedades de comida típica de Brasil, así también una gran variedad de bebidas brasileñas, alcohólicas y no alcohólicas. Tiene bastante acogida debido a que es el único restaurante en su tipo.

Se encuentra ubicado en:

- Calle Ferrecio B-28, San Miguel (Zona Sur)

TABLA 67: ENTRADAS PALADAR

ENTRADAS	COSTO
COXINHAS DE POLLO	BS.30.00
RISOLES DE CARNE	BS.30.00
BOLINHAS DE QUEIJO	BS.15.00
KIPES	BS.15.00
PORCION MIXTA DE BOCADITOS	BS.45.00
RISOLOS DECAMARÃO	BS.35.00
FASTELZINHO DE CARNE DE SOL CON QUEIJO CREMA	BS.40.00

FUENTE: CARTA PALADAR

TABLA 68: PLATOS CON SABOR BRASILEIRO PALADAR

PLATOS CON SABOR BRASILEIRO	COSTO
MEDALLONES DE FILETE CON TOCINO A LA SALSA DE CHAMPIÑONES ACOMPAÑADO DE ARROZ, PAPAS FRITAS Y ENSALADA FRESCA	BS.50.00
FILETE A LAS CUATRO PIMIENTAS (DELICIOSO FILETE CON NUESTRA SALSA CACERA DE CUATRO PIMIENTAS ACOMPAÑADO DE ARROZ, PAPAS FRITAS Y ENSALADA)	BS.75.00
FILETE CON SALSA DE CEBOLLAS CAMELISADAS (FILETE A LA PLANCHA CON NUESTRA SALSA CACERA DE CEBOLLAM ACOMPAÑADO DE ARROZ, PAPAS FRITAS Y ENSALADA)	BS. 50.00
FILETE DE CAVALO (FILETE ALA PLANCHA CON DOS HUEVOS FRITOS, CON ARROZ, YUCA Y ENSALADA)	BS.50.00
FILETE ACEBOLLADO(FILETE A LA PLANCHA	BS. 50.00
FILETE DE POLLO A LA PLANCHA (SAZONADO A LAS FINAS HIERBAS Y LIMON ACOMPAÑADO DE ARROZ Y PAPAS RUSTICAS)	BS. 50.00
STROGONOFF FLAMEADO A LA CACHAÇA	BS 55.00.
TRUCHA A LAS ALCAPARRAS	BS.50.00

FUENTE: CARTA PALADAR

TABLA 69: BEBIDAS NO ALCOHOLICAS PALADAR

BEBIDAS NO ALCOHOLICAS (PERSONAL)	COSTO
GUARANA ANTARTICA	BS. 18.00
JUGOS DE FRUTA NATURAL DE LA ESTACION	BS. 14.00
COCA COLA, FANTA, SPRITE 350 ML	BS. 12.00
COCA COLA, FANTA, SPRITE(ZERO)	BS. 14.00
AGUA MINERA CON O SIN GAS	BS. 12.00

FUENTE: CARTA PALADAR

TABLA 70: BEBIDAS ALCOHOLICAS PALADAR

BEBIDAS ALCOHOLICAS (PERSONAL)	COSTO
CACHAÇA, CAIPISKOS, CAIPIRISSIMAS	BS. 30.00
HUARI	BS. 20.00
PACEÑA	BS. 20.00
EL SALAR	BS. 20.00
BRAHAMA	BS. 20.00
SKOL	BS. 30.00

FUENTE: CARTA PALADAR

TABLA 71: COCTELERIA PALADAR

COCTELERIA PALADAR	COSTO
CUBA LIBRE	BS 12.00
JOHNNIE WALKER RED LABEL	BS.100.00
JOHNNIE WALKER BLACK LABEL	BS.120.00
CHIVAS 12 AÑOS	BS. 180.00

FUENTE: CARTA PALADAR

1.3.2.4 Restaurante Japonés Samurái

Es un restaurante de comida típica japonesa que desde el 2005 se consideran la mejor opción en gastronomía japonesa en la ciudad de La Paz y garantizan una estadía totalmente placentera, ya que cuentan con una atención personalizada y calidad de primer nivel internacional.

Samurái cuenta con 3 ambientes muy acogedores diseñados para lograr su máxima confortabilidad durante su estadía, es así que cuentan con cuatro áreas:

- Área de Fumadores
- Área de NO Fumadores
- Sala VIP
- Salón de reuniones de Ejecutivos

Se encuentra ubicado en:

- Av. Montenegro # 1364, San Miguel (Zona Sur)

TABLA 72: SUSHIS SAMURAI

SUSHIS	COSTO
SHOGUN (MIX NIGUIRI LANGOSTINO, TRUCHA, PULPO, IKURA Y MAKIZUSHI)	BS. 90.00
NIGUIRI TRUCHA (BOLITAS DE ARROZ CON TRUCHA)	BS. 60.00
DRAGON ROLL (KANIKAMA, ESPINACA CUBIERTO DE CAMARON, PALTA Y TRUCHA)	BS. 80.00
PHILADELPHIA (TRUCHA, ESPINACA, QUESO CUBIERTO DE SESAMO)	BS. 70.00
CALIFORNIA ROLL (KANIKAMA, PEPINO, PALTA CUBIERTO DE SESAMO)	BS. 60.00
EBI MAKI (LANGOSTINO, SHITAKE, PEPINO, GENGIBRE ENVUELTO EN ALGA)	BS. 70.00
SAKANI MAKI (KANIKAMA, PALTA ENVUELTO EN TRUCHA)	BS. 70.00
PALTA MAKI (TRUCHA , PEPINO, CUBIERTO DE PALTA, QUESO CREMA)	BS. 60.00
TEMPURA MAKI (EBI TEMPURA, PLATA, CUBIERTO DE HUEVO)	BS. 70.00
TORI KIMUCHEE (ALITAS DE POLLO PICANTES)	BS. 30.00
HARUMAKI (ROLLITOS PRIMAVERA)	BS. 50.00
GYOZA (EMPANADITA DE CERDO Y VEGETALES)	BS. 30.00
TEMPURA EBI (CAMARONES REBOSADOS Y FRITOS)	BS 90.00
YAKISOBA EBI (FIDEOS SALTEADOS CON CAMARON Y VEGETALES)	BS. 90.00
CHAHAN EBI (ARROZ, SALTEADOS CON CAMARON Y VEGETALES)	BS.80.00
SASHIMI DE SALMON (FILETE DE SALMON FRESCO)	BS. 75.00
HOSOMAKI SAMURAI (VARIEDAD DE HOMOSAKI)	BS. 60.00
PLATO SAMURAI	BS. 165.00
EBI TERIYAKI (LANGOSTINO SON SALSA TERIYANI)	BS. 95.00

FUENTE: CARTA SAMURAI

TABLA 73: POSTRES SAMURAI

POSTRES	COSTO
GYOZA DE CHOCOLATE (EMPANADA AL VAPOR CON CHOCOLATE)	BS. 18.00
WAFLE CON HELADO DE SESAMO	BS. 25.00
CREP DE CHOCOLATE (CREP DE FRUTAS CON CHOCOLATE)	BS. 25.00
ROLL DE CHOCOLATE	BS. 20.00

FUENTE: CARTA SAMURAI

TABLA 74: BEBIDAS SAMURAI

BEBIDAS	COSTO
OCHA	BS. 15.00
TE JAZMIN	BS. 15.00
MATE	BS. 10.00
CAFÉ	BS. 10.00
AGUA MINERAL CON GAS DE 600 ML	BS. 7.00
AGUA MINERAL SIN GAS DE 600 ML	BS. 10.00
COCA COLA DE 500 ML	BS. 10.00
FANTA NARANJA DE 500 ML	BS. 10.00
SPRITE DE 500 ML	BS. 10.00
JARRA DE FRUTAS	BS. 35.00
PACEÑA PICO DE ORO 360 ML	BS. 22.00
BOTELLA HUARI 360 ML	BS. 22.00
VINO POR COPA	BS. 48.00
VINO ½ BOTELLA	BS. 75.00
VINO BOTELLA	BS. 135.00
SAKE GRANDE	BS. 85.00
SAKE MEDIANO	BS. 48.00

FUENTE: CARTA SAMURAI

1.3.3 Determinación de la oferta

Para hallar la oferta del pollo a la brasa en La Paz, se ha entrevistado a cada uno de los dueños y administradores de las empresas competidoras del rubro.

A continuación veremos un promedio de las ventas, en unidades (pollo a la brasa), obtenidas por cada competidor:

TABLA 75: OFERTA POTENCIAL DEL COMPETIDOR EN UNIDADES - PRODUCTO POLLO A LA BRASA

ITEM	EMPRESA / COMPETIDOR	VENTAS DIARIAS	
		LUNES - VIERNES	SABADO - DOMINGO
1	ROKY'S	90	180
2	REAL CHICKEN	60	120
3	DON POLLO 1	40	90
4	DON POLLO 2	35	60
5	DON POLLO 3	45	75
6	DON POLLO 4	50	80
7	DON POLLO 5	30	50
	TOTAL	350	655

FUENTE: INVESTIGACION POR FUENTE PRIMARIA MEDIANTE ENTREVISTA CON ADMINISTRADORES

ELABORACION: PROPIA

**TABLA 76: OFERTA POTENCIAL SEMANAL, MENSUAL Y ANUAL DEL
COMPETIDOR EN UNIDADES - PRODUCTO POLLO A LA BRASA**

		CANTIDAD DE SEMANAS AL MES		
		CANTIDAD DE MESES		
ITEM	EMPRESA / COMPETIDOR	VENTAS SEMANALES	VENTAS MENSUALES	VENTAS ANUALES
			4	
			12	
1	ROKY'S	810	3240	38880
2	REAL CHICKEN	540	2160	25920
3	DON POLLO 1	380	1520	18240
4	DON POLLO 2	295	1180	14160
5	DON POLLO 3	375	1500	18000
6	DON POLLO 4	410	1640	19680
7	DON POLLO 5	250	1000	12000
	TOTAL	3060	12240	146880

FUENTE: INVESTIGACION POR FUENTE PRIMARIA MEDIANTE ENTREVISTA CON ADMINISTRADORES

ELABORACION: PROPIA

Como se observa en el cuadro anterior la Oferta actual de pollo a la brasa en la ciudad de La Paz es de 12 240 pollos al mes y de 146 880 pollos al año.

Los datos anteriores reflejan que en La Paz no hay mucha oferta de pollo a la brasa. Entonces se ha realizado un análisis a los motivos que inducen a estos resultados y tenemos que:

- Son muy pocos los ofertantes que existen en la actualidad.
- Aún el mercado no se encuentra explotado en su máxima capacidad.
- La mayoría de empresas que ofertan el producto son relativamente nuevas en el mercado.
- Los competidores no realizan buenas estrategias de comercialización y tampoco impulsan el producto debido a que están muy ocupados atendiendo sus negocios que ya de por sí les resulta muy rentable.

1.4 ANALISIS DE LA DEMANDA

Para poder conocer mejor la demanda de nuestro producto en la ciudad de La Paz, así como las costumbres y requerimientos de los posibles clientes; vamos a desarrollar dos métodos de los cuales esperamos conseguir los mejores resultados. Estos métodos son las encuestas y los Focus Group, de esta manera podremos identificar los gustos y preferencias de los consumidores en La Paz.

1.4.1 Encuestas

Como primer método a desarrollar hemos considerado realizar encuestas a los ciudadanos de La Paz, las cuales tienen el único fin y propósito de hallar la demanda del producto y conocer los gustos y preferencias acerca de nuestro proyecto. (ver anexo 2)

A continuación veremos la población de La Paz distribuida en macro distritos; y de acuerdo a la siguiente tabla y con una muestra precisa, hemos desarrollado las encuestas para el presente proyecto.

TABLA 77: DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA POBLACION ENCUESTADA

ITEM	MACRO DISTRITO	POBLACION	PORCENTAJE	ENCUESTAS	HOMBRES	MUJERES
1	COTAHUMA	149211	18.8%	72	36	36
2	MAX PAREDES	153903	19.4%	74	37	37
3	PERIFERICA	148782	18.7%	72	36	36
4	SAN ANTONIO	129697	16.3%	63	32	31
5	SUR	141350	17.8%	68	34	34
6	MALLASA	5646	0.7%	3	1	2
7	CENTRO	61406	7.7%	30	15	15
8	HAMPATURI	2175	0.3%	1	0	1
9	ZONGO	1844	0.2%	1	0	1
TOTAL		794014	100%	384	190	194

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA- BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

Para hallar la muestra de la población a encuestar hemos tomado en cuenta la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

$$n = \frac{1.96^2 0.5 * 0.5 * 794014}{794014 * 0.05^2 + 1.96^2 0.5 * 0.5}$$

$$n = 384$$

De los cuales cada dato es importante y han sido recolectados en la ciudad de La Paz, Bolivia¹⁴, estos son:

¹⁴ Instituto Nacional de Estadística ubicado en Av. José Carrasco N° 1391-La Paz, Bolivia

n = tamaño de la muestra,

z = constante de nivel de confianza,

p = proporción de individuos que posee la característica de estudio,

q = proporción de individuos que no poseen la característica de estudio.

N = tamaño de población o universo,

e = error muestral deseado

Entonces para una población de 794 014, la muestra que debemos encuestar es de 384 personas, las cuales nos servirán para nuestro estudio. Para esto nosotros tenemos que viajar a la ciudad de La Paz y desarrollar personalmente las encuestas en tres puntos estratégicos donde haya mucha afluencia de público, por las zonas del lugar de estudio y encuestar a gente cuyas respuestas sean representativas de nuestros posibles clientes.

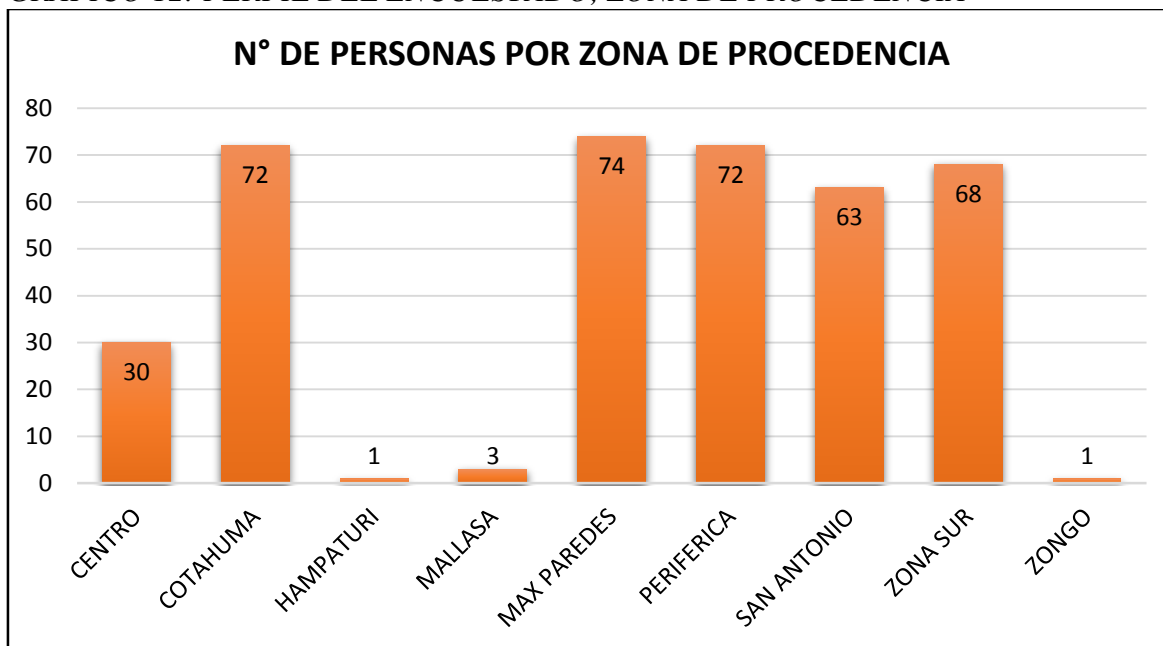
1.4.1.1 Resultados de Encuestas

Para desarrollar las encuestas hemos viajado a la ciudad de La Paz y se realizaron de acuerdo a la distribución por macro distritos. Los resultados obtenidos son los siguientes:

1.4.1.1.1 Perfil de los encuestados

Para empezar, tenemos que tener bien definido el perfil de los encuestados; es así que obtenemos los siguientes gráficos que demuestran que las personas encuestadas han sido las que presentan perfiles de posibles consumidores y es por eso que su opinión para nosotros va a ser muy importante.

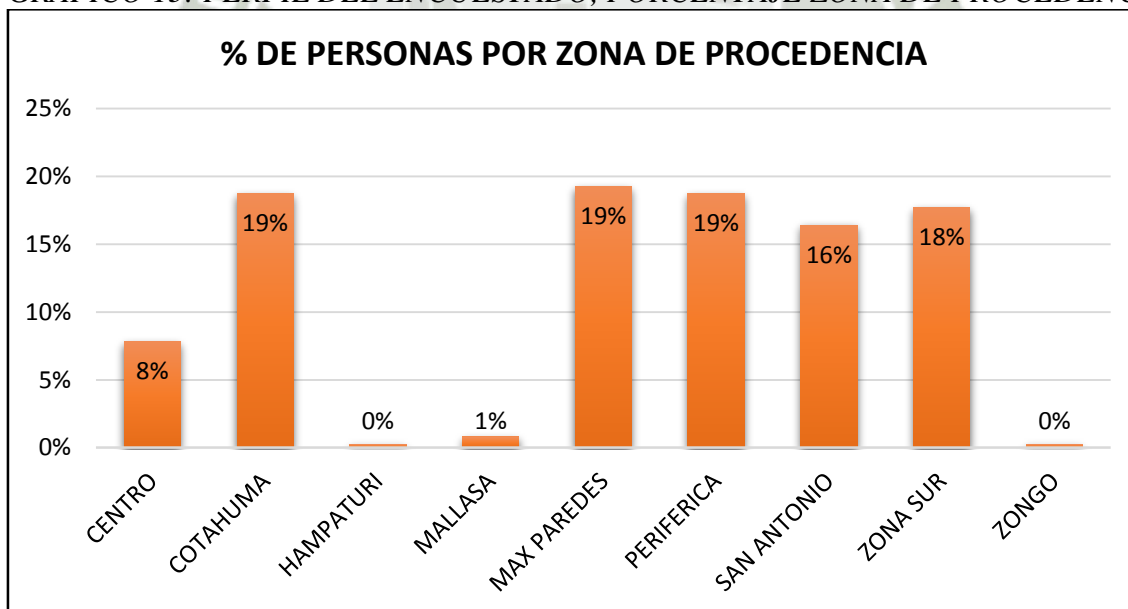
GRAFICO 12: PERFIL DEL ENCUESTADO, ZONA DE PROCEDENCIA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

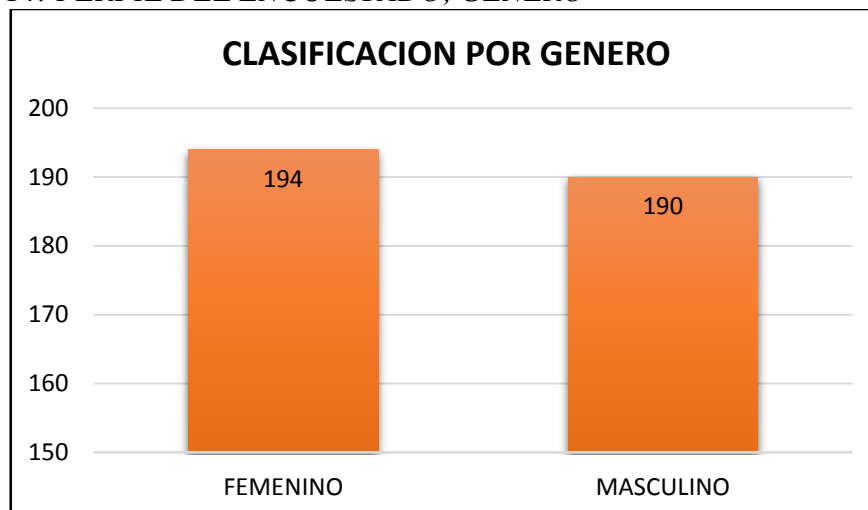
GRAFICO 13: PERFIL DEL ENCUESTADO, PORCENTAJE ZONA DE PROCEDENCIA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 14: PERFIL DEL ENCUESTADO, GENERO

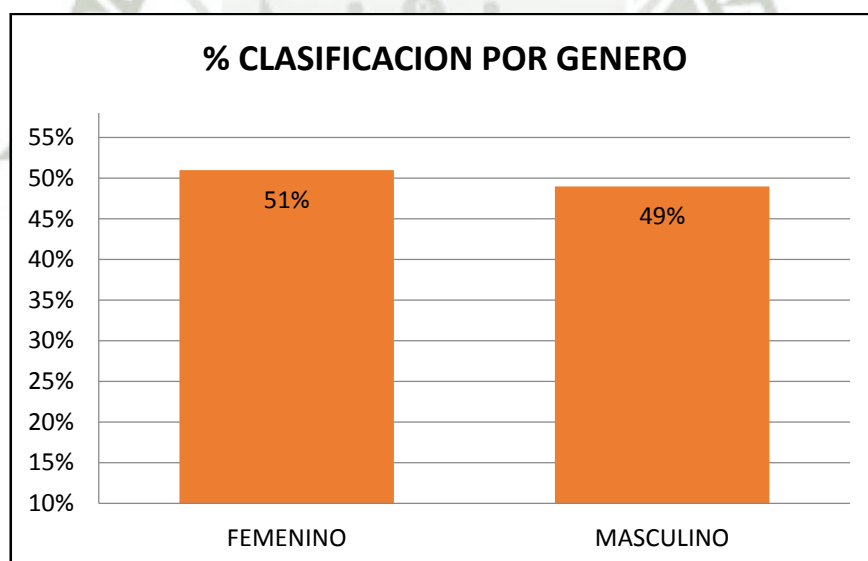


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

Se ha visto por conveniente encuestar en la misma cantidad de mujeres y hombres, para obtener resultados equitativos.

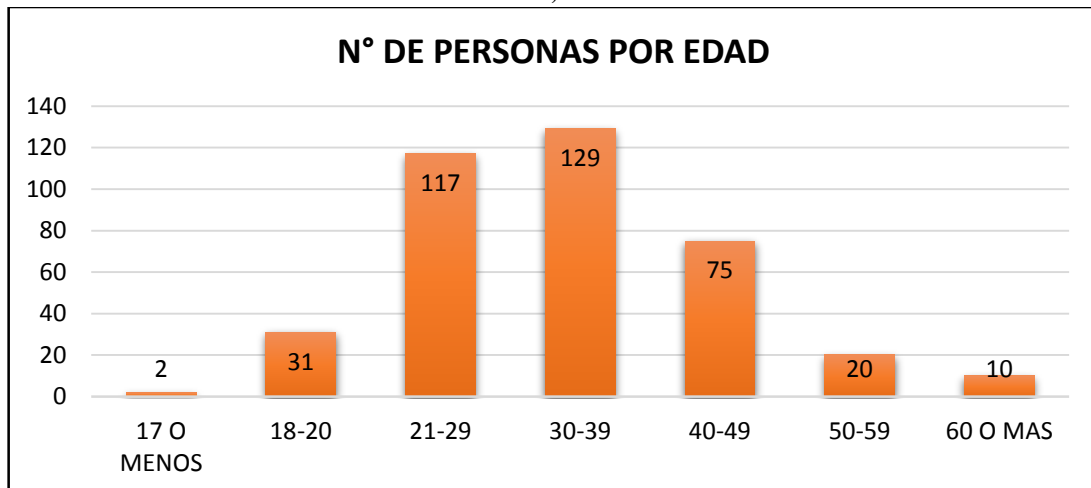
GRAFICO 15: PERFIL DEL ENCUESTADO, PORCENTAJE CLASIFICACION POR GENERO



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

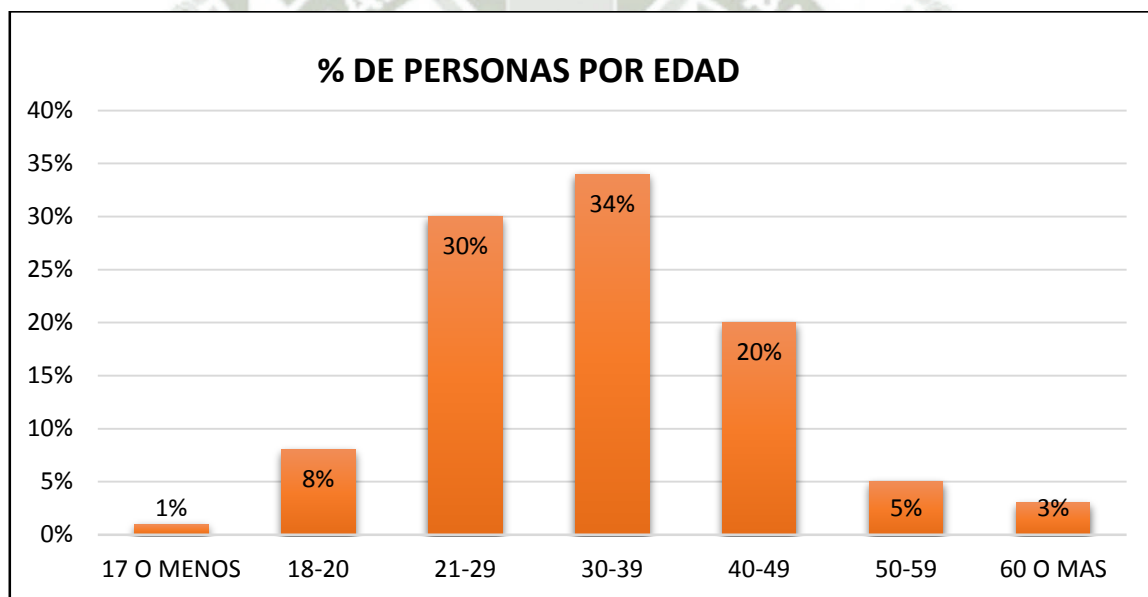
GRAFICO 16: PERFIL DEL ENCUESTADO, CLASIFICACION POR EDAD



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 17: PERFIL DEL ENCUESTADO, PORCENTAJE DE CLASIFICACION POR EDAD

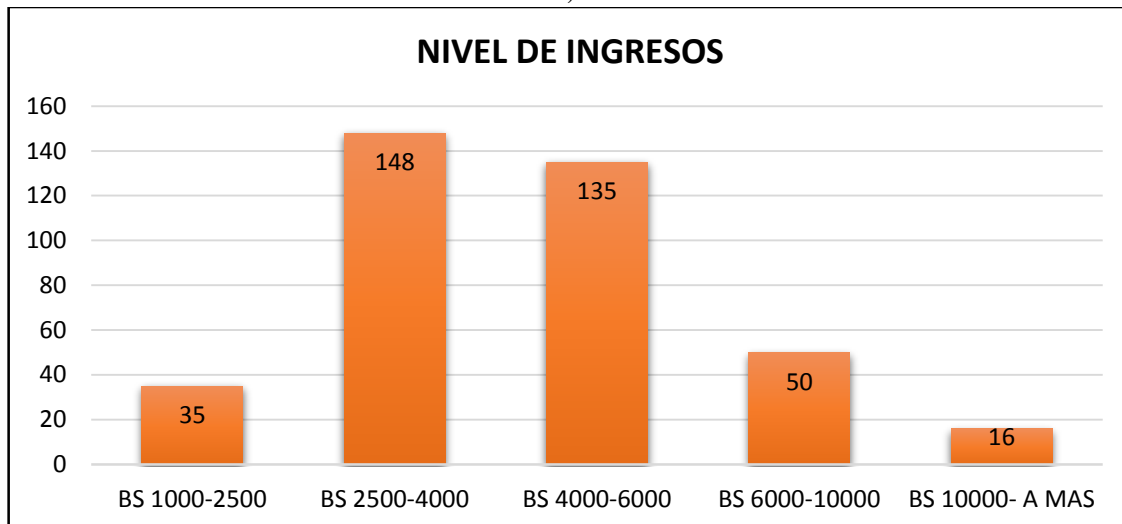


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

Se ha determinado que el rango de la edad de la mayoría de los encuestados sea entre los 21 años y 49 años, esto se debe a que podremos obtener información más precisa en esas edades.

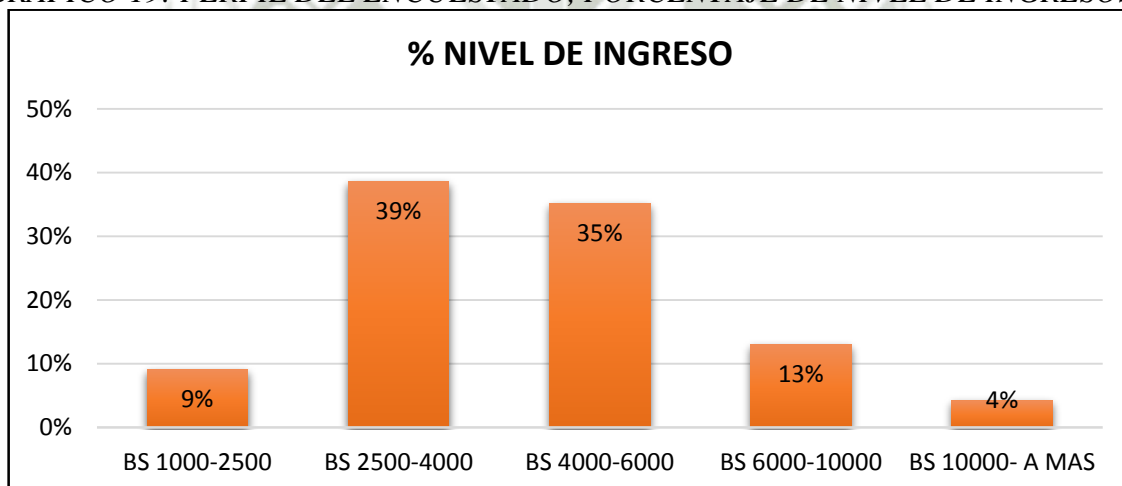
GRAFICO 18: PERFIL DEL ENCUESTADO, NIVEL DE INGRESOS



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 19: PERFIL DEL ENCUESTADO, PORCENTAJE DE NIVEL DE INGRESOS



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

Según el nivel de ingresos, la mayoría de los encuestados perciben entre Bs. 2 500 a Bs. 10 000, lo cual es un buen referente ya que el público al que nos orientamos son de estrato social A, B y C; y específicamente la clase B, ya que la mayor parte de la población pertenece a la clase media.

1.4.1.1.2 Pregunta N° 1 – Resultado

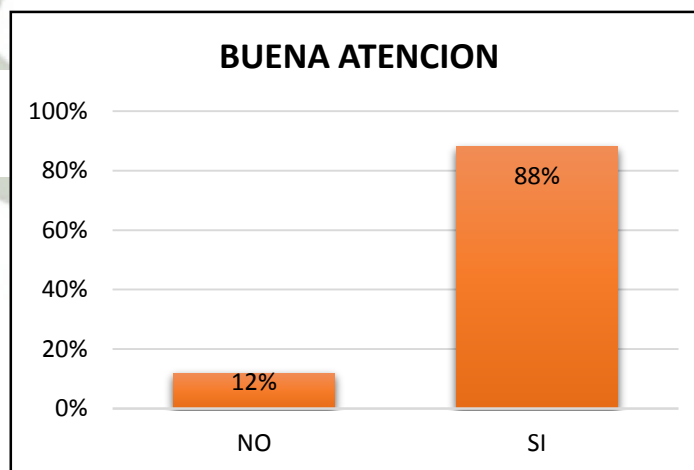
1. ¿Qué elementos influyen en Ud. para la elección de un restaurante familiar para un momento especial?

Para esta pregunta (abierta) se tenían seis alternativas que trataban de los motivos más importantes a la hora de elegir un restaurante familiar para un momento especial, es entonces que el encuestado podía escoger más de una opción y así también nosotros darnos cuenta cual es la más relevante para el consumidor paceño.

Según el consumidor paceño la razón más importante para elegir un restaurante es la buena atención y en seguida la buena sazón y el precio, quedando al final el ambiente agradable y buena ubicación, pero no por eso menos importantes, asimismo hay una buena cantidad que prefiere la combinación de todas estas, lo cual sería ideal a la hora de poner un negocio.

A continuación veremos los gráficos que demuestran el porcentaje de preferencia (por cada opción) del total de encuestados.

GRAFICO 20: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1 - BUENA ATENCION

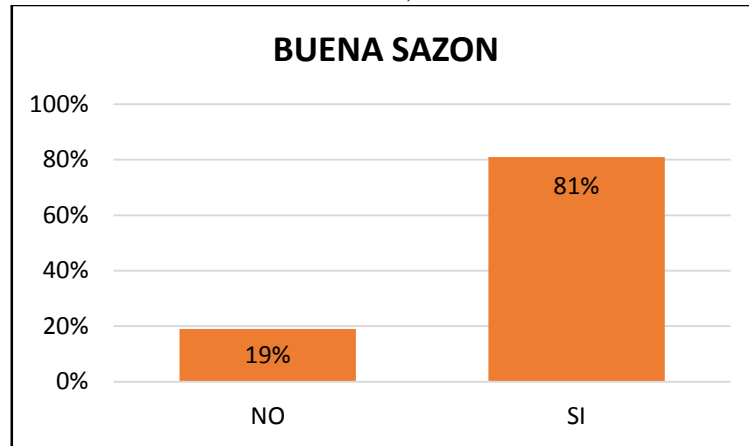


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

A un 88% de encuestados les parece un motivo importante al momento de elegir un restaurante.

GRAFICO 21: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1 - BUENA SAZON

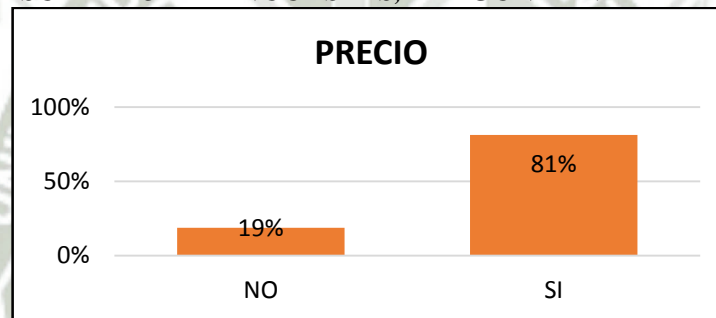


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION. PROPIA

A un 81% de encuestados les parece que la buena sazón es un motivo importante para elegir un restaurante.

GRAFICO 22: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1 - PRECIO

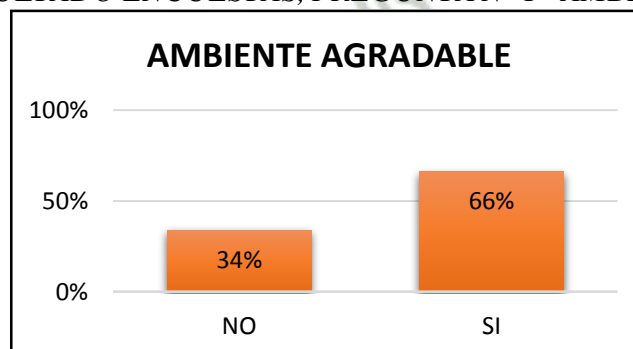


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

Al igual que la buena sazón, a un 81% de encuestados les parece que el precio es otro factor importante para elegir un restaurante.

GRAFICO 23: RESULTADO ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1 – AMBIENTE AGRADABLE

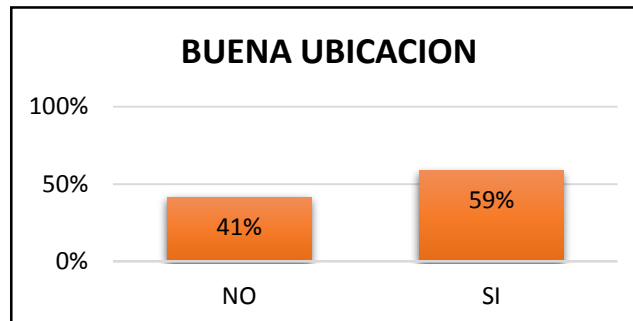


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION. PROPIA

Solo a un 66% de encuestados les parece que el ambiente agradable es una buena razón para elegir un restaurante.

GRAFICO 24: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1- BUENA UBICACION



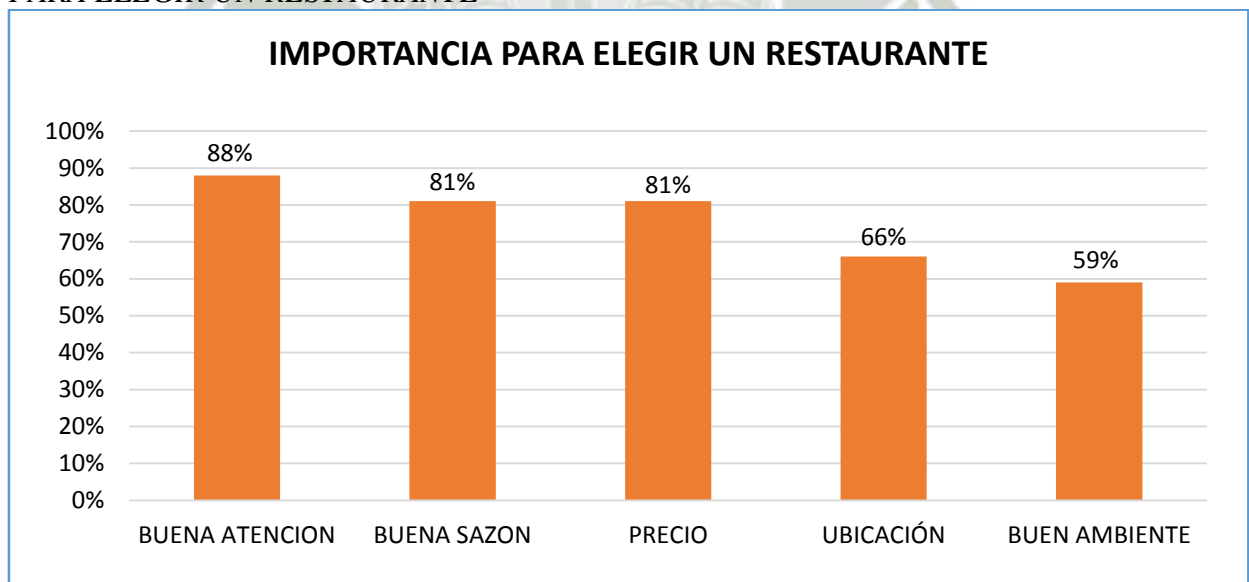
FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

En cuanto a la ubicación, se considera que es no tan relevante para elegir un buen restaurante ya que solo un 59% eligió también esta opción.

Concluimos en que de los cinco motivos que hay para elegir un restaurante, el más importante es la buena atención, seguido de la buena sazón y el precio. Así mismo hay una buena cantidad que eligió la opción “todas las anteriores”.

GRAFICO 25: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 1 – IMPORTANCIA PARA ELEGIR UN RESTAURANTE



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

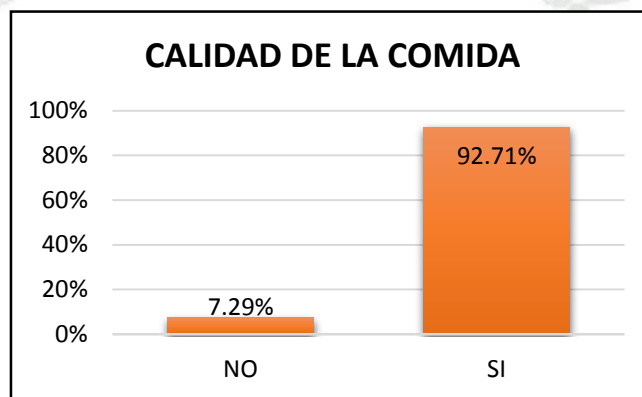
1.4.1.1.3 Pregunta N° 2 – Resultado

2. ¿Por qué regresaría usted a un Restaurante?

En los resultados tenemos que el motivo más importante para regresar a un restaurante es la calidad de la comida, con un 93% de elección; así también a un 80% le interesa la calidad del servicio y a un 70% le parece importante el precio.

A continuación veremos los gráficos por cada alternativa y la preferencia porcentual del público.

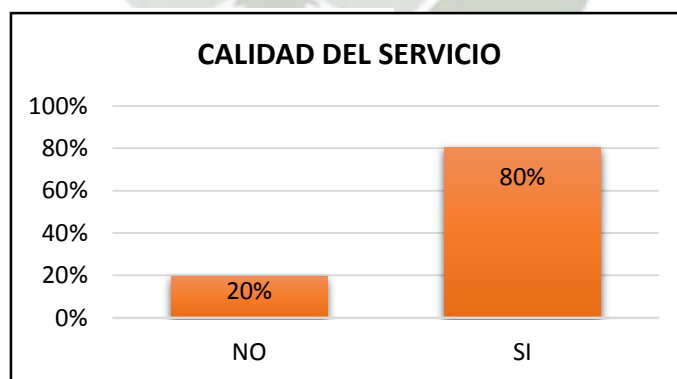
GRAFICO 26: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 2- CALIDAD DE LA COMIDA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

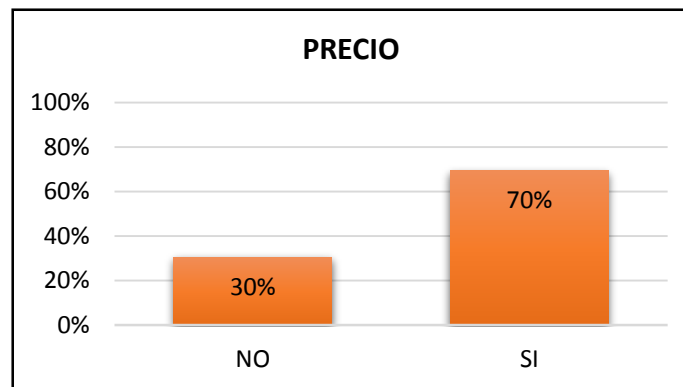
GRAFICO 27: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 2 - CALIDAD DEL SERVICIO



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 28: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 2- PRECIO



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

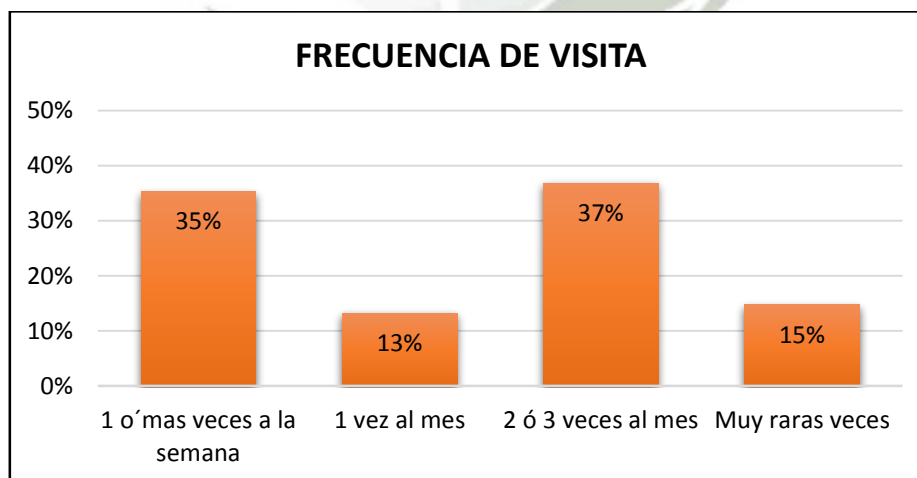
1.4.1.1.4 Pregunta N° 3 – Resultado

3. ¿Con qué frecuencia visita un restaurante en Calacoto?

Esta pregunta se realizó para saber la cantidad de veces que un consumidor puede ir a la zona de Calacoto a comer. Y el resultado fue que un 37% va entre 2 o 3 veces al mes, seguido del 35% que va a Calacoto 1 o más veces a la semana y un 15% que muy raras veces va a comer a este lugar y solo un 13% de los encuestados van una vez al mes.

Todo ello nos da a entender que hay mucha afluencia de público que acude a esta zona específica para degustar buenos platos de comida. En el siguiente gráfico podemos ver la preferencia de cada una de las opciones, según los encuestados:

GRAFICO 29: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 3 - FRECUENCIA DE VISITA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

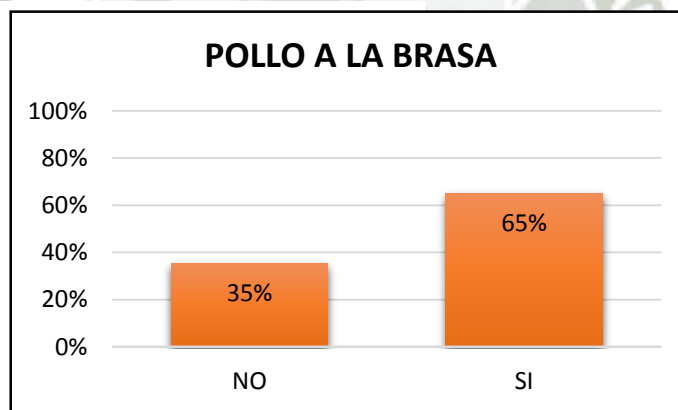
1.4.1.1.5 Pregunta N° 4 – Resultado

4. ¿Qué platos de comida peruana conoce usted?

Esta fue una pregunta de tipo abierta y pudimos darnos cuenta que la mayoría de los encuestados ya conocen el pollo a la brasa y que también es muy conocido el ceviche. Sin embargo el arroz chaufa y lomo saltado no son tan conocidos, mucho menos el rocoto relleno; pero ello no implica que sean platos que les gustaría conocer, sino todo lo contrario. A la mayoría de encuestados les parecían nombres muy atractivos de platos de comida y más aún al momento de explicarles en lo que consistían estos platos (rocoto relleno, arroz chaufa y lomo saltado). Entonces con esto podemos concluir en que ya son conocidos en La Paz, el pollo a la brasa y el ceviche, pero si se llegaran a ofrecer el rocoto relleno, el arroz chaufa y lomo saltado, se tendría un buen mercado, ya que los consumidores estarían dispuestos a probar estas nuevas opciones.

A continuación veremos el porcentaje de encuestados que conocen y que no conocen cada uno de los platos de comida:

GRAFICO 30: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 - POLLO A LA BRASA

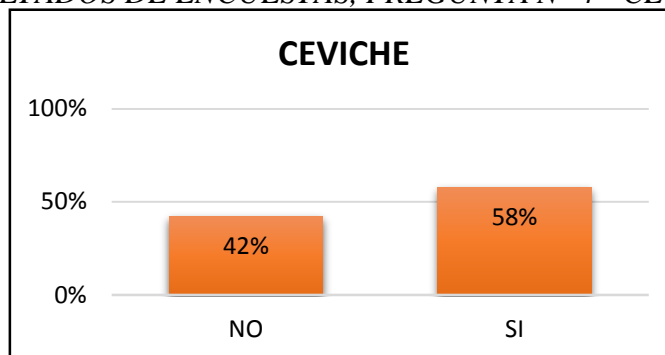


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

El 65% de encuestados conoce el pollo a la brasa mientras que el 35% no.

GRAFICO 31: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 - CEVICHE

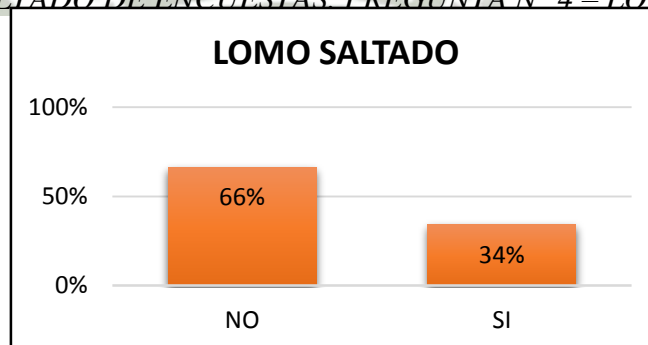


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

El 58% de encuestados conoce el ceviche mientras que el 42% no.

GRAFICO 32: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 – LOMO SALTADO

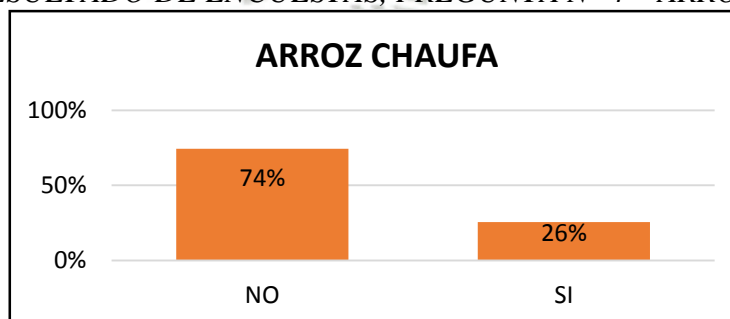


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

El 34% conoce el lomo saltado mientras que el 66% no conoce este plato.

GRAFICO 33: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 – ARROZ CHAUFA

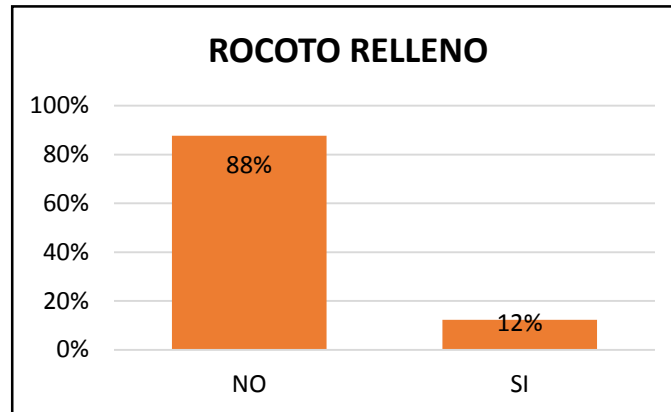


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

El 26% conoce el arroz chaufa mientras que el 74% no conoce este plato.

GRAFICO 34: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 – ROCOTO RELLENO



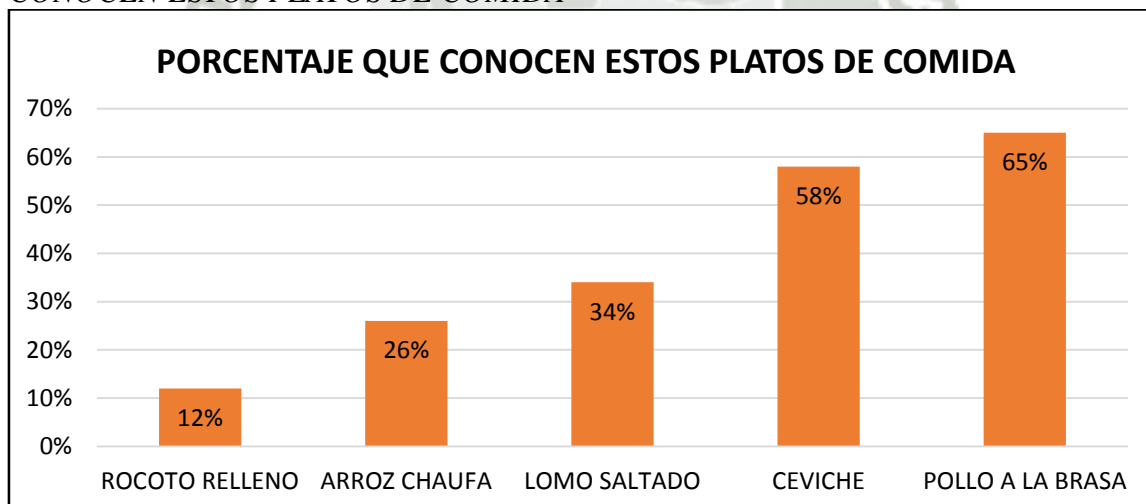
FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

El 12% conoce el rocoto relleno mientras que el 88% no lo conoce, sin embargo les parece muy atractivo, esto implica un buen mercado por explorar.

A continuación veremos un cuadro general que indica cuánto conocen los encuestados por cada plato de comida.

GRAFICO 35: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 4 - PORCENTAJE QUE CONOCEN ESTOS PLATOS DE COMIDA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

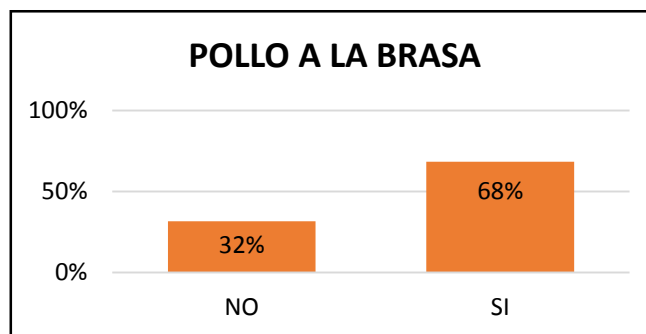
1.4.1.1.6 Pregunta N°5 – Resultado

- Si Ud. marcó alguna opción del 1 al 5 en la pregunta anterior ¿Cuál de esos platos le gusta más?

En esta pregunta también se podía marcar más de una opción puesto que los platos de comida gustan mucho a los encuestados y elegir solo una les era imposible.

A continuación veremos la preferencia porcentual por cada plato de comida.

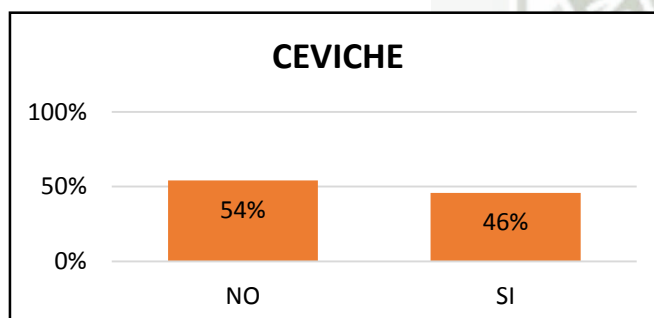
GRAFICO 36: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 5 – POLLO A LA BRASA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACIONA: PROPIA

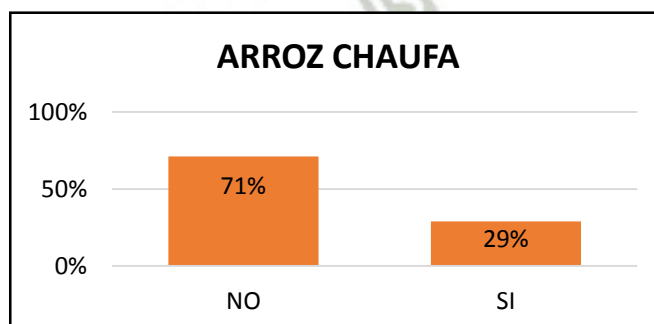
GRAFICO 37: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 5 - CEVICHE



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

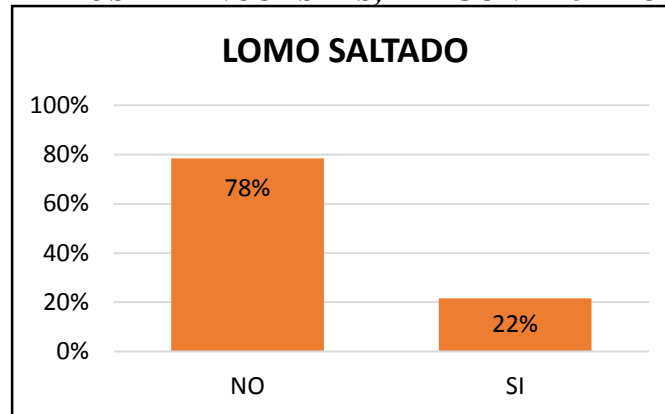
GRAFICO 38: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 5 - ARROZ CHAUFA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

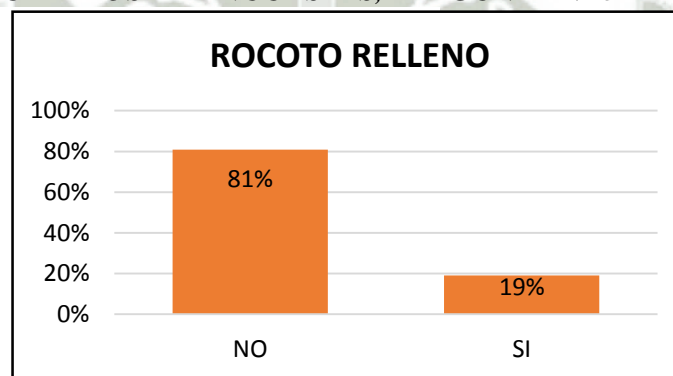
GRAFICO 39: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA 5 – LOMO SALTADO



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 40: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 5 – ROCOTO RELLENO



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

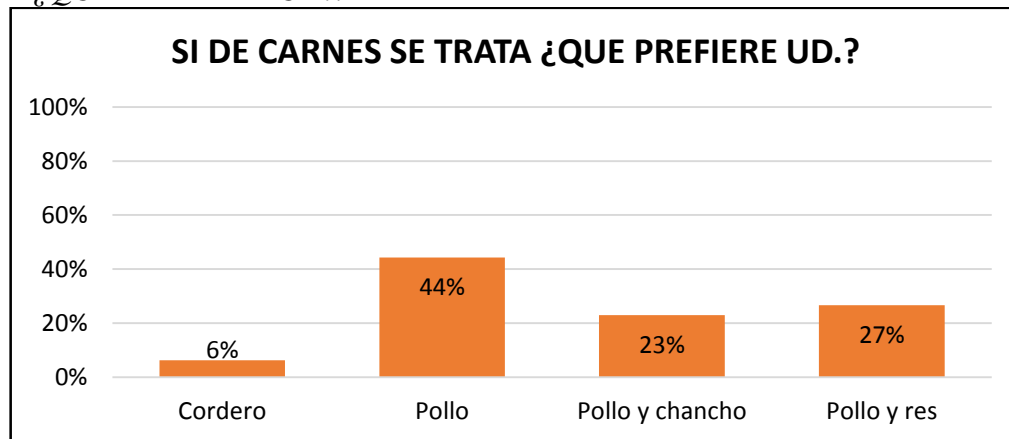
Concluimos en que: al público le gusta más el pollo a la brasa y ceviche, ya que también es lo que más conocen, sin embargo consideramos que si los otros platos fuesen tan conocidos como el ceviche entonces también se tendría un alto porcentaje de preferencia.

1.4.1.1.7 Pregunta N° 6 – Resultado

6. Para escoger un plato, si de carnes se trata, ¿qué prefiere Ud.?

Esta pregunta fue cerrada y la elección solo era para una alternativa. Aquí podemos ver que el 44% de encuestados prefiere solamente pollo y un 27% pollo y res, mientras que un 23% prefiere pollo y chanco y por ultimo un 6% prefiere solo cordero. En el siguiente gráfico se puede ver el nivel de preferencia porcentual, donde destaca el pollo como el preferido de los encuestados:

GRAFICO 41: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 6 – SI DE CARNES SE TRATA ¿QUE PREFIERE UD.?



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

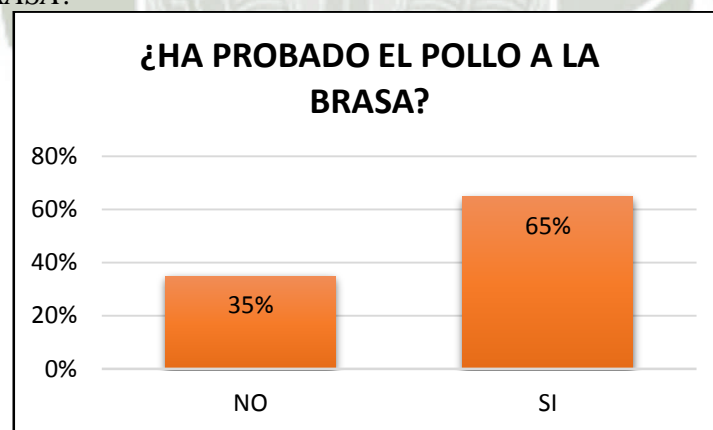
ELABORACION: PROPIA

1.4.1.1.8 Pregunta N° 7 – Resultado

7. ¿Ha probado Ud. Alguna vez el pollo a la brasa?

El resultado es parecido a quienes conocen o no el pollo a la brasa, con una ligera diferencia de un 3% que consideramos que son la cantidad de personas que conocen el producto por nombre pero todavía no han tenido la oportunidad de probarlo.

GRAFICO 42: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7 - ¿HA PROBADO EL POLLO A LA BRASA?



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

El 65% de encuestados ha probado en algún lugar el pollo a la brasa mientras que hay un 35% de encuestados que nunca ha probado este plato.

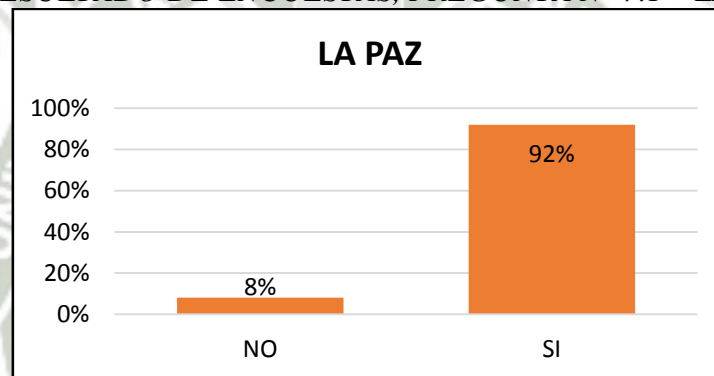
1.4.1.1.9 Pregunta N° 7.1 – Resultado

7.1 Para las personas que respondieron SI, ¿En qué ciudad ha probado pollo a la brasa?

Para esta pregunta el encuestado podía escribir libremente la ciudad (o ciudades) en la que ha probado alguna vez el pollo a la brasa. Hemos obtenidos diez ciudades tanto bolivianas como peruanas donde los encuestados han probado este plato. De las cuales, hay una mayor cantidad de encuestados que probaron el pollo a la brasa en La Paz, seguida de Santa Cruz, y las demás ciudades con porcentajes poco considerables.

Esto nos refleja que a pesar de ser pocos los lugares de venta (en Bolivia) de este producto, los encuestados reflejan que conocen este plato gracias a un restaurante de su país, es decir que no ha sido muy necesario el salir de Bolivia para conocer el pollo a la brasa.

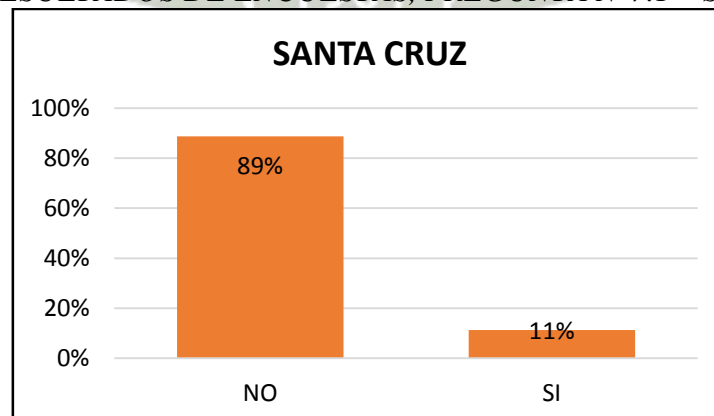
GRAFICO 43: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.1 – LA PAZ



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

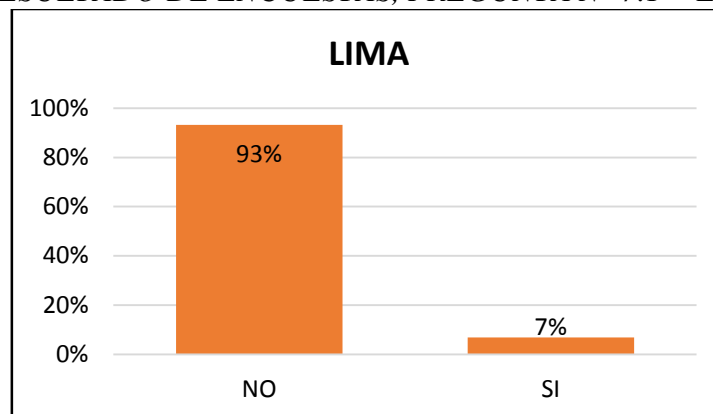
GRAFICO 44: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N°7.1 – SANTA CRUZ



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

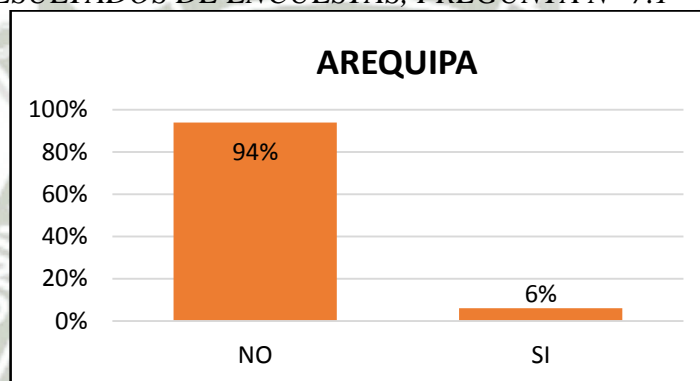
GRAFICO 45: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.1 - LIMA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

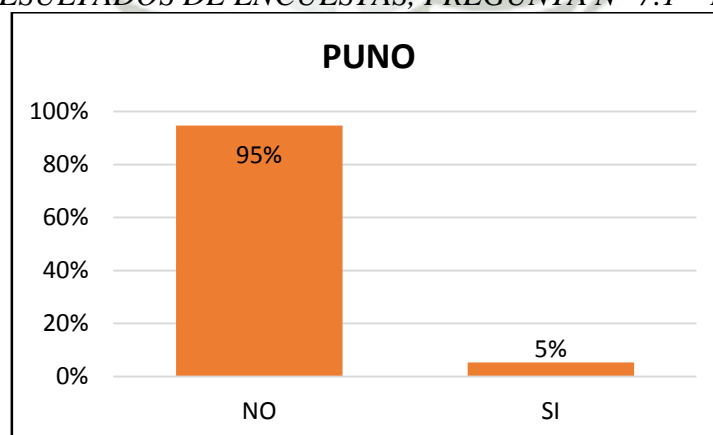
GRAFICO 46: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.1 – AREQUIPA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

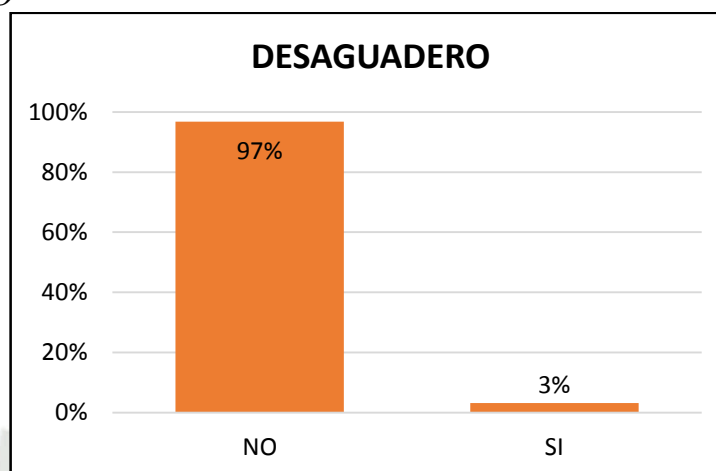
GRAFICO 47: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.1 – PUNO



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

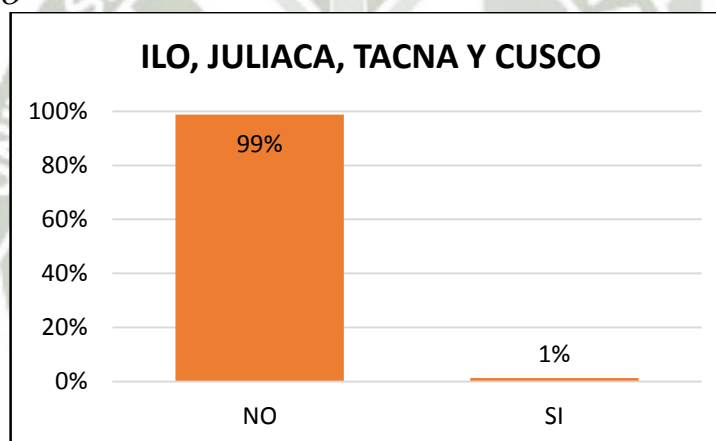
GRAFICO 48: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS, PREGUNTA N°7.1 – DESAGUADERO



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 49: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.1 ILO, JULIACA, TACNA Y CUSCO



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

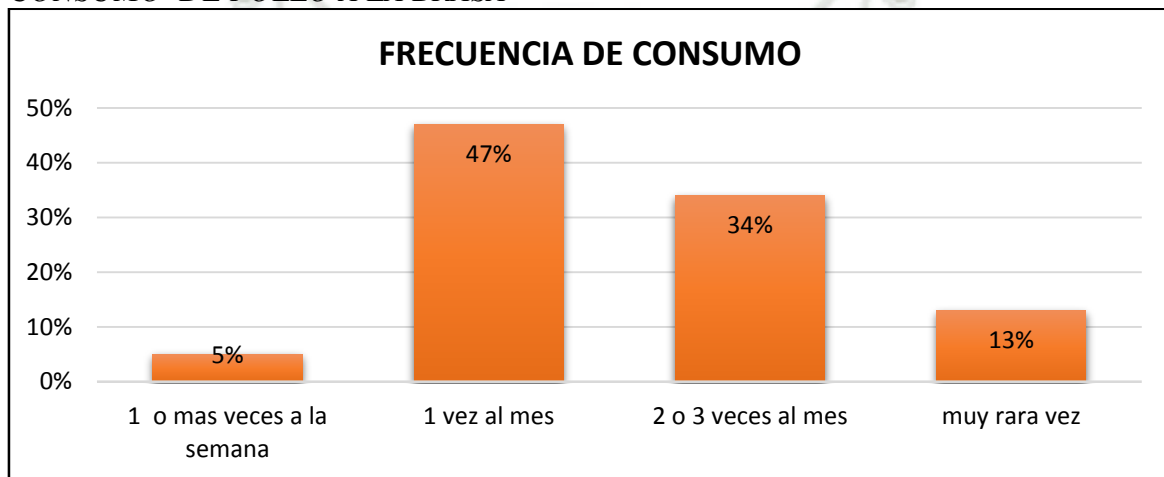
Para las ciudades del Perú, donde los encuestados han probado el pollo a la brasa, es importante decir que no es una gran cantidad (1%, 3%, 7%), pero si es una buena fuente de inducción del producto en el consumidor; debido a que todos los encuestados que han probado el pollo a la brasa en Perú han quedado completamente satisfechos y es por eso que lo consumen en su país, en medida que les sea posible.

1.4.1.1.10 Pregunta N° 7.2 – Resultado

7.2 ¿Con qué frecuencia le gusta comer pollo a la brasa?

La frecuencia de consumo de los encuestados fue de un 47 % (mayoría) una vez al mes, mientras que un 34% (cantidad significativa) que consume pollo a la brasa 2 o 3 veces al mes, hay un 13 % que respondieron que muy rara vez comen pollo a la brasa y solo un 5% que consume pollo a la brasa una o más veces a la semana. Estos resultados nos indican que no hay “costumbre” por el consumo de pollo a la brasa, lo cual indica que no es un mercado que este siendo completamente explotado.

GRAFICO 50: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.2 – FRECUENCIA DE CONSUMO DE POLLO A LA BRASA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

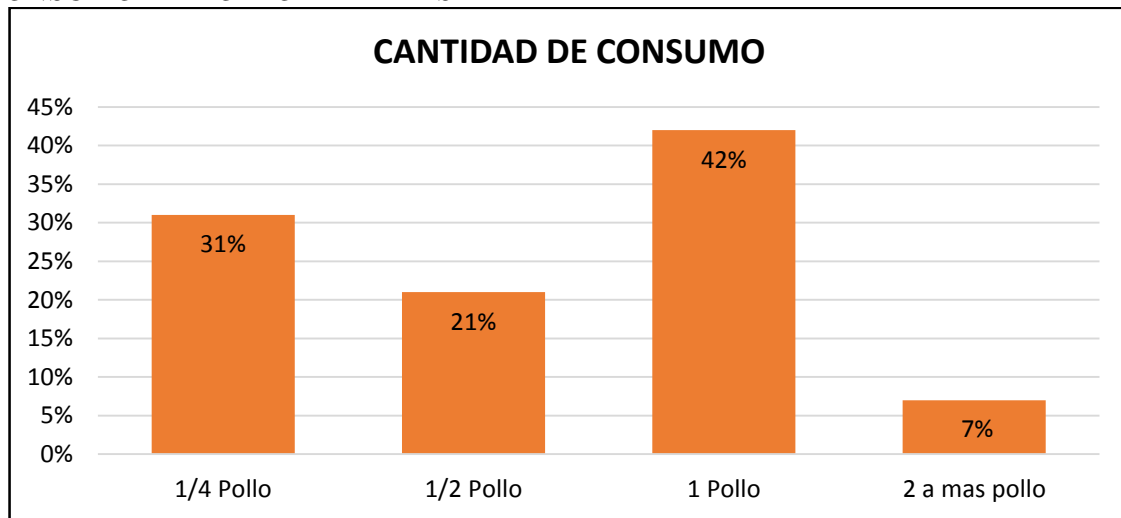
ELABORACION: PROPIA

1.4.1.1.11 Pregunta N°7.3 – Resultado

7.3 Cuando va a comer pollo a la brasa, ¿Qué cantidad pide?

La mayoría de encuestados respondieron que piden un pollo entero, debido a que cuando van a comer no lo hacen solos, sino acompañados de su familia o amigos. También hay otro buen porcentaje que sólo piden un cuarto de pollo o medio pollo y son pocos lo que piden 2 o más pollos. A continuación veremos (en porcentajes) cómo se divide la preferencia, a la hora de pedir pollo a la brasa.

GRAFICO 51: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.3 – CANTIDAD DE CONSUMO DE POLLO A LA BRASA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

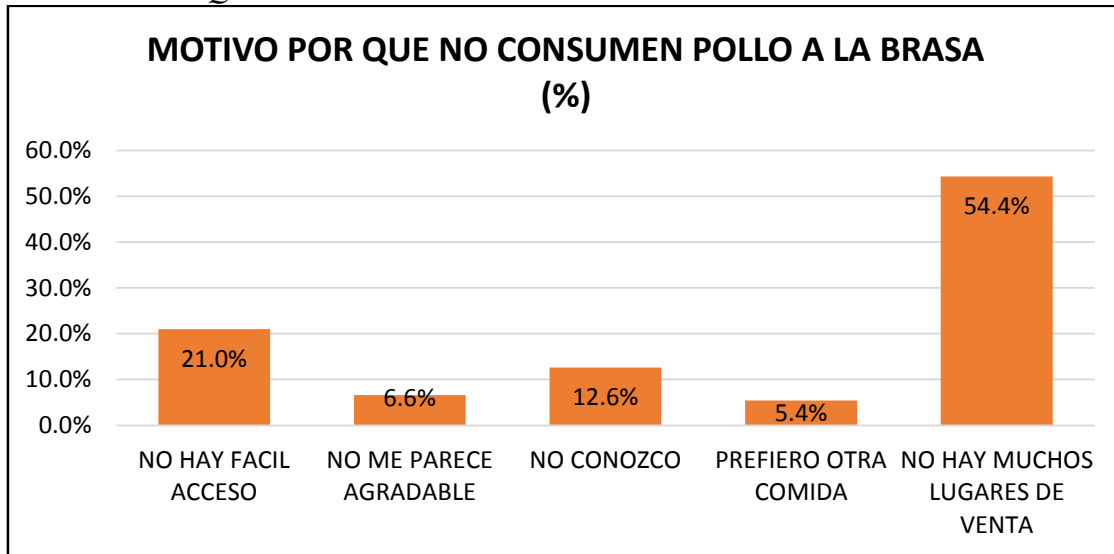
1.4.1.12 Pregunta N° 7.4 - Resultado

7.4 Si su respuesta es NO, Indicar por qué motivo

Para esta pregunta hemos trabajado con las personas que respondieron que NO conocen el pollo a la brasa, es decir solamente un 35% de encuestados (134 personas) quienes nos indicaron los diversos motivos del porqué de su respuesta.

A continuación veremos dos cuadros que nos reflejan la cantidad porcentual y numérica de las personas que no han probado pollo a la brasa; especificando cada motivo considerado.

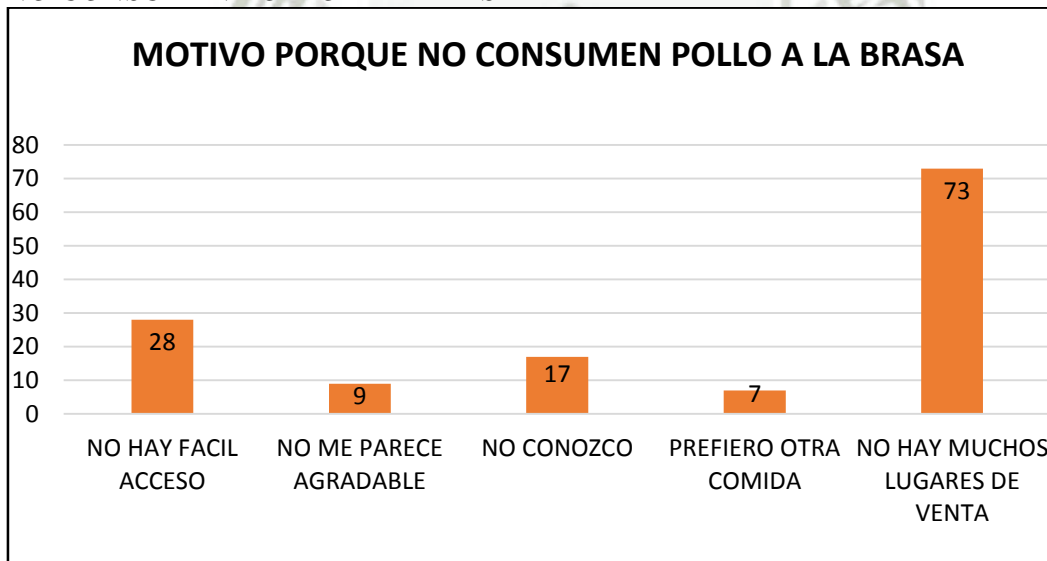
GRAFICO 52: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.4 – PORCENTAJE DEL MOTIVO POR QUE NO CONSUMEN POLLO A LA BRASA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 53: RESPUESTA DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 7.4 – MOTIVO POR QUE NO CONSUMEN POLLO A LA BRASA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

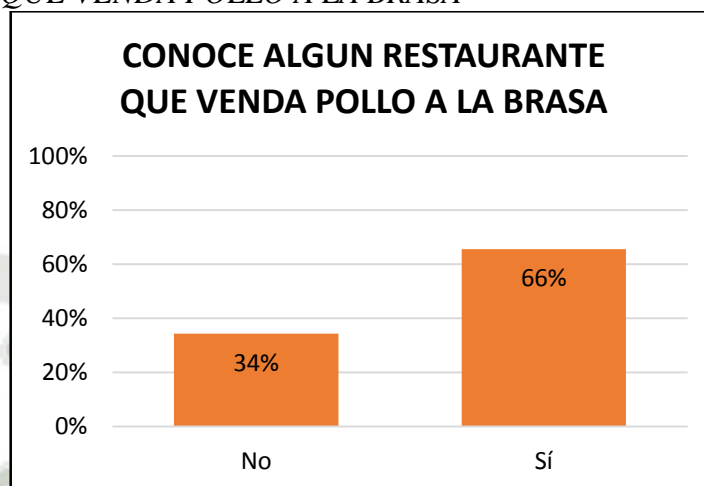
ELABORACION: PROPIA

En los cuadros anteriores nos podemos dar cuenta que el principal motivo para que la gente no consuma pollo a la brasa es que no existen muchos lugares que vendan este producto, seguido del motivo de factor distancia, es decir que el lugar o lugares donde hay pollo a la brasa no está a su alcance; y ya después tenemos ligeros porcentajes que indican que no conocen el pollo a la brasa o prefieren otra comida o no les parece agradable.

1.4.1.13 Pregunta N° 8 – Resultado

8. ¿Conoce algún restaurante que venda pollo a la brasa?

GRAFICO 54: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 8 – CONOCE ALGUN RESTAURANTE QUE VENDA POLLO A LA BRASA



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

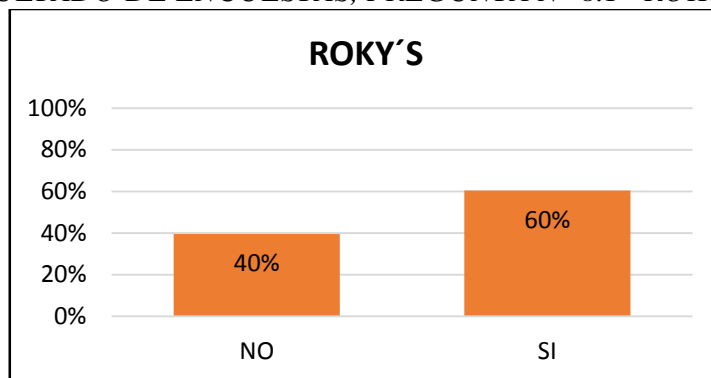
Para esta pregunta, además de sólo saber si conocen restaurantes que vendan pollo a la brasa también hicimos la siguiente pregunta: ¿Qué restaurantes conoce?

Y el resultado acerca del posicionamiento, en cuanto a nombre de restaurante que vende pollo a la brasa, es el siguiente:

1.4.1.14 Pregunta N° 8.1 – Resultado

8.1 Si su respuesta es Sí, indicar el nombre

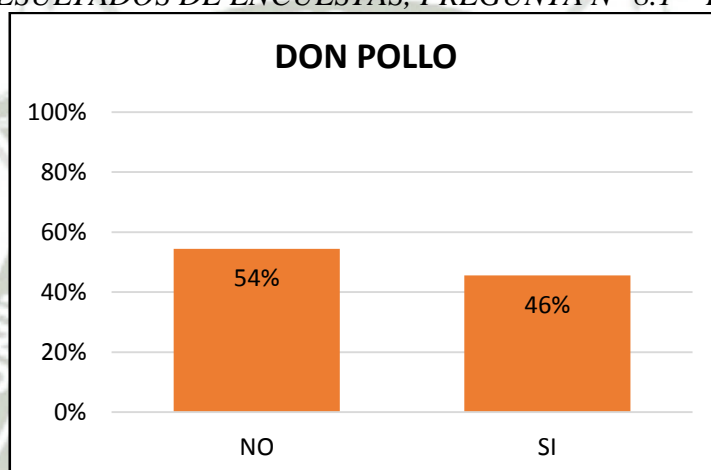
Grafico 55: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 8.1 –ROKY'S



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

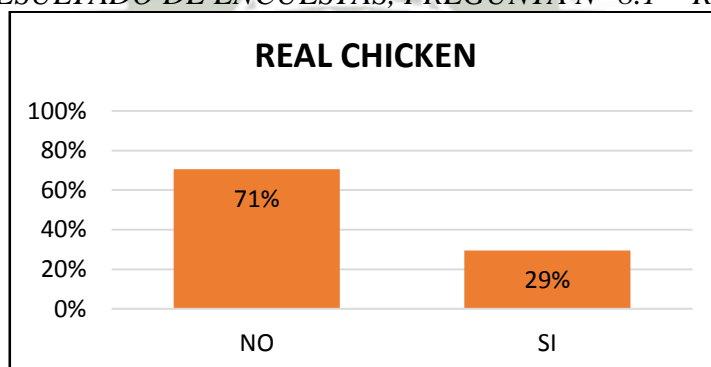
GRAFICO 56: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 8.1 – DON POLLO



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 57: RESULTADO DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 8.1 - REAL CHICKEN



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

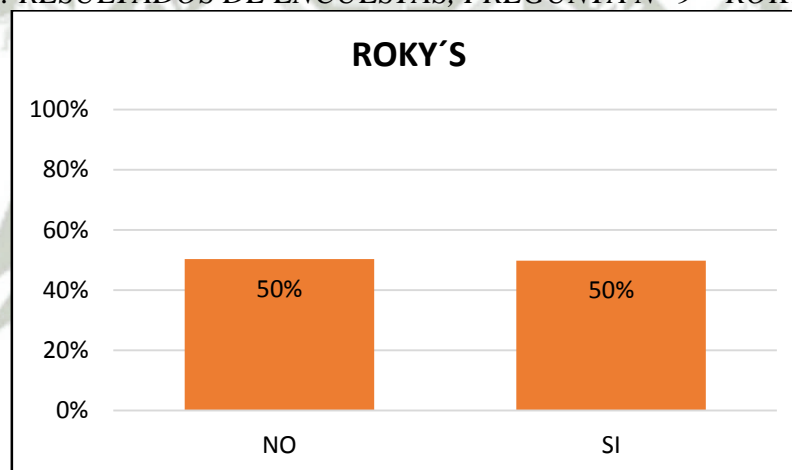
Después de ver los gráficos anteriores podemos decir que, de los restaurantes que venden pollo a la brasa en La Paz, Roky's es el más conocido, seguido por poco de Don Pollo y ya en una cantidad menor se encuentra Real Chicken. Este sería el resultado sólo de conocer la marca de estos restaurantes, mas no implica necesariamente el mejor sabor o mayor preferencia de los mismos¹⁵.

1.4.1.1.15 Pregunta N° 9 - Resultado

9. ¿Ha escuchado alguna vez el nombre de alguna de estas pollerías peruanas?

Con esta pregunta pretendíamos saber que tanto conocen de las pollerías peruanas en La Paz y el resultado fue que del 65% de personas que conocen el pollo a la brasa, un 50% conoce Roky's.

GRAFICO 58: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 9 – ROKY'S

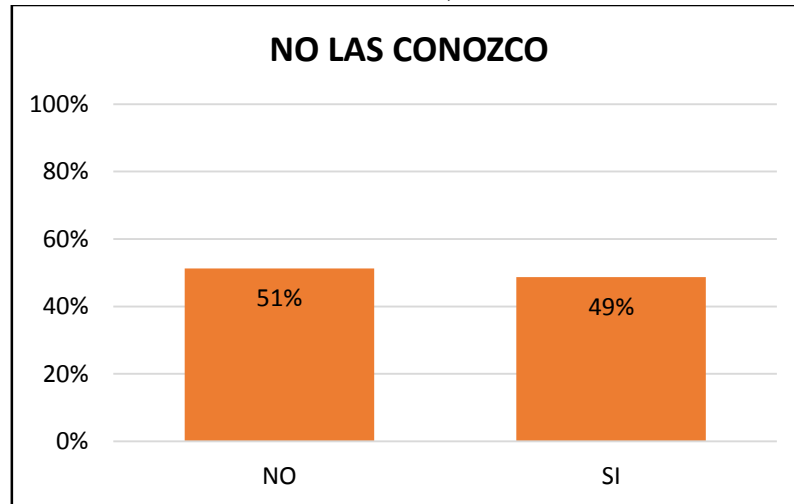


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

¹⁵ Debido a que Don Pollo tiene mayor participación en el mercado, de acuerdo a sus ventas y cantidad de locales.

GRAFICO 59: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 9 - NO LAS CONOZCO

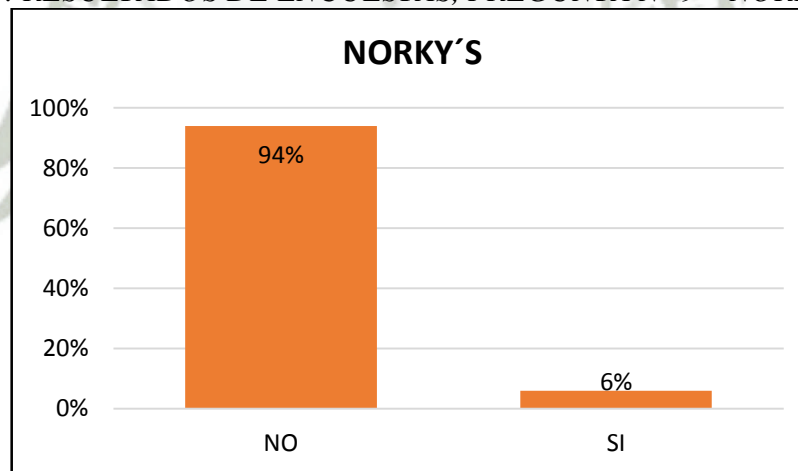


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

Hay un 49% de 250 personas que no conocen ninguno de los nombres de pollerías peruanas que teníamos como alternativas.

GRAFICO 60: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 9 – NORKY´S

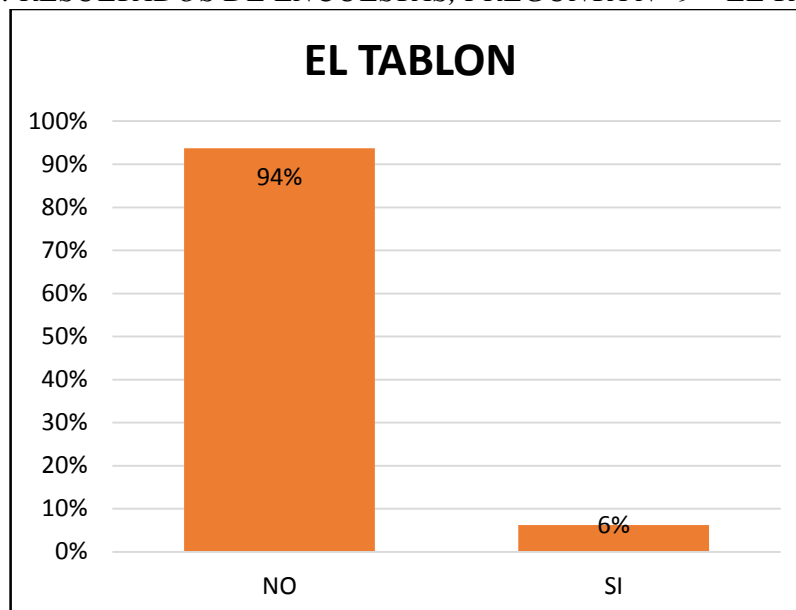


FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

Un 6% de 250 personas indican que conocen la pollería Norky´s, esto debido a que son personas que han estado en diferentes ciudades del Perú.

GRAFICO 61: RESULTADOS DE ENCUESTAS, PREGUNTA N° 9 – EL TABLON



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

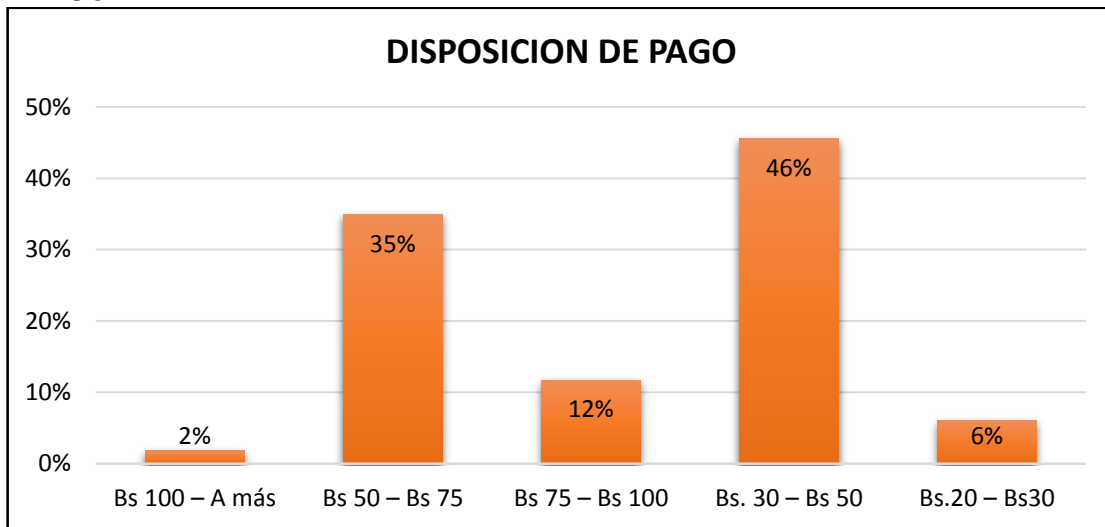
Un 6% de 250 personas indican también que conocen la pollería El Tablón debido a que han estado en Arequipa, Tacna y/o Cusco. Lo cual es buen referente, ya que como empresa no somos completamente desconocidos.

1.4.1.1.16 Pregunta N° 10 - Resultado

10. ¿Cuánto está dispuesto Ud. a pagar en un restaurante de Calacoto?

Para finalizar la encuesta quisimos saber cuáles son las pretensiones de pago cuando asisten a comer en Calacoto, considerando que es un motivo especial o un almuerzo familiar. En el siguiente gráfico veremos los porcentajes sobre las diferentes alternativas en cuanto a la disposición de pago por persona.

GRAFICO 62: RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS, PREGUNTA N° 10 –DISPOSICION DE PAGO



FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

La mayoría de encuestados (46%) pagarían entre 30 a 50 Bs. por persona, y otra cantidad considerable (35%) pagaría entre 50 a 75 Bs. por persona, lo cual nos es gratificante e interesante debido a que hay una buena cantidad de personas que están acostumbrados a pagar muy bien en Calacoto.

1.4.2 Focus Group

El desarrollo del Focus Group también se tiene que desarrollar en la ciudad de La Paz y nuestra planificación para realizar esto es haciéndolo en dos grupos de siete personas; estas personas serán escogidas de manera estricta ya que su opinión y su participación en cada grupo va a ser importante para poder nosotros darnos cuenta de las preferencias, usos y costumbres que tendrían nuestros posibles clientes.

1.4.2.1 Descripción y perfil de invitados

Para llegar a una mejor comprensión acerca de nuestro producto y el propósito de esta tesis hemos determinado usar este método de trabajo que son los Grupos de Enfoque, los cuales, si bien es cierto, no nos van a dar el más amplio y completo comportamiento de toda la clientela, nos puede dar a conocer ciertos puntos de vista y aspectos claves de nuestros posibles clientes.

Entonces hemos visto por conveniente desarrollar los grupos de enfoque en dos días y en dos grupos diferentes, para los cuales se ha invitado entre siete y ocho personas por grupo con características específicas y determinantes sobre el comportamiento, cultura, costumbres, posición social, etc. Para elegir a estas personas, se han considerado los siguientes perfiles:

Primer grupo:

- 2 personas que hayan probado pollo a la brasa en Bolivia
- 1 persona que conozca el Perú
- 1 persona que conozca El Tablón Food Center.
- 1 chef o conocedor de comida internacional.
- 1 persona que le guste la comida peruana.
- 1 persona que no conozca la comida peruana

Segundo grupo:

- 2 personas que hayan probado pollo a la brasa en Bolivia
- 1 persona que conozca el Perú
- 1 persona que conozca El Tablón Food Center
- 1 persona que le guste la comida peruana
- 1 personas que no conozcan la comida peruana.
- 1 persona que haya probado pollo a la brasa en Perú y en Bolivia

Todas estas personas están en un rango de edad de 21 a 50 años y en una condición económica social de estratos A, B y C.

Una vez elegidos los patrones para los invitados al Focus Group, tuvimos que escoger a las personas específicamente y fue así que se contaron con las participaciones de:

Grupo 1:

- Fernando Céspedes Salcedo, 26 años, trabaja en una empresa del rubro de la ingeniería de sistemas. Vive en Achumani – Zona Sur.
- Carlos Rodríguez Rivera, 24 años, estudiante de medicina en la Universidad Mayor de San Andrés. Vive en Irpavi – Zona Sur.
- Adriana Velarde Trujillo, 37 años, trabaja como supervisora regional de una importadora farmacéutica. Vive en Obrajes – Zona Sur.

- Thiani Aguirre Velarde, 18 años, estudiante del primer ciclo de administración. Vive en Obrajes – Zona Sur.
- Juan Pablo Belmonte Marañón, 40 años, trabaja en la Caja Petrolera de salud como administrador de sistemas y redes. Vive en Obrajes – Zona Sur.
- Daniela Rodríguez Rivera, 20 años, estudiante de derecho en la Universidad Mayor de San Andrés. Vive en Sopocachi – Zona Sur.
- Roxana Larico Enriquez, 35 años, es chef de un restaurante de comida peruana con preparación en Lima – Perú. Vive en el centro de la ciudad de La Paz.

Grupo 2:

- Fabiola Choque Alconz, 24 años, administradora de una importadora de telas y estudiante de publicidad y marketing en la Universidad Católica San Pablo de Bolivia. Vive en la calle Los Andes 301, Centro de la ciudad.
- Milena Muller Tito, 22 años, estudiante de administración en la Universidad Católica San Pablo de Bolivia. Vive en Cotahuma.
- Grover Maceda Salazar, 28 años, Ingeniero industrial y trabaja en una estación surtidora de combustible como gerente. Vive en Villa Copacabana. Zona Max Paredes.
- Alejandro Vargas Magne, 34 años, es comunicador de profesión y trabaja como periodista en un programa de televisión. Vive en Alto Obrajes - Zona Sur.
- Liliana Paredes Quisberth, tiene 29 años, es egresada de comunicación social y trabaja en una empresa de eventos. Vive en Sopocachi – Zona Sur.
- Johana Salinas Miranda, 31 años, trabaja en el área de marketing de un restaurante de comida boliviana. Vive en Calacoto – Zona Sur.
- Shirley Quiñonez Tindal, 36 años, es psicóloga de profesión y trabaja en el área de recursos humanos para una empresa de telecomunicaciones. Vive en Alto Irpavi – Zona Sur.

Una vez escogidos los invitados hemos procedido a coordinar las citas y los lugares donde realizaremos el Focus Group y así como coordinar la degustación del pollo a la brasa peruano, la chicha morada de El Tablón y la gaseosa Kola Escocesa de Arequipa.

A continuación relataremos todo lo acontecido en cada uno de los grupos de enfoque para el cual se preparó todo un programa y cronograma de las preguntas a realizar. El moderador de

ambos grupos fue Fredy Jorge Choquehuanca Tito y todo quedó debidamente grabado en videos.

Para empezar el Focus Group se hizo una breve introducción de parte del moderador y se siguió con la dinámica de presentación de los participantes, la cual consistió en dar los nombres, edad, ocupación y domicilio de cada uno de los asistentes. Luego de eso se dio una breve reseña sobre el tema que trata nuestro proyecto y así empezamos con las preguntas. (ver anexo 3)

1.4.2.2 Resultados de Focus Group

1.4.2.2.1 Grupo N° 1

- Acerca de la opinión que tienen sobre la comida peruana, queda muy claro que a todos los asistentes les parece muy rica y exquisita, además algunos tienen conocimiento de que es reconocida por la gastronomía internacional. Adriana es quien tuvo la oportunidad de probar varios platos peruanos y todos le han gustado sin excepción, ella ha estado en Arequipa y ha estado una vez en El Tablón Food Center y le gusta el pollo a la brasa. Para los demás conocen de comida peruana por el ceviche y los mariscos. Juan Pablo sabe que existen restaurantes de comida peruana en La Paz y le gusta el pollo a la brasa. Para Daniela y Carlos la comida peruana es buena y saben que si tuvieran acceso al Perú no dejarían de probar todos los platos peruanos.
- En cuanto a los platos de comida peruana que ya han probado se encuentran el lomo saltado, arroz chaufa, pollo a la brasa, rocoto relleno, ceviche, chicharrón de calamar y arroz con mariscos.
- Solamente Adriana, Juan Pablo, Fernando y Roxana han estado en Perú y nos contaron que su experiencia en cuanto a la comida fue excelente. Los platos que comieron en Perú fueron: Chicharrones (triple), ceviche con crema de rocoto, chupe de camarones, pollo a la brasa, gaseosa Inka Cola.
- De todos los asistentes la mayoría ha probado el pollo a la brasa excepto una persona que si tenía conocimiento del plato peruano pero que nunca había tenido la oportunidad de poder probarlo.
- Para Fernando que ha probado el pollo a la brasa en Roky's, Norky's, El tablón y otras pollerías en Perú nos cuenta que siempre le encuentra un sabor especial, diferente y rico; es por eso que volvería a nuestro país.

- Para Juan Pablo que no ha probado el pollo a la brasa en Perú pero si en La Paz, nos cuenta que en Don Pollo le pareció muy rico el sabor.
- Para Daniela que ha probado el pollo a la brasa solamente en La Paz piensa que en Roky's es más jugoso que en Don Pollo y el sabor que más le gusta es el de Roky's.
- Para Adriana que ha probado el pollo a la brasa en Perú y Bolivia le parece que el sabor original es del Perú y que la diferencia que encuentra es en que está más condimentado en Bolivia y que no es tan jugoso como en el Perú.
- Roxana quien es chef, ha probado el pollo a la brasa en diversas ciudades del Perú y dice que en Bolivia solamente Roky's vendía el pollo a la brasa peruano (hasta hace poco) y que ahora también están Don Pollo y Real Chicken; y que para su gusto es Real Chicken quien tiene un mejor sabor y más parecido al sabor peruano.
- Una apreciación especial sobre la preparación del pollo a la brasa fue de Juan Pablo a quien le sorprende que se haga en un "horno especial" para pollo a la brasa y cuenta que en Bolivia se hace pollo a la leña pero que ni el sabor ni la preparación llegan a ser tan sorprendentes como el pollo a la brasa peruano.
- Acerca del acompañamiento que debería tener el pollo a la brasa, cada quien dio su propia opinión y estos son: ensaladas de diversos vegetales (tipo bufete), arroz graneado con choclo, arroz con queso (arroz batido), papas fritas y camote frito.
- En cuanto a la cremas, absolutamente todos indicaron que la "llajua"¹⁶ sería infaltable a la hora de comer el pollo a la brasa, adicionalmente les gustaría un bufete de cremas y salsas peruanas como la huancaína, ocopa arequipeña, etc., así como salsas internacionales, chimichurri, tártara, etc.
- Lo que estarían dispuestos a pagar por un cuarto de pollo a la brasa están entre Bs. 25 a 30, 35 a 40, 30 a 40, todo dependiendo de la calidad del restaurante y si hay servicios especiales como los del bufete de salsas y ensaladas entonces si están dispuestos a pagar de más.
- Para el ambiente del lugar donde van a comer en familia también se encuentran diversas opiniones, a Fernando le parece que la tranquilidad y la privacidad de los clientes es lo más importantes, a Carlos le gustan los ambientes buenos y que se sientan en familia, como en casa, a Daniela le parece que debería ser un ambiente cómodo y que si es un restaurante peruano le gustaría que el local este identificado con la comida que sirve, es decir detalles peruanos y además que la música del lugar

¹⁶ Salsa picante hecha de rocoto, tomate, quirquiña y sal al gusto.

sea lo más leve posible. Para Adriana en cambio lo primero es la educación y buen trato del servicio que le dan y si se va con niños pequeños, le gusta que haya un área especial para niños y que haya una persona especial encargada de la seguridad de los mismos. A Juan Pablo le parece que el tema de la paz y tranquilidad del cliente es primero y además le gustaría que se cuente con un estacionamiento amplio ya que cuando se trata de momentos especiales siempre van varias personas y lo hacen en movilidad propia.

- En un almuerzo familiar por motivos especiales tales como días festivos u otras ocasiones nos comentaron que los gastos oscilan entre 70 a 90 bolivianos por persona. Adicionalmente Adriana y Roxana cuentan que al tratarse de días festivos se fijan en las promociones que hayan en los restaurantes, tales como 2x1 en bebidas o cumpleaños en los que el que cumplan años no pague su cuenta, o si es el día de la madre se reciba un descuento para las madres, etc.
- Los lugares más populares a los que acuden son: Pollos Copacabana, Roky's, El sabor Gaucho, entre otros.
- Las bebidas que suelen pedir son gaseosas, cerveza y jugos frutales. Adriana hace una apreciación acerca de las bebidas, “ya que en los restaurantes cobran la chicha morada o limonada como si fuera oro” y que además del consumo que hacen por la comida, un pago extra excesivo para las bebidas es algo con lo que no están tan de acuerdo y es por eso que prefieren la gaseosa o algo no tan caro.
- Se procedió a la degustación de la chicha morada de elaboración propia del Tablón Food Center, absolutamente a todos les encantó el sabor y comentan que se siente el concentrado del maíz y que los ingredientes adicionales hacen que sea tan delicioso el sabor. Además nos contaron que en la paz hay algunos restaurantes que venden chicha morada como acompañamiento de sus comidas pero esta bebida es de preparación instantánea (de sobre) y que obviamente el sabor no es el mismo y que además lo venden muy caro. En conclusión a todos les gustó la idea de que si El Tablón llega a La Paz, también venda esa misma chicha morada.
- En cuanto a si les gustaría la implementación de un día especial para el pollo a la brasa en Bolivia, así como en el Perú, a Juan Pablo no le parece mucho la idea por el hecho de que no es un plato nacional (boliviano). Para Adriana le gustaría la idea si se dan las promociones y ofertas y funcionaria en caso que se llegue a captar la aceptación de la gente. A Daniela y Carlos les parece que no tendría mucha acogida ya que no es un plato nacido en Bolivia. Mientras que para Fernando esta idea podría

tener mucha acogida pero con los residentes peruanos en Bolivia ya que esto haría que se sientan como en su país.

- A continuación se presentó un video promocional de El Tablón Food Center, en el cual se podía apreciar la preparación del pollo a la brasa, a los clientes y al mismo dueño el Sr. Antonio Grovas invitando a los usuarios a probar el pollo a la brasa del Tablón. Este video llamo la atención de nuestros invitados, creando en ellos la curiosidad por conocer el restaurante y además de ver la tecnología que se usa para la preparación del pollo, así como la limpieza del local, la decoración y la buena atención del mismo. También rescataron el servicio delivery que se tiene, con el cual ellos estarían encantados de que se pudiera hacer un pedido de servicio contra pago en su ciudad.
- Se hizo la degustación del pollo a la brasa, acompañado de arroz chaufa, papas fritas y ensalada. Todos quedaron satisfechos con la comida y dijeron que definitivamente serian clientes de El Tablón.
- También les agrado la idea de un restaurante que atienda las 24 horas del día y que cuente además con espacios como el karaoke del Quo Bar y que esta innovación en su país tendría muy buena acogida.
- En cuanto a su opinión sobre la Kola Escocesa, para Adriana resulta agradable por el sabor a frutas que tiene, y por ser algo novedoso, sin embargo no a todos les ha parecido algo tan agradable como para acompañar los almuerzos familiares, la mayoría prefiere más la chicha morada y sobre todo si se trata de gaseosa prefieren la Inca Kola. A Daniela, Carlos, Thiani y Fernando no les ha parecido algo que les guste mucho.
- Para finalizar, todos quedaron impresionados con lo completo que puede ser El Tablón Food Center y lo delicioso que se puede comer en un restaurante de comida peruana como este. Y nos han sugerido bastante de que si se realice el proyecto de El Tablón Food Center en La Paz, ya que tendría mucha acogida por el sabor propio del pollo a la brasa, que no es seco ni muy sazonado y que sería una muy buena opción a la hora de salir en familia.

A continuación veremos en imágenes el desarrollo completo de esta sesión:



1.4.2.2.2 Grupo N° 2

- Se empezó con la opinión de cada invitado sobre la comida peruana y el resultado fue que a todos les encanta y tienen muy buen concepto de la gastronomía de nuestro país. Tan solo nombrar a los mariscos, chicharrón de calamar, ceviche o pollo a la brasa les viene a su cabeza el concepto de comida peruana y al mismo tiempo lo delicioso que es.
- Para los invitados que han tenido la oportunidad de estar en Perú que fueron: Fabiola y Milena, la experiencia fue única y sin comparaciones a otros países. Fabiola cuenta que a cada rato comía pollo a la brasa y era feliz, Milena por su parte conoce muchas ciudades del Perú y que ha probado diversos platos peruanos como el rocoto relleno, pastel de papa, chicharrón de calamar, papa a la huancaína, arroz con pato, seco con frejoles, ají de gallina entre otros y rescata de que cada uno de ellos tiene un sabor especial pero que todos te dan a conocer El Perú. Milena también ha probado el pollo a la brasa en El Tablón Food Center de Arequipa y dice que el sabor es especial y más rico que en las demás pollerías.
- Para los que no estuvieron en Perú y escucharon las respuestas de los demás, el conocer nuestro país y disfrutar de su comida es ahora parte de sus planes o actividades que les gustaría realizar. Aun así han tenido oportunidad de probar los ceviches y mariscos que preparan en La Paz y cuenta que el sabor es único y original.
- La opinión que tienen acerca del pollo a la brasa está bien definida para los que conocen este plato. Para Fabiola la sazón y el sabor es lo mejor del plato y que en Bolivia no se encuentran lugares donde probar ese tipo de platos, “aquí en La Paz lo más conocido y concurrido para comer pollo son los pollos a la broaster, que si bien son ricos no tienen ese saborcito especial del pollo a la brasa”. Para Milena el pollo a la brasa es algo que está entrando con fuerza y muy bien a la ciudad de La Paz, Grover sin embargo no sabía que el pollo a la brasa era peruano, pero que si lo había probado en restaurantes como Roky’s en Santa Cruz y también en Desaguadero (Perú) y haciendo una comparación para él en Santa Cruz es mucho más seco y no hay ese sabor que probó en Desaguadero. Alejandro y Liliana creen que lo mejor del pollo a la brasa es que es jugoso y delicioso y sobretodo suavcito, que no es ni tan crocante ni tan seco, también aprecia que no hay muchos lugares donde comer este plato.
- En cuanto a cómo les gustaría que se les sirva un cuarto de pollo a la brasa, para Alejandro y Milena la manera original de las papas fritas y ensalada queda perfecto.

En cambio para Grover sería interesante el poderlo acompañar con arroz graneado o fideos además de las papas y ensalada, ante eso Johana y Shirley piensan que sería mejor un arroz con queso (arroz batido) en vez de las papas fritas y también es infaltable la ensalada. Liliana por lado prefiere una gran variedad de vegetales para acompañar el pollo y una buena bebida frutal.

- Acerca de las salsas que acompañan el pollo a la brasa, una vez más es infaltable la famosa “llajua”, además de las cremas típicas como mayonesa, ketchup y mostaza. Al comentar sobre si pagarían algo adicional por un servicio de bufete de ensaladas y salsas internacionales. Liliana y Alejandro comentan que en otros restaurantes hay ese adicional pero les parece agradable la idea de que este ahí y uno pueda escoger que servirse. Para Grover le gustaría que todo esté incluido en los precios del plato y como que el hecho de pagar algo “adicional” sería incomodo sobre todo para quienes no puedan hacerlo. Milena estaría encantada de que se tenga a la mano todo tipo de salsas y cremas, “así como en Perú, te dan crema de palta, aceituna o salsa a la huancaína, sería genial que en La Paz encontremos un lugar así”. En conclusión a la mayoría les sería incomodo tener que pagar “algo más” por salsas y ensaladas ya que prefieren que el costo de todo eso esté ya incluido en la comida que piden.
- En cuanto al local que prefieren para un almuerzo familiar les gusta sobretodo la tranquilidad, música a nivel moderado, lugar espacioso (mesas no muy pegadas), una muy buena atención, que no se hagan esperar para poder comer, un estacionamiento y una buena atención. Fabiola nos cuenta que si es un muy buen lugar ella dejaría propinas sin ningún problema pero al mismo tiempo cree que en la mayoría de restaurantes en La Paz tienen la atención pésima y esa es una razón para que la mayoría de clientes allá no esté acostumbrada a dejar propina después de pagar la cuenta.
- En cuanto al precio que pagarían por un cuarto de pollo a la brasa están entre 30 a 45 Bs. y que esto puede variar dependiendo que tan bueno sea el restaurante en todos sus aspectos.
- Cuando salen en un día especial con sus familias a almorzar, la mayoría está dispuesto a pagar entre 60 y 90 bs. por persona, y en los lugares donde van a comer generalmente son “La Cantera”, “Roky’s”, “Parrillas Argentinas”, “Pollos Copacabana”, “Burger King”. Shirley destaco que la comodidad está en su casa y que si es un momento especial ella lleva la comida a casa y la compra de “Roky’s”.

- Las bebidas que acompañan sus comidas generalmente son gaseosas o refrescos de frutas, en algunos casos limonada y si van a un restaurante peruano es infaltable pedir la chicha morada y la Inka Cola.
- Fueron solo 2 personas que conocían la chicha morada antes de la degustación, pero después de que probaron esta bebida absolutamente todos quedaron deleitados por el sabor de la chicha morada de El Tablón Food Center y creen que es un gran acompañamiento para cualquier comida.
- Para los que conocen el Perú saben que se celebra el día del pollo a la brasa y para los que no sabían quedaron impresionados con la idea, debido a que sería una buena manera de consumir el producto y así poder dar a conocer mejor la gastronomía peruana. Fabiola piensa que en su país no hay mucha diversidad gastronómica y que la influencia de tantos países hace que se pueda acceder a otro tipo de comidas más ricas en sabor y el tener estas opciones y poder promocionarlas sería una gran forma de hacer empresa. Alejandro, Liliana, Johana y Shirley creen que también el ceviche se merece una promoción de esa magnitud por su gran sabor y reconocimiento internacional.
- En cuanto a su opinión sobre la Kola Escocesa, a Fabiola, Milena y Grover le gustó mucho por el sabor, a Shirley y Liliana les pareció muy dulce y creen que como acompañamiento de un plato de comida no sería de su agrado. Alejandro cree que sería una buena bebida para un restaurante arequipeño debido a que la bebida tiene su origen en Arequipa y que el sabor es bueno.
- Para terminar se hizo la degustación del pollo a la brasa peruano, y a todos les encanto por lo jugoso que es y el sabor especial que tiene. Piensan algunos que es más “sano” que el pollo broaster. Lo que les gustó además fue la salsa de ají peruano que probaron; que le da, todavía, una originalidad más peruana al plato. En cuanto a las comparaciones que pudieron hacer queda muy claro que el pollo a la brasa tiene un mejor sabor sin ser tan condimentado como otros platos que hay allá y que la preparación tradicional y original ya es demasiado “plato”, sin embargo adicionalmente poner como alternativa las guarniciones bolivianas no sería mala idea.

A continuación veremos en imágenes el desarrollo completo de esta sesión:



1.4.3 Determinación de la demanda

De acuerdo a nuestro estudio de mercado realizado en las encuestas y en los resultados obtenidos de las mismas, hemos podido determinar la demanda potencial estimada de pollo a la brasa que existe en la ciudad de La Paz.

Se han encuestado a 384 personas, las cuales han manifestado que consumen y/o les gustaría consumir mensualmente 322 pollos a la brasa¹⁷; lo cual nos da una demanda potencial mensual de 190 437 pollos para las 794 014 personas que conforman la población y en base a que cada familia tiene en promedio 4 personas.

TABLA 78: DEMANDA POTENCIAL MENSUAL DE POLLO A LA BRASA SEGÚN EL MACRO DISTRITO

Macrodistrito	Encuestas	Demanda Potencial (Pollos)	Población	Demanda potencial al mes
CENTRO	30	36	61,406	20,761
COTAHUMA	72	35	149,211	20,428
HAMPATURI	1	0	2,175	0
MALLASA	3	1	5,646	336
MAX PAREDES	74	55	153,903	32,756
PERIFERICA	72	49	148,782	28,708
SAN ANTONIO	63	79	129,697	46,467
ZONA SUR	68	69	141,350	40,980
ZONGO	1	0	1,844	0
Total general	384	322	794,014	190,437
Personas x Familia	4			

FUENTE: RESULTADO DE ENCUESTAS

ELABORACION: PROPIA

¹⁷ Fue calculado en base a la frecuencia y cantidad de consumo

Como se observa en el cuadro anterior la demanda estimada mensual de pollo a la brasa en la ciudad de La Paz es de 190 437 pollos. Esto implica una gran cantidad demandada que no llega a cubrirse debido a muchos factores y principalmente porque el mercado de pollo a la brasa en Bolivia no está muy explotado, es decir el producto tiene muy buena aceptación y eso genera una gran demanda pero por la poca capacidad de oferta que existe, no se llega a cubrir dicha demanda, entonces es reemplazada por productos sustitutos como los pollos broaster o pollos al spiedo¹⁸.

De toda la demanda proyectada para pollo a la brasa, las 3 empresas ofertantes solo llegan a cubrir un 6%. Quedando así una demanda insatisfecha de 179 011 pollos que representa el 94% de la demanda total.

1.4.4 Demanda, Oferta y Demanda Insatisfecha

TABLA 79: OFERTA Y DEMANDA MENSUAL ACTUAL¹⁹

DESCRIPCION	POLLOS	PORCENTAJE
DEMANDA MENSUAL	190437.00	100%
OFERTA MENSUAL	12240.00	6%
DEMANDA INSATISFECHA	178197.00	94%

FUENTE: ANALISIS DE DEMANDA Y OFERTA CAPITULO 1

ELABORACION: PROPIA

1.4.4.1 Oferta de El Tablon Food Center en el mercado de La Paz

TABLA 80: VENTAS SEMANALES, MENSUALES Y ANUALES EL TABLON – LA PAZ

N° DIAS (L-V)	5		N° DE SEMANAS AL MES	4		
	N° DIAS (S-D)	2		N° DE MESES	12	
EMPRESA		VENTAS DIARIAS			VENTAS SEMANALES	VENTAS MENSUALES
	LUNES - VIERNES	SABADO - DOMINGO				
EL TABLON	70	130	610	2440	29280	

FUENTE: INGRESOS PROYECTADOS EN EL PRIMER PERIODO – EVALUACION DEL PROYECTO

ELABORACION: PROPIA

Para empezar el proyecto, se tiene estimado ofrecer en el mercado 2 440 pollos a la brasa en un mes.

¹⁸ Elaborados en horno eléctrico, de consumo popular en Bolivia

¹⁹ Oferta hallada considerando las únicas empresas competidoras en La Paz

1.4.4.2 Porcentaje a cubrir de la Demanda Insatisfecha

/TABLA 81: PORCENTAJE A CUBRIR DE LA DEMANDA INSATISFECHA

% A CUBRIR DE LA DEMANDA INSATISFECHA	
OFERTA POTENCIAL ACTUAL	12240
DEMANDA POTENCIAL ACTUAL	190437
DEMANDA INSATISFECHA	178197
OFERTA DEL TABLON	2440
PORCENTAJE DE LA DEMANDA INSATISFECHA	1.37%
PORCENTAJE DE LA DEMANDA TOTAL	1.28%

FUENTE: INVESTIGACION POR FUENTE PRIMARIA MEDIANTE ANALISIS DE OFERTA Y DEMANDA

ELABORACION: PROPIA

1.5 PROVEEDORES

Para este tipo de proyecto se deberá contar con una serie de proveedores, los cuales serán muy importantes para realizar la producción de los productos y los servicios que ofrece El Tablón Food Center en la ciudad de La Paz – Bolivia.

Ya que El Tablón es una empresa peruana que no tiene sucursales en el extranjero, tendremos que tener en cuenta todos los aspectos necesarios para la compra de algunos insumos, equipos, herramientas, entre otros en Bolivia y poder determinar también cuáles serán llevados desde el Perú hacia la nueva sucursal en La Paz (Bolivia), es decir realizar la exportación/importación de los mismos.

A continuación vamos a especificar todos los requerimientos para el proyecto y asimismo determinar la procedencia de cada uno de ellos. Como estrategia, hicimos comparaciones entre los precios y calidades de los requerimientos tanto en Perú como en Bolivia y así determinar cuáles son más convenientes.

TABLA 82: DESCRIPCION, PROCEDENCIA Y PROVEEDORES DE EQUIPOS

EQUIPOS			
ITEM	DESCRIPCION	PAIS	PROVEEDOR - ZONA
1	COCINA INDUSTRIAL 6 HORNILLAS + PLANCHA	PERU	REFRIMAX - AREQUIPA
2	HORNO ECOLOGICO	PERU	SR ELOY - AREQUIPA
3	CAJA TERMICA PARA POLLO X 30 UNIDADES	PERU	REFRIMAX - AREQUIPA
4	TELEVISOR DE 48"	BOLIVIA	DISMAC SA - CENTRO
5	EQUIPO WOOFER + 5 PARLANTES	BOLIVIA	DISMAC SA - CENTRO
6	LICUADORAS	BOLIVIA	ELECTROLUX – ZONA SUR
7	BATIDORA	BOLIVIA	ELECTROLUX – ZONA SUR
8	CONGELADORA	BOLIVIA	CASA CALDERON PLATA - CENTRO
9	HORNO MICOONDAS	BOLIVIA	ELECTROLUX – ZONA SUR
10	CAMARA REFRIGERANTE MIXTA	PERU	REFRIMAX - AREQUIPA
11	CONSERVADORA	BOLIVIA	HANSSSEN IMPORTACIONES Y SERVICIOS - EL ALTO
12	FREIDORA DE PAPAS 2 CANASTILLAS DE 7	PERU	REFRIMAX - AREQUIPA
13	CAJA REGISTRADORA	PERU	VISITEC PERU SAC - AREQUIPA
14	CAMPANA EXTRACTORA	PERU	REFRIMAX - AREQUIPA
15	BALANZA ELECTRONICA	BOLIVIA	HANSSSEN IMPORTACIONES Y SERVICIOS - EL ALTO
16	COMPUTADORAS	BOLIVIA	COMPU PARTES PC - CENTRO
17	REFRESQUERA	BOLIVIA	HANSSSEN IMPORTACIONES Y SERVICIOS - EL ALTO
18	OLLA ARROCERA x 5 KG	BOLIVIA	ELECTROLUX – ZONA SUR
19	DISPENSADOR DE JABON LIQUIDO	BOLIVIA	FERRETERIA NICHOLSON - ZONA SUR
20	DISPENSADOR DE PAPEL TOALLA	BOLIVIA	FERRETERIA NICHOLSON - ZONA SUR
21	DISPENSADOR DE PAPEL HIGIENICO	BOLIVIA	FERRETERIA NICHOLSON - ZONA SUR
22	SECADORA AUTOMATICA	BOLIVIA	FERRETERIA NICHOLSON - ZONA SUR
23	CAMA ELASTICA	BOLIVIA	INFLABLES SRL - ZONA SUR
24	PISCINA DE PELOTAS	BOLIVIA	INFLABLES SRL - ZONA SUR
25	LAVADERO x 2 POZAS	BOLIVIA	FERRETERIA NICHOLSON - ZONA SUR

FUENTE: INVESTIGACION POR FUENTE PRIMARIA MEDIANTE COTIZACION EN TIENDAS

ELABORACION: PROPIA

TABLA 83: DESCRIPCION, PROCEDENCIA Y PROVEEDORES DE HERRAMIENTAS

HERRAMIENTAS			
ITEM	DESCRIPCION	PAIS	PROVEEDOR - ZONA
1	PLATOS REDONDOS	BOLIVIA	LA SALVADORA HNOS SRL - ZONA SUR
2	PLATOS RECTANGULARES	BOLIVIA	LA SALVADORA HNOS SRL - ZONA SUR
3	PLATILLOS	BOLIVIA	LA SALVADORA HNOS SRL - ZONA SUR
4	JARRAS 1 LT.	BOLIVIA	CRISTALERIA EVITA SRL - EL ALTO
5	JUEGO DE TENEDORES x 12	BOLIVIA	LA SALVADORA HNOS SRL - ZONA SUR
6	JUEGO DE CUCHILLOS x 12	BOLIVIA	LA SALVADORA HNOS SRL - ZONA SUR
7	JUEGO DE CUCHARAS x 12	BOLIVIA	LA SALVADORA HNOS SRL - ZONA SUR
8	JUEGO DE VASOS x 12 DE 350 ML.	BOLIVIA	CRISTALERIA EVITA SRL - EL ALTO
9	JUEGO DE VASOS x 12 DE 200 ML	BOLIVIA	CRISTALERIA EVITA SRL - EL ALTO
10	TAZAS DE 250 ML.	BOLIVIA	LA SALVADORA HNOS SRL - ZONA SUR
11	TIJERAS PARA CORTAR POLLO	PERU	QUIMINET SAC - AREQUIPA
12	RALLADOR	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
13	SACAR CORCHO	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
14	SET DE CUCHILLOS DE CHEF (6 PZAS)	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
15	PINZA PARA ENSALADA	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
16	PINZAS PARA POLLO	PERU	QUIMINET SAC - AREQUIPA
17	CUCHARAS DE MADERA	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
18	ESPUMADERA	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
19	OLLAS x 18 LTS.	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
20	TABLAS DE PICAR	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
21	AGARRADERAS DE OLLA	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
22	WOKS	PERU	RECORD PERU - AREQUIPA
23	MORTEROS	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
24	SERVILLETOS	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
25	SARTEN DE CERAMICA	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
26	BALDES x 10 LTS.	BOLIVIA	ROJAS DISTRIBUCIONES - ZONA SUR
27	BASUREROS DE COCINA	BOLIVIA	ROJAS DISTRIBUCIONES - ZONA SUR
28	BASUREROS DE BAÑO	BOLIVIA	ROJAS DISTRIBUCIONES - ZONA SUR
29	TRINCHES	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
30	SET DE FLUORESCENTE x 2	BOLIVIA	FERRETERIA NICHOLSON - ZONA SUR
31	JUEGO DE SECADORES x 12	BOLIVIA	ROJAS DISTRIBUCIONES - ZONA SUR
32	PAÑO DE ESPONJA x 10	BOLIVIA	ROJAS DISTRIBUCIONES - ZONA SUR
33	TETERAS x 5 LTS.	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
34	TERMOS x 5 LTS.	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
35	SET DE VASIJAS METALICAS x 5	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
36	RECIPIENTE DE SALSAS	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
37	BANDEJA DE ENSALADAS	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
38	COPAS DE VINO x 12	BOLIVIA	CRISTALERIA EVITA SRL - EL ALTO
39	VASOS DE SHOT 1 ONZA	BOLIVIA	CRISTALERIA EVITA SRL - EL ALTO
40	VASOS PARA COCKTAILS x 12	BOLIVIA	CRISTALERIA EVITA SRL - EL ALTO
41	ENVASE DE SALSA PARA COCINA	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR
42	ENVASE DE SALSA PARA MESA x 3	BOLIVIA	GEVERO LTDA - ZONA SUR

FUENTE: INVESTIGACION POR FUENTE PRIMARIA MEDIANTE COTIZACION EN TIENDAS

ELABORACION: PROPIA

TABLA 84: DESCRIPCION, PROCEDENCIA Y PROVEEDORES DE BIENES INSUMOS

INSUMOS			
ITEM	DESCRIPCION	PAIS	PROVEEDOR - ZONA
1	POLLO	BOLIVIA	AVICOLA SOFIA LTDA
2	PAPAS CONGELADAS	BOLIVIA	MARIA ELENA NINA ZONA SUR
3	VERDURAS COMPRADAS EN BOLIVIA (lechuga, cebolla, tomate, piña, manzana, arveja, perejil, hierba buena, quirkiña)	BOLIVIA	MARIA ELENA NINA - ZONA SUR
4	VERDURAS COMPRADAS EN PERU (ajo, ají amarillo, limón, maíz morado, cebollita china, cilantro, betarraga, kion, aceituna, zanahoria, rocoto)	BOLIVIA	MARIA ELENA NINA - ZONA SUR
5	ARROZ	BOLIVIA	MERCADO RODRIGUEZ - CENTRO
6	ACEITE	BOLIVIA	MERCADO RODRIGUEZ - CENTRO
7	SAZONADORES	BOLIVIA	MERCADO RODRIGUEZ - CENTRO
8	RECETA SECRETA	PERU	EL TABLON - AREQUIPA
9	CARNE DE RES	BOLIVIA	FRIDOSA SA - ZONA SUR
10	SILLAO	BOLIVIA	MARIA ELENA NINA - ZONA SUR
11	SALCHICHA	BOLIVIA	AVICOLA SOFIA LTDA - ZONA SUR
12	TALLARINES	BOLIVIA	MERCADO RODRIGUEZ - CENTRO
13	PAN	BOLIVIA	PASTELERIA VICTORIA'S - ZONA SUR
14	TORTAS	BOLIVIA	PASTELERIA VICTORIA'S - ZONA SUR
15	HIELO	BOLIVIA	HIELITOS POLAR LTDA - ZONA SUR
16	AZUCAR	BOLIVIA	MERCADO RODRIGUEZ - CENTRO
17	CREMAS EN SOBRE	PERU	ALICORP SA - AREQUIPA
18	CONTENEDORES TERMICOS	PERU	PERUANA DE MOLDEADOS SA - PAMOLSA - AREQUIPA
19	CAJA DE PAPAS PARA LLEVAR	PERU	SERIFLEX - AREQUIPA
20	BOLSAS DE PLASTICO	PERU	SERIFLEX - AREQUIPA
21	TAPER DE SALSAS Y ENSALADAS	PERU	PERUANA DE MOLDEADOS SA - PAMOLSA - AREQUIPA
22	ENVASE DE CHICHA MORADA	PERU	SERIFLEX - AREQUIPA
23	PISCO	PERU	VIÑA ANDINA - AREQUIPA
24	INKA COLA	BOLIVIA	HECTOR PLATA - ZONA SUR
25	REFRESCOS (Coca-Cola, Fanta, Sprite, simba, vital)	BOLIVIA	EMBOL SA - ZONA SUR
26	BEBIDA FRUTAL (fruit-all)	BOLIVIA	EMBOL SA - ZONA SUR
27	VINO	BOLIVIA	DISTRIBUCION Y MERCADEO LTDA - ZONA SUR
28	AMARGO DE ANGOSTURA	BOLIVIA	DISTRIBUCION Y MERCADEO LTDA - ZONA SUR
29	UNIFORME DE PERSONAL (mozos, cocineros)	PERU	CAROLINA UNIFORMES - AREQUIPA
30	ARTICULOS DE LIMPIEZA	BOLIVIA	ROJAS DISTRIBUCIONES - ZONA SUR
31	PINTURA PARA LOCAL	BOLIVIA	MONOPOL - ZONA SUR

FUENTE: INVESTIGACION POR FUENTE PRIMARIA MEDIANTE COTIZACION EN TIENDAS

ELABORACION: PROPIA

TABLA 85: DESCRIPCION, PROCEDENCIA Y PROVEEDORES DE BIENES MUEBLES

BIENES MUEBLES			
ITEM	DESCRIPCION	PAIS	PROVEEDOR - ZONA
1	ESTACION DE MOZOS	BOLIVIA	D' CORAL – SAN MIGUEL
2	BARRAS DE MELAMINA	BOLIVIA	D' CORAL – SAN MIGUEL
3	BARRAS DE ENSALADA	BOLIVIA	D' CORAL – SAN MIGUEL
4	SILLAS PARA BEBE	BOLIVIA	D' CORAL – SAN MIGUEL
5	MESAS DE 80 x 80 CM2 + 4 SILLAS	BOLIVIA	HARJES Y CIA LTDA
6	MESAS DE 160 x 80 CM2 + 6 SILLAS	BOLIVIA	HARJES Y CIA LTDA
7	BANCOS DE MADERA	BOLIVIA	HARJES Y CIA LTDA
8	ESTANTES DE COCINA + MESA DE ACERO INOXIDABLE	BOLIVIA	HANSSEN IMPORTACIONES Y SERVICIOS - EL ALTO
9	ESCRITORIO + SILLA	BOLIVIA	D' CORAL – SAN MIGUEL
10	SILLON	BOLIVIA	D' CORAL – SAN MIGUEL
11	ARCHIVADOR	BOLIVIA	D' CORAL – SAN MIGUEL
12	LETRERO DEL LOCAL	PERU	R2 SAC - AREQUIPA
13	RACK PARA TV.	BOLIVIA	DISMAC SA

FUENTE: INVESTIGACION POR FUENTE PRIMARIA MEDIANTE COTIZACION EN TIENDAS

ELABORACION: PROPIA

Después de haber hecho la descripción, procedencia y los proveedores con los que se va a trabajar podemos darnos cuenta que la mayoría de requerimientos se obtendrán en Bolivia, pero los más importantes serán llevados desde el Perú (Arequipa) hacia La Paz - Bolivia.

Para El Tablón como empresa con años de experiencia en el rubro gastronómico no es nada difícil conseguir los proveedores para los requerimientos de procedencia peruana. Sin embargo lo nuevo de este proyecto también toma en cuenta el transporte de los requerimientos hacia el lugar de destino y la forma de trabajo será la siguiente:

- Para comenzar el negocio, todos los requerimientos serán llevados desde Arequipa hacia Desaguadero, vía terrestre en la empresa de transportes Expreso Grael SAC, ya que nos ofrece el mejor servicio de transporte y tracking web a precios convenientes, así como también negociaciones para tarifas preferenciales, lo cual nos conviene porque tomaremos sus servicios usualmente.
- Una vez llegados los requerimientos a Desaguadero (frontera entre Perú y Bolivia), serán recogidos y llevados hacia la ciudad de La Paz por la empresa de transportes E-CARGO OVERSEAS BOLIVIA SRL, que viene a tener cierta similitud, con la empresa Grael del Perú, respecto a su calidad de servicio y también precios convenientes.
- Por último, la forma de pago para estos servicios serán vía depósito bancario hacia Perú y al contado en Bolivia, al momento de recoger los requerimientos.

Los requerimientos que se llevarán del Perú serán de origen peruano, los pagos aduanas son los siguientes:

- Impuesto al valor agregado (IVA) – 14.94%
- Pago DUI²⁰ – Sistema S++ y Carpeta ANB²¹ y Documento DAV²² – 0.42%
- Gastos de despacho DAB²³ – 0.17%
- Almacenaje de Aduanas – 0.60%
- Comisión de agencia – 1.5% (sin IVA).²⁴

Fuera de esos gastos no tendremos que pagar un gravamen arancelario; ya que ambos países son parte de la Comunidad Andina de Naciones, y según el Acuerdo de Cartagena por medio de la Decisión 414, la Comisión aprobó un cronograma de desgravación arancelaria, cuya aplicación se inició el 1 de agosto de 1997 y entró en plena vigencia en el 2005. Los principales beneficios que gozamos como países miembros del CAN son:

- La consolidación del área de libre comercio, siendo liberados al 100% todos los productos del universo arancelario.
- Establecimiento de una normativa común en materias vinculadas al comercio tales como aduanas, propiedad industrial, transporte terrestre internacional, medidas sanitarias, entre otros.

Con relación a los demás proveedores (bolivianos), se tendrá que trabajar con preventistas de diversas distribuidoras, los cuales llevan los productos directamente al local según al pedido.

La mayoría de proveedores van a requerir el pago al contado una vez llegada la mercadería al local, pero también se podrá trabajar con el pago mediante cheque bancario, e incluso en algunos casos, como es el proveedor de insumos peruanos (María Elena Nina) otorga un crédito de 15 días.

²⁰ Declaración única de importación.

²¹ Aduana Nacional de Bolivia.

²² Declaración Andina de Valor

²³ Deposito Aduanero de Bolivia

²⁴ Todos los pagos son según proforma de cotización en la agencia despachante de Aduana Calancha y Ramirez S.R.L

1.6 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION

1.6.1 Análisis FODA

Consideramos importante realizar una matriz FODA para El Tablón Food Center de La Paz –Bolivia, debido a que con este análisis podemos darnos cuenta de cada uno de los factores que se encuentran alrededor de un negocio como este.

TABLA 86: ANALISIS FODA - EMPRESA EL TABLON FOOD CENTER

MATRIZ FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Empresa de origen arequipeño con posicionamiento en el mercado del sur del Perú. - Excelente atención y buen servicio al cliente. - Entrenamiento y capacitación constante de mozos y azafatas, cajeros y todo el personal relacionado con el cliente. - Ambiente acogedor. - Ubicación del local, ya que se encuentra en una zona comercial y punto estratégico de cliente que demandan un buen restaurante de comida extranjera. - Brindar atención a empresas en eventos corporativos. - Preparación de sus propias salsas. - Buen sabor de la comida obtenida por una receta secreta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pocos platos a la carta y poca diversidad de comida peruana. - Costos elevados (Caros), de ingredientes peruanos en la ciudad de La Paz. - El cliente no queda totalmente satisfecho en días festivos por la gran demanda y poco personal (impuntualidad, etc.). - No posee atención de servicio 24 horas. - Es complicado conseguir determinados productos peruanos (Inca Kola y Kola Escocesa).
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Gran reconocimiento de la comida peruana a nivel internacional. - Gran auge de la comida peruana en el mundo. - Gusto y preferencia de los ciudadanos paceños por la comida peruana - Demanda de restaurantes internacionales en la ciudad de La Paz. - Costos bajos de servicios básicos (agua, luz, gas, etc.). - Tasa de interés (activa) bancaria menor al mercado peruana. - Facilidades de crédito e inversión en Bolivia. - Pocas pollerías y restaurantes de comida peruana. - Tipo de cambio fijado por el Estado con respecto al Dólar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Llegada de nuevos restaurantes a la ciudad de La Paz. - Costo de alquileres relativamente altos por la zona de ubicación. - Tipo de cambio de bolivianos a Soles no es estable y tiene tendencia a caer. - Intervención y supervisión constante por parte del gobierno (alcaldía, NIT, Ministerios, etc.). - Cierta desconfianza hacia los peruanos por parte de los bolivianos.

FUENTE: INVESTIGACION PRIMARIA

ELABORACION: PROPIA

1.6. 2 Las 4 p's en el marketing

1.6.2.1 *Producto*²⁵

El Food Center El Tablón de La Paz – Bolivia no sólo ofrece comida peruana, sino representa una fuente de entretenimiento para sus clientes y un lugar de comodidad para un momento familiar. Esto sucede después de que todos sus empleados han pasado por su programa de entrenamiento. Con esto se ofrecerá a todos los clientes una experiencia satisfactoria. También cuentan con un equipo directivo sólido, con un director en el restaurante en todo momento. Ellos serán responsables de estar en el establecimiento y asegurarse de que todos los clientes estén satisfechos y estén disfrutando de su experiencia a la hora de degustar la comida peruana.

¿Cuáles son los beneficios del Food Center El Tablón?

El Food Center El Tablón ofrece a sus clientes un lugar divertido, casual para disfrutar de una buena comida peruana. Este es uno de los principales beneficios que nosotros tenemos para ofrecer al mercado porque es lo que la mayoría de su mercado objetivo está buscando. Ofrecemos comida de calidad a buenos precios, adicionalmente están a la venta cocktails en base a pisco peruano y el acondicionamiento del local es adecuado para un momento familiar.

Características de nuestros productos:

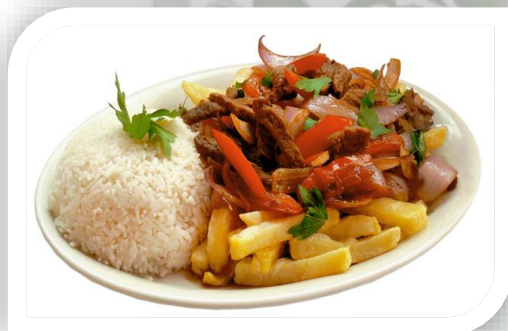
Nosotros ofrecemos comida peruana en la ciudad de La Paz – Bolivia y como plato bandera tenemos el pollo a la brasa, debidamente preparado con la receta de El Tablón Food Center Perú y bajo la supervisión de los jefes de producción del Perú. Adicionalmente se tendrán en la carta los siguientes platos criollos: Lomo saltado, arroz chaufa y tallarín saltado. Como se sabe en el Perú, El Tablón Food Center ofrece una carta variada sobre sus platos criollos y diversos tipos de postres y platos internacionales como pizzas y pastas; es por eso que para este nuevo local, primero se quiere entrar al mercado con platos ya conocidos por la mayoría de clientes y en un futuro a mediano plazo poder incrementar los combos de parrilladas, la metro pizza de El Tablón y también los postres peruanos como el arroz con leche, mazamorra morada y queso helado arequipeño. También se tiene como

²⁵ Datos obtenidos del área de producción de El Tablón Food Center - Arequipa

proyecto adicional a largo plazo el poder implementar una sucursal del karaoke El Quo Bar, donde se piensa ofrecer tragos peruanos e internacionales.

- **POLLO A LA BRASA**

Este producto se venderá en diferentes presentaciones: por cuartos, medios y entero; asimismo en combos familiares y acompañado de papas fritas, ensalada, arroz y bebidas según el combo.



- **LOMO SALTADO**

Es un producto que se va a vender a la carta y a pedido del cliente. Este plato se sirve con papas fritas, cebollas y tomates cortados en julianas con tiras de lomo fino salteadas, acompañado de una porción de arroz y decorado con perejil.

- **TALLARIN SALTADO**

Es un producto que se ofrecerá a la carta y a pedido del cliente, contiene tallarín salteado con rajadas de cebolla y tomate salteado con sillao, acompañado de pollo o carne según el gusto del cliente adornado con tiras de cebolla china.





- **ARROZ CHAUFA**

Este plato se servirá a la carta ya pedido del cliente, para su preparación se tendrá en cuenta la elección del cliente si prefiere el arroz chaufa con carne o con pollo; el plato viene sazonado con kion (jengibre), sillao, sal, pimienta, cebolla china, salchicha, huevo y pimentón.

- **BISTEC MONTADO**

Este plato se servirá a la carta ya pedido del cliente, este plato se sirve con papas fritas salteadas con tomate y cebollas, una porción de arroz, bistec frito acompañado huevo frito.



- **POLLO A LA PLANCHA**

Este plato se servirá a la carta y a pedido del cliente, este plato se sirve con papas fritas, un filete de pollo a la plancha acompañado de una porción de arroz y una gran variedad de ensaladas de verdura.



Entre nuestros productos también contamos con bebidas peruanas entre ellas licores y refrescos, además de bebidas bolivianas.

- **PISCO SOUR**

Esta bebida es muy típica en Perú, contiene zumo de limón, clara de huevo, hielo, jarabe de goma, pisco con un sutil toque de amargo de angostura adornado con una rodaja de limón.



- **MOJITO**

Este cocktail contiene, zumo de limón, agua carbonatada, hielo, jarabe de goma, pisco y hierba buena que se deja reposar por unos cuantos minutos.

- **CHILCANO DE PISCO**

Este cocktail contiene, zumo de limón, agua carbonatada, hielo, jarabe de goma, agua carbonatada, pisco y unas gotas de amargo de angostura.



• CHICHA MORADA



Esta bebida refrescante contiene, maíz morado, manzana, canela, clavo, anís, azúcar y un aditamento secreto el cual hace este sabor especial; estos ingredientes se hacen hervir, luego que la bebida enfría se incorpora zumo de limón.

• INCA KOLA

La Bebida del Perú, también se incluirá en nuestra carta, esta bebida está hecha de hierba luisa, tiene un sabor dulce y con un color dorado.



• METRO PIZZA

Para las pizzas que ofrecerá El Tablón, hemos pensado que lo mejor sería entrar a este nuevo mercado, pasando un periodo después de la inauguración, debido a que lo primero que queremos que se posicione en la mente de nuestros clientes es el concepto de comida peruana, en especial del pollo a la brasa; y si lo hacemos a la par con el tema de pizzas sería un poco complicado. Entonces para un futuro a mediano plazo se podría incursionar también en la venta de la famosa pizza de metro que ofrece El Tablón así también como la variedad de tipos de pizzas tradicionales.

Es un producto que se prepara al instante dependiendo del tipo de pizza que se solicite, entre ellas tenemos:

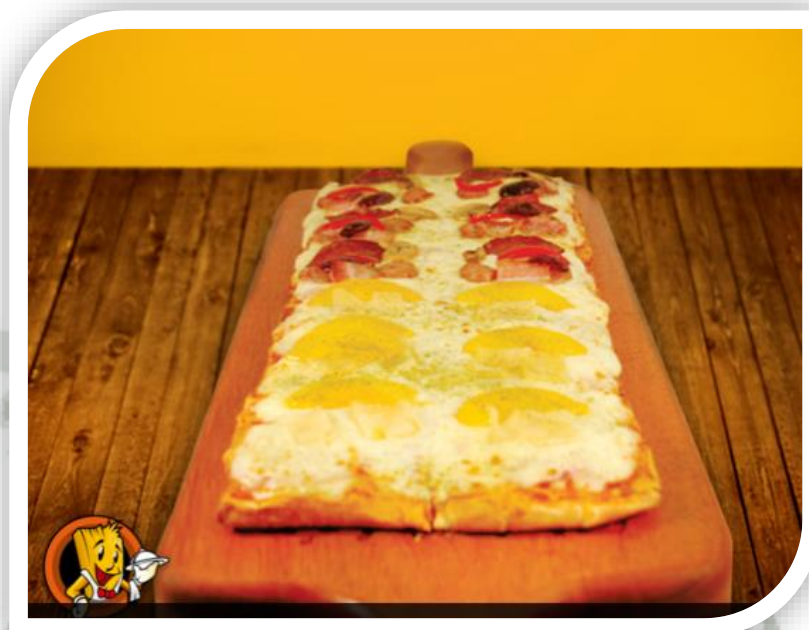
- PIZZA AMERICANA: Salsa de tomate, queso, jamón
- PIZZA HAWAINA: Salsa de tomate, queso, durazno, jamón, piña
- PIZZA TROPICAL: Salsa de tomate, queso, tocino, piña, durazno

Se tendrán 2 presentaciones:

- ½ metro de largo por 25 cm de ancho

- 1 metro de largo por 25 cm de ancho

Las presentaciones para llevar serán en cajas herméticas especialmente diseñadas por El Tablón Food Center, las cuales tendrán las medidas exactas y conservaran la temperatura adecuada del producto para que llegue en óptimas condiciones a su destino, adicionalmente se darán sobres de orégano y ají.



Todos los platos que se servirán para comer en el restaurante serán en vajilla de porcelana y cubiertos de plata. También se servirá para llevar y para esto se usarán los platos descartables que serán de fabricación peruana y dependiendo del producto a llevar serán medianos o grandes. Para el envase de las papas fritas se contará con las cajas descartables propias de El Tablón Food Center y para las cremas y ensaladas serán descartables de procedencia peruana.

1.6.2.2 Precio

El valor que tienen nuestros productos en el mercado es especial y significativo, ya que se trata de comida (peruana) de gran reconocimiento internacional y que está de moda, asimismo se mantienen los estándares nutricionales a la hora de servir un plato de comida ya que se cuida bastante la salud de nuestros clientes. También se considera mucho la buena atención y comodidad para nuestros clientes, puesto que cada trabajador estará debidamente entrenado y capacitado para brindarle al cliente la mejor experiencia a la hora de degustar la

comida peruana. Los precios en valor monetario serán fijados tomando en cuenta los costos de producción y en referencia a nuestros competidores directos para poder así entrar al mercado de la mejor manera posible y poder crear una cultura de preferencia y consumo de la comida peruana en la ciudad de La Paz- Bolivia.

A continuación se muestra la tabla 85, en la cual podemos ver el producto principal (Pollo a la brasa), los tres competidores directos para nuestra empresa y los diferentes precios de mercado los cuales nos servirán de referencia (en parte) para poder determinar nuestros precios de mercado

TABLA 87: CUADRO COMPARATIVO DE POLLERIAS EN LA PAZ

PRODUCTOS	DON POLLO (PRECIO EN BS)	REAL CHICKEN (PRECIO EN BS)	ROCKY'S (PRECIO EN BS)
¼ POLLO	26.00	25.00	28.00
½ POLLO	46.00	46.00	48.00
1 POLLO	90.00	85.00	99.00

FUENTE: CARTAS DE RESTAURANTES DON POLLO, REAL CHICKEN Y ROCKY'S

ELABORACION: PROPIA

En la siguiente tabla se muestra los precios referenciales de los competidores directos para nuestros productos de comida criolla.

TABLA 88: CUADRO COMPARATIVO DE RESTAURANTES PERUANOS DE COMIDA CRIOLLA EN LA PAZ

PRODUCTOS	REAL CHICKEN (PRECIO EN BS)	ROCKY'S (PRECIO EN BS)
LOMO SALTADO	31.00	37.00
ARROZ CHAUFA	31.00	37.00
TALLARIN SALTADO	31.00	-

FUENTE: CARTAS DE RESTAURANTES DON POLLO, REAL CHICKEN Y ROCKY'S

ELABORACION: PROPIA

A continuación se verá la lista de precios de los productos que ofrecerá El Tablon Food Center, considerando todos los costos de producción, gastos administrativos, entre otros; y además luego de haber revisado los precios de mercado de nuestros productos en las empresas competidoras.



El Tablón

FOOD CENTER

LA PAZ

POLLOS A LA BRASA	PRECIOS
1/4 Pollo solo	23.00
1/4 Pollo+ papas	27.00
1/4 Pollo + arroz + papas	35.00
1/2 Pollo solo	42.00
1/2 Pollo + papas	47.00
1/2 Pollo + papas + 1Lt Chicha morada**	53.00
1 Pollo solo	81.00
1 Pollo + papas	93.00
1 Pollo + papas + 1Lt Chicha morada**	97.00
Combo almuerzo brasa: 1/4 pollo + papas o arroz blanco + vaso chicha morada + torta	37.00
Combo familiar brasa: 1 1/4 pollo + papas + 1 Lt de chicha morada + torta mediana	120.00
*Todas los platos incluyen buffet de salsa y ensaladas	

ADICIONALES	PRECIOS
Porción Junior de arroz	4.00
Porción Grande de arroz	7.00
Porción Junior de papas fritas	6.00
Porción Grande de papas fritas	9.00
Buffet de salsas y ensaladas	8.00

ENCUENTRANOS: CALLE FEDERICO FERRECIO BLOQ 28 # 1303

TELEFONO: 591-69795259



El Tablón

FOOD CENTER

LA PAZ

PLATOS CRIOLLOS	PRECIOS
Lomo saltado (Lomo fino salteado con cebolla, tomate + papas)	37.00
Pollo saltado (Pollo salteado con cebolla, tomate + papas fritas)	35.00
Bistec montado (Bistec + huevo frito + arroz+ papas)	34.00
Pollo a la plancha + arroz + papas fritas + ensalada	29.00
Arroz chaufa con pollo	34.00
Arroz chaufa con carne	31.00
Tallarín saltado con pollo	34.00
Tallarín saltado con carne	31.00

SANDWICHES	PRECIOS
Sándwich Pollo ala brasa (Trozos de pollo a la brasa + papas + lechuga + tomate + cremas)	18.00
Sándwich Lomo saltado (Trozos de lomo + papas fritas + tomate + cremas)	20.00
Sándwich Pollo a la plancha (Pollo ala plancha tomate + lechuga + cremas)	16.00

ENCUENTRANOS :CALLE FEDERICO FERRECIO BLOQ 28 # 1303

TELEFONO: 591-69795259



El Tablón

FOOD CENTER

LA PAZ

REFRESCOS Y BEBIDAS	PRECIOS
Vaso Chicha Morada (350 ml)	7.00
Jarra Chicha Morada 1Lt	13.00
Jarra de limonada 1Lt	13.00
Inca Kola 1/2 Lt	13.00
Inca Kola 2 Lt	32.00
Coca Cola personal	9.00
Coca Cola 1 Lt	13.00
Coca Cola 2Lts	17.00
Fanta personal	9.00
Fanta 1Lt	13.00
Fanta 2 Lt	17.00
Sprite personal	9.00
Sprite 2 Lts	17.00
Simba personal	9.00
Simba 2 Lts	17.00
Frut-all 1Lt	14.00
Te, cafe, mates	6.00
Agua Vital 625 ml	7.00
Agua vital 1/2 Lt	11.00

ENCUENTRANOS: CALLE FEDERICO FERRECIO BLOQ 23 # 1303

TELEFONO: 591-69795259



El Tablón

FOOD CENTER

LA PAZ



COCKTAILS	PRECIOS
Shot de Pisco	6.00
Pisco Sour	24.00
Mojito	24.00
Chilcano	21.00
Cerveza Huari 350 ml	13.00
Jarra de sangria	19.00
Copa de vino	7.00
Jarra de vino	21.00



ENCUENTRANOS :CALLE FEDERICO FERRECIO BLOQ 23 # 1303

TELEFONO: 591-69795259

1.6.2.3 Plaza

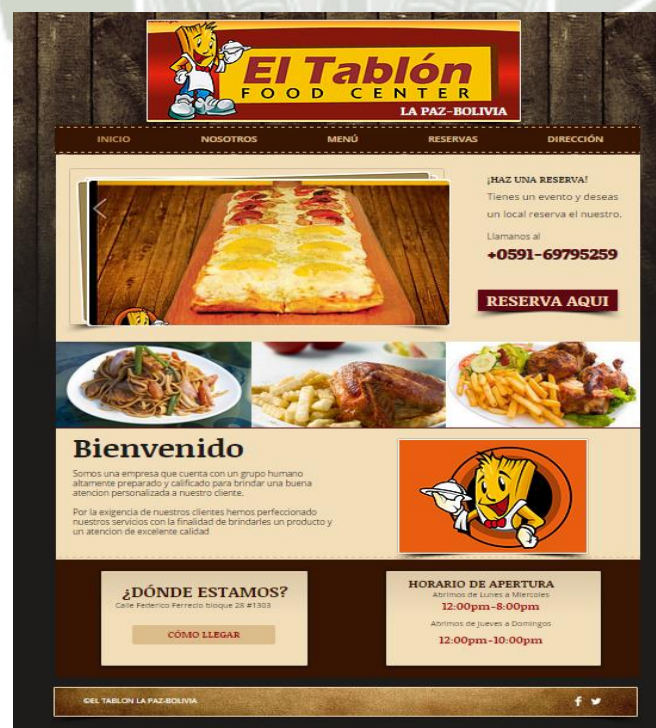
El Tablón Food Center – La Paz tendría una ubicación en una zona principal y adecuada para la venta de comida internacional. Como hemos mencionado anteriormente y de acuerdo a los estudios del Focus Group y encuestas, se recomienda que el local debería estar en la Zona Sur de la ciudad de La Paz y específicamente en la parte de Calacoto (San Miguel). Debido a que la principal competencia (Roky's) se encuentra también en esta zona; y porque existen alrededor de 8 a 9 restaurantes de comida internacional de distintos países en este lugar, es muy competitivo poder ingresar al mercado paceño desde esta ubicación.

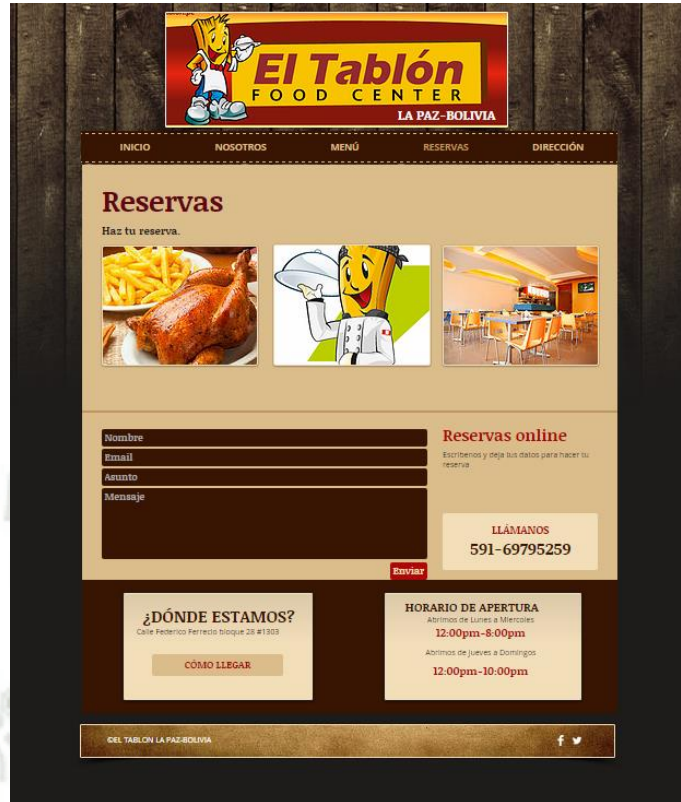
1.6.2.4 Promoción

Se han propuesto muchas maneras de hacer publicidad. Esto implica trabajar con el sector turístico y ser incluido en todas las guías de hoteles, restaurantes y publicidad en páginas amarillas; además se incluirá la repartición de volantes y la promoción de radio a nivel local. También se usarán las redes sociales de manera muy activa y se incluirá una página web donde se mostrará la variedad de nuestros productos, además estará adaptada a diferentes dispositivos móviles.

Entre los principales medios de publicidad tenemos:

- **Página Web:** <http://ojedamercado.wix.com/eltablombolivia>





- Volantes:



El Tablón
FOOD CENTER
LA PAZ

La fiesta del Pollo

- 1 1/4 POLLO
- + 1 LITRO DE CHICHA MORADA
- + ENSALADA
- + CREMAS

BS. 110

ENCUENTRANOS EN :CALLE FEDERICO FERRECIO BLOQ 28 NRO 1303
TELEFONO: 591-69795259



El Tablón
FOOD CENTER
LA PAZ

Tallarín Saltado

Lomo Saltado

Chicha morada
BIEN SERVIDITO!!

VEN A
PROBAR NUESTROS PRODUCTO, CON EL
SABOR QUE TU ESPERABAS

CALE FEDERICO FERRECIO BLOQ 28 NRO 1303
TELEFONO: 591-69795259



CAPITULO II: ESTUDIO TECNICO

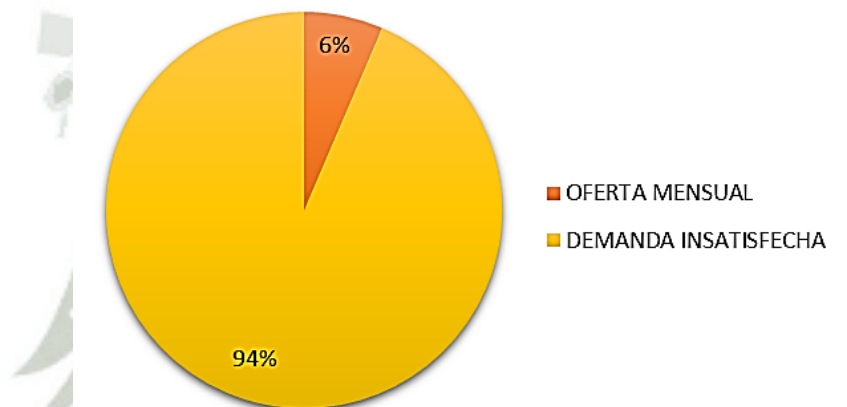
2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

2.1.1 Relación Tamaño-Mercado

El mercado del pollo a la brasa está determinado por la oferta y la demanda del mismo. Y la relación que hay para el tamaño de nuestra empresa con el mercado, también se puede ver de la siguiente manera:

A continuación veremos el gráfico que indica el porcentaje que se cubre en el mercado con la oferta potencial actual, considerando las tres únicas empresas competidoras en el rubro.

GRAFICO 63: PARTICIPACION DE LA OFERTA ACTUAL EN LA DEMANDA
**PARTICIPACION DE LA OFERTA ACTUAL EN
LA DEMANDA**



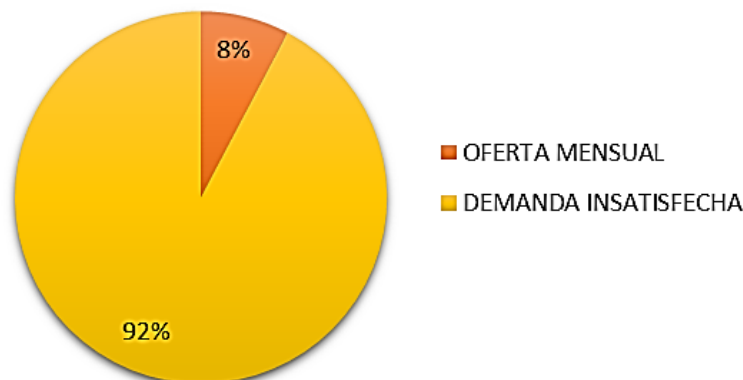
FUENTE: ANALISIS DE DEMANDA Y OFERTA CAPITULO 1
ELABORACION: PROPIA

Del gráfico anterior podemos ver que para tal demanda en la actualidad, sólo se llega a cubrir un 6 % y queda una demanda insatisfecha de 94%.

Una vez que ingrese El Tablón al mercado, la oferta va a crecer en un 2%. A continuación veremos el gráfico que indica el porcentaje que se cubre en el mercado con la nueva oferta potencial, considerando el ingreso de El Tablón en el mercado de La Paz.

GRAFICO 64: PARTICIPACION DE LA NUEVA OFERTA EN LA DEMANDA

PARTICIPACION DE LA NUEVA OFERTA EN LA DEMANDA



FUENTE: ANALISIS DE DEMANDA Y OFERTA CAPITULO 1

ELABORACION: PROPIA

2.1.1.1 Relación Tamaño – Demanda

Considerando el tamaño estimado de nuestra empresa se considera lo siguiente:

1. Como se sabe, existe una gran demanda reflejo de un mercado poco explotado y muy atractivo para cualquier inversionista, sin embargo se pretende ingresar al mercado poco a poco y sin tanta agresividad publicitaria, para que una vez inmersos en él, se pueda crear la costumbre por el consumo de pollo a la brasa y desarrollar estrategias que permitan cubrir la mayor cantidad de demanda posible.

A continuación veremos el porcentaje que cubre El Tablón sobre la demanda potencial en La Paz:

TABLA 89: PORCENTAJE DE LA OFERTA DE EL TABLON EN LA DEMANDA POTENCIAL

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
OFERTA	2440	1.28%
DEMANDA TOTAL	190437	100.00%

FUENTE: ANALISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA CAPITULO I

ELABORACION: PROPIA

2.1.1.2 Relación Tamaño – Oferta

Se tiene actualmente en el mercado una oferta directa de 12 240 pollos a la brasa²⁶. Esta oferta está dada en base a las tres únicas empresas en el rubro (pollo a la brasa).

A continuación veremos la participación por empresa que tienen en la actualidad los ofertantes del producto:

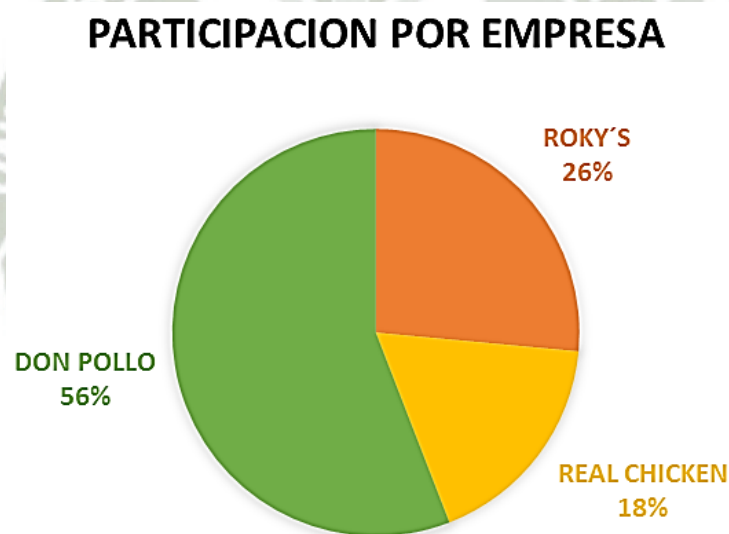
TABLA 90: PARTICIPACION EN EL MERCADO POR EMPRESAS

RESTAURANTE	VENTAS MENSUALES	PARTICIPACION EN EL MERCADO
ROKY'S	3240	26%
REAL CHICKEN	2160	18%
DON POLLO	6840	56%
TOTAL	12240	100%

FUENTE: ENTREVISTA CON ADMINISTRADOR DE ROKY'S, REAL CHICKEN Y DON POLLO

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 65: PARTICIPACION PORCENTUAL POR EMPRESA



FUENTE: ENTREVISTA CON ADMINISTRADOR DE ROKY'S, REAL CHICKEN Y DON POLLO

ELABORACION: PROPIA

En el gráfico anterior podemos ver que Don Pollo tiene una mayor participación, ya que cuenta con 5 locales, mientras que Roky's y Real Chicken tienen una menor participación.

PARTICIPACION DE EL TABLON FOOD CENTER EN EL MERCADO DE LA PAZ – SEGÚN LA OFERTA

²⁶ Fuente del análisis de Demanda y Oferta hecha en el capítulo 1

TABLA 91: VENTAS SEMANALES, MENSUALES Y ANUALES EL TABLON – LA PAZ

N° DIAS (L-V)	5		N° DE SEMANAS AL MES	4	
N° DIAS (S-D)	2		N° DE MESES	12	
EMPRESA	VENTAS DIARIAS		VENTAS SEMANALES	VENTAS MENSUALES	VENTAS ANUALES
	LUNES - VIERNES	SABADO - DOMINGO			
EL TABLON	70	130	610	2440	29280

FUENTE: INGRESOS PROYECTADOS EN EL PRIMER PERIODO – EVALUACION DEL PROYECTO

ELABORACION: PROPIA

Para empezar el proyecto, se tiene estimado ofrecer en el mercado 2 440 pollos a la brasa en un mes. A continuación veremos la participación que tendrá El Tablón en la nueva oferta estimada²⁷.

TABLA 92: VENTAS MENSUALES Y PARTICIPACION DE MERCADO POR EMPRESA

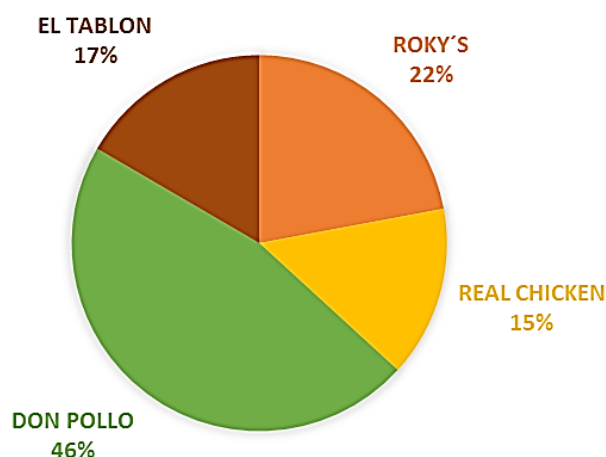
RESTAURANTE	VENTAS MENSUALES	PARTICIPACION EN EL MERCADO
ROKY'S	3240	22%
REAL CHICKEN	2160	15%
DON POLLO	6840	47%
EL TABLON	2440	17%
TOTAL	14680	100%

FUENTE: ENTREVISTA CON ADMINISTRADOR DE ROKY'S, REAL CHICKEN Y DON POLLO

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 66: PARTICIPACION POR EMPRESA

PARTICIPACION POR EMPRESA



FUENTE: ENTREVISTA CON ADMINISTRADORES DE ROKY'S, REAL CHICKEN Y DON POLLO

ELABORACION: PROPIA

²⁷ Fuente obtenida de Evaluación de Proyectos - Inversiones

Se puede ver en el gráfico anterior, que para iniciar el proyecto, El Tablón estima llegar a tener una participación del 17% en el total de la Oferta del mercado. Con ello se reducen las participaciones de las demás empresas y también se cubre una parte de la demanda insatisfecha.

2.1.2 Relación Tamaño – Financiamiento

Está dado por la disponibilidad de recursos de inversión para el presente proyecto, para determinar la inversión total se ha tomado en cuenta las inversiones fijas tangibles e intangibles, y el capital de trabajo.

Se ha determinado trabajar con un mayor porcentaje de aporte propio (66%), debido a que en Bolivia ningún banco nos otorgaría un préstamo²⁸, así también el inversionista tiene la capacidad de liquidez para invertir en el proyecto²⁹. Este aporte propio estará destinado para los requerimientos, pagos y gastos que se realizarán directamente en Bolivia.

Se ha determinado que el financiamiento externo debe ser 34% del total de la inversión, para esto El Tablón tiene una amplia línea de crédito con el Banco de Crédito del Perú que le otorga una TCEA³⁰ preferencial de 7,9%, relativamente baja con respecto a otras empresas³¹.

Entonces es el Banco de Crédito del Perú con quién se ha determinado trabajar, el financiamiento externo será destinado para la **compra de requerimientos de origen peruano**³², es decir todo lo que se tendrá que comprar en Perú y llevar hacia Bolivia.

A continuación veremos la estructura de financiamiento para el proyecto:

²⁸ Para el otorgamiento de crédito en Bolivia la empresa necesita tener una antigüedad de 1 año como mínimo

²⁹ Según el área contable reflejado en los estados financieros a la fecha.

³⁰ Tasa de costo efectivo anual, exclusivo para El Tablón.

³¹ Según el área contable y la revisión de préstamos anteriores.

³² Determinados equipos, herramientas y bienes muebles que no se encuentran en Bolivia.

TABLA 93: ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO						REFERENCIAS	
DESCRIPCION	MONTO TOTAL (Bs.)	% APOORTE PROPIO	% FINANC. EXTERNO	APORTE PROPIO (Bs.)	FINANC. EXTERNO (Bs.)	APORTE PROPIO (S/.)	FINANC. EXTERNO (S/.)
INVERSION FIJA TANGIBLE	362,933.74	60.00%	40.00%	217,760.24	145,173.50	103203.9075	68802.60502
INVERSION FIJA INTANGIBLE	48,385.05	60.00%	40.00%	29,031.03	19,354.02	13758.7817	9172.521134
CAPITAL DE TRABAJO	107,219.56	90.00%	10.00%	96,497.61	10,721.96	45733.46368	5081.495964
TOTAL	518,538.36			343,288.88	175,249.47	162,696.15	83,056.62

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES - INVERSIONES

ELABORACION: PROPIA

Como se observa en el cuadro anterior, el porcentaje financiamiento externo de la inversión fija tangible es 40%; de la inversión fija intangible es 40% y un 10% del capital de trabajo. Todo ello hace un aproximado de 34% de financiamiento externo del total de la inversión.

A continuación veremos el financiamiento respecto a los costos unitarios de producción, considerando el financiamiento externo y el aporte propio:



TABLA 94: COSTO UNITARIO POR APORTE PROPIO Y FINANCIAMIENTO EXTERNO POR PRODUCTO

ITEM	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	APORTE PROPIO	FINANCIAMIENTO EXTERNO
1	1/4 Pollo solo	8.18	5.40	2.78
2	1/4 Pollo+ papas	11.15	7.36	3.79
3	1/4 Pollo + arroz + papas	11.54	7.61	3.92
4	1/2 Pollo solo	14.32	9.45	4.87
5	1/2 Pollo + papas	19.40	12.81	6.60
6	1/2 Pollo + papas + 1 Lt Chicha morada	22.08	14.58	7.51
7	1 Pollo solo	27.08	17.87	9.21
8	1 Pollo + papas	35.81	23.63	12.17
9	1 Pollo + papas + 1 Lt Chicha morada	38.49	25.40	13.09
10	Combo almuerzo brasa	17.30	11.42	5.88
11	Combo familiar brasa	38.97	25.72	13.25
12	Lomo saltado	18.70	12.34	6.36
13	Pollo saltado	8.95	5.91	3.04
14	Bistecck montado	16.25	10.73	5.53
15	Pollo a la plancha	8.69	5.74	2.95
16	Arroz chaufa con pollo	17.44	11.51	5.93
17	Arroz chaufa con carne	19.69	12.99	6.69
18	Tallarín saltado con pollo	13.35	8.81	4.54
19	Tallarín saltado con carne	15.12	9.98	5.14
20	Sandwich Pollo a la brasa	7.42	4.90	2.52
21	Sandwich Lomo saltado	9.72	6.42	3.31
22	Sandwich Pollo a la plancha	5.92	3.91	2.01
23	Vaso Chicha Morada (350 ml)	0.13	0.09	0.04
24	Jarra Chicha Morada 1 Lt	2.68	1.77	0.91
25	Jarra de limonada 1 Lt	5.27	3.48	1.79
26	Inca Kola 1/2 Lt	6.25	4.13	2.13
27	Inca Kola 2.5 Lt	20.00	13.20	6.80
28	Coca Cola personal	1.40	0.92	0.48
29	Coca Cola 1 Lt	5.00	3.30	1.70
30	Coca Cola 2 Lts	10.50	6.93	3.57
31	Fanta personal	1.40	0.92	0.48
32	Fanta 1 Lt	4.50	2.97	1.53
33	Fanta 2 Lt	10.00	6.60	3.40
34	Sprite personal	1.40	0.92	0.48
35	Sprite 2 Lts	10.00	6.60	3.40
36	Simba personal	1.40	0.92	0.48
37	Simba 2 Lts	10.50	6.93	3.57
38	Shot de Pisco	1.80	1.19	0.61
39	Pisco Sour	7.26	4.79	2.47
40	Mojito	7.75	5.11	2.63
41	Chilcano	6.29	4.15	2.14
42	Cerveza Huari 350 ml	3.50	2.31	1.19
43	Jarra de sangria	3.83	2.53	1.30
44	Porción Junior de arroz	1.88	1.24	0.64
45	Porción Grande de arroz	2.63	1.73	0.89
46	Porción Junior de papas fritas	2.25	1.49	0.77
47	Porción Grande de papas fritas	3.15	2.08	1.07

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES – COSTO DE PRODUCCION

ELABORACION: PROPIA

2.1.3 Relación Tamaño – Tecnología

2.1.3.1 Tecnología de origen peruano

De toda la tecnología requerida, lo más importante tiene que ser de origen peruano, debido a que los productos a ofrecer son de El Tablón – Arequipa y los mismos no se encuentran en el mercado boliviano. Dentro de ellos tenemos:

- **El Horno Ecológico:** diseñado de manera propia por El Tablón, de acuerdo a las necesidades de producción; mandado a hacer a la empresa del Sr. Eloy. El horno ecológico tiene una capacidad total de producción de 60 pollos en simultaneo, durante aproximadamente 45 minutos. Es mucho mejor que otros hornos, debido a que ayuda a la preservación del medio ambiente ya que no expulsa humo y comparándolo con otros hornos la cocción en un horno ecológico es de menor tiempo. El material que se usa para la fabricación del horno es acero puro, el detalle es que la leña no está debajo de los pollos, sino a un costado, por lo que, al caer la grasa del ave, no aviva las brasas, que es lo que produce humo.
- **Cámara refrigerante mixta:** este equipo nos permitirá guardar una gran cantidad de insumos como pollo, verduras, etc. y su uso tiene la capacidad de controlar la temperatura y así también se divide en varios compartimentos teniendo así la posibilidad de definir un grado de temperatura distinto para cada uno.
- **Caja térmica conservadora:** nos permite conservar los pollos a la brasa que ya han sido preparados y estén listos para el consumo, también se puede graduar la temperatura de conservación y la capacidad máxima de almacenamiento es de 30 pollos.
- **Exhibidor refrigerante:** ayuda a conservar fresco y refrigerado muchos de los productos que tendremos a la venta, como tortas y bebidas (gaseosas, chicha morada, limonada) las medidas del equipo son de 1,80 metros de largo por 1,60 metros de alto y 0,90 metros de ancho y también tiene la capacidad de regular la temperatura a la que nosotros consideremos conveniente.
- **Freidoras de papas:** la empresa proveedora es Refrimax, es de material altamente resistente y muy eficaz debido a que tiene la capacidad de freír en simultaneo 14 kilos de papas en un tiempo de 25 a 30 minutos, también ahorra aceite y su uso para una pollería es ideal.
- **Contenedor térmico:** serán usados para vender nuestros productos al público que no consuma en el local, se considera como tecnología debido a que en Bolivia los

productos similares son de muy baja calidad y no tienen la capacidad de mantener el producto en la temperatura ideal. El proveedor peruano que tendremos será Pamolsa.

2.1.3.2 Tecnología de origen boliviano

Se puede aprovechar los precios en Bolivia, para los requerimientos que no sean específicamente de origen peruano. Para esto se ha hecho las comparaciones de precios en el mercado boliviano y peruano:

TABLA 95: PRECIO DE PRODUCTOS EN SOLES Y BOLIVIANOS

ITEM	DESCRIPCION	PRECIO EN SOLES EN MERCADO PERUANO	PRECIO EN SOLES EN MERCADO BOLIVIANO	DIFERENCIA EN SOLES	DESCUENTO %
1	TELEVISOR DE 48"	2400	1450	950	40%
2	EQUIPO WOOFER + 5 PARLANTES	550	300	250	45%
3	LICUADORAS	230	180	50	22%
4	BATIDORA	250	100	150	60%
5	HORNO MICOONDAS	570	479	91	16%
6	BALANZA ELECTRONICA	230	150	80	35%
7	COMPUTADORAS	2550	1500	1050	41%
8	REFRESQUERA	2200	1499	701	32%
9	OLLA ARROCERA x 5 KG	250	180	70	28%
				Promedio	35%

FUENTE INVESTIGACION POR FUENTE PRIMARIA MEDIANTE COTIZACION EN EL MERCADO
ELABORACION: PROPIA

Como se observa en el cuadro anterior, comparando los precios en Perú y Bolivia, en promedio es un 35% más barato comprarlos en Bolivia, y además así no se incurren en costos de flete, etc. Es por eso que se ha decidido usar proveedores bolivianos para algunos requerimientos.

2.1.4 Tamaño Óptimo

Luego de haber analizado el mercado, el financiamiento y la tecnología; teniendo las diferentes alternativas en cada uno, se ha decidido escoger las siguientes:

EN EL MERCADO

Se ha determinado cubrir aproximadamente un 2% de la demanda estimada, con esto la demanda insatisfecha disminuye y se tiene una participación del 17% en el total de la oferta del mercado.

EN EL FINANCIAMIENTO

El aporte propio (66%) será transferido por el Banco de Crédito del Perú³³, ya que el mismo banco también opera en Bolivia y el Impuesto por Transferencia Bancaria es mucho menor³⁴. Este aporte será destinado para compras y gastos realizados directamente en Bolivia.

El financiamiento externo (34%) será obtenido del Banco de Crédito del Perú en Arequipa, ya que es la entidad que ofrece la menor TCEA para El Tablón Food Center, actualmente la TCEA es de 7,9% y se cuenta con una línea de crédito de hasta 1 000 000 de soles. No consideramos realizar un préstamo en dólares debido a que el tipo de cambio actual es inestable y además como empresa no se cuenta con una línea de crédito en dólares en el BCP.

El financiamiento externo estará destinado directamente para la compra de requerimientos peruanos.

EN LA TECNOLOGIA

Se ha determinado llevar cierta tecnología del Perú a Bolivia, debido a que los requerimientos de fabricación peruana son los óptimos para este caso. Sin embargo también se comprarán requerimientos en Bolivia, debido a que al hacer una cotización a determinados productos se supo que en Bolivia los precios son 35% (en promedio) más convenientes.

Para hallar la capacidad óptima de producción se tienen las siguientes alternativas:

En el siguiente cuadro se muestran dos alternativas de cantidades semanales de platos vendidos:

³³ Debido a que es el banco más conveniente para transferencias internacionales (Perú – Bolivia).

³⁴ ITF= 0.125 %, considerando una transferencia de \$ 62.50. Fuente BCP

TABLA 96: ALTERNATIVAS DE PLATOS VENDIDOS A LA SEMANA

ITEM	POLLO A LA BRASA	ALTERNATIVA 1	ALTERNATIVA 2
1	Pollo a la brasa	753	1212
2	Lomo saltado	88	142
3	Pollo saltado	30	48
4	Bistec montado	24	39
5	Pollo a la plancha	24	39
6	Arroz chaufa con pollo	75	121
7	Arroz chaufa con carne	19	31
8	Tallarín saltado con pollo	68	109
9	Tallarín saltado con carne	19	31
10	Sandwich Pollo a la brasa	40	64
11	Sandwich Lomo saltado	26	42
12	Sandwich Pollo a la plancha	27	43
13	Vaso Chicha Morada (350 ml)	86	138
14	Jarra Chicha Morada 1 Lt	131	211
15	Jarra de limonada 1 Lt	46	74
16	Inca Kola 1/2 Lt	52	84
17	Inca Kola 2.5 Lt	69	111
18	Coca Cola personal	25	40
19	Coca Cola 1 Lt	34	55
20	Coca Cola 2 Lts	33	53
21	Fanta personal	17	27
22	Fanta 1 Lt	24	39
23	Fanta 2 Lt	18	29
24	Sprite personal	16	26
25	Sprite 2 Lts	13	21
26	Simba personal	18	29
27	Simba 2 Lts	23	37
28	Frut-all 1 Lt	53	85
29	Te,cafe, mates	25	40
30	Agua Vital 625 ml	14	23
31	Agua vital 1 1/2 Lt	12	19
32	Shot de Pisco	13	21
33	Pisco Sour	23	37
34	Mojito	19	31
35	Chilcano	14	23
36	Cerveza Huari 350 ml	14	23
37	Jarra de sangria	10	16
38	Copa de vino	19	31
39	Jarra de vino	9	14
40	Porción Junior de arroz	74	119
41	Porción Grande de arroz	72	116
42	Porción Junior de papas fritas	82	132
43	Porción Grande de papas fritas	73	118
44	Buffet de salsas y ensaladas	47	76

FUENTE: INVESTIGACION DE FUENTE PRIMARIA MEDIANTE ESTUDIO DE MERCADO

ELABORACION: PROPIA

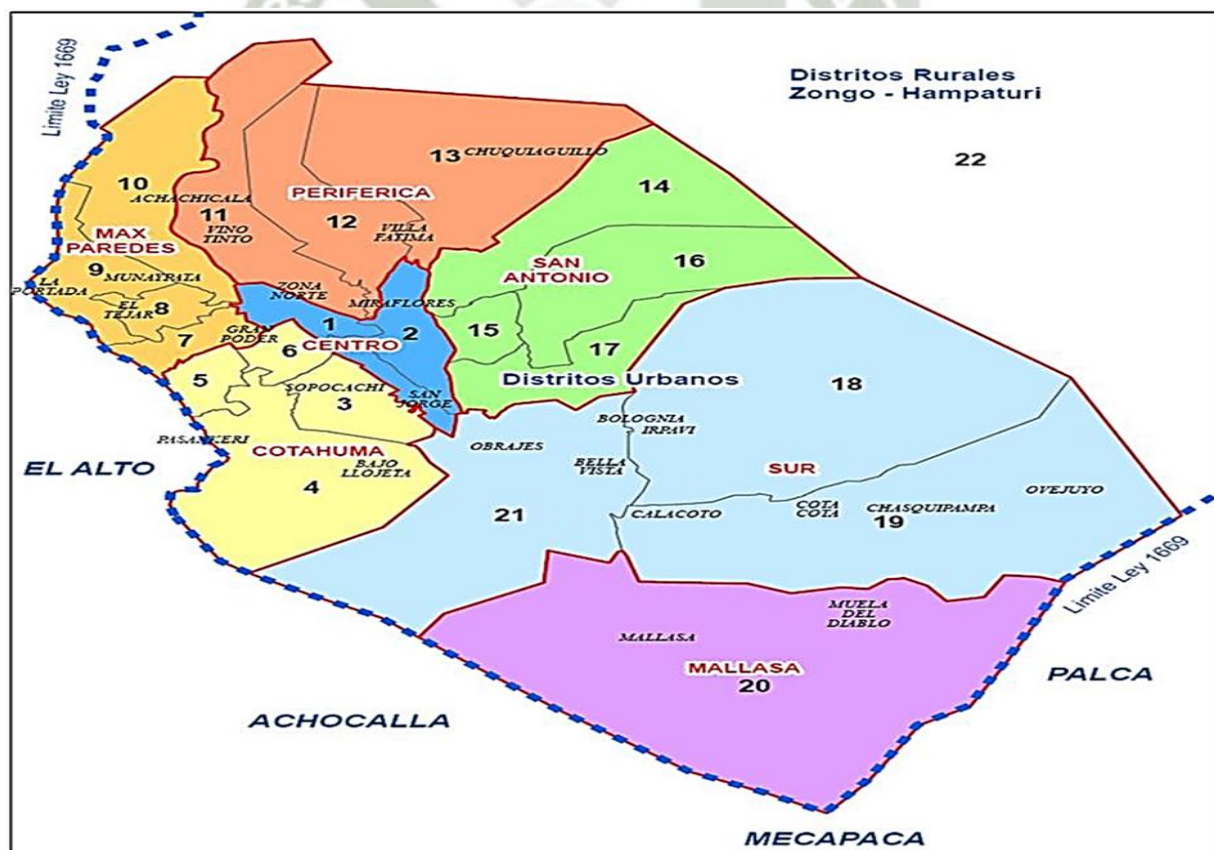
- La alternativa 1 refleja un escenario conservador y más adecuado a las ventas estimadas en platos a la semana³⁵, considerando nuestra capacidad de producción y la capacidad de atracción de clientes.
- La alternativa 2 refleja un escenario excesivo, considerando que es un producto casi nuevo y que en la actualidad no se tienen los hábitos de consumo para llegar a dichas ventas. Entonces no se llegaría a vender todo lo que se estima, sin embargo si es posible producirlo.

Se opta por la alternativa 1, ya que se considera un escenario óptimo; y habiendo realizado la investigación en el mercado, la capacidad que llegaría a cubrir (en un inicio) con nuestro proyecto y sin tener dificultades, se ve más adecuada con la alternativa 1.

2.2 LOCALIZACION DEL PROYECTO

Para realizar la localización del lugar para el proyecto es necesario conocer bien la ciudad de La Paz y sus diferentes jurisdicciones.

DISTRITOS Y MACRO DISTRITOS DEL MUNICIPIO DE LA PAZ



FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA

³⁵ Según la oferta proyectada para una semana al comienzo del proyecto.

2.2.1 Factores de localización

Con una Matriz de Ponderación de Factores podremos determinar el macro-distrito adecuado para el proyecto.

A continuación se desarrollarán todos los pasos para hallar la Matriz de Ponderación de Factores:

TABLA 97: MATRIZ DE PONDERACION DE FACTORES – ESCALA DE PONDERACION

TIPO DE PONDERACION DE 1 AL 10	
1	PESIMO
2	MUY MALO
3	MALO
4	MENOS QUE REGULAR
5	REGULAR
6	MAS QUE REGULAR
7	BUENO
8	MUY BUENO
9	MEJOR
10	EXCELENTE

FUENTE: MODELO DE PONDERACION DE FACTORES

ELABORACION: PROPIA

Se ha determinado trabajar con una ponderación de pesos del 1 al 10, donde 1 tenga poca influencia o relevancia y 10 tenga mayor importancia.

TABLA 98: MATRIZ DE PONDERACION DE FACTORES – PESO DE FACTORES

ITEM	FACTORES	PESO	PORCENTAJE
	DESCRIPCION		
1	ESTRATO SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICO	8	14%
2	CERCANÍA A CENTROS COMERCIALES Y BANCOS	6	11%
3	UBICACIÓN DE RESTAURANTES INTERNACIONALES	7	13%
4	ACCESIBILIDAD A MERCADOS DE INGREDIENTES PERUANOS	4	7%
5	AFLUENCIA DE PUBLICO	9	16%
6	INFLUENCIA DE BLOQUEOS Y PAROS	5	9%
7	VARIEDAD DE PREVENTISTAS Y PROVEEDORES	6	11%
8	DISPONIBILIDAD DE LOCALES EN VENTA O ALQUILER	4	7%
9	ACCESIBILIDAD AL LUGAR POR LA DISTANCIA	3	5%
10	TIPO DE MICROCLIMA	4	7%
TOTAL		56	100%

FUENTE: MODELO DE PONDERACION DE FACTORES

ELABORACION: PROPIA

En la tabla anterior se ven descritos los factores que determinaran el lugar del proyecto y sus respectivos porcentajes respecto al peso asignado para cada uno.

TABLA 99: MATRIZ DE PONDERACION DE FACTORES - LOCALIZACION

ITEM	FACTORES		PESO	ALTERNATIVAS			
	DESCRIPCION			ZONA SUR	CENTRO	SAN ANTONIO	COTAHUMA
1	ESTRATO SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICO		8	9	6	6	5
2	CERCANÍA A CENTROS COMERCIALES Y BANCOS		6	8	9	3	2
3	UBICACIÓN DE RESTAURANTES INTERNACIONALES		7	10	3	4	3
4	ACCESIBILIDAD A MERCADOS DE INGREDIENTES PERUANOS		4	8	4	4	3
5	AFLUENCIA DE PUBLICO		9	10	10	7	6
6	INFLUENCIA DE BLOQUEOS Y PAROS		5	2	10	5	5
7	VARIEDAD DE PREVENTISTAS Y PROVEEDORES		6	9	6	2	1
8	DISPONIBILIDAD DE LOCALES EN VENTA O ALQUILER		4	5	1	8	9
9	ACCESIBILIDAD AL LUGAR POR LA DISTANCIA		3	3	8	4	4
10	TIPO DE MICROCLIMA		4	10	3	3	2
TOTAL PUNTAJE				445	355	266	226
PORCENTAJE ALCANZADO				79%	63%	48%	40%

FUENTE: MODELO DE PONDERACION DE FACTORES

ELABORACION: PROPIA

Como se observa en la Matriz, el mayor puntaje alcanzado es para el macro – distrito ZONA SUR, con 445 puntos y un porcentaje de 79%; significa que el mejor lugar para localizar nuestro proyecto es la Zona Sur.

2.2.2 Micro localización

Una vez determinada la localización del proyecto, podemos analizar el macro-distrito elegido y escoger la micro localización del mismo, ya que dentro de la Zona Sur de La Paz se encuentran 3 distritos donde se puede ubicar exactamente el proyecto.

Dentro de la jurisdicción de la sub alcaldía de la Zona Sur se encuentran los siguientes distritos:

MACRO DISTRITOS DEL MUNICIPIO DE LA PAZ – ZONA SUR



FUENTE: GOBIERNO AUTONOMO DE LA PAZ

2.2.2.1 Distrito N° 18 (CALACOTO):

En Calacoto podemos encontrar una gran cantidad de lugares de esparcimiento así como centros comerciales, cines, restaurantes campestres, etc. Es una de las zonas relativamente más cercanas al cercado de la ciudad. El clima es excelente y se considera que en este distrito se encuentran más centros comerciales que zonas residenciales.

Las urbanizaciones que integran Calacoto son las siguientes:

Irpavi, Bologna, Caliri, Urb. 20 de abril, Facile, Urb. el vergel, Urb. aruntayawinchaje, Urb. peña azul, Virgen de las nieves, Irpavi II, Ciudadela stronguista, Urb. 23 de marzo, Meseta de achumani, Urb. tres fuerzas, Huantaqui i, Huantaqui ii, Urb. lomas del sur, Urb. el porvenir, Urb. las kantutas, Urb. Koani, Urb. villa concepción, Urb. san José obrero, Achumani central, Achumani san ramón, Alto achumani, Bajo achumani, Entel I - Entel 24, Huancané, Huayllani, Kellumanichijipata, Urb. cóndores lakota, Urb. la pradera, Urb. las flores (complejo strongest), Urb. Libertad, Urb. lomas de chuamayahuacollo y Urb. los rosales.

2.2.2.2 Distrito N° 19 (OVEJUYO):

El distrito de Ovejuyo se encuentra más alejado del cercado de la ciudad que los otros distritos, cuenta con urbanizaciones que en su mayor cantidad son zonas residenciales.

Las urbanizaciones que integran el distrito de Ovejuyo son las siguientes:

Alto florida, Florida, Mirador alto la florida, Alto ovejuyo, Ovejuyo central, El arenal ovejuyo, Nuevo amanecer, Playón coqueni, Coqueni, Santa Fe de kesini, Playón jillusaya, Chasquipampa, Anuta, Rosas de wilacota, La trinchera, Barrio petrolero, Los olivos, Codavisa, Kupillani central, Virgen de la merced, Mirador virgen de Copacabana, Lomas de chasquipampa, El pedregal, Los lirios, Urb. rosas de calacalani, Lakacolloovejuyo, Apaña, Auquisamaña, Calacoto, Calacoto alto huañajahuira, Cota cota, El choro, Kallpani, Lomas de kupillani, Los almendros, Los geranios, Los pinos, Los rosales, Morocollo santos pariamo, San miguel, Urb. Jazmín

2.2.1.3 Distrito N° 21 (OBRAJES):

Obrajes es el distrito con la mayor parte de zonas residenciales, donde se encuentran las mansiones más grandes y lujosas de toda La Paz. Asimismo está el corazón financiero de La Paz, con edificios y oficinas de las más grandes empresas de la ciudad.

Las urbanizaciones que integran el distrito de Obrajes son los siguientes:

Alto obrajes sector a y b, Alto obrajes sector d, Alto obrajes simón bolívar, Taypijahuirá, Urb. Remedios, Reyes Carvajal, Bella vista central, Francisco de mirandor, Barrio municipal, Huanu Huanuni, La ventilla, Obrajes, Kollpajahuirá, Alto ventilla, El gramadal, El Carmen, Bajo següencoma, Barrio el periodista, Norte bella vista, Guaqui, Las retamas, Litoral, Los alamos, Bella vista central II, Següencoma alto 1ra. Meseta, Següencoma alto 24 de junio, Següencoma alto la rinconada, Següencoma alto sector conavi, Urb. el prado, Urb. Illimani, Urb. rosario

Para evaluar cada distrito se ha determinado usar una Matriz de Ponderación de Factores que indique cual es el distrito adecuado para la micro localización del proyecto:

TABLA 100: MATRIZ DE PONDERACION DE FACTORES – MICRO LOCALIZACION

ITEM	FACTORES	PESO	ALTERNATIVAS		
	DESCRIPCION		CALACOTO	OBRAJES	OVEJUYO
1	CERCANÍA A CENTROS COMERCIALES Y BANCOS	8	10	8	5
2	UBICACIÓN DE RESTAURANTES INTERNACIONALES	7	9	6	3
3	ACCESIBILIDAD A MERCADOS DE INGREDIENTES PERUANOS	4	6	8	5
4	AFLUENCIA DE PUBLICO	9	10	7	4
5	VARIEDAD DE PREVENTISTAS Y PROVEEDORES	8	9	6	3
6	DISPONIBILIDAD DE LOCALES EN VENTA O ALQUILER	9	4	5	7
7	ACCESIBILIDAD DE TRANSPORTE PUBLICO	4	9	8	6
8	DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	5	7	5	5
TOTAL PUNTAJE			436	351	253
PORCENTAJE ALCANZADO			81%	65%	47%

FUENTE: MODELO DE PONDERACION DE FACTORES

ELABORACION: PROPIA

Como podemos observar en la Matriz se tiene un mayor puntaje alcanzado en el distrito Calacoto con 436 puntos y un porcentaje de 81%, esto indica que se debe elegir un lugar ubicado exactamente en el Distrito de Calacoto.

2.2.3 Lugar para el proyecto

Para empezar el proyecto, tomando en cuenta los factores de localización y micro localización, el mejor lugar recomendable es la Zona Sur, en el distrito de Calacoto (Nro18).

Adicionalmente hemos visto por conveniente escoger el lugar específico, dentro del distrito de Calacoto.

En base a que la mayoría de clientes de pollo a la brasa conocen Roky's³⁶, entonces los clientes saben que para comer pollo a la brasa tienen que ir a la calle 21 de Calacoto.

En una de las visitas a la ciudad, se ha realizado la búsqueda de locales en venta o en alquiler y así fue que encontramos un local en alquiler, a dos cuadras de la “famosa” calle 21 (Calacoto). Este local cuenta con 270 metros cuadrados de terreno y un área construida de 450 metros cuadrados, son dos pisos completamente habilitados para un restaurante, además que es un lugar muy acogedor y preciso para la ubicación de nuestro proyecto. La ubicación es en una esquina y muy privilegiada en cuanto a frenteras ya que cuenta con 15 metros hacia la calle Ferrecio y 18 metros para la calle Moreno. Este sería un local ideal y las condiciones del alquiler serían a tratar con el mismo dueño, considerando un aproximado del costo entre 1500 a 1800 dólares mensuales. La dirección exacta del local es: Calle Federico Ferrecio Bloque 28 Nro. 1303 esquina con la calle Gabriel Rene Moreno.

2.3 TECNOLOGÍA

2.3.1 Capacidad de Ocupabilidad

2.3.1.1 Descripción del aforo del local

Considerando el área de terreno y área construida del local que se quiere alquilar, tenemos las siguientes especificaciones:

- ✓ Área de terreno de 270 mts².
- ✓ Área construida de 450 mts².
- ✓ Un total de 46 mesas para 218 personas
- ✓ Aforo total de 250 personas considerando a 218 clientes en mesa y aproximadamente 32 personas entre trabajadores y clientes que pidan para llevar.

2.3.1.2 Media de ocupación

Se ha considerado realizar la media de ocupación en base a ejemplos obtenidos por restaurantes similares al nuestro en la ciudad de La Paz. La referencia que se ha tomado en cuenta para este caso, es de datos obtenidos en la Cámara Nacional de Empresarios Gastronómicos de Bolivia.

³⁶ Según resultados de encuestas.

La tasa de ocupación, está referida al porcentaje de mesas ocupadas por clientes o comensales en un determinado momento. Esta tasa de ocupación ayudará al administrador a evaluar el negocio y también ver la estacionalidad del mismo.

A continuación veremos paso a paso como se ha determinado la media de ocupación para El Tablón Food Center – La Paz:

1. Para empezar nuestro tráfico de restaurante será el número de platos servidos por día y durante una semana (lunes a domingo), tal cual vemos a continuación:

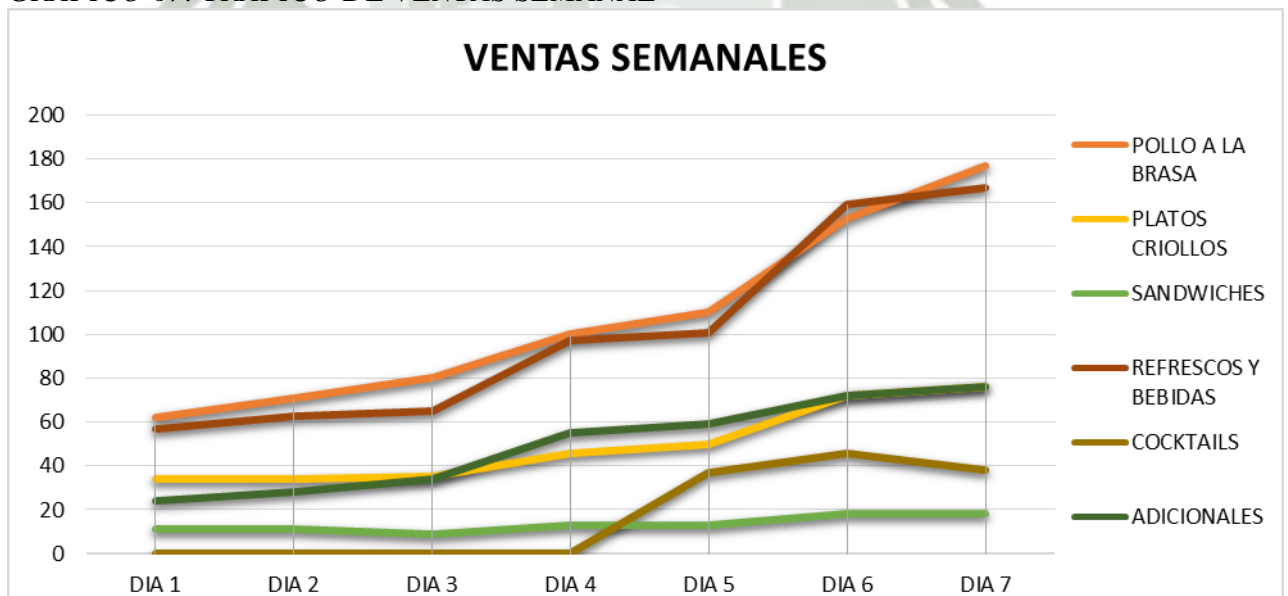
TABLA 101: TRAFICO SEMANAL DE VENTA DE PLATOS

TRAFICO	DIA	POLLO A LA BRASA	PLATOS CRIOLLOS	SANDWICHES	REFRESCOS Y BEBIDAS	COCKTAILS	ADICIONALES	TOTAL
LUNES	DIA 1	62	34	11	57	0	24	188
MARTES	DIA 2	71	34	11	63	0	28	207
MIERCOLES	DIA 3	80	35	9	65	0	34	223
JUEVES	DIA 4	100	46	13	97	0	55	311
VIERNES	DIA 5	110	50	13	101	37	59	370
SABADO	DIA 6	153	72	18	159	46	72	520
DOMINGO	DIA 7	177	76	18	167	38	76	552
TOTAL		753	347	93	709	121	348	2371
TOTAL %		31.8%	14.6%	3.9%	29.9%	5.1%	14.7%	100.0%

FUENTE: CAMARA NACIONAL DE EMPRESARIOS GASTRONOMICOS DE BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 67: TRAFICO DE VENTAS SEMANAL



FUENTE: CAMARA NACIONAL DE EMPRESARIOS GASTRONOMICOS DE BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

Como se observa en la tabla anterior, El Tablón sirve en total 2 371 platos durante una semana, de los cuales el 31,8% corresponden a pollo a la brasa, 29,9% a refrescos y bebidas, 14,6% a platos criollos y 23,7% a otros productos. Así mismo en el grafico se observa que la mayor afluencia se concentra en los fines de semana.

Esto nos permite entender cómo se comporta la demanda según los tipos de plato y los días de consumo, y cómo se comporta en función a la estacionalidad. Y analizando el comportamiento del tráfico será más fácil realizar previsiones y ajustar los recursos del restaurante, en especial el personal y los stocks a la previsión del tráfico en cada momento.

2. **Elaboramos un cuadro anual de platos servidos**, considerando la tabla de tráfico por días de semana y multiplicándolo por 52 (número de semanas al año):

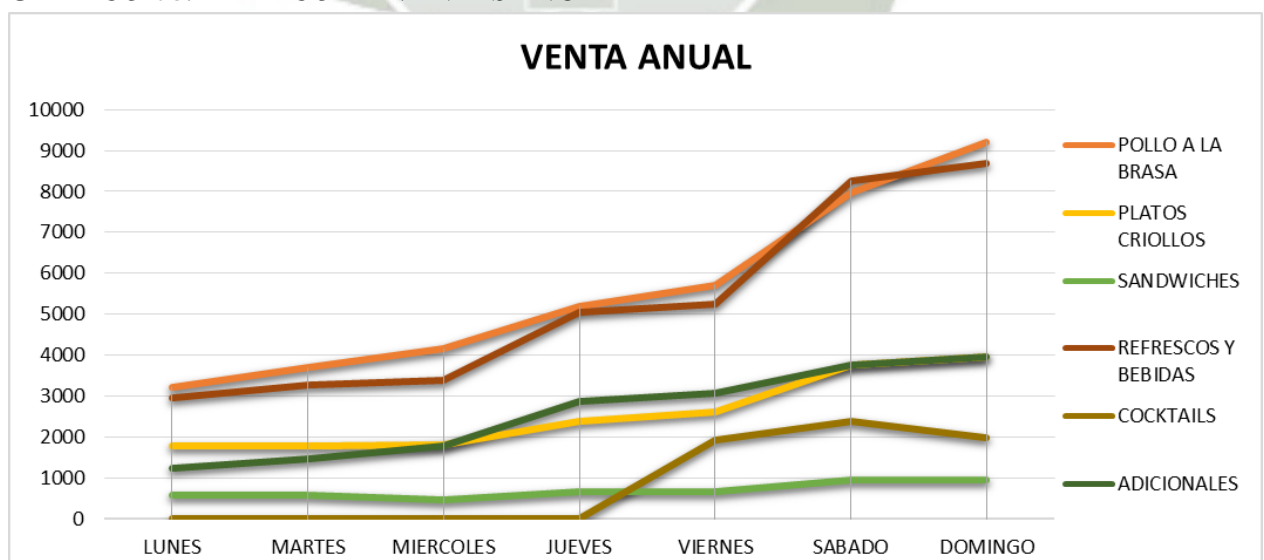
TABLA 102: TRAFICO ANUAL DE VENTA DE PLATOS

TRAFICO ANUAL	POLLO A LA BRASA	PLATOS CRIOLLOS	SANDWICHES	REFRESCOS Y BEBIDAS	COCKTAILS	ADICIONALES	TOTAL
LUNES	3224	1768	572	2964	0	1248	9776
MARTES	3692	1768	572	3276	0	1456	10764
MIERCOLES	4160	1820	468	3380	0	1768	11596
JUEVES	5200	2392	676	5044	0	2860	16172
VIERNES	5720	2600	676	5252	1924	3068	19240
SABADO	7956	3744	936	8268	2392	3744	27040
DOMINGO	9204	3952	936	8684	1976	3952	28704
TOTAL	39156	18044	4836	36868	6292	18096	123292

FUENTE: CAMARA NACIONAL DE EMPRESARIOS GASTRONOMICOS DE BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 68: TRAFICO DE VENTAS ANUAL



FUENTE: CAMARA NACIONAL DE EMPRESARIOS GASTRONOMICOS DE BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

Se obtiene un estimado de 123 292 platos que se servirán durante un año.

- Ahora vamos a elaborar la tabla de tráfico anual segmentando las ventas anuales por meses y por platos servidos.

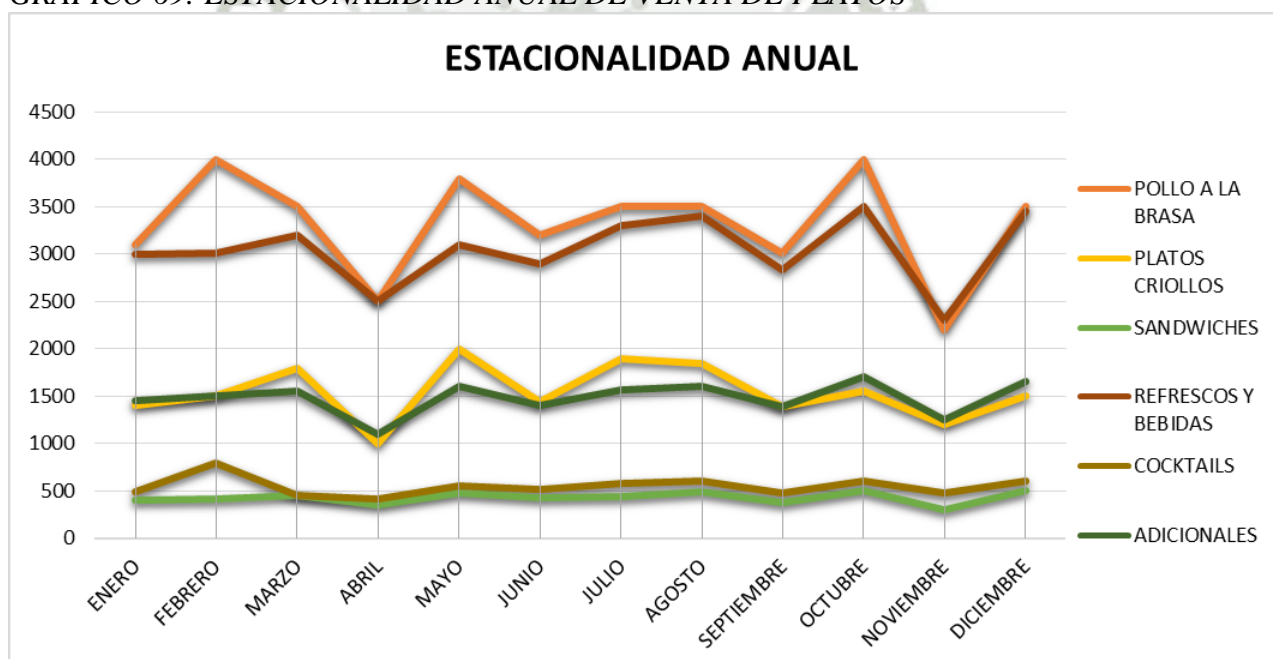
TABLA 103: ESTACIONALIDAD ANUAL DE VENTA DE PLATOS

TRAFICO MENSUAL	POLLO A LA BRASA	PLATOS CRIOLLOS	SANDWICHES	REFRESCOS Y BEBIDAS	COCKTAILS	ADICIONALES	TOTAL	% ANUAL
ENERO	3100	1400	400	3000	495	1450	9845	7.9%
FEBRERO	4000	1500	420	3010	800	1500	11230	9.0%
MARZO	3500	1800	450	3200	450	1550	10950	8.8%
ABRIL	2500	1000	350	2500	410	1100	7860	6.3%
MAYO	3800	2000	480	3100	550	1600	11530	9.3%
JUNIO	3200	1440	430	2900	520	1400	9890	8.0%
JULIO	3500	1900	440	3300	580	1570	11290	9.1%
AGOSTO	3500	1850	490	3400	600	1610	11450	9.2%
SEPTIEMBRE	3012	1388	372	2836	484	1392	9484	7.6%
OCTUBRE	4000	1550	500	3500	600	1700	11850	9.5%
NOVIEMBRE	2200	1200	300	2300	480	1250	7730	6.2%
DICIEMBRE	3500	1500	500	3450	610	1650	11210	9.0%
TOTAL							124319	100%

FUENTE: CAMARA NACIONAL DE EMPRESARIOS GASTRONOMICOS DE BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 69: ESTACIONALIDAD ANUAL DE VENTA DE PLATOS



FUENTE: CAMARA NACIONAL DE EMPRESARIOS GASTRONOMICOS DE BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

Como podemos observar, tenemos alta estacionalidad en los meses de:

- Febrero, por ser mes de fiestas de carnavales en la región.
- Marzo, celebraciones de días importantes como el día del padre, feriados, entre otros.
- Mayo, gran cantidad de fechas festivas como el día de la madre, Gran Poder, entre otros.
- Julio, Vacaciones invernales y aniversario de La Paz.
- Agosto, feriados largos por fechas festivas y fiestas patrias de Bolivia.
- Octubre, celebraciones en la Zona Sur de La Paz y mayor cantidad de eventos corporativos.
- Diciembre, Vacaciones de verano, fiestas de fin de año, entre otros.

Asimismo se presenta una estacionalidad regular en los meses de: Enero, Junio y Septiembre. Y por último se consideran los meses de Abril y Noviembre con baja estacionalidad, debido a que las celebraciones de dichos meses representan rituales típicos de la ciudad en los cuales nuestro rubro de negocio no tiene mucho que ver.

2.3.1.2.1 Capacidad de Servicio

La ocupación del restaurante: Se entiende por ocupación, al porcentaje de la capacidad de servicio del restaurante que se vende en un periodo. La capacidad de servicio se ha calculado de la siguiente manera:

- El aforo del restaurante es de 218 sillas en total.
- La cocina está produciendo aproximadamente durante 5 horas (al día).
- El tiempo de servicio medio es de 1 hora y 25 minutos.

$$\text{CAPACIDAD DE SERVICIO} = \frac{\text{N}^{\circ} \text{ DE ASIENTO X HORAS DE SERVICIO (COCINA)}}{\text{TIEMPO MEDIO DE SERVICIO}}$$

$$\text{CAPACIDAD DE SERVICIO} = \frac{218 * 5}{1.25} = 872 \text{ PLATOS}$$

La capacidad de servicio “bruta” es de 872 platos servidos. Se considera “bruta” ya que se pierde algo de capacidad por causa de cómo se asignan mesas a grupos de clientes. Por ejemplo una mesa de 4 para un grupo de 3 clientes.

2.3.1.2.2 Índice de Ocupabilidad

El porcentaje de ocupación lo hallamos de la siguiente manera:

Considerando el promedio de platos vendidos en un día de semana sobre la capacidad de servicio:

$$\% \text{ Ocupación} = \text{Trafico} / \text{capacidad de servicio}$$

$$\% \text{ Ocupación} = \frac{339}{872} = 39\%$$

Se observa que El Tablón – La Paz tiene un porcentaje de ocupación de 39%.

El disponer los datos de ocupación de la semana tipo y anual nos permite tomar decisiones para actuar en aquellos momentos de consumo, días o meses donde la ocupación sea baja.

Para ello se ha elaborado el siguiente cuadro de análisis de ocupación anual:

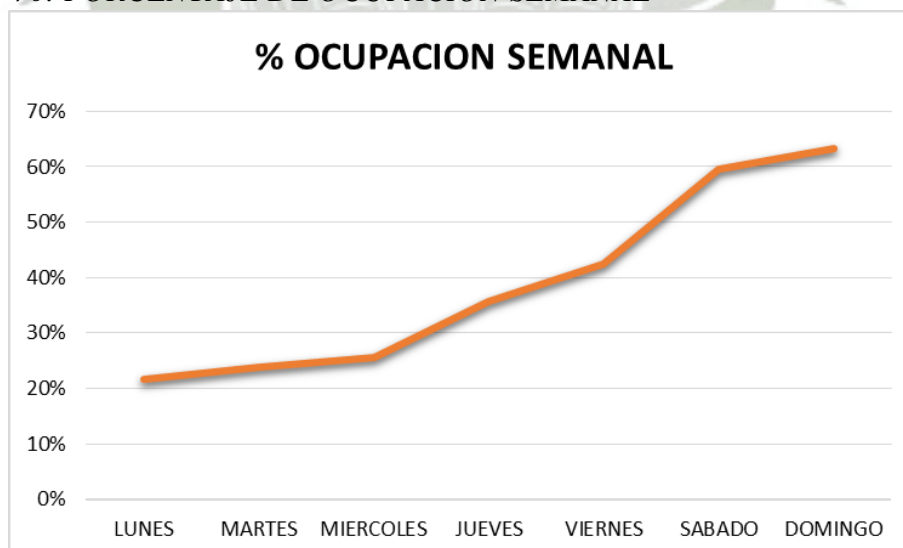
TABLA 104: ANALISIS DE OCUPACION-SEMANAL

TRAFICO	% POLLO A LA BRASA	% PLATOS CRIOLLOS	% SANDWICHES	% REFRESCOS Y BEBIDAS	% COCKTAILS	% ADICIONALES	% TOTAL
LUNES	7%	4%	1%	7%	0%	3%	22%
MARTES	8%	4%	1%	7%	0%	3%	24%
MIERCOLES	9%	4%	1%	7%	0%	4%	26%
JUEVES	11%	5%	1%	11%	0%	6%	36%
VIERNES	13%	6%	1%	12%	4%	7%	42%
SABADO	18%	8%	2%	18%	5%	8%	60%
DOMINGO	20%	9%	2%	19%	4%	9%	63%
TOTAL	12%	6%	2%	12%	2%	6%	39%

FUENTE: CAMARA NACIONAL DE EMPRESARIOS GASTRONOMICOS DE BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 70: PORCENTAJE DE OCUPACION SEMANAL



FUENTE: CAMARA NACIONAL DE EMPRESARIOS GASTRONOMICOS DE BOLIVIA

FUENTE: PROPIA

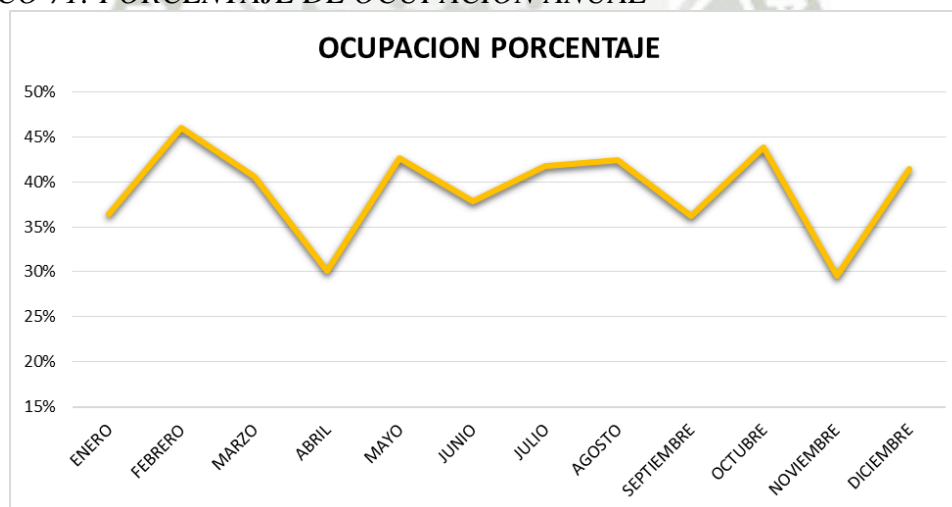
TABLA 105: ANALISIS DE OCUPACION ANUAL

TRAFICO MENSUAL	OCUPACION	
	MENSUAL	PORCENTAJE
ENERO	27032	36%
FEBRERO	24416	46%
MARZO	27032	41%
ABRIL	26160	30%
MAYO	27032	43%
JUNIO	26160	38%
JULIO	27032	42%
AGOSTO	27032	42%
SEPTIEMBRE	26160	36%
OCTUBRE	27032	44%
NOVIEMBRE	26160	30%
DICIEMBRE	27032	41%
TOTAL		39%

FUENTE: CAMARA NACIONAL DE EMPRESARIOS GASTRONOMICOS DE BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

GRAFICO 71: PORCENTAJE DE OCUPACION ANUAL



FUENTE: CAMARA NACIONAL DE EMPRESARIOS GASTRONOMICOS DE BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

Con los datos de ocupación anual del restaurante, podemos tomar decisiones importantes en las áreas de personal, decidir cómo hacer los cuadros de horarios, reparto de vacaciones, cierre semanal del restaurante, etc.; en el área de marketing, decidir cuándo hacer promociones y ofertas para incentivar el consumo, cuando discriminar precios según la demanda, como gestionar los tiempos de servicio, etc.

2.3.2 Requerimiento de equipos

Para el requerimiento de equipo hemos elaborado las siguientes tablas en las que detallamos cada uno de los equipos, muebles y enseres que se van a utilizar en el desarrollo y elaboración de los productos a ofrecer. (ver anexo 7)

TABLA 106: EQUIPOS

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD
1	COCINA INDUSTRIAL 6 HORNILLAS + PLANCHA	1
2	HORNO ECOLOGICO	1
3	TELEVISOR DE 48"	2
4	EQUIPO WOOFER + 5 PARLANTES	1
5	LICUADORAS	3
6	BATIDORA	1
7	HORNO MICOONDAS	1
8	CAMARA REFRIGERANTE MIXTA	1
9	FREIDORA DE PAPAS 2 CANASTILLAS DE 7	2
10	CAJA REGISTRADORA	2
11	CAMPANA EXTRACTORA	2
12	BALANZA ELECTRONICA	1
13	COMPUTADORAS	3
14	REFRESQUERA	1
15	OLLA ARROCERA x 5 KG	2
16	DISPENSADOR DE JABON LIQUIDO	4
17	DISPENSADOR DE PAPEL TOALLA	2
18	DISPENSADOR DE PAPEL HIGIENICO	2
19	SECADORA AUTOMATICA	2
20	CAMA ELASTICA	1
21	PISCINA DE PELOTAS	1
22	LAVADERO x 2 POZAS	1
23	EXHIBIDOR REFRIGERANTE	1
24	CAJA TERMICA PARA POLLO X 30 UNIDADES	1
25	ESTACION DE MOZOS	1
26	BARRAS DE MELAMINA	2
27	BARRAS DE ENSALADA	2
28	SILLAS PARA BEBE	5
29	MESAS DE 80 x 80 CM2 + 4 SILLAS	29
30	MESAS DE 160 x 80 CM2 + 6 SILLAS	17
31	BANCOS DE MADERA	8
32	ESTANTES DE COCINA + MESA DE ACERO INOXIDABLE	4
33	ESCRITORIO + SILLA	1
34	SILLON	1
35	ARCHIVADOR	1
36	LETRERO DEL LOCAL	1
37	RACK PARA TV.	2

FUENTE: EVALUACION DEL PROYECTO - INVERSIONES

ELABORACION: PROPIA

TABLA 107: MUEBLES Y ENSERES

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD
1	PLATOS REDONDOS	140
2	PLATOS RECTANGULARES	140
3	PLATILLOS	250
4	JARRAS 1 LT.	50
5	JUEGO DE TENEDORES x 12	25
6	JUEGO DE CUCHILLOS x 12	25
7	JUEGO DE CUCHARAS x 12	8
8	JUEGO DE VASOS x 12 DE 350 ML.	10
9	JUEGO DE VASOS x 12 DE 200 ML	17
10	TAZAS DE 250 ML.	150
11	TIJERAS PARA CORTAR POLLO	3
12	RALLADOR	3
13	SACAR CORCHO	3
14	SET DE CUCHILLOS DE CHEF (6 PZAS)	3
15	PINZA PARA ENSALADA	10
16	PINZAS PARA POLLO	3
17	CUCHARAS DE MADERA	4
18	ESPUMADERA	2
19	OLLAS x 18 LTS.	5
20	TABLAS DE PICAR	5
21	AGARRADERAS DE OLLA	6
22	WOKS	6
23	MORTEROS	3
24	SERVILLETEROS	50
25	SARTEN DE CERAMICA	2
26	BALDES x 10 LTS.	5
27	BASUREROS DE COCINA	3
28	BASUREROS DE BAÑO	8
29	TRINCHES	3
30	SET DE FLUORESCENTE x 2	10
31	JUEGO DE SECADORES x 12	1
32	PAÑO DE ESPONJA x 10	4
33	TETERAS x 5 LTS.	3
34	TERMOS x 5 LTS.	3
35	SET DE VASIJAS METALICAS x 5	4
36	RECIPIENTE DE SALSAS	5
37	BANDEJA DE ENSALADAS	10
38	COPAS DE VINO x 12	2
39	VASOS DE SHOT 1 ONZA	12
40	VASOS PARA COCKTAILS x 12	2
41	ENVASE DE SALSA PARA COCINA	6
42	ENVASE DE SALSA PARA MESA x 3	50
43	EXPRIMIDOR DE LIMON	2

FUENTE: EVALUACION DEL PROYECTO - INVERSIONES

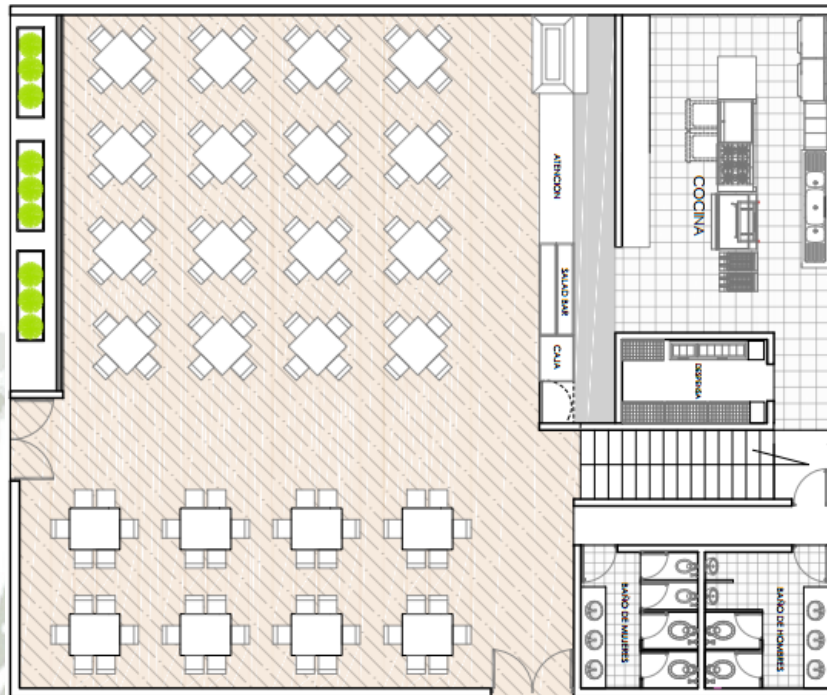
ELABORACION: PROPIA

2.3.3 Distribución Física del local

El local tiene un total de 270 m² de área de terreno y 450 m² de área construida, consta de dos niveles y cuenta con 46 mesas en ambos niveles (29 mesas para 4 personas y 17 mesas para 6 personas); con un aforo de total de 218 personas en ambos niveles.

2.3.3.1 En el primer nivel

En el primer nivel encontramos:



- ✓ Dieciséis mesas para 4 personas
- ✓ Ocho mesas para 6 personas
- ✓ Una barra cerca al horno, las medidas son de 6.50 m. de largo x 75 cm de ancho, aquí se expenderán los pollos para el consumo tanto en el local como para llevar.
- ✓ Una Caja registradora para hacer los pagos de los consumidores, se emitirán facturas y se recibirá el pago al contado y mediante tarjetas de débito y crédito (VISA)
- ✓ La cocina cuenta con 40 m², en la cual se encuentran las cocinas industriales, los lavaderos de servicios, las mesas de preparación de alimentos y un área de 10 m² que es una alacena, en la cual también se incluye un cuarto frigorífico para los alimentos perecibles y no perecibles.
- ✓ Los servicios higiénicos para damas cuentan con dos sanitarios y un sanitario especial para niños; el de varones cuenta con dos sanitarios y un urinario para

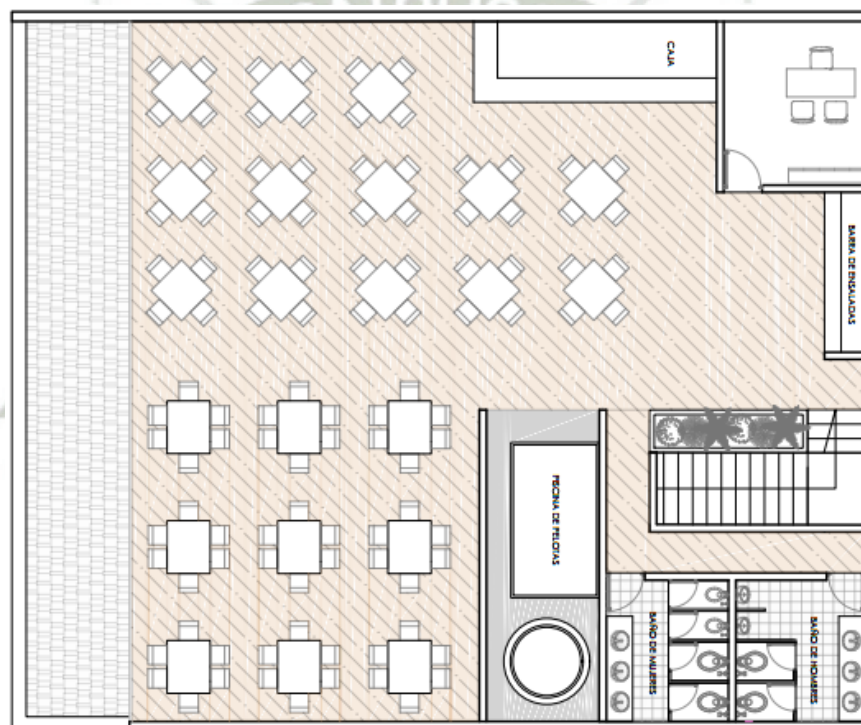
adultos y uno para niños. En ambos baños se cuenta con lavamanos y secadores de manos.

- ✓ Adicionalmente se cuenta con un Televisor de 48 pulgadas y decoraciones con motivos arequipeños y peruanos, tales como cuadros, cerámicas, máscaras.

En el primer nivel se cuenta con un total de 24 mesas haciendo un aforo total de 112 personas.

2.3.3.2 En el segundo nivel

En el Segundo nivel encontramos:



- ✓ Trece mesas para 4 personas
- ✓ Nueve mesas para 6 personas
- ✓ Una barra de 5 m de largo por 0.75 cm de ancho para guardar la vajilla que se utilizara en ese nivel así como las bebidas y demás utensilios necesarios; al lado se encuentra la caja registradora para hacer los pagos respectivos del consumo en ese nivel, se emitirán facturas y se recibirá el pago al contado y mediante tarjetas de débito y crédito (VISA).
- ✓ Los servicios higiénicos para damas cuentan con dos sanitarios y un sanitario especial para niños; el de varones cuenta con dos sanitarios y un urinario para

adultos y uno para niños. En ambos baños se cuenta con lavamanos y secadores de manos

- ✓ Una zona especial para el buffet de ensaladas y salsas de la casa
- ✓ Un Televisor de 48 pulgadas colocado estratégicamente en el segundo nivel y decoraciones con motivos arequipeños y peruanos, tales como cuadros, cerámicas, máscaras.
- ✓ Como un atractivo para nuestros clientes que tienen niños se contará con el área infantil, que tendrá una cama elástica y una piscina de pelotas de colores.

En el segundo nivel se cuenta con un total de 22 mesas haciendo un aforo total de 106 personas.

2.4 ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN

2.4.1 Tipo de sociedad

En Bolivia existen, según el código de comercio, los siguientes tipos de sociedades para formar una empresa:

- **Empresa Unipersonal:** Se entiende por comerciante individual o empresa unipersonal a la persona natural que ejerce el comercio en forma individual y por cuenta propia, haciendo de esta una actividad económica habitual.
- **Sociedad Anónima o Sociedad en comandita por Acciones Constituidas por Acto Unido:** La sociedad anónima es un tipo societario integrado por socios que responden y están obligados hasta el monto de los aportes que hayan suscrito. El capital en estas sociedades, se encuentra representado por acciones cuyos títulos son negociables. Las sociedades en comandita por acciones, son aquellas sociedades en las cuales los socios gestores responden por las obligaciones sociales como los socios de la sociedad colectiva y los socios comanditarios limitan su responsabilidad al monto de las acciones que hayan suscrito.
- **Sociedad Anónima o en comandita por Acciones Constituidas por Suscripción Pública de Acciones:** Las sociedades anónimas constituidas por suscripción pública están integradas por socios que responden y están obligados hasta el monto de los aportes que hayan suscrito. El capital en estas sociedades, se encuentra representado por acciones cuyos títulos son negociables.
- **Sociedad de Economía Mixta:** Sociedades que integran al tipo de las anónimas y que invisten naturaleza pública y privada, es decir mixta por el origen de los aportes que

constituyen su capital. En ellas, el Estado interviene en la dirección y administración de la sociedad a la par de los particulares, suscribiendo acciones para su constitución.

- **Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL):** Es aquella cuyo capital está integrado por cuotas de capital no representadas por títulos negociables, cuyo giro se efectúa bajo una razón social o denominación, seguido del aditamento “Sociedad de Responsabilidad Limitada”, o su abreviatura “SRL”, o, la palabra “Limitada” o la abreviatura “Ltda.”, en las que la responsabilidad de los socios se limita a su aporte societario.
- **Sociedad Colectiva:** Es aquella en que los socios, actuando bajo una denominación responden de obligaciones sociales en forma solidaria e ilimitada.
- **Sociedad en comandita simple:** Es aquella constituida por uno o varios socios llamados gestores o colectivos que asumen la responsabilidad por las obligaciones en forma solidaria e ilimitada, mientras que otros socios llamados comanditarios responden exclusivamente con el capital que se han obligado a aportar en la sociedad

Luego de haber estudiado bien cada uno de los tipos de sociedades, para conveniencia de este proyecto hemos determinado que la mejor opción para hacer empresa en Bolivia, sería la **Sociedad de Responsabilidad Limitada**, debido a que por cuestiones de leyes, si hubiera un solo dueño, éste tendría que ser boliviano o por lo menos un peruano que cuente con carnet de extranjería, sin embargo al ser SRL el dueño del tablón puede asociarse con un boliviano, haciendo una división del 99% para el dueño y del 1% para su socio, y entonces pueda fundarse la empresa sin ningún inconveniente.

2.4.2 Normatividad

2.4.2.1 *Guía de trámites para la creación de El Tablón Food Center como empresa en Bolivia*

Para poder crear una empresa en Bolivia, así como en nuestro país, existen ciertos pasos y requisitos que se deben realizar de manera obligatoria. Como se sabe, para establecer una empresa con alto desempeño competitivo es necesario ser reconocido por el marco institucional que regula la actividad empresarial.

La formalidad básica para el emprendimiento, en Bolivia, consta de seis pasos importantes, cada uno en una institución específica y de acuerdo a la constitución legal de la empresa:

1. FUNDEMPRESA

Es la institución encargada de otorgar la Matrícula de Comercio y con ello poder obtener el reconocimiento legal del Estado para desarrollar nuestras actividades empresariales. (ver anexo 4)

Los pasos a seguir para obtener este reconocimiento son los siguientes:

- **Elegir el tipo societario:** Para nuestro caso se ha determinado que lo mejor sería una Sociedad de Responsabilidad Limitada, puesto que por cuestiones legales (en Bolivia) se necesita al menos un socio (minoritario) de nacionalidad boliviana para que el otro socio pueda ser extranjero (peruano). Asimismo las actividades empresariales a las que estaremos destinados concuerdan correctamente con los de una SRL.
- **Elegir correctamente la razón social o denominación:** En este sentido también tendremos como razón social EL TABLON FOOD CENTER, al igual que en Perú.
- **Realizar el trámite de control de homonimia:** Este trámite nos permitirá verificar la disponibilidad de una razón social o denominación que utilizará nuestra empresa. Se solicita mediante el Formulario Nro. 0010, el plazo del trámite es de un día hábil y el costo para nuestro tipo societario (SRL) es de Bs. 136,50.
- **Declarar de manera correcta el objeto social de la empresa:** Es decir el giro comercial o actividad que realiza El Tablón Food Center para generar ingresos. Para esto se toman en cuenta dos componentes que son la Actividad económica concreta, que para este caso es de: SERVICIOS, y la identificación de los principales productos y/o servicios en orden de importancia, que para este caso es: “El Tablón Food Center SRL, elaboración de pollos a la brasa, comida criolla peruana y bebidas peruanas”
- **Inscribir a la empresa en el Registro de Comercio de Bolivia:** La Sociedad de Responsabilidad Limitada, es aquella cuyo capital está integrado por cuotas de capital no representadas por títulos negociables, cuyo giro se efectúa bajo una razón social, seguido del aditamento S.R.L o “Ltda.”, en las que la responsabilidad de los socios se limita a su aporte societario.

Para inscribir a la empresa, se deben cumplir cinco pasos importantes:

- **Formulario Nro. 0020 de solicitud de matrícula de comercio con carácter de declaración jurada**, debidamente llenado y firmado por el representante legal.
- **Balance de apertura** firmado por el representante legal y el profesional que interviene, acompañando la respectiva **solvencia profesional original otorgada por el Colegio de Contadores o Auditores**.
- **Testimonio de Escritura Pública de Constitución Social**, en original o fotocopia legalizada legible, este instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.
- Publicación del Testimonio de Constitución en un periódico de circulación nacional.
- Testimonio de Poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No se requiere la inclusión del acta de asamblea. Si el representante legal es extranjero debe presentar el documento original que acredite su radicación en el país (únicamente para verificación)

El plazo para la realización del trámite es de dos días hábiles y el costo del mismo es de Bs. 600.

2. SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES (SIN)

En el **Servicio de Impuestos Nacionales** se podrá inscribir al Padrón Nacional de Contribuyentes para la obtención del NIT que es el Número de Identificación Tributaria, lo cual nos sirve para estar registrados y funcionar legalmente emitiendo comprobantes de pago.

Los requisitos para esta inscripción son:

- Escritura de Constitución de Sociedad, Ley, Decreto, Resolución o contrato, según corresponda Fuente de mandato del representante legal (Poder, Acta de directorio, Estatuto o Contrato) y Documento de Identidad vigente.
- Facturas o pre-facturas de consumo de energía eléctrica que acrediten el número de medidor del domicilio habitual del representante legal y domicilio fiscal.

El procedimiento de inscripción es el siguiente:

- Aproximarse al SIN de nuestra jurisdicción entregando al funcionario los documentos requeridos y el formulario previo llenado.
- El funcionario solicita información básica la cual queda capturada en el sistema.
- Se imprime el reporte preliminar con la información proporcionada, la cual debe ser revisada y corregida en caso sea necesario.
- Se firma el Formulario 5 y se imprime el reporte definitivo como constancia de la inscripción.
- Se otorga el NIT verificando el domicilio.

3. GOBIERNO MUNICIPAL

Es el órgano competente de otorgar la **Licencia de Funcionamiento**, la cual autoriza la apertura de una actividad económica. Nos sirve para obtener la autorización mediante la Licencia de F-401 y el funcionamiento municipal, de conformidad a la declaración jurada.

Para nuestro caso se tiene que realizar el trámite en el Gobierno Municipal de La Paz y los requisitos según nuestro tipo de actividad económica son:

- Declaración Jurada F-401.
- Original y fotocopia de la cedula de identidad del representante legal.
- Fotocopia de factura de luz (anverso y reverso), que acredite la dirección del domicilio de la actividad económica.
- Fotocopia del NIT y certificado de inscripción.
- Croquis de ubicación de la actividad económica y superficie de distribución de los ambientes, expresados en mts².
- Para ambientes que cuentan con una superficie mayor a 150 mts², se deberá presentar plano elaborado por un arquitecto.
- Fotocopia del Testimonio de Constitución de Sociedad.
- Original y fotocopia del poder notariado del representante legal (actualizado).

El tiempo de duración de los trámites es de 5 días hábiles.

4. CAJA DE SALUD

Es la institución donde se afilia, tanto al trabajador como al empleador para que puedan acudir en caso de enfermedades y accidentes comunes que no necesariamente tienen relación con la actividad laboral ni las condiciones de trabajo.

Los requisitos para las empresas son:

- Formulario AVC – 01 (vacío)
- Formulario AVC – 02 (vacío)
- Formulario RCI – 1ª (vacío)
- Solicitud dirigida al JEFE DPTO. NAL. AFILIACION
- Fotocopia de la cedula de identidad del Representante legal.
- Fotocopia del NIT.
- Balance de apertura aprobado y firmado por el SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS INTERNOS (fotocopia)
- Planilla de haberes original y tres copias (sellado y firmado)
- Nómina del personal con fecha de nacimiento.
- Croquis de ubicación de la empresa.
- Examen pre- ocupacional (100 Bs. Por trabajador) se debe efectuar el depósito en la ventanilla 4 (165 división de tesorería).

5. AFP'S

Son las Administradoras de Fondos de Pensiones, donde se debe registrar para el Seguro Social Obligatorio de largo plazo (SSO). Esto nos sirve para el bienestar de los empleados con pensiones justas y dignas, ya que las Administradoras de Fondos de Pensiones son las encargadas de administrar los recursos de los trabajadores cuando los mismos lleguen a una edad avanzada.

El principal objetivo es incrementar el nivel de ahorro del país, de acuerdo a las leyes vigentes, todas las empresas están obligadas a registrarse ante las AFP's. Actualmente existen dos AFP's vigentes: BBVA PREVISION AFP SA y FUTURO DE BOLIVIA SA AFP.

Para el registro de empresas se debe llenar el Formulario de Inscripción del empleador, el mismo que adquiere la calidad de declaración jurada del representante legal o máxima autoridad ejecutiva, quien libre y expresamente declara que son válidos los datos consignados en dicho formulario al momento de su suscripción, para ello se debe adjuntar lo siguiente:

- Fotocopia simple del NIT (Número de Identificación Tributaria)
- Fotocopia simple del documento de identidad del representante legal.

- Fotocopia del Testimonio de Poder del representante legal.

No tiene costo alguno la afiliación a la AFP y el tiempo para la aceptación o rechazo del registro se da en un plazo que no podrá superar los 20 días hábiles administrativos luego de otorgado el NUA (Número Único Asignado)

6. MINISTERIO DE TRABAJO

El Tablón Food Center, debe registrarse como empleador ante el MTEPS y obtener el Certificado de Inscripción en el registro. Esto nos sirve para estar autorizados y poder hacer uso de la utilización del libro de asistencia y/o Sistema Alternativo de Control de Personal así como la apertura del Libro de Accidentes.

Los requisitos para obtener el registro son:

- Formulario de Registro Obligatorio de Empleadores (ROE) llenado (3 copias).
- Depósito de 145 Bs. a la cuenta del Banco Unión.
- El empleador y/o empresa inscritos en el mencionado ROE, deberá presentar obligatoriamente el trámite de Visado de Planillas Trimestrales de Sueldos y Salarios.

El tiempo del trámite tiene una duración de 3 días hábiles.

Nosotros hemos realizado uno de los primeros pasos para poder fundar la empresa de El Tablón Food Center en la ciudad de La Paz – Bolivia. Es así que fuimos a **FUNDEMPRESA** para el control de homonimia o consulta de nombre, a fin de establecer si el nombre comercial no se encuentra registrado, el trámite de consulta de Control de Homonimia se constituye en el mecanismo operativo del cliente para conocer la viabilidad del uso del nombre. (ver anexo 4)

Una vez presentado el Formulario Nro. 0010 de solicitud de control de homonimia, debidamente llenado y firmado por el cliente. Nos dieron un resultado pasadas 24 horas diciendo que “Al respecto se le comunica que en el Registro de Comercio no se encuentran registradas empresas y/o sociedades bajo similares razones sociales o denominaciones; referente al nombre El Tablón Food Center”, este resultado nos indica que no se encuentra registrada ninguna otra empresa con el nombre de El Tablón, lo cual nos da luz verde para continuar con el proyecto.

2.4.2.2 *Legislación Laboral Boliviana*

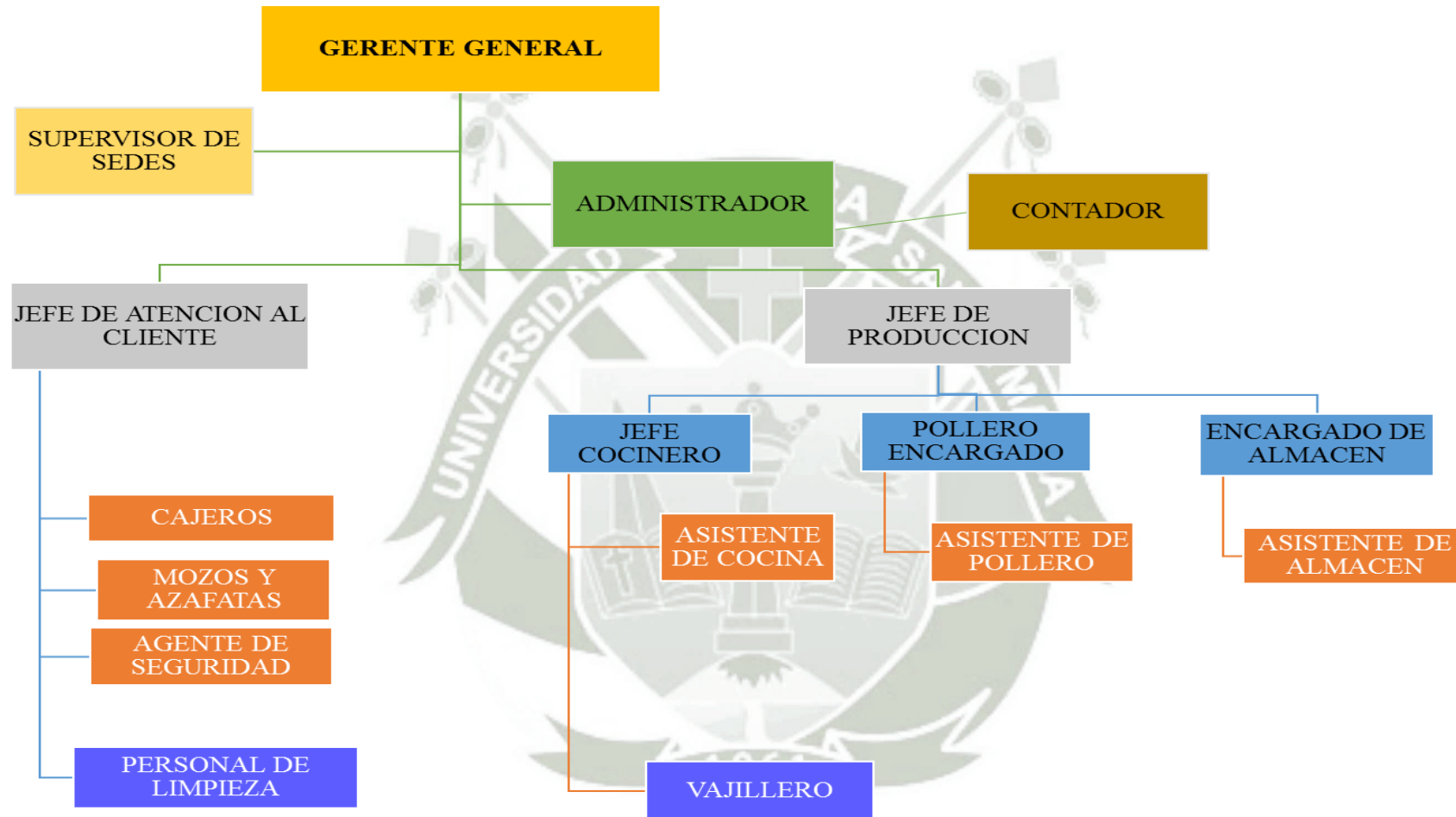
Al igual que en nuestro país, en Bolivia existen ciertas normas laborales que tanto el empleador como el trabajador deben cumplir para el correcto funcionamiento de la empresa. Todos estos artículos se encuentran detallados en la Legislación Laboral; y a continuación veremos algunos aspectos importantes que debemos tener en cuenta como empleadores en Bolivia.

- Todos los trabajadores tendrán un contrato permanente, con un sueldo acorde al mercado laboral boliviano y gozarán de todos los beneficios sociales.
- El Tablón Food Center SRL de La Paz – Bolivia se comprometerá a realizar todas las gestiones pertinentes para la inscripción de sus trabajadores a las diferentes entidades sociales que velan por el correcto pago de sueldos a los trabajadores bolivianos.

Ahora veremos cuáles son los beneficios sociales con los que un trabajador puede contar en una empresa en Bolivia. Para empezar, según la Legislación Laboral boliviana, todo trabajador tiene el derecho:

- Estar inscrito en la Caja Nacional de Salud, cuyo aporte es responsabilidad del empleador y es 10% del total ganado, el cual comprende la suma de todos los bonos, subsidios y pagos extras que pudiera tener un trabajador.
- Para hallar el total ganado de un trabajador se debe considerar lo siguiente:
 - Haber básico
 - Bono de antigüedad
 - Bono de producción
 - Subsidio de frontera
 - Trabajo extraordinario y nocturno
 - Pago dominical y domingo trabajado
 - Otros bonos
- Una vez hallado el total ganado se procede a **descontar lo siguiente:**
 - Aporte a la AFP del trabajador 12,71%
 - RC – IVA, este descuento se consigna en caso sea necesario.
 - Otros descuentos, en caso sean necesarios.
- Una vez hallado el total de descuentos, se resta al total ganado para poder determinar el líquido pagable al trabajador.

2.4.3 Estructura orgánica de la empresa



ELABORACION: PROPIA

2.4.4 Funciones del personal

- ✓ **Gerente General:** Para nuestra organización el gerente general tendrá que ser el mismo dueño de toda la cadena de restaurantes El Tablón Food Center; el Señor Antonio Grovas Fernández, debido a que como política interna de la empresa está determinado que el dueño es el gerente general de todas las sucursales de tienda.

Dentro de las principales funciones que tendrán el dueño y Gerente General se encuentran:

- Seguimiento periódico del aspecto financiero de la sede.
- Supervisión de los reportes del administrador de tienda.
- Supervisión y constante comunicación con el supervisor de sedes.
- Revisión de las cuentas bancarias para la correcta administración de los ingresos de la tienda.
- Visita irregular a la sede para realizar auditoría interna.
- Toma de decisiones con respecto a los reportes del administrador y al supervisor de sede.
- Toma de decisiones sobre las inversiones a realizar con los ingresos y utilidades que devengan de la tienda de La Paz – Bolivia.
- ✓ **Supervisor de Sedes:** El supervisor de sede será el encargado directo de realizar las auditorías internas a la tienda que se le asigne a su cargo. Asimismo será un puesto de extrema confianza, delegado y seleccionado por el Gerente General de El Tablón Food Center. Dentro de sus principales funciones se encuentran:
 - Visita regular – constante a la sede de La Paz – Bolivia para realizar auditorías respecto a la administración y al desempeño laboral de todos los empleados de la tienda.
 - Realizar informes y reportes para el Gerente General acerca de todo lo que sucede en la tienda, después de una visita y/o auditoría.
 - Apoyo al administrador de tienda ante alguna situación eventual, en el aspecto financiero y de gerencia.
- ✓ **Contador (La Paz):** En la ciudad de La Paz y para efectos de trámites legales ante el SIN (Servicio de Impuestos Nacionales) se deberá contratar a un contador general y apto legalmente para realizar las siguientes actividades:

- Supervisión y firma en los documentos que lo requieran para la apertura del local.
- Llevar todos los libros requeridos por la legislación boliviana para efectos de pago de impuestos
- Declaración mensual de impuestos
- Apoyo en el aspecto de administración de recursos humanos (planillas)

Los servicios de un contador general se realizarán con el sistema de tercerización, debido a que no se requiere del trabajo presencial (oficina) para nuestro rubro de negocio, sin embargo se tendrá muy en cuenta su buen desempeño para poder trabajar de una manera eficaz.

- ✓ **Administrador de sede:** El administrador de la sucursal del Tablón Food Center La Paz – Bolivia, tendrá a su cargo todas las áreas del restaurante y es, después del gerente, quien toma todas las decisiones y dirige la empresa hacia el cumplimiento de sus metas y objetivos.

Entre todas sus responsabilidades a cargo tenemos las siguientes funciones principales:

- Desarrollo de todas las actividades del local, que comprenden la correcta gestión del mismo y así mismo es el responsable de cada una de las áreas que integra la empresa.
 - Supervisión y cumplimiento del trabajo de todos los empleados del local.
 - Entrenar y capacitar al personal que se encarga directamente en la atención al cliente.
 - Realizar informes frecuentemente sobre los movimientos financieros de la sede, así como las compras, ventas, pagos de proveedores, almacenes, pagos de alquileres y servicios básicos, gastos y todo lo que concierne a la sede.
 - Realizar reportes financieros hacia el gerente general
 - Trabajar en equipo con el contador para la correcta administración tributaria del local.
 - Encargado de la selección de personal, en conjunto al Gerente General y supervisor de sede.
 - Solución de problemas ante cualquier eventualidad en el local.
 - Depósitos de los ingresos, de acuerdo a los reportes enviados, en la cuenta de la empresa El Tablón Food Center Internacional.
- ✓ **Encargado de atención al cliente:** Será quien, una vez seleccionados los mozos del restaurante, capacite directamente a su equipo de trabajo para un correcto y eficaz desempeño de todos ellos; quienes serán los que atiendan directamente al cliente.

Para su correcto desempeño y junto a su equipo de trabajo serán capacitados ocasionalmente con personal especial.

Las funciones del encargado de atención al cliente serán:

- Organizar diariamente el equipo de trabajo, contando el personal a su cargo y de acuerdo al día de trabajo seleccionar las mesas y zonas del restaurante en los que tendrán que trabajar.
- Comunicación constante con el área de caja y cocina para evitar errores en pedidos y cobros.
- Atención especial en eventos corporativos.
- Apoyo al administrador en la selección de personal, específicamente en los mozos y azafatas.
- ✓ **Mozos:** Para los mozos lo más importante será la atención y buen servicio que se brindara a los clientes y es por eso que recibirán una constante capacitación y entrenamiento. Entre sus funciones están:
 - Buena atención al cliente, dar a conocer todos los servicios que el restaurante ofrece.
 - Informar a los clientes sobre promociones y combos eventuales, que no se encuentren en la carta.
 - Trabajar en equipo con el encargado de atención al cliente y bajo su supervisión.
 - Constante comunicación con el área de caja y cocina con respecto a los requerimientos del cliente.
 - Estar atento a las necesidades del cliente, desde que entra al local y hasta que sale.
- ✓ **Asistente Administrativo:** Designado de confianza por el administrador; el asistente será quien lleve la agenda y los requerimientos del Administrador de sede. La función principal de este cargo es el apoyo permanente al administrador durante todas las operaciones de tienda.
- ✓ **Cajeros:** Serán los encargados del cobro del consumo de los clientes y quienes a su vez tendrán una capacitación especial, tiene como funciones las siguientes:
 - Revisión efectiva de cada moneda y billete que ingrese por efectos de consumo en el local.
 - Buena y cordial atención al cliente, cuando este realice el pago.
 - Comunicación constante con los mozos y azafatas para la entrega de las cuentas por mesas.
 - Manejo correcto del sistema de cobros de la empresa.

- Apertura y cierre de caja, realizando el arqueo correspondiente y entrega de dichas cuentas al administrador de sede.
- ✓ **Seguridad:** Las personas designadas para la seguridad también serán contratadas con la modalidad de tercerización y su trabajo será exclusivamente velar por el orden y seguridad del local y sus clientes, así como el cuidado de los vehículos en el estacionamiento del restaurante.
- ✓ **Jefe de Producción de Tienda:** Tiene también una gran importancia en la organización ya que será el responsable y encargado de los jefes de cocinero, pollero encargado, y el encargado de almacén quienes a su vez trabajaran en equipo con sus delegados y asistentes.

Para el correcto trabajo del jefe de producción, se llevara una rutina mensual, en la que se organizara todo el proceso de trabajo en conjunto a su equipo. Tendrá que supervisar todo el proceso de producción hasta antes de que el plato sea llevado a la mesa de los clientes y tener cuidado de que el servicio sea el adecuado.

Asimismo el jefe producción deberá presentar reportes del desenvolvimiento de su área y de los requerimientos de insumos, ingredientes, maquinaria y equipos que vayan faltando o sufran algún deterioro durante la operación.

- ✓ **Jefe Cocinero:** Este cargo será muy importante en la producción y sus funciones serán:
 - La preparación de los platos a la carta (criollos)
 - Atención de pedidos extras (guarniciones, ensaladas, etc.)
 - Cuidar de que el plato servido sea el indicado y no se encuentre en condiciones defectuosas.
 - Medir el tiempo de preparación de cada plato y que este sea el adecuado.
 - Organizar su trabajo diario junto al apoyo de su asistente de cocina.
 - **Asistente de Cocina:** apoyo constante en todos los requerimientos del Jefe cocinero, este cargo será para desempeñar las siguientes funciones.
 - Preparación de las verduras y demás ingredientes requeridos por el jefe cocinero.
 - Constante comunicación con los mozos y azafatas para la preparación de platos pedidos a la carta.

- Constante comunicación con el encargado de almacén sobre los insumos, ingredientes y demás requerimientos en el área de cocina.
- ✓ **Vajilleros:** Sus funciones se centran en la limpieza continua de la vajilla del local y mantener en orden y a disposición inmediata los utensilios que se requieran en cocina y para la atención al público.
- ✓ **Pollero encargado:** Es responsable de colocar los pollos debidamente preparados para su cocción a la brasa en el horno además de freír las papas.
 - **Asistente de Pollero:** Se encarga de recibir los pedidos de los mozos para servirlos, se encarga del correcto funcionamiento del horno y que no falte ningún insumo a la hora de la cocción del pollo.
- **Limpieza:** Sus funciones se centran en la limpieza diaria y programada del local como limpieza de suelos (barrer, trapear), limpieza de muebles (quitar polvo), vaciado de papeleras, reposición de material (papel higiénico, jabón), limpieza de cristalería (vidrios del local, vitrinas de vidrio)
- ✓ **Encargado de Almacén:** Se encarga de Organizar, coordinar y dirigir las actividades del almacén. Es responsable por el recibimiento, almacenamiento y distribución de equipos, materiales, insumos e ingrediente que se adquieran y requieran
 - **Asistente de Almacén:** Se encarga de estibar, acomodar y clasificar los insumos, materiales y artículos abastecidos por los proveedores, conforme al procedimiento establecido.



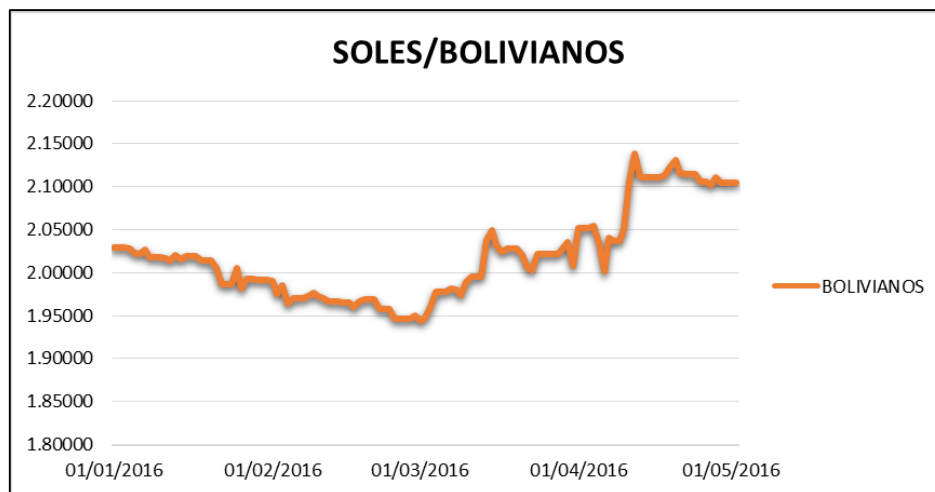
CAPITULO III: VIABILIDAD ECONÓMICA-FINANCIERA

3.1 VARIACION DEL TIPO DE CAMBIO

Se ha determinado manejar un solo tipo de cambio para todas las operaciones que se tienen que hacer en este capítulo. El tipo de cambio ha ido variando regularmente durante todo el proceso de investigación, entonces se he determinado usar el tipo de cambio a la fecha de: 02 de Mayo del 2016.

3.1.1 Tipo de Cambio Soles - Bolivianos

GRAFICO 72: VARIACION DEL TIPO DE CAMBIO SOLES/BOLIVIANOS

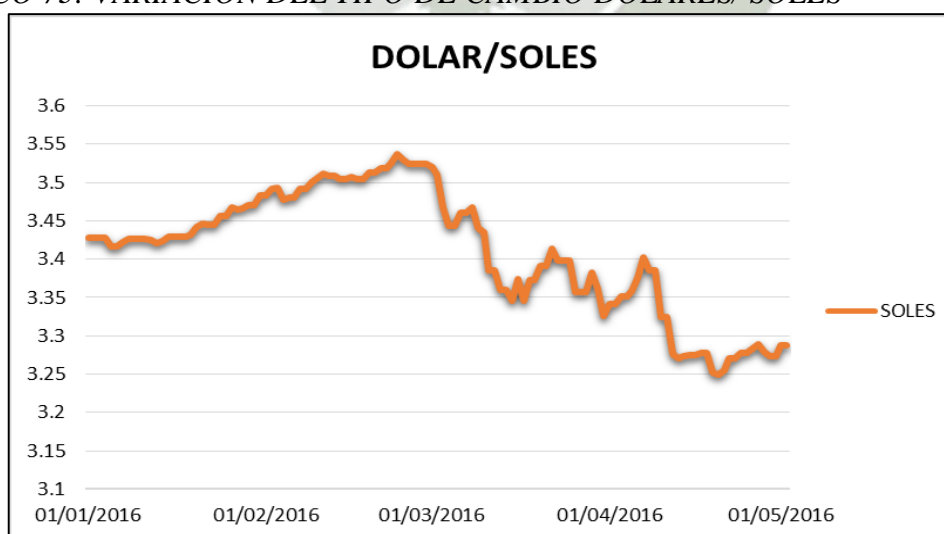


FUENTE: THE MONEY CONVERTER

ELABORACION: PROPIA

3.1.2 Tipo de Cambio Soles - Dólares

GRAFICO 73: VARIACION DEL TIPO DE CAMBIO DOLARES/ SOLES

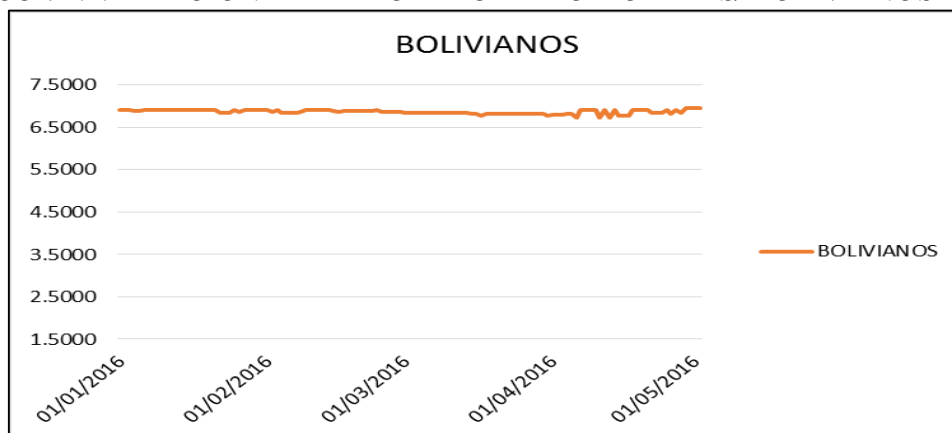


FUENTE: MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS

ELABORACION: PROPIA

3.1.3 Tipo de Cambio Dólares - Bolivianos

GRAFICO 74: VARIACION DEL TIPO DE CAMBIO DOLARES/ BOLIVIANOS



FUENTE: BANCO CENTRAL DE BOLIVIA

ELABORACION: PROPIA

3.2 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

La Inversión para un nuevo local en La Paz, de acuerdo al estudio técnico y estudio de mercado, se ha determinado de la siguiente manera:

3.2.1 Inversión Fija Tangible

Está dado por: bienes muebles, equipos, herramientas y otros

TABLA 108: INVERSION FIJA TANGIBLE – BIENES MUEBLES

BIENES MUEBLES				
ITEM	CANT.	DESCRIPCION	MONTO UNITARIO (Bs.)	MONTO TOTAL(Bs.)
1	1	ESTACION DE MOZOS	3,165.00	3,165.00
2	2	BARRAS DE MELAMINA	14,348.00	28,696.00
3	2	BARRAS DE ENSALADA	1,055.00	2,110.00
4	5	SILLAS PARA BEBE	73.85	369.25
5	29	MESAS DE 80 x 80 CM2 + 4 SILLAS	844.00	24,476.00
6	17	MESAS DE 160 x 80 CM2 + 6 SILLAS	1,477.00	25,109.00
7	8	BANCOS DE MADERA	25.32	202.56
8	4	ESTANTES DE COCINA + MESA DE ACERO INOXIDABLE	5,486.00	21,944.00
9	1	ESCRITORIO + SILLA	673.09	673.09
10	1	SILLON	411.70	411.70
11	1	ARCHIVADOR	379.59	379.59
12	1	LETRERO DEL LOCAL	8,191.40	8,191.40
13	2	RACK PARA TV.	126.60	253.20
TOTAL BOLIVIANOS				115,980.79
TOTAL SOLES				54,967.20
TOTAL DOLARES				16,758.29

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES - INVERSIONES

ELABORACION: PROPIA

TABLA 109: INVERSION FIJA TANGIBLE - EQUIPOS

EQUIPOS				
ITEM	CANT.	DESCRIPCION	MONTO UNITARIO (Bs.)	MONTO TOTAL (Bs.)
1	1	COCINA INDUSTRIAL 6 HORNILLAS + PLANCHA	19,597.22	19,597.22
2	1	HORNO ECOLOGICO	33,430.48	33,430.48
3	2	TELEVISOR DE 48"	3,059.50	6,119.00
4	1	EQUIPO WOOFER + 5 PARLANTES	633.00	633.00
5	3	LICUADORAS	379.80	1,139.40
6	1	BATIDORA	211.00	211.00
7	1	HORNO MICOONDAS	1,010.69	1,010.69
8	1	CAMARA REFRIGERANTE MIXTA	35,044.74	35,044.74
9	1	FREIDORA DE PAPAS 2 CANASTILLAS DE 7 KG. C/U X 2 UNIDADES	22,085.53	22,085.53
10	1	CAJA REGISTRADORA	42,076.14	42,076.14
11	2	CAMPANA EXTRACTORA	9,523.34	19,046.69
12	1	BALANZA ELECTRONICA	316.50	316.50
13	3	COMPUTADORAS	3,165.00	9,495.00
14	1	REFRESQUERA	3,162.89	3,162.89
15	2	OLLA ARROCERA x 5 KG	379.80	759.60
16	4	DISPENSADOR DE JABON LIQUIDO	126.39	505.56
17	2	DISPENSADOR DE PAPEL TOALLA	114.57	229.15
18	2	DISPENSADOR DE PAPEL HIGIENICO	133.14	266.28
19	2	SECADORA AUTOMATICA	1,308.35	2,616.70
20	1	CAMA ELASTICA	675.98	675.98
21	1	PISCINA DE PELOTAS	601.35	601.35
22	1	LAVADERO x 2 POZAS	3,998.45	3,998.45
23	1	EXHIBIDOR REFRIGERANTE	20,291.60	20,291.60
24	1	CAJA TERMICA PARA POLLO X 30 UNIDADES	6,542.19	6,542.19
TOTAL BOLIVIANOS				229,855.13
TOTAL SOLES				108,936.08
TOTAL DOLARES				33,212.22

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES - INVERSIONES

ELABORACION: PROPIA

TABLA 110: INVERSION FIJA TANGIBLE - HERRAMIENTAS

HERRAMIENTAS				
ITEM	CANT.	DESCRIPCION	MONTO UNITARIO (Bs.)	MONTO TOTAL (Bs.)
1	140	PLATOS REDONDOS	15.72	2,200.73
2	140	PLATOS RECTANGULARES	15.72	2,200.73
3	250	PLATILLOS	8.08	2,020.33
4	50	JARRAS 1 LT.	31.65	1,582.50
5	25	JUEGO DE TENEDORES x 12	65.30	1,632.61
6	25	JUEGO DE CUCHILLOS x 12	134.03	3,350.68
7	8	JUEGO DE CUCHARAS x 12	64.48	515.85
8	10	JUEGO DE VASOS x 12 DE 350 ML.	56.46	564.64
9	17	JUEGO DE VASOS x 12 DE 200 ML	21.02	357.27
10	150	TAZAS DE 250 ML.	9.66	1,449.57
11	1	TIJERAS PARA CORTAR POLLO X 3 UN.	175.25	175.25
12	3	RALLADOR	29.54	88.62
13	3	SACAR CORCHO	14.77	44.31
14	3	SET DE CUCHILLOS DE CHEF (6 PZAS)	236.32	708.96
15	10	PINZA PARA ENSALADA	12.66	126.60
16	1	PINZAS PARA POLLO x 3 UNIDS	175.25	175.25
17	4	CUCHARAS DE MADERA	10.55	42.20
18	2	ESPUMADERA	12.81	25.62
19	5	OLLASs x 15 LTS.	137.15	685.75
20	5	TABLAS DE PICAR	31.65	158.25
21	6	AGARRADERAS DE OLLA	12.45	74.69
22	1	WOKS X 6 UNIDS	3,400.15	3,400.15
23	3	MORTEROS	16.88	50.64
24	50	SERVILLETEROS	15.83	791.25
25	2	SARTEN DE CERAMICA	316.50	633.00
26	5	BALDES x 10 LTS.	21.10	105.50
27	3	BASUREROS DE COCINA	105.50	316.50
28	8	BASUREROS DE BAÑO	27.43	219.44
29	3	TRINCHES	6.65	19.94
30	10	SET DE FLUORESCENTE x 2	84.40	844.00
31	1	JUEGO DE SECADORES x 12	59.08	59.08
32	4	PAÑO DE ESPONJA x 10	27.43	109.72
33	3	TETERAS x 5 LTS.	105.50	316.50
34	3	TERMOS x 5 LTS.	94.95	284.85
35	4	SET DE VASIJAS METALICAS x 5	94.95	379.80
36	5	RECIPIENTE DE SALSAS	31.65	158.25
37	10	BANDEJA DE ENSALADAS	65.41	654.10
38	2	COPAS DE VINO x 12	53.81	107.61
39	12	VASOS DE SHOT 1 ONZA	1.69	20.26
40	2	VASOS PARA COCKTAILS x 12	67.52	135.04
41	6	ENVASE DE SALSA PARA COCINA	10.55	63.30
42	50	ENVASE DE SALSA PARA MESA x 3	10.34	516.95
43	2	EXPRIMIDOR DE LIMON	18.78	37.56
TOTAL BOLIVIANOS				27,403.82
TOTAL SOLES				12,987.59
TOTAL DOLARES				3,959.63

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES - INVERSIONES

ELABORACION: PROPIA

TABLA 111: INVERSION FIJA TANGIBLE - OTROS

OTROS				
ITEM	CANT.	DESCRIPCION	MONTO UNITARIO (Bs.)	MONTO TOTAL(Bs.)
1	1	CAJA DE PAPAS PARA LLEVAR PARA 1/4 Y 1 POLLO X 1000 UNIDS C/U	334.83	334.83
2	1	CREMAS EN SOBRE (MAYONESA, MOSTAZA, KETCHUP, AJI TARI X 240 C/U)	1,062.80	1,062.80
3	1	KETCHUP BALDE X 20 KG	156.54	156.54
4	2	MOSTAZA BALDE X 10 KG	127.21	254.42
5	2	MAYONESA BALDE X 4 KG	65.62	131.24
6	5	ACEITE X 20 LTS	225.77	1,128.85
7	3	BOLSAS DE PLASTICO DE 21X24, 16X19 Y 11X14 X 1000 UNIDS C/U	137.60	412.80
8	1	TAPER DE SALSAS Y ENSALADAS X 500 UNIDS C/U	1,285.35	1,285.35
9	2	SORBETES x 25 PAQUETES	52.75	105.50
10	3	ESPONJA PARA LAVAR PLATOS x 7 UNIDADES	44.71	3,856.05
11	2	GEL LAVAPLATOS x 5 Lts.	48.53	97.06
12	4	ESCOBA + RECOGEDOR	31.65	126.60
13	1	CONTENEDORES TERMICOS N° 3 Y N° 5 X 1000 UNIDS C/U	1,986.75	1,986.75
14	3	TRAPEADOR + BALDE	40.07	120.21
15	2	SEÑALIZACIONES DE PREVENCION	253.20	506.40
16	2	ESCOBILLA DE BAÑO	23.19	46.38
17	2	DESATORADOR	14.75	29.50
18	4	BOLSA DE BASURA X 50 UNIDS	46.53	186.10
19	20	GUANTES	10.53	210.58
20	2	LEJIA X 4 LTS	24.24	48.49
21	4	BOLSAS PARA SANDWICH X 100 UNIDS	12.45	49.80
22	5	PAÑO SECATODO X 10 UNIDS	32.26	161.31
23	2	TOCAS PARA CABELLO X 100 UNIDS	30.60	61.19
24	3	PAPEL TOALLA X 6 UNIDS	17.30	51.91
25	5	PAPEL HIGIENICO PAQUETE POR 4 ROLLOS	126.58	632.89
26	5	SERVILLETAS PAQUETE POR 1000 UNIDS	27.75	138.73
27	5	JABON LIQUIDO X 10 LTS.	116.05	580.25
28	1	PISCO DE 6 UNIDS X 750 ML. C/U	1,821.85	1,821.85
29	1	UNIFORME DE PERSONAL (mozos, cocineros)	8,476.56	8,476.56
30	2	PAPEL DE IMPRESORA DE CAJA X 100 UNIDS	253.20	506.40
TOTAL BOLIVIANOS				24,567.33
TOTAL SOLES				11,643.28
TOTAL DOLARES				3,549.78

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES - INVERSIONES

ELABORACION: PROPIA

TABLA 112: RESUMEN DE INVERSION FIJA TANGIBLE

RESUMEN DE LA INVERSION TANGIBLE			REFERENCIAS	
ITEM	DESCRIPCION	MONTO TOTAL (Bs.)	MONTO TOTAL (S/.)	MONTO TOTAL (US\$)
1	EQUIPOS	229,855.13	108,936.08	33212.22
2	HERRAMIENTAS	27,403.82	12,987.59	3959.63
3	BIENES MUEBLES	115,980.79	54,967.20	16758.29
4	IMPREVISTOS	4,597.10	2,178.72	664.24
TOTAL		377,836.84	179,069.59	54,594.39

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES - INVERSIONES

ELABORACION: PROPIA

3.2.2 Inversión Fija Intangible

TABLA 113: INVERSION FIJA INTANGIBLE

INVERSION FIJA INTANGIBLE		
ITEM	DESCRIPCION	MONTO TOTAL (Bs.)
1	PERMISOS	4,383.00
2	FUNDEMPRESA	1,500.00
3	SERVICIO DE IMPUESTOS	115.00
4	GOBIERNO MUNICIPAL	829.00
5	CAJA DE SALUD	1,769.00
6	AFP'S	20.00
7	MINISTERIO DE TRABAJO	150.00
8	ESTUDIOS DEL PROYECTO	30,226.95
9	GASTOS DE IMPLEMENTACION	7,556.74
10	ELABORACION DE PAG. WEB	250.00
11	BASE DE DATOS PARA MAILING	200.00
12	IMPREVISTOS	7,556.74
TOTAL BOLIVIANOS		50,173.42
TOTAL SOLES		23,778.87
TOTAL DOLARES		7,249.66

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES - INVERSIONES

ELABORACION: PROPIA

3.2.3 Capital de trabajo

TABLA 114: CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO		
ITEM	DESCRIPCION	MONTO TOTAL (Bs.)
1	POLLO A LA BRASA	15,790.18
2	PLATOS CRIOLLOS	5,389.76
3	SANDWICHES	709.46
4	REFRESCOS Y BEBIDAS	4,019.83
5	COCKTAIL	663.54
6	ADICIONALES	851.26
8	GARANTIA POR ALQUILER DE LOCAL	31,713.30
9	MES ADELANTADO POR ALQUILER	12,457.44
10	CAJA CHICA	5,275.00
11	OTROS	24,567.33
12	PINTURA DEL LOCAL BALDE X 20 LTS. (BLANCO Y CAFE) X 15 UNIDS	5,782.46
TOTAL BOLIVIANOS		107,219.56
TOTAL SOLES		50,814.96
TOTAL DOLARES		15,492.37

FUENTE: EVALUACION DEL PROYECTO - INVERSIONES

ELABORACION: PROPIA

3.2.4 Resumen de la Inversión

TABLA 115: RESUMEN DE LAS INVERSIONES DEL PROYECTO

RESUMEN DE LAS INVERSIONES				REFERENCIAS	
ITEM	DESCRIPCION	MONTO TOTAL (Bs.)	%	MONTO TOTAL (S/.)	MONTO TOTAL (US\$)
1	INVERSION FIJA TANGIBLE	377,836.84	70.59%	179,069.59	54,594.39
2	INVERSION FIJA INTANGIBLE	50,173.42	9.37%	23,778.87	7,249.66
3	CAPITAL DE TRABAJO	107,219.56	20.03%	50,814.96	15,492.37
TOTAL		535,229.83	100.00%	253,663.43	77,336.41

FUENTE: EVALUACION DEL PROYECTO - INVERSIONES

ELABORACION: PROPIA

3.2.5 Fuentes de financiamiento

TABLA 116: ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO						REFERENCIAS			
						SOLES		DOLARES	
DESCRIPCION	MONTO TOTAL (Bs.)	% APORTE PROPIO	% FINANC. EXTERNO	APORTE PROPIO (Bs.)	FINANC. EXTERNO (Bs.)	APORTE PROPIO (S/.)	FINANC. EXTERNO (S/.)	APORTE PROPIO (USD)	FINANC. EXTERNO (USD)
INVERSION FIJA TANGIBLE	377,836.84	60.00%	40.00%	226,702.11	151,134.74	107,441.76	71,627.84	32,756.63	21,837.76
INVERSION FIJA INTANGIBLE	50,173.42	60.00%	40.00%	30,104.05	20,069.37	14,267.32	9,511.55	4,349.79	2,899.86
CAPITAL DE TRABAJO	107,219.56	90.00%	10.00%	96,497.61	10,721.96	45,733.46	5,081.50	13,943.13	1,549.24
TOTAL	535,229.83			353,303.77	181,926.06	167,442.54	86,220.88	51,049.56	26,286.85

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS - INVERSIONES

ELABORACION: PROPIA

La estructura del financiamiento se ha determinado en base al análisis de tamaño financiamiento, que esta descrito en el Capítulo II (Estudio Técnico) de la presente tesis.

3.2.6 Cronograma de Pago

TABLA 117: CRONOGRAMA DE PAGO EN BOLIVIANOS- CRÉDITO

FINANCIAMIENTO DE ACTIVOS FIJOS (Bs.)				
MONTO		181,926.06		
INTERES ANUAL		7.90%		
INTERES MENSUAL		0.64%		
AÑOS		3.00		
PERIODOS		36.00		

PERIODO	PRINCIPAL	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA
0	181,926.06			
1	177,412.75	4,513.32	1,156.38	5,669.70
2	172,870.74	4,542.00	1,127.70	5,669.70
3	168,299.87	4,570.87	1,098.83	5,669.70
4	163,699.94	4,599.93	1,069.77	5,669.70
5	159,070.77	4,629.17	1,040.53	5,669.70
6	154,412.18	4,658.59	1,011.11	5,669.70
7	149,723.98	4,688.20	981.50	5,669.70
8	145,005.97	4,718.00	951.70	5,669.70
9	140,257.98	4,747.99	921.71	5,669.70
10	135,479.81	4,778.17	891.53	5,669.70
11	130,671.26	4,808.54	861.16	5,669.70
12	125,832.15	4,839.11	830.59	5,669.70
13	120,962.29	4,869.87	799.83	5,669.70
14	116,061.46	4,900.82	768.88	5,669.70
15	111,129.49	4,931.97	737.73	5,669.70
16	106,166.17	4,963.32	706.38	5,669.70
17	101,171.30	4,994.87	674.83	5,669.70
18	96,144.67	5,026.62	643.08	5,669.70
19	91,086.10	5,058.57	611.13	5,669.70
20	85,995.38	5,090.73	578.97	5,669.70
21	80,872.29	5,123.08	546.62	5,669.70
22	75,716.65	5,155.65	514.05	5,669.70
23	70,528.23	5,188.42	481.28	5,669.70
24	65,306.83	5,221.40	448.30	5,669.70
25	60,052.24	5,254.59	415.11	5,669.70
26	54,764.25	5,287.99	381.71	5,669.70
27	49,442.65	5,321.60	348.10	5,669.70
28	44,087.23	5,355.43	314.27	5,669.70
29	38,697.76	5,389.47	280.23	5,669.70
30	33,274.04	5,423.72	245.98	5,669.70
31	27,815.84	5,458.20	211.50	5,669.70
32	22,322.95	5,492.89	176.81	5,669.70
33	16,795.14	5,527.81	141.89	5,669.70
34	11,232.19	5,562.94	106.76	5,669.70
35	5,633.89	5,598.30	71.40	5,669.70
36	0.00	5,633.89	35.81	5,669.70

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS - FINANCIAMIENTO

ELABORACION: PROPIA

TABLA 118: CRONOGRAMA DE PAGO EN SOLES - CRÉDITO

FINANCIAMIENTO DE ACTIVOS FIJOS (S/.)				
MONTO		86,220.88		
INTERES ANUAL		7.90%		
INTERES MENSUAL		0.64%		
AÑOS		3		
PERIODOS		36		

PERIODO	PRINCIPAL	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA
0	86,220.88			
1	84,081.87	2,139.01	548.05	2,687.06
2	81,929.26	2,152.61	534.45	2,687.06
3	79,762.97	2,166.29	520.77	2,687.06
4	77,582.91	2,180.06	507.00	2,687.06
5	75,388.99	2,193.92	493.14	2,687.06
6	73,181.13	2,207.86	479.20	2,687.06
7	70,959.23	2,221.90	465.16	2,687.06
8	68,723.21	2,236.02	451.04	2,687.06
9	66,472.98	2,250.23	436.83	2,687.06
10	64,208.44	2,264.54	422.52	2,687.06
11	61,929.51	2,278.93	408.13	2,687.06
12	59,636.09	2,293.42	393.65	2,687.06
13	57,328.10	2,307.99	379.07	2,687.06
14	55,005.43	2,322.66	364.40	2,687.06
15	52,668.00	2,337.43	349.63	2,687.06
16	50,315.72	2,352.29	334.78	2,687.06
17	47,948.48	2,367.24	319.82	2,687.06
18	45,566.20	2,382.28	304.78	2,687.06
19	43,168.77	2,397.43	289.63	2,687.06
20	40,756.10	2,412.67	274.40	2,687.06
21	38,328.10	2,428.00	259.06	2,687.06
22	35,884.67	2,443.44	243.63	2,687.06
23	33,425.70	2,458.97	228.10	2,687.06
24	30,951.10	2,474.60	212.47	2,687.06
25	28,460.78	2,490.33	196.74	2,687.06
26	25,954.62	2,506.16	180.91	2,687.06
27	23,432.54	2,522.09	164.98	2,687.06
28	20,894.42	2,538.12	148.95	2,687.06
29	18,340.17	2,554.25	132.81	2,687.06
30	15,769.69	2,570.49	116.58	2,687.06
31	13,182.86	2,586.82	100.24	2,687.06
32	10,579.59	2,603.27	83.79	2,687.06
33	7,959.78	2,619.81	67.25	2,687.06
34	5,323.31	2,636.47	50.60	2,687.06
35	2,670.09	2,653.22	33.84	2,687.06
36	0.00	2,670.09	16.97	2,687.06

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS - FINANCIAMIENTO

ELABORACION: PROPIA

TABLA 119: CRONOGRAMA DE PAGO EN DOLARES- CRÉDITO

FINANCIAMIENTO DE ACTIVOS FIJOS (USD.)	
MONTO	26,138.80
INTERES ANUAL	7.90%
INTERES MENSUAL	0.64%
AÑOS	3.00
PERIODOS	36.00

PERIODO	PRINCIPAL	AMORTIZACION	INTERES	CUOTA
0	26,138.80			
1	25,490.34	648.46	166.15	814.61
2	24,837.75	652.59	162.03	814.61
3	24,181.02	656.73	157.88	814.61
4	23,520.11	660.91	153.70	814.61
5	22,855.00	665.11	149.50	814.61
6	22,185.66	669.34	145.27	814.61
7	21,512.07	673.59	141.02	814.61
8	20,834.19	677.87	136.74	814.61
9	20,152.01	682.18	132.43	814.61
10	19,465.49	686.52	128.09	814.61
11	18,774.61	690.88	123.73	814.61
12	18,079.33	695.27	119.34	814.61
13	17,379.64	699.69	114.92	814.61
14	16,675.50	704.14	110.47	814.61
15	15,966.88	708.62	106.00	814.61
16	15,253.76	713.12	101.49	814.61
17	14,536.11	717.65	96.96	814.61
18	13,813.89	722.22	92.40	814.61
19	13,087.08	726.81	87.81	814.61
20	12,355.66	731.43	83.19	814.61
21	11,619.58	736.08	78.54	814.61
22	10,878.83	740.75	73.86	814.61
23	10,133.37	745.46	69.15	814.61
24	9,383.16	750.20	64.41	814.61
25	8,628.20	754.97	59.64	814.61
26	7,868.43	759.77	54.84	814.61
27	7,103.83	764.60	50.01	814.61
28	6,334.37	769.46	45.15	814.61
29	5,560.02	774.35	40.26	814.61
30	4,780.75	779.27	35.34	814.61
31	3,996.53	784.22	30.39	814.61
32	3,207.32	789.21	25.40	814.61
33	2,413.09	794.23	20.39	814.61
34	1,613.82	799.27	15.34	814.61
35	809.47	804.35	10.26	814.61
36	0.00	809.47	5.15	814.61

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS - FINANCIAMIENTO

ELABORACION: PROPIA

3.2.7 Costo de Oportunidad de Capital

El Costo de Oportunidad de Capital de este negocio se ha determinado utilizando la siguiente fórmula:

$$CPPC = \frac{(\text{Aporte propio} * \text{Rent. Esp. por inv.})}{\text{Total inv.}} + \frac{(\text{Finan. Ext} * (\text{TCEA} * 1-0.25))}{\text{Total inv.}}$$

TABLA 120: COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL

TASA DE DESCUENTO				
ALTERNATIVAS	MONTO	MONTO A INVERTIR	RENTABILIDAD	COK
APORTE PROPIO	163,958.05	66.20%	22.00%	14.56%
FINACIAMIENTO TOTAL	85,833.72	33.80%	5.93%	2.00%
TOTAL	249,791.77	100.00%		16.57%

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES - FINANCIAMIENTO
ELABORACION: PROPIA

3.3 INGRESOS Y EGRESOS

3.3.1 Ingresos

TABLA 121: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES - POLLO A LA BRASA

	DESCRIPCION	UNIDADES A VENDER		PRECIOS E INGRESOS			
		SEMANA	MES	PRECIO	INGRESO SEMANAL	INGRESO MENSUAL	% VENTAS
POLLO A LA BRASA	1/4 Pollo solo	41	164	23.00	943.00	3,772.00	1.35%
	1/4 Pollo+ papas	83	332	27.00	2,241.00	8,964.00	3.21%
	1/4 Pollo + arroz + papas	97	388	35.00	3,395.00	13,580.00	4.87%
	1/2 Pollo solo	28	112	42.00	1,176.00	4,704.00	1.69%
	1/2 Pollo + papas	68	272	47.00	3,196.00	12,784.00	4.58%
	1/2 Pollo + papas + 1 Lt Chicha morada	35	140	53.00	1,855.00	7,420.00	2.66%
	1 Pollo solo	20	80	81.00	1,620.00	6,480.00	2.32%
	1 Pollo + papas	33	132	93.00	3,069.00	12,276.00	4.40%
	1 Pollo + papas + 1 Lt Chicha morada	26	104	97.00	2,522.00	10,088.00	3.62%
	Combo almuerzo brasa	201	804	37.00	7,437.00	29,748.00	10.67%
	Combo familiar brasa	121	484	120.00	14,520.00	58,080.00	20.82%
TOTAL		753	3,012		41,974.00	167,896.00	60.20%

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – INGRESOS

ELABORACION: PROPIA

TABLA 122: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES - PLATOS CRIOLLOS

	DESCRIPCION	UNIDADES A VENDER		PRECIOS E INGRESOS			
		SEMANA	MES	PRECIO	INGRESO SEMANAL	INGRESO MENSUAL	% VENTAS
PLATOS CRIOLLOS	Lomo saltado	88	352	37.00	3,256.00	13,024.00	4.67%
	Pollo saltado	30	120	35.00	1,050.00	4,200.00	1.51%
	Bistecck montado	24	96	34.00	816.00	3,264.00	1.17%
	Pollo a la plancha	24	96	29.00	696.00	2,784.00	1.00%
	Arroz chaufa con pollo	75	300	34.00	2,550.00	10,200.00	3.66%
	Arroz chaufa con carne	19	76	31.00	589.00	2,356.00	0.84%
	Tallarín saltado con pollo	68	272	34.00	2,312.00	9,248.00	3.32%
	Tallarín saltado con carne	19	76	31.00	589.00	2,356.00	0.84%
	TOTAL		347	1,388		11,858.00	47,432.00

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – INGRESOS

ELABORACION: PROPIA

TABLA 123: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES- SANDWICHES

	DESCRIPCION	UNIDADES A VENDER		PRECIOS E INGRESOS			
		SEMANA	MES	PRECIO	INGRESO SEMANAL	INGRESO MENSUAL	% VENTAS
SANDWICHES	Sandwich Pollo a la brasa	40	160	18.00	720.00	2,880.00	1.03%
	Sandwich Lomo saltado	26	104	20.00	520.00	2,080.00	0.75%
	Sandwich Pollo a la plancha	27	108	16.00	432.00	1,728.00	0.62%
	TOTAL	93	372		1,672.00	6,688.00	2.40%

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – INGRESOS

ELABORACION: PROPIA

TABLA 124: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES - REFRESCOS Y BEBIDAS

	DESCRIPCION	UNIDADES A VENDER		PRECIOS E INGRESOS			
		SEMANA	MES	PRECIO	INGRESO SEMANAL	INGRESO MENSUAL	% VENTAS
REFRESCOS Y BEBIDAS	Vaso Chicha Morada (350 ml)	86	344	7.00	602.00	2,408.00	0.86%
	Jarra Chicha Morada 1 Lt	131	524	13.00	1,703.00	6,812.00	2.44%
	Jarra de limonada 1 Lt	46	184	13.00	598.00	2,392.00	0.86%
	Inca Kola 1/2 Lt	52	208	13.00	676.00	2,704.00	0.97%
	Inca Kola 2.5 Lt	69	276	32.00	2,208.00	8,832.00	3.17%
	Coca Cola personal	25	100	9.00	225.00	900.00	0.32%
	Coca Cola 1 Lt	34	136	13.00	442.00	1,768.00	0.63%
	Coca Cola 2 Lts	33	132	17.00	561.00	2,244.00	0.80%
	Fanta personal	17	68	9.00	153.00	612.00	0.22%
	Fanta 1 Lt	24	96	13.00	312.00	1,248.00	0.45%
	Fanta 2 Lt	18	72	17.00	306.00	1,224.00	0.44%
	Sprite personal	16	64	9.00	144.00	576.00	0.21%
	Sprite 2 Lts	13	52	17.00	221.00	884.00	0.32%
	Simba personal	18	72	9.00	162.00	648.00	0.23%
	Simba 2 Lts	23	92	17.00	391.00	1,564.00	0.56%
	Frut-all 1 Lt	53	212	14.00	742.00	2,968.00	1.06%
	Te,cafe, mates	25	100	6.00	150.00	600.00	0.22%
	Agua Vital 625 ml	14	56	7.00	98.00	392.00	0.14%
	Agua vital 1 1/2 Lt	12	48	11.00	132.00	528.00	0.19%
	TOTAL		709	2,836		9,826.00	39,304.00

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – INGRESOS

ELABORACION: PROPIA

TABLA 125: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES - COCKTAILS

	DESCRIPCION	UNIDADES A VENDER		PRECIOS E INGRESOS			
		SEMANA	MES	PRECIO	INGRESO SEMANAL	INGRESO MENSUAL	% VENTAS
COCKTAIL	Shot de Pisco	13	52	6.00	78.00	312.00	0.11%
	Pisco Sour	23	92	24.00	552.00	2,208.00	0.79%
	Mojito	19	76	24.00	456.00	1,824.00	0.65%
	Chilcano	14	56	21.00	294.00	1,176.00	0.42%
	Cerveza Huari 350 ml	14	56	13.00	182.00	728.00	0.26%
	Jarra de sangria	10	40	19.00	190.00	760.00	0.27%
	Copa de vino	19	76	7.00	133.00	532.00	0.19%
	Jarra de vino	9	36	21.00	189.00	756.00	0.27%
	TOTAL		121	484	135.00	2,074.00	8,296.00

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – INGRESOS

ELABORACION: PROPIA

TABLA 126: INGRESOS POR PRODUCTO AL MES - ADICIONALES

	DESCRIPCION	UNIDADES A VENDER		PRECIOS E INGRESOS			
		SEMANA	MES	PRECIO	INGRESO SEMANAL	INGRESO MENSUAL	% VENTAS
ADICIONALES	Porcion Junior de arroz	74	296	4.00	296.00	1,184.00	0.42%
	Porcion Grande de arroz	72	288	7.00	504.00	2,016.00	0.72%
	Porcion Junior de papas fritas	82	328	6.00	492.00	1,968.00	0.71%
	Porcion Grande de papas fritas	73	292	9.00	657.00	2,628.00	0.94%
	Buffet de salsas y ensaladas	47	188	8.00	376.00	1,504.00	0.54%
	TOTAL		348	1,392		2,325.00	9,300.00

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – INGRESOS

ELABORACION: PROPIA

TABLA 127: INGRESOS TOTALES EN BOLIVIANOS

DESCRIPCION	INGRESO SEMANAL	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL	PORCENTAJE SOBRE LAS VENTAS
POLLO A LA BRASA	41,974.00	167,896.00	2,014,752.00	60.20%
PLATOS CRIOLLOS	11,858.00	47,432.00	569,184.00	17.01%
SANDWICHES	1,672.00	6,688.00	80,256.00	2.40%
REFRESCOS Y BEBIDAS	9,826.00	39,304.00	471,648.00	14.09%
COCKTAIL	2,074.00	8,296.00	99,552.00	2.97%
ADICIONALES	2,325.00	9,300.00	111,600.00	3.33%
TOTAL	69,729.00	278,916.00	3,346,992.00	100.00%

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – INGRESOS

ELABORACION: PROPIA

3.3.2 Costos de Producción

TABLA 128: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – POLLO A LA BRASA

COSTOS TOTALES: POLLO A LA BRASA				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MONTO TOTAL	%	COSTO UNITARIO
164	1/4 Pollo solo	1,340.75	2.12%	8.18
332	1/4 Pollo+ papas	3,702.03	5.86%	11.15
388	1/4 Pollo + arroz + papas	4,475.84	7.09%	11.54
112	1/2 Pollo solo	1,603.34	2.54%	14.32
272	1/2 Pollo + papas	5,277.63	8.36%	19.40
140	1/2 Pollo + papas + 1 Lt Chicha morada	3,091.86	4.90%	22.08
80	1 Pollo solo	2,166.11	3.43%	27.08
132	1 Pollo + papas	4,726.44	7.48%	35.81
104	1 Pollo + papas + 1 Lt Chicha morada	4,002.76	6.34%	38.49
804	Combo almuerzo brasa	13,910.62	22.02%	17.30
484	Combo familiar brasa	18,863.34	29.87%	38.97
TOTAL PLATOS POLLO A LA BRASA		63,160.72	100.00%	22.21

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – COSTOS DE PRODUCCION

ELABORACION: PROPIA

TABLA 129: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – PLATOS CRIOLLOS

COSTOS TOTALES: PLATOS CRIOLLOS				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MONTO TOTAL	%	COSTO UNITARIO
352	Lomo saltado	6,582.17	30.53%	18.70
120	Pollo saltado	1,073.92	4.98%	8.95
96	Bisteck montado	1,560.38	7.24%	16.25
96	Pollo a la plancha	834.26	3.87%	8.69
300	Arroz chaufa con pollo	5,231.36	24.27%	17.44
76	Arroz chaufa con carne	1,496.28	6.94%	19.69
272	Tallarín saltado con pollo	3,631.47	16.84%	13.35
76	Tallarín saltado con carne	1,149.20	5.33%	15.12
TOTAL PLATOS CRIOLLOS		21,559.04	100.00%	14.77

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – COSTOS DE PRODUCCION

ELABORACION: PROPIA

TABLA 130: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – SANDWICHES

COSTOS TOTALES: SANDWICHES				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MONTO TOTAL	%	COSTO UNITARIO
160	Sandwich Pollo a la brasa	1,187.18	41.83%	7.42
104	Sandwich Lomo saltado	1,011.31	35.64%	9.72
108	Sandwich Pollo a la plancha	639.35	22.53%	5.92
TOTAL SANDWICHES		2,837.84	100.00%	7.69

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – COSTOS DE PRODUCCION

ELABORACION: PROPIA

TABLA 131: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – REFRESCOS Y BEBIDAS

COSTOS TOTALES: REFRESCOS Y BEBIDAS				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MONTO TOTAL	%	COSTO UNITARIO
344	Vaso Chicha Morada (350 ml)	44.72	0.28%	0.13
524	Jarra Chicha Morada 1 Lt	1,404.32	8.73%	2.68
184	Jarra de limonada 1 Lt	969.68	6.03%	5.27
208	Inca Kola 1/2 Lt	1,300.00	8.08%	6.25
276	Inca Kola 2.5 Lt	5,520.00	34.33%	20.00
100	Coca Cola personal	140.00	0.87%	1.40
136	Coca Cola 1 Lt	680.00	4.23%	5.00
132	Coca Cola 2 Lts	1,386.00	8.62%	10.50
68	Fanta personal	95.20	0.59%	1.40
96	Fanta 1 Lt	432.00	2.69%	4.50
72	Fanta 2 Lt	720.00	4.48%	10.00
64	Sprite personal	89.60	0.56%	1.40
52	Sprite 2 Lts	520.00	3.23%	10.00
72	Simba personal	100.80	0.63%	1.40
92	Simba 2 Lts	966.00	6.01%	10.50
212	Frut-all 1 Lt	1,272.00	7.91%	6.00
100	Te,cafe, mates	111.00	0.69%	1.11
56	Agua Vital 625 ml	112.00	0.70%	2.00
48	Agua vital 1 1/2 Lt	216.00	1.34%	4.50
TOTAL REFRESCOS Y BEBIDAS		16,079.32	100.00%	5.48

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – COSTOS DE PRODUCCION

ELABORACION: PROPIA

TABLA 132: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – COCKTAILS

COSTOS TOTALES: COCKTAILS				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MONTO TOTAL	%	COSTO UNITARIO
52	Shot de Pisco	93.60	3.53%	1.80
92	Pisco Sour	667.74	25.16%	7.26
76	Mojito	588.65	22.18%	7.75
56	Chilcano	351.97	13.26%	6.29
56	Cerveza Huari 350 ml	196.00	7.38%	3.50
40	Jarra de sangria	153.20	5.77%	3.83
76	Copa de vino	171.00	6.44%	2.25
36	Jarra de vino	432.00	16.28%	12.00
TOTAL COCKTAILS		2,654.16	100.00%	5.58

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – COSTOS DE PRODUCCION

ELABORACION: PROPIA

TABLA 133: COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL EN BOLIVIANOS – ADICIONALES

COSTOS TOTALES: ADICIONALES				
CANTIDAD	DESCRIPCION	MONTO TOTAL	%	COSTO UNITARIO
296	Porcion Junior de arroz	555.00	16.30%	1.88
288	Porcion Grande de arroz	756.00	22.20%	2.63
328	Porcion Junior de papas fritas	738.00	21.67%	2.25
292	Porcion Grande de papas fritas	919.80	27.01%	3.15
188	Buffet de salsas y ensaladas	436.25	12.81%	2.32
TOTAL ADICIONALES		3,405.05	100.00%	2.44

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – COSTOS DE PRODUCCION

ELABORACION: PROPIA

TABLA 134: COSTOS DE PRODUCCION SEMANAL Y MENSUAL EN BOLIVIANOS

DESCRIPCION	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL	%
POLLO A LA BRASA	15,790.18	63,160.72	57.58%
PLATOS CRIOLLOS	5,389.76	21,559.04	19.65%
SANDWICHES	709.46	2,837.84	2.59%
REFRESCOS Y BEBIDAS	4,019.83	16,079.32	14.66%
COCKTAIL	663.54	2,654.16	2.42%
ADICIONALES	851.26	3,405.05	3.10%
TOTAL	27,424.03	109,696.13	100.00%

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – COSTOS DE PRODUCCION

ELABORACION: PROPIA

3.3.3 Determinación del punto de equilibrio

Se ha determinado hallar el punto de equilibrio considerando los costos totales, la venta esperada en unidades y los ingresos mensuales

TABLA 135: COSTOS TOTALES MENSUALES

COSTOS TOTALES MENSUALES				
TIPO DE COSTO	FIJOS	VARIABLES	MONTO TOTAL	PORCENTAJE
MANO DE OBRA DIRECTA	48,560.70	0.00	48,560.70	27.91%
MATERIA PRIMA E INSUMOS	0.00	109,696.13	109,696.13	63.05%
MANO DE OBRA INDIRECTA	4,200.00	0.00	4,200.00	2.41%
REMUNERACIONES DE ADMINISTRACION	7,352.73	0.00	7,352.73	4.23%
OTROS GASTOS DE ADMINISTRACION	2,550.74	0.00	2,550.74	1.47%
OTROS GASTOS DE VENTAS	0.00	1,620.00	1,620.00	0.93%
TOTAL COSTOS	62,664.16	111,316.13	173,980.30	100.00%

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – PUNTO DE EQUILIBRIO

ELABORACION: PROPIA

TABLA 136: MARGEN DE CONTRIBUCION POR UNIDADES – POLLO A LA BRASA, COMIDA CRIOLLA Y SANDWICHES

		VENTA ESPERADA EN UNIDADES	PRECIO UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO FIJO UNITARIO	COSTO TOTAL UNITARIO	MARGEN DE CONTRIBUCIO N	% MARGEN DE CONTRIBUCIO N
POLLO A LA BRASA	1/4 Pollo solo	164	23.00	8.18	5.17	13.34	14.82	64.46%
	1/4 Pollo+ papas	332	27.00	11.15	6.07	17.22	15.85	58.70%
	1/4 Pollo + arroz + papas	388	35.00	11.54	7.86	19.40	23.46	67.04%
	1/2 Pollo solo	112	42.00	14.32	9.44	23.75	27.68	65.92%
	1/2 Pollo + papas	272	47.00	19.40	10.56	29.96	27.60	58.72%
	1/2 Pollo + papas + 1 Lt Chicha morada	140	53.00	22.08	11.91	33.99	30.92	58.33%
	1 Pollo solo	80	81.00	27.08	18.20	45.27	53.92	66.57%
	1 Pollo + papas	132	93.00	35.81	20.89	56.70	57.19	61.50%
	1 Pollo + papas + 1 Lt Chicha morada	104	97.00	38.49	21.79	60.28	58.51	60.32%
	Combo almuerzo brasa	804	37.00	17.30	8.31	25.61	19.70	53.24%
	Combo familiar brasa	484	120.00	38.97	26.96	65.93	81.03	67.52%
PLATOS CRIOLLOS	Lomo saltado	352	37.00	18.70	8.31	27.01	18.30	49.46%
	Pollo saltado	120	35.00	8.95	7.86	16.81	26.05	74.43%
	Bistecck montado	96	34.00	16.25	7.64	23.89	17.75	52.19%
	Pollo a la plancha	96	29.00	8.69	6.52	15.21	20.31	70.03%
	Arroz chaufa con pollo	300	34.00	17.44	7.64	25.08	16.56	48.71%
	Arroz chaufa con carne	76	31.00	19.69	6.96	26.65	11.31	36.49%
	Tallarín saltado con pollo	272	34.00	13.35	7.64	20.99	20.65	60.73%
	Tallarín saltado con carne	76	31.00	15.12	6.96	22.09	15.88	51.22%
SANDWICHES	Sandwich Pollo a la brasa	160	18.00	7.42	4.04	11.46	10.58	58.78%
	Sandwich Lomo saltado	104	20.00	9.72	4.49	14.22	10.28	51.38%
	Sandwich Pollo a la plancha	108	16.00	5.92	3.59	9.51	10.08	63.00%

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES – PUNTO DE EQUILIBRIO

ELABORACION: PROPIA

TABLA 137: EQUILIBRIO EN UNIDADES Y BOLIVIANOS POR PRODUCTO MENSUAL – POLLO A LA BRASA, COMIDA CRIOLLA Y SANDWICHES

		VENTA ESPERADA EN UNIDADES	PRECIO UNITARIO	INGRESOS	COSTOS VARIABLES TOTALES	MARGEN DE CONTRIBUCION TOTAL	% DE VENTAS	EQUILIBRIO EN UNIDADES	EQUILIBRIO EN BOLIVIANOS
POLLO A LA BRASA	1/4 Pollo solo	164	23.00	3,772.00	1,340.75	2,431.25	1.36%	46	1,406.15
	1/4 Pollo+ papas	332	27.00	8,964.00	3,702.03	5,261.97	3.24%	110	3,341.66
	1/4 Pollo + arroz + papas	388	35.00	13,580.00	4,475.84	9,104.16	4.90%	167	5,062.44
	1/2 Pollo solo	112	42.00	4,704.00	1,603.34	3,100.66	1.70%	58	1,753.59
	1/2 Pollo + papas	272	47.00	12,784.00	5,277.63	7,506.37	4.62%	158	4,765.70
	1/2 Pollo + papas + 1 Lt Chicha morada	140	53.00	7,420.00	3,091.86	4,328.14	2.68%	91	2,766.07
	1 Pollo solo	80	81.00	6,480.00	2,166.11	4,313.89	2.34%	80	2,415.66
	1 Pollo + papas	132	93.00	12,276.00	4,726.44	7,549.56	4.43%	151	4,576.33
	1 Pollo + papas + 1 Lt Chicha morada	104	97.00	10,088.00	4,002.76	6,085.24	3.64%	124	3,760.67
	Combo almuerzo brasa	804	37.00	29,748.00	13,910.62	15,837.38	10.74%	367	11,089.65
Combo familiar brasa	484	120.00	58,080.00	18,863.34	39,216.66	20.97%	716	21,651.43	
PLATOS CRIOLLOS	Lomo saltado	352	37.00	13,024.00	6,582.17	6,441.83	4.70%	161	4,855.17
	Pollo saltado	120	35.00	4,200.00	1,073.92	3,126.08	1.52%	52	1,565.70
	Bisteck montado	96	34.00	3,264.00	1,560.38	1,703.62	1.18%	40	1,216.77
	Pollo a la plancha	96	29.00	2,784.00	834.26	1,949.74	1.01%	34	1,037.84
	Arroz chaufa con pollo	300	34.00	10,200.00	5,231.36	4,968.65	3.68%	126	3,802.42
	Arroz chaufa con carne	76	31.00	2,356.00	1,496.28	859.72	0.85%	29	878.28
	Tallarín saltado con pollo	272	34.00	9,248.00	3,631.47	5,616.53	3.34%	114	3,447.53
Tallarín saltado con carne	76	31.00	2,356.00	1,149.20	1,206.80	0.85%	29	878.28	
SANDWICHES	Sandwich Pollo a la brasa	160	18.00	2,880.00	1,187.18	1,692.82	1.04%	35	1,073.62
	Sandwich Lomo saltado	104	20.00	2,080.00	1,011.31	1,068.69	0.75%	26	775.40
	Sandwich Pollo a la plancha	108	16.00	1,728.00	639.35	1,088.65	0.62%	21	644.17

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES – PUNTO DE EQUILIBRIO

ELABORACION: PROPIA

TABLA 138: MARGEN DE CONTRIBUCION POR UNIDADES– REFRESCOS Y BEBIDAS, COCKTAILS Y ADICIONALES

		VENTA ESPERADA EN UNIDADES	PRECIO UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO FIJO UNITARIO	COSTO TOTAL UNITARIO	MARGEN DE CONTRIBUCION	% MARGEN DE CONTRIBUCION
REFRESCOS Y BEBIDAS	Vaso Chicha Morada (350 ml)	344	7.00	0.13	1.57	1.70	6.87	98.14%
	Jarra Chicha Morada 1 Lt	524	13.00	2.68	2.92	5.60	10.32	79.38%
	Jarra de limonada 1 Lt	184	13.00	5.27	2.92	8.19	7.73	59.46%
	Inca Kola 1/2 Lt	208	13.00	6.25	2.92	9.17	6.75	51.92%
	Inca Kola 2.5 Lt	276	32.00	20.00	7.19	27.19	12.00	37.50%
	Coca Cola personal	100	9.00	1.40	2.02	3.42	7.60	84.44%
	Coca Cola 1 Lt	136	13.00	5.00	2.92	7.92	8.00	61.54%
	Coca Cola 2 Lts	132	17.00	10.50	3.82	14.32	6.50	38.24%
	Fanta personal	68	9.00	1.40	2.02	3.42	7.60	84.44%
	Fanta 1 Lt	96	13.00	4.50	2.92	7.42	8.50	65.38%
	Fanta 2 Lt	72	17.00	10.00	3.82	13.82	7.00	41.18%
	Sprite personal	64	9.00	1.40	2.02	3.42	7.60	84.44%
	Sprite 2 Lts	52	17.00	10.00	3.82	13.82	7.00	41.18%
	Simba personal	72	9.00	1.40	2.02	3.42	7.60	84.44%
	Simba 2 Lts	92	17.00	10.50	3.82	14.32	6.50	38.24%
	Frut-all 1 Lt	212	14.00	6.00	3.15	9.15	8.00	57.14%
	Te,café, mates	100	6.00	1.11	1.35	2.46	4.89	81.50%
	Agua Vital 625 ml	56	7.00	2.00	1.57	3.57	5.00	71.43%
Agua vital 1 1/2 Lt	48	11.00	4.50	2.47	6.97	6.50	59.09%	
COCKTAIL	Shot de Pisco	52	6.00	1.80	1.35	3.15	4.20	70.00%
	Pisco Sour	92	24.00	7.26	5.39	12.65	16.74	69.76%
	Mojito	76	24.00	7.75	5.39	13.14	16.25	67.73%
	Chilcano	56	21.00	6.29	4.72	11.00	14.71	70.07%
	Cerveza Huari 350 ml	56	13.00	3.50	2.92	6.42	9.50	73.08%
	Jarra de sangria	40	19.00	3.83	4.27	8.10	15.17	79.84%
	Copa de vino	76	7.00	2.25	1.57	3.82	4.75	67.86%
	Jarra de vino	36	21.00	12.00	4.72	16.72	9.00	42.86%
ADICIONALES	Porcion Junior de arroz	296	4.00	1.88	0.90	2.77	2.13	53.13%
	Porcion Grande de arroz	288	7.00	2.63	1.57	4.20	4.38	62.50%
	Porcion Grande de papas fritas	292	9.00	2.25	1.51	3.76	6.75	75.00%
	Buffet de salsas y ensaladas	188	8.00	3.15	3.14	6.29	4.85	60.63%

FUENTE: EVALUACION DE INVERSIONES – PUNTO DE EQUILIBRIO

ELABORACION: PROPIA

TABLA 139: EQUILIBRIO EN UNIDADES Y BOLIVIANOS POR PRODUCTO MENSUAL – REFRESCOS Y BEBIDAS, COCKTAILS Y ADICIONALES

		VENTA ESPERADA EN UNIDADES	PRECIO UNITARIO	INGRESOS	COSTOS VARIABLES TOTALES	MARGEN DE CONTRIBUCION TOTAL	% DE VENTAS	EQUILIBRIO EN UNIDADES	EQUILIBRIO EN BOLIVIANOS
REFRESCOS Y BEBIDAS	Vaso Chicha Morada (350 ml)	344	7.00	2,408.00	44.72	2,363.28	0.87%	30	897.67
	Jarra Chicha Morada 1 Lt	524	13.00	6,812.00	1,404.32	5,407.68	2.46%	84	2,539.42
	Jarra de limonada 1 Lt	184	13.00	2,392.00	969.68	1,422.32	0.86%	29	891.70
	Inca Kola 1/2 Lt	208	13.00	2,704.00	1,300.00	1,404.00	0.98%	33	1,008.01
	Inca Kola 2.5 Lt	276	32.00	8,832.00	5,520.00	3,312.00	3.19%	109	3,292.45
	Coca Cola personal	100	9.00	900.00	140.00	760.00	0.32%	11	335.51
	Coca Cola 1 Lt	136	13.00	1,768.00	680.00	1,088.00	0.64%	22	659.09
	Coca Cola 2 Lts	132	17.00	2,244.00	1,386.00	858.00	0.81%	28	836.53
	Fanta personal	68	9.00	612.00	95.20	516.80	0.22%	8	228.15
	Fanta 1 Lt	96	13.00	1,248.00	432.00	816.00	0.45%	15	465.24
	Fanta 2 Lt	72	17.00	1,224.00	720.00	504.00	0.44%	15	456.29
	Sprite personal	64	9.00	576.00	89.60	486.40	0.21%	7	214.72
	Sprite 2 Lts	52	17.00	884.00	520.00	364.00	0.32%	11	329.54
	Simba personal	72	9.00	648.00	100.80	547.20	0.23%	8	241.57
	Simba 2 Lts	92	17.00	1,564.00	966.00	598.00	0.56%	19	583.04
	Frut-all 1 Lt	212	14.00	2,968.00	1,272.00	1,696.00	1.07%	37	1,106.43
	Te,cafe, mates	100	6.00	600.00	111.00	489.00	0.22%	7	223.67
	Agua Vital 625 ml	56	7.00	392.00	112.00	280.00	0.14%	5	146.13
Agua vital 1 1/2 Lt	48	11.00	528.00	216.00	312.00	0.19%	7	196.83	
COCKTAIL	Shot de Pisco	52	6.00	312.00	93.60	218.40	0.11%	4	116.31
	Pisco Sour	92	24.00	2,208.00	667.74	1,540.26	0.80%	27	823.11
	Mojito	76	24.00	1,824.00	588.65	1,235.35	0.66%	22	679.96
	Chilcano	56	21.00	1,176.00	351.97	824.03	0.42%	14	438.40
	Cerveza Huari 350 ml	56	13.00	728.00	196.00	532.00	0.26%	9	271.39
	Jarra de sangria	40	19.00	760.00	153.20	606.80	0.27%	9	283.32
	Copa de vino	76	7.00	532.00	171.00	361.00	0.19%	7	198.32
	Jarra de vino	36	21.00	756.00	432.00	324.00	0.27%	9	281.83
ADICIONALES	Porcion Junior de arroz	296	4.00	1,184.00	555.00	629.00	0.43%	15	441.38
	Porcion Grande de arroz	288	7.00	2,016.00	756.00	1,260.00	0.73%	25	751.54
	Porcion Grande de papas fritas	292	9.00	2,628.00	657.00	1,971.00	0.95%	32	979.68
	Buffet de salsas y ensaladas	188	8.00	1,504.00	592.20	911.80	0.54%	19	560.67

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – PUNTO DE EQUILIBRIO

ELABORACION: PROPIA

TABLA 140: PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO			
	0	1	2
CANTIDAD	0.00	9,156.00	10,987.20
PRECIO PROMEDIO	30.25	30.25	30.25
INGRESOS	0.00	276,948.00	332,337.60
COSTOS FIJOS	75,121.60	75,121.60	75,121.60
COSTOS VARIABLES	0.00	111,316.13	133,579.36
COSTO TOTAL	75,121.60	186,437.74	208,700.97

PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)	4,092
PUNTO DE EQUILIBRIO (BOLIVIANOS)	123,766.71

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – PUNTO DE EQUILIBRIO

ELABORACION: PROPIA

Para el proyecto se espera vender 3 413 unidades (platos) para así obtener un ingreso mensual de 103 242.44 Bolivianos que reflejen un punto de equilibrio donde no se gane ni pierda.

TABLA 141: OTROS GASTOS DE ADMINISTRACION

OTROS GASTOS DE ADMINISTRACION			
CANTIDAD	DESCRIPCION	MONTO UNITARIO	MONTO MENSUAL
130	AGUA	2.60	338.00
320	LUZ	0.60	192.00
1	TELEVISION POR CABLE + INTERNET	299.00	299.00
1	GAS X 46 KG	101.00	101.00
239	LEÑA	6.77	1,620.74
1	ALQUILER DEL LOCAL	12,457.44	12,457.44
TOTAL OTROS GASTOS ADMINISTRACION			15,008.18

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – PUNTO DE EQUILIBRIO

ELABORACION: PROPIA

TABLA 142: OTROS GASTOS DE VENTAS

OTROS GASTOS DE VENTAS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	MONTO UNITARIO	MONTO MENSUAL
1	PUBLICIDAD EN DIARIOS	650.00	650.00
1	VOLANTES	250.00	250.00
12	PUBLICIDAD EN RADIO	60.00	720.00
TOTAL GASTOS VENTAS			1,620.00

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – PUNTO DE EQUILIBRIO

ELABORACION: PROPIA

3.3.4 Egresos

TABLA 143: TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA

MANO DE OBRA DIRECTA											
CANTIDAD	CARGO	SUELDO UNITARIO*	SUELDO MENSUAL BRUTO*	TOTAL DSCITOS*	SUELDO MENSUAL (NOMINA)	PATRONAL				TOTAL APORTES	TOTAL MENSUAL
						CAJA DE SALUD	AFP	APORTE SOLIDARIO	FONDO DE VIVIENDA		
6	MOZOS	1756.00	10,536.00	1,339.13	9,196.87	1,053.60	180.17	316.08	210.72	1,760.57	12,296.57
1	JEFE COCINERO	2000.00	2,000.00	254.20	1,745.80	200.00	34.20	60.00	40.00	334.20	2,334.20
2	CAJEROS	1756.00	3,512.00	446.38	3,065.62	351.20	60.06	105.36	70.24	586.86	4,098.86
2	POLLERO ENCARGADO	2000.00	4,000.00	508.40	3,491.60	400.00	68.40	120.00	80.00	668.40	4,668.40
2	ASISTENTE DE COCINA	1756.00	3,512.00	446.38	3,065.62	351.20	60.06	105.36	70.24	586.86	4,098.86
2	VAJILLEROS	1656.00	3,312.00	420.96	2,891.04	331.20	56.64	99.36	66.24	553.44	3,865.44
2	ASISTENTE POLLERO	1756.00	3,512.00	446.38	3,065.62	351.20	60.06	105.36	70.24	586.86	4,098.86
3	PERSONAL DE LIMPIEZA	1756.00	5,268.00	669.56	4,598.44	526.80	90.08	158.04	105.36	880.28	6,148.28
1	ENCARGADO DE ALMACEN	1900.00	1,900.00	241.49	1,658.51	190.00	32.49	57.00	38.00	317.49	2,217.49
1	ASISTENTE DE ALMACEN	1756.00	1,756.00	223.19	1,532.81	175.60	30.03	52.68	35.12	293.43	2,049.43
1	JEFE DE PRODUCCION	2300.00	2,300.00	292.33	2,007.67	230.00	39.33	69.00	46.00	384.33	2,684.33
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		20,392.00	41,608.00		36,319.62	4,160.80				6,952.70	48,560.70

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – COSTO DE PRODUCCION

ELABORACION: PROPIA

TABLA 144: TOTAL REMUNERACION ADMINISTRACION

REMUNERACIONES DE ADMINISTRACION											
CANTIDAD	CARGO	SUELDO UNITARIO*	SUELDO MENSUAL BRUTO*	TOTAL DSCITOS*	SUELDO MENSUAL (NOMINA)	PATRONAL				TOTAL APORTES	TOTAL MENSUAL
						CAJA DE SALUD	AFP	APORTE SOLIDARIO	FONDO DE VIVIENDA		
1	ADMINISTRADOR	4000.00	4,000.00	508.40	3,491.60	400.00	68.40	120.00	80.00	668.40	4,668.40
1	JEFE DE ATENCION AL CLIENTE	2300.00	2,300.00	292.33	2,007.67	230.00	39.33	69.00	46.00	384.33	2,684.33
TOTAL REMUNERACION ADMINISTRACION		6,300.00	6,300.00	800.73	5,499.27	630.00				1,052.73	7,352.73

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – GASTOS DE OPERACION

ELABORACION: PROPIA (ver anexo 9)

3.3.5 Balance General

TABLA 145: BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL						
	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA/BANCOS	99,050.37	817,261.56	1,729,428.17	2,757,439.75	3,852,502.89	5,021,853.81
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	99,050.37	817,261.56	1,729,428.17	2,757,439.75	3,852,502.89	5,021,853.81
EQUIPOS	229,855.13	229,855.13	229,855.13	229,855.13	229,855.13	229,855.13
HERRAMIENTAS	27,403.82	27,403.82	27,403.82	27,403.82	27,403.82	27,403.82
BIENES MUEBLES	115,980.79	115,980.79	115,980.79	115,980.79	115,980.79	115,980.79
IMPREVISTOS INVERSION TANGIBLE	4,597.10	4,597.10	4,597.10	4,597.10	4,597.10	4,597.10
DEPRECIACIONES	0.00	74,647.95	149,295.90	223,943.84	298,591.79	373,239.74
INVERSION INTANGIBLE	50,173.42	50,173.42	50,173.42	50,173.42	50,173.42	50,173.42
AMORTIZACION INTANGIBLES	0.00	10,034.68	20,069.37	30,104.05	40,138.74	50,173.42
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	428,010.27	343,327.63	258,645.00	173,962.37	89,279.74	4,597.10
TOTAL DE ACTIVOS	527,060.63	1,160,589.20	1,988,073.17	2,931,402.12	3,941,782.63	5,026,450.91
DEUDA A CORTO PLAZO	181,109.14	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
DEUDA A LARGO PLAZO	0.00	125,267.12	65,013.57	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVOS	181,109.14	125,267.12	65,013.57	0.00	0.00	0.00
CAPITAL SOCIAL	345,951.49	345,951.49	345,951.49	345,951.49	345,951.49	345,951.49
UTILIDAD DEL EJERCICIO	0.00	689,370.59	1,577,108.11	2,585,450.63	3,595,831.13	4,680,499.42
TOTAL PATRIMONIO	345,951.49	1,035,322.08	1,923,059.60	2,931,402.12	3,941,782.63	5,026,450.91
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	527,060.63	1,160,589.20	1,988,073.17	2,931,402.12	3,941,782.63	5,026,450.91

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – FLUJO DE CAJA

ELABORACION: PROPIA

Se puede ver un crecimiento en la utilidad del ejercicio desde el año 1 hasta el 5 de 655%, para lo cual se estima realizar nuevos proyectos de reinversión en Bolivia, tales como mejoramiento del local, compra de local propio, apertura de nuevas sedes, entre otros

3.3.6 Estado de Resultados

TABLA 146: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	3,346,992.00	4,016,390.40	4,418,029.44	4,418,029.44	4,517,079.81
COSTO DE VENTAS	2,046,603.37	2,455,924.04	2,701,516.44	2,701,516.44	2,701,516.44
UTILIDAD BRUTA	1,300,388.63	1,560,466.36	1,716,513.00	1,716,513.00	1,815,563.37
GASTOS DE ADMINISTRACION	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36
GASTOS DE VENTAS	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	84,682.63	84,682.63	84,682.63	84,682.63	84,682.63
GASTOS FINANCIEROS	11,888.86	7,477.34	2,717.31	0.00	0.00
UTILIDAD OPERATIVA	919,160.78	1,183,650.03	1,344,456.69	1,347,174.01	1,446,224.38
IMPUESTO A LAS UTILIDADES	229,790.20	295,912.51	336,114.17	336,793.50	361,556.09
UTILIDAD NETA	689,370.59	887,737.52	1,008,342.52	1,010,380.51	1,084,668.28
RENTABILIDAD SOBRE INVERSION	184.70%				
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	20.60%	22.10%	22.82%	22.87%	24.01%

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – FLUJO DE CAJA

ELABORACION: PROPIA

Considerando un escenario conservador, las ventas netas crecen un 20% en el año 2 y un 10% en el año 3 respecto al 2. Esto refleja una rentabilidad sobre ventas que crece de 23,95% en el año 1 hasta 26,58% en el año 5.

3.3.7 Flujo de Caja

TABLA 147: FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	0.00	3,346,992.00	4,016,390.40	4,418,029.44	4,418,029.44	4,418,029.44
INGRESO POR VALOR RESIDUAL	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	99,050.37
TOTAL INGRESOS	0.00	3,346,992.00	4,016,390.40	4,418,029.44	4,418,029.44	4,517,079.81
INVERSION TANGIBLE	377,836.84	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
INVERSION INTANGIBLE	50,173.42	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CAPITAL DE TRABAJO	99,050.37	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS	0.00	2,046,603.37	2,455,924.04	2,701,516.44	2,701,516.44	2,701,516.44
GASTOS DE ADMINISTRACION	0.00	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36
GASTOS DE VENTAS	0.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00
IMPUESTO A LAS UTILIDADES	0.00	232,762.41	297,781.84	336,793.50	336,793.50	361,556.09
TOTAL EGRESOS	527,060.63	2,564,022.13	3,038,362.24	3,322,966.30	3,322,966.30	3,347,728.89
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-527,060.63	782,969.87	978,028.16	1,095,063.14	1,095,063.14	1,169,350.92
PRESTAMOS	181,109.14					
AMORTIZACION	0.00	55,842.02	60,253.54	65,013.57	0.00	0.00
INTERES	0.00	11,888.86	7,477.34	2,717.31	0.00	0.00
ESCUDO FISCAL	0.00	2,972.22	1,869.34	679.33	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-345,951.49	718,211.19	912,166.61	1,028,011.58	1,095,063.14	1,169,350.92
FLUJO DE CAJA NETO ACUMULADO		718,211.19	1,630,377.80	2,658,389.38	3,753,452.52	4,922,803.44

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – FLUJO DE CAJA

ELABORACION: PROPIA

Se considera incrementar un 20% en los ingresos por ventas del año 2 respecto al año 1, ya que la capacidad de ocupación del restaurante en el año 1 solo abarca un 39% y si se logra conquistar el mercado con optimismo, se podrá ocupar hasta un 59% en el segundo año. Para el año 3 - 5 se proyecta un crecimiento del 10% respecto al año 2, debido a que con la competencia del mercado, el crecimiento se puede ver afectado de alguna manera. Sin embargo un 10% refleja una tasa promedio de crecimiento en este rubro del negocio.

3.4 VIABILIDAD ECONOMICA

3.4.1 Valor Actual Neto Económico

VANE (Bs.)	2,301,846.58
------------	--------------

VANE (S/.)	1,133,914.57
------------	--------------

Al tener un Valor Actual Neto Económico positivo podemos determinar que el proyecto es viable ya que se genera ganancias para la empresa

3.4.2 Tasa Interna de Retorno Económica

TIRE	164.30%
------	---------

Al tener una tasa interna de retorno mayor al 100% refleja una rentabilidad atractiva para el inversionista, es decir que vamos a tener un 164.30% de rentabilidad por el dinero invertido.

3.5 VIABILIDAD FINANCIERA

3.5.1 Valor Actual Neto Financiero

VANF (Bs.)	2,726,836.68
------------	--------------

VANF (S/.)	1,343,269.30
------------	--------------

El VAN financiero es positivo y mayor que el VAN económico, esto demuestra que el proyecto es completamente viable

3.5.2 Tasa Interna de Retorno Financiera

TIRF	227.68%
------	---------

La TIR financiera se ve mucho más atractiva para el inversionista, ya que se espera 227,68% de rentabilidad por dinero invertido.

3.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

3.6.1 Escenario Optimista

En un escenario optimista se considera un incremento en las ventas del 20% debido a que la tasa de ocupación crece de 39% a 59%, si el negocio llega a captar una gran cantidad de clientes y aumenta su capacidad de producción. Entonces realizando este análisis, veremos que los estados financieros reflejan lo siguiente

3.6.1.1 Balance General - Escenario Optimista

TABLA 148: BALANCE GENERAL- ESCENARIO OPTIMISTA

BALANCE GENERAL						
	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA/BANCOS	104,535.18	1,017,884.44	2,164,252.62	3,449,902.27	4,802,806.54	6,234,112.19
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	104,535.18	1,017,884.44	2,164,252.62	3,449,902.27	4,802,806.54	6,234,112.19
EQUIPOS	229,855.13	229,855.13	229,855.13	229,855.13	229,855.13	229,855.13
HERRAMIENTAS	27,403.82	27,403.82	27,403.82	27,403.82	27,403.82	27,403.82
BIENES MUEBLES	115,980.79	115,980.79	115,980.79	115,980.79	115,980.79	115,980.79
IMPREVISTOS INVERSION TANGIBLE	4,597.10	4,597.10	4,597.10	4,597.10	4,597.10	4,597.10
DEPRECIACIONES	0.00	74,647.95	149,295.90	223,943.84	298,591.79	373,239.74
INVERSION INTANGIBLE	50,173.42	50,173.42	50,173.42	50,173.42	50,173.42	50,173.42
AMORTIZACION INTANGIBLES	0.00	10,034.68	20,069.37	30,104.05	40,138.74	50,173.42
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	428,010.27	343,327.63	258,645.00	173,962.37	89,279.74	4,597.10
TOTAL DE ACTIVOS	532,545.44	1,361,212.07	2,422,897.62	3,623,864.64	4,892,086.28	6,238,709.30
DEUDA A CORTO PLAZO	181,657.62	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
DEUDA A LARGO PLAZO	0.00	125,646.48	65,210.46	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVOS	181,657.62	125,646.48	65,210.46	0.00	0.00	0.00
CAPITAL SOCIAL	350,887.82	350,887.82	350,887.82	350,887.82	350,887.82	350,887.82
UTILIDAD DEL EJERCICIO	0.00	884,677.77	2,006,799.34	3,272,976.82	4,541,198.46	5,887,821.48
TOTAL PATRIMONIO	350,887.82	1,235,565.59	2,357,687.16	3,623,864.64	4,892,086.28	6,238,709.30
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	532,545.44	1,361,212.07	2,422,897.62	3,623,864.64	4,892,086.28	6,238,709.30

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – FLUJO DE CAJA, ESCENARIO OPTIMISTA

ELABORACION: PROPIA

El balance general refleja un incremento mayor en las utilidades del ejercicio e incrementa de manera considerable el patrimonio de la empresa. Es decir, que si logramos abarcar una gran cantidad de clientes que hagan que nuestras ventas crezcan, tendremos un excelente balance general.

3.6.1.2 Estado de Resultados - Escenario Optimista

TABLA 149: ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS- ESCENARIO OPTIMISTA

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	4,016,390.40	4,819,668.48	5,301,635.33	5,301,635.33	5,406,170.50
COSTO DE VENTAS	2,455,556.18	2,946,667.41	3,241,334.16	3,241,334.16	3,241,334.16
UTILIDAD BRUTA	1,560,834.22	1,873,001.07	2,060,301.17	2,060,301.17	2,164,836.35
GASTOS DE ADMINISTRACION	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36
GASTOS DE VENTAS	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	84,682.63	84,682.63	84,682.63	84,682.63	84,682.63
GASTOS FINANCIEROS	11,924.87	7,499.99	2,725.54	0.00	0.00
UTILIDAD OPERATIVA	1,179,570.36	1,496,162.09	1,688,236.64	1,690,962.18	1,795,497.36
IMPUESTO A LAS UTILIDADES	294,892.59	374,040.52	422,059.16	422,740.55	448,874.34
UTILIDAD NETA	884,677.77	1,122,121.57	1,266,177.48	1,268,221.64	1,346,623.02
RENTABILIDAD SOBRE INVERSION	237.03%				
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	22.03%	23.28%	23.88%	23.92%	24.91%

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – FLUJO DE CAJA, ESCENARIO OPTIMISTA

ELABORACION: PROPIA

Las rentabilidades sobre ventas reflejan que en un escenario optimista los porcentajes crecen desde 24.82% en el año 1 hasta 27.18% en el año 5. Y obteniendo una rentabilidad sobre inversión de 237,03%.

3.6.1.3 Flujo de Caja - Escenario Optimista

TABLA 150: FLUJO DE CAJA- ESCENARIO OPTIMISTA

FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	0.00	4,016,390.40	4,819,668.48	5,301,635.33	5,301,635.33	5,301,635.33
INGRESO POR VALOR RESIDUAL	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	104,535.18
TOTAL INGRESOS	0.00	4,016,390.40	4,819,668.48	5,301,635.33	5,301,635.33	5,406,170.50
INVERSION TANGIBLE	377,836.84	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
INVERSION INTANGIBLE	50,173.42	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CAPITAL DE TRABAJO	104,535.18	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS	0.00	2,455,556.18	2,946,667.41	3,241,334.16	3,241,334.16	3,241,334.16
GASTOS DE ADMINISTRACION	0.00	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36
GASTOS DE VENTAS	0.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00
IMPUESTO A LAS UTILIDADES	0.00	297,873.81	375,915.52	422,740.55	422,740.55	448,874.34
TOTAL EGRESOS	532,545.44	3,038,086.34	3,607,239.29	3,948,731.06	3,948,731.06	3,974,864.85
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-532,545.44	978,304.06	1,212,429.19	1,352,904.27	1,352,904.27	1,431,305.65
PRESTAMOS	181,657.62					
AMORTIZACION	0.00	56,011.14	60,436.02	65,210.46	0.00	0.00
INTERES	0.00	11,924.87	7,499.99	2,725.54	0.00	0.00
ESCUDO FISCAL	0.00	2,981.22	1,875.00	681.39	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-350,887.82	913,349.27	1,146,368.18	1,285,649.65	1,352,904.27	1,431,305.65
FLUJO DE CAJA NETO ACUMULADO		913,349.27	2,059,717.45	3,345,367.09	4,698,271.36	6,129,577.02

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – FLUJO DE CAJA, ESCENARIO OPTIMISTA

ELABORACION: PROPIA

Con un crecimiento en las ventas, el flujo de caja optimista refleja un incremento considerable en los flujos de caja económico y financiero, que hacen aún más atractiva a la inversión.

3.6.1.4 Indicadores económicos y financieros - Escenario Optimista

VANE (Bs.)	2,969,264.20
VANF (Bs.)	3,485,709.78

TIRE	200.35%
TIRF	280.44%

VANE (S/.)	1462691.72
VANF (S/.)	1717098.41

En un escenario optimista resulta mucho más convenientes el VAN Económico y el VAN Financiero, así como la TIR (económica y financiera), ya que supera ampliamente a los de un escenario conservador. Todo esto hace mucho más atractiva la inversión.

3.6.2 Escenario Pesimista

Considerando que se pudiera dar un escenario pesimista debido a que no se llegue a captar los clientes esperados y las cantidades esperadas a vender no sean las que proyectamos. Entonces se ha determinado reducir estas cantidades vendidas en un 20% al escenario conservador, lo cual afectará a los Estados Financieros de la siguiente manera:



3.6.2.1 Balance General - Escenario Pesimista

TABLA 151: BALANCE GENERAL- ESCENARIO PESIMISTA

BALANCE GENERAL						
	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJA/BANCOS	101,734.76	515,254.21	1,262,627.81	2,109,375.07	3,023,273.29	3,941,508.34
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	101,734.76	515,254.21	1,262,627.81	2,109,375.07	3,023,273.29	3,941,508.34
EQUIPOS	229,855.13	229,855.13	229,855.13	229,855.13	229,855.13	229,855.13
HERRAMIENTAS	27,403.82	27,403.82	27,403.82	27,403.82	27,403.82	27,403.82
BIENES MUEBLES	115,980.79	115,980.79	115,980.79	115,980.79	115,980.79	115,980.79
IMPREVISTOS INVERSION TANGIBLE	4,597.10	4,597.10	4,597.10	4,597.10	4,597.10	4,597.10
DEPRECIACIONES	0.00	74,647.95	149,295.90	223,943.84	298,591.79	373,239.74
INVERSION INTANGIBLE	50,173.42	50,173.42	50,173.42	50,173.42	50,173.42	50,173.42
AMORTIZACION INTANGIBLES	0.00	10,034.68	20,069.37	30,104.05	40,138.74	50,173.42
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	428,010.27	343,327.63	258,645.00	173,962.37	89,279.74	4,597.10
TOTAL DE ACTIVOS	529,745.02	858,581.84	1,521,272.81	2,283,337.44	3,112,553.02	3,946,105.44
DEUDA A CORTO PLAZO	181,377.58	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
DEUDA A LARGO PLAZO	0.00	125,452.79	65,109.94	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVOS	181,377.58	125,452.79	65,109.94	0.00	0.00	0.00
CAPITAL SOCIAL	348,367.44	348,367.44	348,367.44	348,367.44	348,367.44	348,367.44
UTILIDAD DEL EJERCICIO	0.00	384,761.61	1,107,795.43	1,934,970.00	2,764,185.58	3,597,738.00
TOTAL PATRIMONIO	348,367.44	733,129.05	1,456,162.87	2,283,337.44	3,112,553.02	3,946,105.44
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	529,745.02	858,581.84	1,521,272.81	2,283,337.44	3,112,553.02	3,946,105.44

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – FLUJO DE CAJA, ESCENARIO PESIMISTA

ELABORACION: PROPIA

Se puede ver en el balance general pesimista un bajo crecimiento del patrimonio, obteniendo también incrementos leves en la utilidad del ejercicio.

Sin embargo a pesar de esto el balance sigue siendo bueno y aceptable.

3.6.2.2 Estado de Resultados - Escenario Pesimista

TABLA 152: ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS- ESCENARIO PESIMISTA

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	2,677,593.60	3,480,871.68	3,828,958.85	3,828,958.85	3,834,741.31
COSTO DE VENTAS	1,783,332.64	2,139,999.17	2,353,999.09	2,353,999.09	2,353,999.09
UTILIDAD BRUTA	894,260.96	1,340,872.51	1,474,959.76	1,474,959.76	1,480,742.22
GASTOS DE ADMINISTRACION	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36
GASTOS DE VENTAS	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	84,682.63	84,682.63	84,682.63	84,682.63	84,682.63
GASTOS FINANCIEROS	11,906.49	7,488.43	2,721.34	0.00	0.00
UTILIDAD OPERATIVA	513,015.48	964,045.09	1,102,899.43	1,105,620.77	1,111,403.23
IMPUESTO A LAS UTILIDADES	128,253.87	241,011.27	275,724.86	276,405.19	277,850.81
UTILIDAD NETA	384,761.61	723,033.82	827,174.57	829,215.58	833,552.42
RENTABILIDAD SOBRE INVERSION	103.09%				
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	14.37%	20.77%	21.60%	21.66%	21.74%

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – FLUJO DE CAJA, ESCENARIO PESIMISTA

ELABORACION: PROPIA

Como se observa, las rentabilidades sobre ventas han disminuido considerablemente en el año 1 y la rentabilidad que se da en el periodo 2 al 5 es en promedio 21,4%. Tomando en cuenta que el costo de oportunidad para nuestro negocio es de 16,57%, podemos decir que aun estando en un escenario pesimista, la inversión en este negocio resulta más rentable para el inversionista.

3.6.2.3 Flujo de Caja - Escenario Pesimista

TABLA 153: FLUJO DE CAJA - ESCENARIO PESIMISTA

FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	0.00	2,677,593.60	3,480,871.68	3,828,958.85	3,828,958.85	3,828,958.85
INGRESO POR VALOR RESIDUAL	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	5,782.46
TOTAL INGRESOS	0.00	2,677,593.60	3,480,871.68	3,828,958.85	3,828,958.85	3,834,741.31
INVERSION TANGIBLE	377,836.84	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
INVERSION INTANGIBLE	50,173.42	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CAPITAL DE TRABAJO	101,734.76	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS	0.00	1,783,332.64	2,139,999.17	2,353,999.09	2,353,999.09	2,353,999.09
GASTOS DE ADMINISTRACION	0.00	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36	283,036.36
GASTOS DE VENTAS	0.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00
IMPUESTO A LAS UTILIDADES	0.00	131,230.49	242,883.38	276,405.19	276,405.19	277,850.81
TOTAL EGRESOS	529,745.02	2,199,219.49	2,667,538.91	2,915,060.64	2,915,060.64	2,916,506.25
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-529,745.02	478,374.11	813,332.77	913,898.21	913,898.21	918,235.06
PRESTAMOS	181,377.58					
AMORTIZACION	0.00	55,924.79	60,342.85	65,109.94	0.00	0.00
INTERES	0.00	11,906.49	7,488.43	2,721.34	0.00	0.00
ESCUDO FISCAL	0.00	2,976.62	1,872.11	680.34	0.00	0.00
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-348,367.44	413,519.45	747,373.60	846,747.27	913,898.21	918,235.06
FLUJO DE CAJA NETO ACUMULADO		413,519.45	1,160,893.05	2,007,640.32	2,921,538.53	3,839,773.58

FUENTE: EVALUACION DE PROYECTOS – FLUJO DE CAJA, ESCENARIO PESIMISTA

ELABORACION: PROPIA

Las cantidades proyectadas en el flujo de caja reflejan un menor crecimiento proyectado a cinco años, sin embargo este crecimiento no afectará de manera drástica a los indicadores financieros

3.6.2.4 Indicadores económicos y financieros - Escenario Pesimista

VANE (Bs.)	1,664,381.75
VANF (Bs.)	2,012,537.40

TIRE	119.67%
TIRF	158.85%

VANE (S/.)	819,892.49
VANF (S/.)	991,397.73

Considerando un escenario pesimista, el VAN Económico y el VAN financiero, son aceptables ya que siguen siendo positivos. En cuanto a la TIR (económica y financiera) refleja que hay una rentabilidad de la inversión de 119,67% y 158,85% respectivamente, lo cual estando en un escenario pesimista sigue haciendo atractiva la inversión en el proyecto.



CONCLUSIONES

PRIMERA: Es viable invertir en un nuevo local para El Tablón en la ciudad de La Paz – Bolivia, debido a que después de haber realizado el estudio de mercado, el estudio técnico y un análisis financiero con una proyección a cinco años, los resultados que obtuvimos se muestran favorables tanto para la empresa como para los inversionistas.

SEGUNDA: Después de haber realizado el estudio de mercado, hemos llegado a conocer de manera directa la oferta y demanda que existe en La Paz sobre el pollo a la brasa; y los resultados fueron que existe una demanda estimada para el producto, pero que no está completamente satisfecha debido a que hay pocos ofertantes del mismo, entonces los demandantes optan por consumir otros productos similares.

TERCERA: La forma de trabajo de los Food centers en La Paz tiene ciertas diferencias con las de El Tablón en Perú, en cuanto a la administración y organización, sin embargo la esencia es casi la misma. Después de cotizar, tanto en el mercado peruano y boliviano, a las posibles empresas proveedoras para nuestra empresa (instalación, producción y venta en general) se ha determinado que un 39% (respecto al total de la inversión) será comprado en Perú y un 61% se comprará directamente en Bolivia.

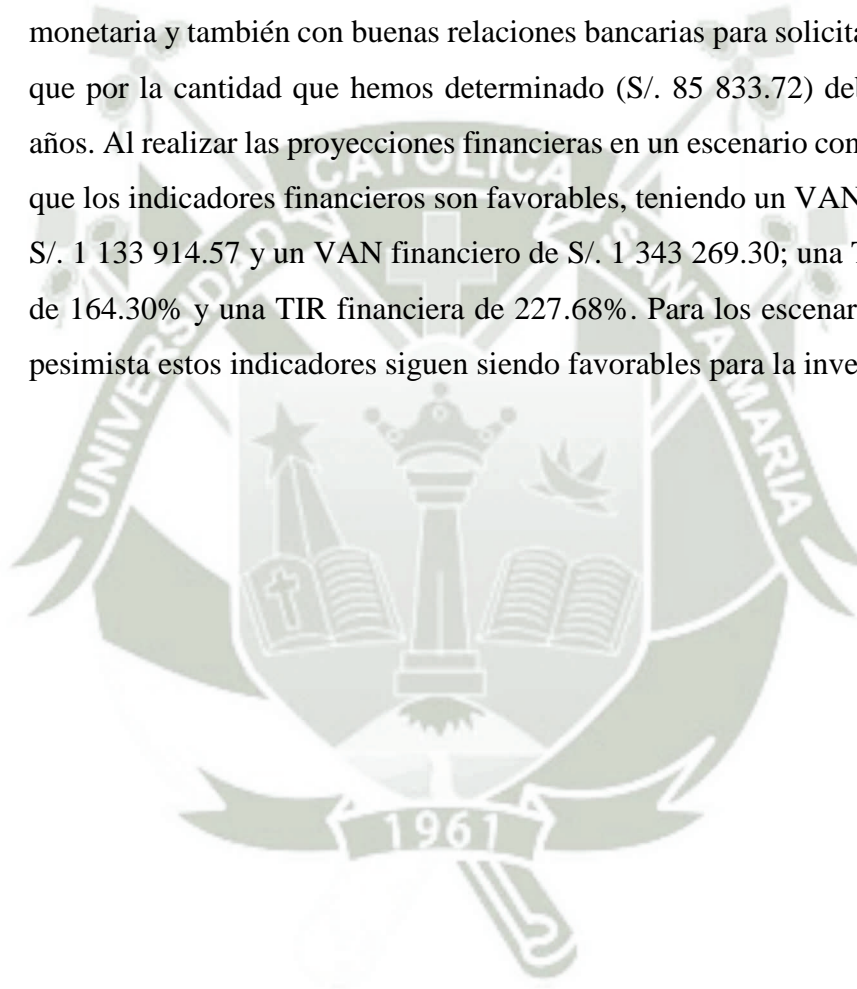
CUARTA: Considerando el tamaño de los locales que se pueden alquilar en la Zona Sur, se piensa empezar en un local con dos pisos, adaptado para un restaurante de nuestro tipo y con una capacidad de atención máxima de 218 personas. Para esto el personal a cargo de la producción tiene la capacidad de servicio de 872 platos al día, considerando que el tiempo estimado de permanencia de un cliente es de una hora y veinticinco minutos.

QUINTA: La inversión total para este proyecto sería de 253 303.77 soles y considerando todos los aspectos relacionados al financiamiento se determinó que el 65% será de aporte propio y el 35% con un préstamo bancario en Arequipa. Un financiamiento externo en Bolivia no sería conveniente debido a que los bancos bolivianos no nos otorgarían el préstamo ya que el principal inversionista no reside en dicho país y el negocio aún no está en funcionamiento.

SEXTA: Una parte importante de la tecnología a usar en la implementación del nuevo local tendrá que ser llevada del Perú, esto incluye a los equipos y algunas herramientas de producción.

SEPTIMA: Considerando la legislación boliviana para empresas, se ha determinado que debe abrirse un nuevo local bajo el tipo de sociedad: SRL, contando con un socio minoritario de nacionalidad boliviana. Los trámites para la creación de la empresa tendrán una duración máxima de dos meses y el tiempo estimado para la implementación del nuevo local será máximo de dos meses.

OCTAVA: Para invertir en un nuevo local en Bolivia se debe contar con cierta capacidad monetaria y también con buenas relaciones bancarias para solicitar un préstamo, que por la cantidad que hemos determinado (S/. 85 833.72) debe ser solo a 3 años. Al realizar las proyecciones financieras en un escenario conservador, se ve que los indicadores financieros son favorables, teniendo un VAN económico de S/. 1 133 914.57 y un VAN financiero de S/. 1 343 269.30; una TIR económica de 164.30% y una TIR financiera de 227.68%. Para los escenarios optimista y pesimista estos indicadores siguen siendo favorables para la inversión.



RECOMENDACIONES

PRIMERA: La viabilidad de la inversión está sujeta al momento de realización del estudio, esto implica que en los próximos años el escenario del mercado puede variar por muchos aspectos, como la apertura de otros locales (competencia). Entonces es recomendable realizar la inversión en un corto plazo.

SEGUNDA: Se recomienda que el plan de marketing a realizarse para el nuevo local sea orientado al sector socio económico A, B y C de la ciudad y así poder ganar un buen porcentaje de mercado. Considerando la poca competencia directa que existe actualmente, se recomienda tener en cuenta que podrían abrirse nuevos locales del mismo rubro, para lo cual se debe estar prevenidos y tener un buen posicionamiento en el mercado.

TERCERA: Es preferible que para empezar se cuente con trabajadores peruanos para la producción, y hacer que los mismos entrenen a otros trabajadores bolivianos y así tener suficiente mano de obra de producción. Se deberá contar con un supervisor de sede, del Tablón Perú, que haga visitas ocasionales para cuidar el buen funcionamiento del nuevo local.

CUARTA: De acuerdo al local elegido para alquilar, se precisa firmar un contrato mínimo a tres años con cláusulas que indiquen la renovación de contrato y la disponibilidad integral del local para modificaciones y remodelaciones a disposición del inquilino; y si es posible, en el largo plazo, poder acceder a la compra de un local propio.

QUINTA: Es recomendable ingresar con un porcentaje mayor de aporte propio, debido a que como proyecto de negocio (en Bolivia), los bancos no otorgan grandes cantidades de préstamo. Entonces el porcentaje prestado será destinado para la compra de los requerimientos que serán llevados del Perú. Una vez iniciadas las operaciones se deberán transferir las ganancias por el BCP Bolivia, ya que sus costos por transferencia internacional (Bolivia – Perú) son los más bajos del mercado.

SEXTA: Para el envío a La Paz de las adquisiciones hechas en Perú, no es necesario pagar un seguro adicional, ya que el transporte no dura más de dos días y el servicio a contratar es el más óptimo. Es necesario que la instalación de todos los equipos

sean realizados por profesionales peruanos, ya que así se reducirá el riesgo de que algo quede mal.

SEPTIMA: Se recomienda tener un socio minoritario de nacionalidad boliviana para efectos legales de la constitución de la empresa, también contar con un asesor legal durante todo el proceso de los trámites a realizar para la creación de la empresa.

OCTAVA: Para el pago de las cuotas bancarias se deberá transferir el dinero mediante el BCP, es por eso que es recomendable acceder al préstamo en el mismo banco. Se debe tener en cuenta que la proyección realizada es un estimado sujeto a variaciones por el impacto que vaya a generar la apertura de un nuevo local.



REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- FOLKE, Kafka. (1998). “Evaluación estratégica de proyectos de inversión”: Biblioteca Universidad del Pacifico: José Luis Carrillo Mendoza.
- MEZA, Mauricio. (2011). “Finanzas empresariales para la micro y pequeña empresa”. Arequipa (Perú): Universidad Católica de Santa María.
- REVILLA, Luis. (2012). “Características de la población”. La Paz (Bolivia): Gobierno Autónomo de La Paz.
- Gobierno Autónomo de La Paz: (1977). “Código de Comercio”. La Paz (Bolivia): U.P.S Editorial S.R.L.
- Oficina mayor de planificación para el desarrollo. (2011). “Anuario Estadístico del Municipio de La Paz”. La Paz (Bolivia): SPC Impresiones S.A.
- ACURIO, Gastón; ADRIA Ferrán; MEDINA Ignacio. (2012). “Eden.pe, 21 Revelaciones para el mundo”. Lima (Perú): Latino publicaciones.
- PAREDES NUÑEZ, J. E 2010. “Manual para la Investigación Científica”. Octava Edición. Arequipa: Universidad Católica de Santa María
- HERNANADEZ, S; ,FERNANDEZ, C; BAPTISTA, L. 2010 “Metodología de la Investigación.”. Quinta Edición. MEXICO: McGraw Hill Interamericana
- KOTLER, Philip. 2001. “Dirección de Mercadotecnia”. Octava Edición. Prentice Hall.

INFORMATOGRAFIA

- <http://www.bolivian.com/lapaz/>
- http://www.eltablón.pe/index.php?option=cmm_princ&view=pw_instit
- <http://www.donpollo.com.bo/>
- <http://www.elsaborgaúcho.com/menu.html#>
- <http://restaurantgustu.com/bienvenido/>
- https://www.tripadvisor.com.pe/Restaurant_Review-g294072-d6126939-Reviews-Margarita-La_Paz_La_Paz_Department.html
- <http://www.altamarbolivia.com/>
- <http://www.boliviaentusmanos.com/amarillas/businesscard/taco-loco.html>
- <http://www.buenosnegocios.com/notas/324-las-4-p-del-marketing>
- <http://www.destinos.com.bo/zona-sur-en-la-paz/>
- <http://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG/countries>
- <http://www.ine.gob.bo/indice/general.aspx?codigo=40203>
- https://www.bcb.gob.bo/?q=cotizaciones_tc
- <http://www.lapaz.bo/sur>
- http://www.lapaz.bo/lapaz/index.php?option=com_content&view=article&id=6788:ano-nuevo-aymara-21-de-junio&catid=209&Itemid=688
- <http://www.embolivia.org.br/nota.php?idn=45>
- http://medios.economiayfinanzas.gob.bo/MH/documentos/2014/11.Presentaci%C3%B3n_Calificaciones_de_Riesgo_II.pdf
- <http://datos.bancomundial.org/pais/bolivia>
- <http://www.datos-bo.com/Economia-a-Finanzas/Analisis/Standard-a-Poors-sube-nota-de-riesgo-de-Bolivia-de-BB-a-BB>

- <https://www.afp-futuro.com/siswww/es/ab2/bienvenida/bienvenida.html>
- <http://www.prevision.com.bo/pagocontradepenSIP.htm>
- <http://vi-legal.com/portal/index.php/ct-menu-item-14/30-contribuciones-al-seguro-social-obligatorio-bolivia>
- <http://acturism.blogspot.pe/2015/03/sector-gastronomico-de-bolivia-crece-en.html>
- <http://ethics.unwto.org/es/node/42280>
- <http://www.cnc.bo/>
- <http://industriabolivia.blogspot.pe/2013/01/guia-para-afiliarse-la-camara-de.html>
- https://www.eldia.com.bo/index.php?cat=1&pla=3&id_articulo=166086
- <http://gestion.pe/tendencias/sazon-y-negocio-evolucion-2135569>
- <http://www.mintrabajo.gob.bo/LaPaz.asp>
- <http://www.aduana.gob.bo>



ANEXO 1: PLAN DE TESIS



PLAN DE INVESTIGACION

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL FOOD CENTER EL TABLÓN EN LA CIUDAD DE LA PAZ - BOLIVIA, 2016”

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Para poder identificar el problema en nuestro estudio de factibilidad hemos hecho una breve investigación sobre las necesidades de la ciudad de La Paz (en el aspecto empresarial al que nos enfocamos) acerca de los “Fast Food” (pollerías), comida peruana y la tendencia del consumo en La Paz por estos productos; así como la competencia que podría haber en este rubro empresarial.

Es así que tuvimos como referente de competencia a la empresa peruana (limeña) ROKYS, la cual es una pollería restaurante de gran trayectoria, que abrió su restaurante en La Paz hace 14 años y que hoy en día es líder en la venta de pollo a la brasa en el país de Bolivia, tanto en La Paz como en Santa Cruz.

1.2.1 CAMPO, ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Campo: Ciencias Económico - empresariales.

Área: Ingeniería Comercial.

Línea de investigación: Negocios Internacionales.

1.2.2 TIPO DE PROBLEMA

Con respecto al nivel de investigación hay que señalar que se trata de una **investigación explicativa** ya que a través de ella damos a conocer como se da la inversión de un “Food Center” en un país que demanda del sabor y originalidad de la comida peruana.

Es una **investigación descriptiva**, ya que se da a conocer paso a paso cómo se da la inversión en la ciudad de La Paz, incursionando con un producto bandera peruano en el hermano país de Bolivia.

1.2.3 VARIABLES DE ESTUDIO

1.2.3.1 ANALISIS DE VARIABLES

- **VARIABLE DEPENDIENTE**

“VIABILIDAD DE INTERNACIONALIZAR EL FOOD CENTER EL TABLON”

- **VARIABLE INDEPENDIENTE**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD”



2.3.2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE DEPENDIENTE	
VARIABLE	INDICADORES
<p>VIABILIDAD DE INTERNACIONALIZAR EL FOOD CENTER EL TABLON</p>	<ul style="list-style-type: none"> • VAN=0 (Económico y financiero) $VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$ • TIR (Económico y financiero) $TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$ • Análisis de sensibilidad
VARIABLE INDEPENDIENTE	
VARIABLE	INDICADORES
<p>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de mercado • Tamaño del proyecto • Localización del proyecto • Inversión y financiamiento • Tecnología • Administración y organización • Presupuesto, ingresos y egresos

1.2.4 INTERROGANTES BÁSICAS

- ¿Es viable colocar el Food Center “El Tablón” en la ciudad de La Paz?
- ¿Cómo se comporta el mercado de La Paz en cuanto al consumo de pollo a la brasa (o derivados)?

- ¿Cómo trabajan los food centers en La Paz y que proveedores usaría el Tablón en caso de abrir un nuevo local?
- De acuerdo al público objetivo, ¿Cuál sería el tamaño ideal del nuevo local y en qué zona de la ciudad sería más conveniente ubicarlo?
- ¿Cuáles son todos los requerimientos para realizar la inversión de un nuevo local en La Paz y cuál sería la forma más conveniente de financiarlo?
- ¿Cuál sería la tecnología más adecuada para producir los productos y servicios a ofrecer en el nuevo local de la ciudad de La Paz?
- ¿De qué manera administra El Tablón sus locales en Perú y cuál sería la forma más conveniente de administrar un local en Bolivia, teniendo en cuenta la legislación laboral boliviana?
- ¿Qué es todo lo que incumbe al momento de invertir en un nuevo local en La Paz y cuáles serían los resultados financieros al evaluar el proyecto a cinco años?

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Económica: Se justifica porque al realizar el estudio de factibilidad se hará una inversión en un nuevo país y al realizar el estudio de viabilidad se determinarían las remesas que se puedan generar en dicho país; ya que la comida peruana en Bolivia es muy reconocida y de un gran prestigio.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL:

Determinar la viabilidad de invertir en una nueva sucursal para El Tablón Food Center, en la Ciudad de La Paz- Bolivia.

1.4.2 OBJETIVO ESPECIFICO

- Conocer el comportamiento del mercado paceño respecto al consumo de pollo a la brasa.

- Investigar la forma de trabajo de los food centers en La Paz para poder determinar los posibles proveedores y optimizar los costos de una inversión, teniendo en cuenta que se tendrán proveedores peruanos y bolivianos.
- Definir el tamaño ideal del nuevo local, así como su capacidad productiva y determinar la zona óptima de la ciudad para situar el Food Center.
- Determinar la inversión total para un proyecto de este tipo e identificar correctamente las fuentes de financiamiento más convenientes. Del mismo modo averiguar si el financiamiento boliviano es conveniente para inversionistas extranjeros.
- Determinar qué tecnología se va a usar para producir los productos y servicios que ofrecerá el nuevo local del Tablón Food Center.
- Investigar la forma de administración del Tablón en Perú, conocer la legislación boliviana para empresas y determinar la manera más conveniente de llevar a cabo una sucursal de El Tablón en Bolivia.
- Realizar un estudio de todo lo necesario para invertir en un Tablón Food Center en La Paz y proyectar a cinco años los ingresos y egresos que tendría el nuevo local, considerando un entorno optimista y pesimista.

1.5 MARCO TEÓRICO

1.5.1 DESCRIPCIÓN DE LA PAZ

1.5.1.1 LA CIUDAD DE LA PAZ

Nuestra Señora de La Paz es una ciudad y municipio del oeste de Bolivia, Capital del departamento de La Paz, Sede del Gobierno boliviano y de los Poderes Legislativo, Ejecutivo y Electoral; la sede del Poder Judicial y capital republicana constitucional del Estado boliviano es Sucre, de todas formas cuenta como capital de facto del Estado Plurinacional de Bolivia³⁷.

³⁷ Se refiere a dar autonomía a los principales pueblos indígenas que conviven en un mismo estado.

El área urbana del municipio tiene una variación altitudinal que oscila entre los 3000 metros sobre el nivel del mar y 4100 en sus puntos más altos. Forma junto a las ciudades de El Alto, Viacha y municipios vecinos el Área metropolitana de La Paz.

1.5.1.2 GEOGRAFÍA

La ciudad de La Paz está asentada a las riberas del Río Choqueyapu, que la cruza de norte a sur, y de pequeños ríos que nacen en las laderas altas y depositan sus aguas a lo largo del trayecto de este río que desemboca hacia el norte boliviano. En la Cordillera Real³⁸ se encuentra el Illimani³⁹, cuya silueta es el emblema de la ciudad desde su fundación.

El centro de la ciudad está rodeado por barrios que fueron construidos en las laderas periféricas dándole a la ciudad un aspecto de embudo. Se puede decir que La Paz es una ciudad multicultural donde conviven tanto aimaras, quechuas y mestizos, como personas procedentes de otras partes del mundo.

1.5.1.3 CLIMA

El clima de la ciudad es templado de alta montaña. El promedio anual es de aproximadamente 16 °C. La Paz tiene una precipitación promedio de 575 mm, siendo enero el mes más lluvioso del año. Las lluvias se concentran de manera estacional desde diciembre hasta abril. En promedio el mes más cálido es noviembre mientras que el mes más frío es julio.

La temporada de primavera en La Paz registra una temperatura máxima promedio de 22 °C y una temperatura mínima promedio de 5 °C.

1.5.1.4 DIVISIÓN POLÍTICA Y ADMINISTRATIVA

1.5.1.4.1 MACRO DISTRITOS DEL MUNICIPIO DE LA PAZ

El municipio de La Paz se halla dividido, para su administración, en 9 macro distritos, cada uno de ellos bajo el resguardo de una autoridad denominada sub- alcalde, a través de estas entidades se descentraliza algunas actividades administrativas e impositivas.

Los Macro Distritos son los siguientes:

Centro, San Antonio, Zona Sur, Max Paredes, Cotahuma, Periférica, Mallasa, Hampaturi y Zongo.

³⁸ Es una de las cadenas más altas del planeta, se encuentra al este de la ciudad de La Paz

³⁹ Es un nevado de la Cordillera Real que tiene 6462 msnm

De ellos los dos últimos, Hampaturi y Zongo, corresponden al área rural del municipio y se hallan ocupando la mayor superficie del mismo. Los Macro distritos urbanos suman siete y se hallan en el extremo Sur del municipio, concentran la mayor parte de la población.

1.5.1.4.2 BARRIOS DE LA CIUDAD DE LA PAZ

1. Mallas: Muela del Diablo, Mallasilla, Jupapina.
2. Zona Sur: Obrajes, Bella Vista, Bolonia, Irpavi, Calacoto, Cota Cota, Achumani, Ovejuyo, Koani, La Florida, Següencoma, San Miguel, Koqueni.
3. San Antonio: Villa San Antonio, Villa Copacabana, Pampahasi, Valle Hermoso, Kupini, Villa Armonía, Callapa, San Isidro.
4. Periférica: Achachicala, Chuquiaguillo, Villa Fátima, Vino Tinto, 5 Dedos, Santiago de Lacaya, Rosasani.
5. Max Paredes: Munaypata, La Portada, El Tejar • Gran Poder, Obispo Indaburu, Chamoco Chico, Munaypata, Pura Pura, Ciudadela Ferroviaria
6. Zona Centro: Casco Urbano Central, San Jorge, Miraflores, San Sebastián, Santa Bárbara, Parque Urbano Central.
7. Cotahuma: Sopocachi Alto, Sopocachi, Pasankeri, Tembladerani, Alpacoma, Belén, Tacagua, San Pedro, Bajo Llojeta.

1.5.1.5 EL CENTRO DE LA CIUDAD DE LA PAZ

El centro de la ciudad de La Paz posee puntos principales en los que se desarrolla gran parte de la vida económica y social de la ciudad los cuales son:

- La Plaza Murillo.
- El atrio de la Basílica de San Francisco.
- La pasarela Pérez Velasco.
- La Avenida 16 de Julio (El Prado).

La ciudad de La Paz está caracterizada por sus múltiples puentes que conectan a los barrios debido a su topografía irregular (Los puentes Trillizos).

Proveniente desde el sur, un largo cañón de mediana profundidad atraviesa parte de la ciudad y forma un espectacular paisaje.

1.5.1.6 EL TURISMO EN LA CIUDAD DE LA PAZ

La Paz es el centro cultural más importante de Bolivia. La ciudad es sede de varias catedrales que pertenecen a la época colonial, como el Templo y convento de San Francisco y la Catedral Metropolitana, este último ubicado en la Plaza Murillo, que es también el hogar del poder político y administrativo del país. Una característica muy importante del turismo en la ciudad de La Paz, son las construcciones y las viviendas coloniales que se encuentran alrededor de todo el casco viejo y el centro de la ciudad. Estas construcciones coloniales son las más visitadas en toda la ciudad de La Paz.

Entre los diferentes museos, los más notables son los de la calle Jaén, que ha sido preservado el diseño de las calles desde los días de Colonia y es el hogar de 10 museos diferentes y de toda la cultura paceña. El Palacio de Gobierno (Bolivia) se encuentra en la Plaza Murillo o la Plaza de las Armas de la ciudad y se conoce como "Palacio Quemado". El palacio ha sido restaurado muchas veces desde entonces, pero el nombre se ha mantenido intacto. Es una de las infraestructuras más visitadas de toda la ciudad de La Paz.

Otra zona turística importante y muy visitada de la ciudad de La Paz es la Zona Sur, es una de las áreas más exclusivas de la ciudad. En la Zona Sur se pueden encontrar los centros comerciales más grandes de Bolivia, uno de ellos es el Mega Center, que es el complejo de cines más grande de la ciudad, cuenta con 18 salas de cine, 2 salas de cine VIP, centro comercial, patio de comidas, supermercados, Bowling, Salas de Paint Ball y una Pista de Hielo para patinaje.

1.5.1.7 LUGARES DE INTERÉS Y ENTRETENIMIENTO PÚBLICO

1.5.1.7.1 EN LA CIUDAD

- Plaza Murillo.
- Palacio de Gobierno (Bolivia).
- El Paseo del Prado (El Prado).
- Templo y convento de San Francisco.
- Catedral Metropolitana.

- Parque Urbano Central⁴⁰ .
- Mercado de las Brujas.
- Teatro Municipal de La Paz.
- Teatro al Aire Libre.
- Zoológico de Mallasa "VestyPakosChuquiagoMarka".
- Mirador Jach'aKollo.
- Megacenter (centro comercial y de cines más grande de Bolivia).
- Mi Teleférico.
- Zona Sur.
- Los Puentes Trillizos.

1.5.1.7.2 EN LOS ALREDEDORES DE LA CIUDAD DE LA PAZ

- El Illimani (la mayor cumbre de la Cordillera Real).
- Montaña Huayna Potosí.
- Chacaltaya (pista de nieve más alta del mundo).
- Lago Titicaca.
- Copacabana (Bolivia) (pueblo a orillas del lago Titicaca).
- Parque Nacional Madidi.
- Sorata.
- Coroico (pueblo de Los Yungas, región con clima cálido y húmedo y mucha vegetación).
- Tiwanaku (ruinas de la cultura Tiwanacota).
- Reserva de la biosfera y tierra comunitaria de origen Pilon Lajas.
- El Valle de Zongo.

⁴⁰ Contiene los parques Roosevelt y Laikakota, variedad de canchas polifuncionales, un museo interactivo, un campo ferial entre otros atractivos

1.5.1.8 TRANSPORTE

1.5.1.8.1 TERMINAL DE BUSES

La principal vía de comunicación de la ciudad la constituye la Autopista La Paz-El Alto a través de la cual se comunica con la vecina ciudad de El Alto, y a través de ella con la ciudad de Oruro por donde se accede a las ciudades de Sucre, Potosí y el sur del país. Hay una importante carretera, nueva que comunica la vía a Oruro con las ciudades de Cochabamba y Santa Cruz. Son también importantes, la carretera a la ciudad de Copacabana y Tiwanaku al oeste, cerca del lago Titicaca. La terminal de buses tiene salidas diarias a las principales ciudades del país. Hay también salidas a otras ciudades de países vecinos como Chile y Perú.

Para las salidas a ciudades menores y poblaciones dentro del departamento se utilizan estaciones informales localizadas Alto San Pedro (salidas a Apolo) y en las cercanías del Cementerio General (salidas a Copacabana y a otras ciudades cercanas al lago Titicaca, a Tiwanaku y a Desaguadero, desde donde se puede ingresar al Perú).

1.5.1.8.2 AEROPUERTO INTERNACIONAL

El Aeropuerto Internacional El Alto está situado a 14,5 km del centro de la ciudad de La Paz, y tiene una altitud de 4008 msnm. Es uno de los aeropuertos comerciales de mayor elevación en el planeta, por lo que el mismo es regularmente visitado por aeronaves en etapa de pruebas para su homologación en operaciones de gran elevación. Está ubicado en la ciudad de El Alto, sin embargo sirve uso mayormente a la ciudad de La Paz para vuelos domésticos, internacionales y transporte de carga.

Está entre los aeropuertos de mayor elevación sobre el nivel del mar en el mundo, ya que se encuentra a 4008 msnm. Como referencia, el lago Titicaca está a 3810 msnm y el centro de la ciudad de La Paz, a aproximadamente 3600 msnm. La temperatura promedio en el aeropuerto es de 16 grados centígrados.

1.5.1.8.3 SISTEMAS DE TRANSPORTE-URBANO

1.5.1.8.3.1 MI TELEFÉRICO

El sistema consiste en la implementación de un sistema de Transporte por cable (mono cable), distribuidos en 3 líneas (Roja, Amarilla y Verde). El mismo une las ciudades de la ciudad de La Paz y El Alto. Se estima que puede movilizar hasta 17 mil pasajeros por hora con salidas cada 12 segundos 17 horas al día. Los pasajes cuestan Bs3 para el público en general, con una tarifa de Bs1.5 para estudiantes y tercera edad. Desde su inauguración

el 30 de mayo Mi Teleférico ha transportado más de 10 millones de pasajeros. Así mismo, existe financiamiento aprobado para la implementación de la fase II del proyecto que incluye la instalación de cinco líneas más.

1.5.1.8.3.2 PUMA KATARI

El sistema de transporte masivo La Paz Bus, más conocido como Puma Katari, es un sistema de transporte de pasajeros que funciona con buses de 61 pasajeros y que al momento cubre tres rutas. Las mismas empiezan en el Parque Urbano Central y van a Llojeta, Villa Salomé y Chasquipampa. Se anunció que se habilitarán cuatro nuevas rutas (Caja Ferroviaria, avenida Periférica-ex Estación Central, Kalajawira e Irpavi II), y otras cuatro para finales de 2015.

Para diciembre de 2014, el bus ya había transportado a 6,2 millones de pasajeros desde su inauguración en febrero de 2014 de acuerdo a datos de la institución.

1.5.1.9 FECHAS FESTIVAS

Festividades y días feriados más importantes:

- 24 de enero. Alasitas⁴¹.
- Fecha móvil. Carnaval.
- Fecha móvil. Entrada folclórica del Señor Jesús del Gran Poder.
- 21 de junio. Año Nuevo Aimara.
- 16 de julio. Aniversario de La Paz.
- Último sábado de Julio. Tradicional entrada Folklórica Universitaria.
- 20 de octubre. Aniversario de la Fundación de La Paz.
- 1 y 2 de noviembre. Todos Santos.

1.5.1.10 DATOS IMPORTANTES

- PBI nominal.⁴²
 - Total Bs 57 454 787 millones equivalente a US\$ 8 314 730.

⁴¹Es una feria artesanal en la que se venden miniaturas con la creencia que las mismas se conviertan en realidad

⁴² Valor a precios de mercado de la producción de bienes finales, datos actualizados al 2014, Fuente INE - Bolivia

- PBI per cápita Bs 20 500 equivalente a US\$ 2 967.
 - Población.⁴³
- Total 794 014 habitantes.
- Densidad 5.7 hab / km².
 - Población de El Alto
- Total 901 823 habitantes
 - Superficie
- Total 133 985 km².
 - ✓ Crecimiento económico⁴⁴
- Proyección de crecimiento es de 4.4%

1.5.2 POLLO A LA BRASA

1.5.2.1 ORÍGENES E HISTORIA

El pollo a la brasa es un icono cultural de la gastronomía peruana, que se origina en los años 1950 en el distrito de Chaclacayo, en la ciudad de Lima. La versión original del plato consistía en el pollo cocido en las brasas de leña del árbol algarrobo, marinado solo con sal, servido con papas fritas y degustado con las manos. El pollo a la brasa es el plato de mayor consumo en el Perú y se ha internacionalizado desde mediados del siglo XX mediante la apertura de "pollerías" en distintas ciudades del mundo, por parte de los peruanos residentes en el exterior.

Los orígenes están en la particular cocción del pollo y la preparación realizada por una cocinera bajo la sombra de los molles arboles de pimienta de una huerta en la hacienda de Santa Clara en Chaclacayo se dio origen al Pollo a la Brasa. A quien se debe atribuirse realmente el origen de la receta del plato es a la cocinera que trabajaba en casa de Roger Schuler. La cocinera ensartaba de lado a lado los pollos bebés en una barra de metal de un metro de largo, para luego hacerlos girar manualmente sobre la brasa de leña.

Roger Schuler un ciudadano de origen suizo quien observando la preparación que realizaba la cocinera, se interesó en el sabor obtenido con el pollo y decidió investigar más sobre cómo lograr un sabor único y un proceso de producción que pudiera darle impulso de negocio rentable. Así el 5 de febrero del mismo año decidió progresivamente junto a ella y su socio Franz Ulrich, tecnificar la producción y crear un improvisado restaurant "La Granja

⁴³ Censo al año 2014. Fuente INE-Bolivia

⁴⁴ Datos obtenidos de la CEPAL al 5 de Julio del 2015

Azul" el cual su especialidad sería el lanzamiento del plato "Pollo a la brasa". Un letrado en plena carretera central de los años 50 decía: "Coma todo el pollo a la brasa que quiera por 5 soles", marco el inicio del negocio del pollo a la brasa en Lima. Roger Schuler se dedicó al negocio de los restaurantes y Franz Ulrich a la fabricación de hornos para la cocción del pollo en un horno especial; denominado "rotombo" que hace girar al pollo sobre su propio eje, recibiendo uniformemente el calor de las brasas. Frank un experto en metal mecánica construyó un horno con características especiales capaz de girar una barra de hierro que cargaría el peso de 8 pollos bebés de un kilo cada uno, a este invento fue llamado el horno de "rotombo". El horno puede funcionar a base a carbón o leña, siendo el más tradicional el de leña. El horno donde se preparaban los pollos ha evolucionado a partir de la adaptación hecha por Ulrich, en la actualidad existen hornos que funcionan a carbón y gas, el mayor fabricante es Heriberto Ruiz quien trabajó junto a Franz Ulrich, y en el año de 1965 creó su propia empresa de hornos.

1.5.2.2 LOS SECRETOS DE LA RECETA

La receta del pollo a la brasa consiste en el aderezo o marinada de la carne que incluye distintos ingredientes, tales como cerveza negra, romero, huacatay, sal, pimienta, sillao, comino y ají panca, en distintas proporciones. La preparación varía de local en local, de región o pueblo y así hay locales que añaden, incluso pisco. Este plato se acompaña de papas fritas y ensalada de lechuga. En las ciudades de la Selva peruana, se acompaña con yuca o plátano frito. Además se acompaña de una variedad de salsas y cremas que cada comensal sirve según su gusto y destaca la salsa de ají preparado usualmente de ingredientes locales, así cada pollería tiene un valor agregado según su receta.

1.5.2.3 LAS POLLERÍAS

El pollo a la brasa incrementó su popularidad. En 1957 se abrió otra pollería, "El Rancho," ubicada en la cuadra 26 de la Avenida Benavides en el distrito de Miraflores. En 1966 se crea la pollería "La Caravana" en el distrito de Pueblo Libre, en esta misma década el pollo a la brasa se había popularizado. La popularidad se incrementó a partir de los años 1970 y se inicia actividades de pollerías en el centro de Lima y otros distritos de Lima. El famoso restaurant pollería en el centro de Lima "El Kikiriji" ubicado en la avenida Abancay. La pollería "El Sótano" en la avenida Grau, convirtiéndose el plato del pollo a las brasas en el plato de mayor consumo en el Perú.

Actualmente las pollerías existen en todas las ciudades del Perú y es un alimento consumido por todos los estratos socio-económicos de la sociedad peruana. Un reciente estudio determinó que en el Perú el consumo promedio de pollo a la brasa, dentro de los hogares, a nivel nacional fue de 24.4 kg en el 2014⁴⁵ debido a su importancia este plato se incluye en el consumo de la canasta familiar.

1.5.2.4 PATRIMONIO CULTURAL DE UNA NACIÓN

En octubre del 2004, El Instituto Nacional de Cultural declaró El Pollo a las brasa como "patrimonio Cultural de la Nación". El 23 de junio del 2010 se estableciendo el "Día del Pollo a la brasa" para rendir homenaje a un icono cultural de la gastronomía peruana, el tercer domingo de julio de cada año. El pollo a la Brasa peruano se ha convertido en parte del patrimonio cultural nacional.

1.5.3 EL TABLÓN FOOD CENTER

Es una empresa que cuenta con más de “20 años” de experiencia brindando servicios de restaurant, concesión alimentaria y esparcimiento.

El Tablón se expande por toda la Macro Región Sur, contando con sedes en Cusco, Juliaca, Tacna, Ilo y Arequipa también están inmersos en los Grandes Centros Comerciales como Real Plaza, entre otros.

1.5.3.1 MISIÓN

Ofrecer el mejor servicio con alimentos de calidad, ingredientes de primera y estricta higiene, con instalaciones modernas, valiéndonos del desempeño del personal competente y atento a las necesidades de nuestros clientes.

1.5.3.2 VISIÓN

Consolidarnos como la cadena de Food Center más exitosa del Perú a través de nuestros productos (Pollo a la Brasa, Broaster, parrilladas, menús y demás), esto se resume no solo en ser competitivos sino ser los mejores por tal motivo atendemos las 24 horas del día.

1.5.3.3 CONTROL DE CALIDAD

- a) Control Sanitario y condiciones de seguridad para la compra de insumos y materia prima.

⁴⁵Fuente INEI-Perú

- b) Control e inspecciones de almacenes.
- c) Verificación y control de Procesos.
- d) Muestreo de materia prima certificado por laboratorios Especializados.
- e) Estadísticas de test realizados a nuestros cliente para efectos de retroalimentación para mejora de servicios.

1.5.3.4 CONTROL NUTRICIONAL

Cuenta con Concesión alimentaria, proporcionando en sus productos los nutrientes con los entandares nutricionales que corresponde para un óptimo desempeño laboral y resguardo de la salud de los comensales.

1.5.3.5 POLLO A LA BRASA

El pollo a la brasa en El Tablón tiene una preparación especial y una receta secreta, que al margen de ello se tiene como base la receta clásica y es así que se llega a tener ese plato bandera, como el plato emblemático del Food Center El Tablón. También se tiene mucho cuidado en la preparación del mismo, con la diferente tecnología usada desde el momento de la adquisición de los insumos, durante su preparación y hasta la entrega del producto servido en el restaurante.



1.5.3.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



FUENTE: ADMINISTRACION EL TABLON FOOD CENTER AREQUIPA

1.6 MARCO CONCEPTUAL

1.6.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Es un instrumento que sirve para la toma de decisiones, pertenece a la última fase de la etapa de formulación dentro del ciclo del proyecto (pre-operativa). Se deben investigar las diferentes técnicas de producir el bien bajo estudio y las posibilidades de adaptarlas a la región. Además se debe analizar la disponibilidad de los principales insumos que requiere el proyecto y realizar un sondeo de mercado que refleje en forma aproximada las posibilidades del nuevo producto, en lo concerniente a su aceptación por parte de los futuros consumidores apoyándose en todo eso, se tomara la decisión de proceder o no con su implementación.

1.6.2 ESTUDIO DE VIABILIDAD

Consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos. También el estudio de viabilidad resulta útil para evaluar la posible expansión o ampliación de un negocio ya existente.

El estudio de viabilidad es el punto más crítico antes de convertir la idea del negocio en realidad e invertir una cantidad de dinero significativa

1.6.3 INTERNACIONALIZACIÓN

Proceso de descubrimiento, integración y adaptación de nuevas ideas de negocios dentro de las estructuras y redes de una economía mundial. Una empresa se puede internacionalizar ya sea exportando sus productos y/o servicios, desde el país de origen y también poniendo una sucursal en otro país.

1.6.4 INVERSIÓN EXTRANJERA

Es la colocación de capitales en un país extranjero, se pueden dar de dos maneras:

DIRECTA: Se refiere a aquellas empresas que desean expandir sus productos o servicios fuera del territorio nacional.

INDIRECTA: Es la cantidad de préstamos que se realiza de un país a otro, es llamado inversión de cartera.

1.6.5 ESTUDIO DE MERCADO

Es un proceso de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicios, mejorar productos y servicios existentes y expandirse a nuevos mercado.

1.6.6 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados de una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad el proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

1.6.7 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interno de retorno o de rentabilidad es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.

1.6.8 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Consistirá en determinar la organización que la empresa deberá considerar para su establecimiento. Así tendrá presente la planificación estratégica, estructura organizacional, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc. Se trata de realizar un análisis para la obtención de la información pertinente para determinar los aspectos organizacionales del proyecto.

1.7 REFERENCIA BIBLIOGRAFÍA

- Aníbal Sierralta Ríos (2007). “Internacionalización de las Empresas Latinoamericanas”. Lima (Perú): PUCP - Fondo Editorial.
- CANALS, Jordi (1994). “Internacionalización de la empresa”. 1º Edición. Aravaca (Madrid): McGraw-Hill/ Interamericana de España S.A.
- Estado Plurinacional de Bolivia. (2015). “Producto Interno Bruto”. 3 de Octubre del 2015. Fecha de consulta: 03/10/2015.
<http://www.ine.gob.bo/indice/general.aspx?codigo=40201>

- Estado Plurinacional de Bolivia. (2015). “Censo de Población y vivienda”. 3 de Octubre del 2015. Fecha de consulta: 03/10/2015. <<http://www.ine.gob.bo/comunitaria/comunitaria.aspx>>
- LAUER, Mirko y Vera LAUER (2009). “La revolución gastronómica peruana”. Michigan (Estados Unidos): Universidad de San Martín de Porres, Escuela profesional de turismo y hotelería.
- NOLTE, Musuk (2012). “La olla de cristal: mirando el futuro de la cocina peruana”. Lima (Perú): El Fondo Editorial y la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y de Psicología de la Universidad de San Martín de Porres.
- Redacción Central (2015, 28 de mayo). Inversión Extranjera en Bolivia cae 63 % en 2014. Los Tiempos. Obtenido el 22 de agosto del 2015 en http://www.lostiempos.com/diario/actualidad/economia/20150528/inversi%C3%B3n-extranjera-en-bolivia-cae-63-en-2014_303147_670130.html
- Semana Economica.com. Obtenido el 5 de setiembre de 2015 en <http://semanaeconomica.com/article/empresa/negocios/156571-internacionalizacion-las-empresas-grandes-del-peru-se-comportan-como-las-medianas-del-mundo/>
- S.f. “El Tablón Food Center” .Fecha de Consulta: 20/04/2015. <http://www.eltablon.pe/index.php?option=cmm_princ&view=pw_instit>
- Yien Yi y Claudia Valdiviezo (2015, 19 de marzo). Internacionalización: las empresas grandes del Perú se comportan como las medianas del mundo.

1.8 HIPOTESIS

“Dado que El Tablón Food Center se encuentra en la búsqueda de nuevos mercados y que en La Paz no existen muchos ofertantes de pollo a la brasa y hay cierta preferencia de los consumidores paceños por este producto entonces es probable que se pueda invertir en una nueva sucursal ubicada en la ciudad de La Paz.”

2. PLANEAMIENTO OPERACIONAL

2.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Se considera para la investigación la siguiente técnica:

- **OBSERVACIÓN.-** Se extraerá información de la ciudad de La Paz en base a:
 - Sectores económicos viables en el mediano y largo plazo.
 - Productos identificados y seleccionados por cada sector económico.
 - Levantamiento de información de empresas de comida peruana en la ciudad de La Paz.
 - Datos estadísticos de la ciudad de La Paz (INE)
 - Levantamiento de información de posibles consumidores (encuestas y focus group)

TÉCNICAS	INTRUMENTOS
- OBSERVACIÓN DOCUMENTAL	- FICHA DE OBSERVACIÓN
- ENCUESTA	- CUESTIONARIO
- FOCUS GROUP	- GUÍA DE DISCUSIÓN - CÁMARA FOTOGRÁFICA - FILMADORA
- OBSERVACIÓN DE CAMPO	- FILMADORA - CÁMARA FOTOGRÁFICA
- ENTREVISTA	- GUÍA DE ENTREVISTAS - FILMADORA

2.2 CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.2.1 ÁMBITO

Este trabajo de investigación está dirigido al ámbito comercial que tiene la ciudad de La Paz-Bolivia

2.2.2 UNIDADES DE ESTUDIO

Universo: Personas mayores de edad, sectores A, B y C de la ciudad de La Paz

2.2.3 TEMPORALIDAD

El presente trabajo de investigación se realizará desde Noviembre 2015 hasta Febrero 2016

2.3 ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Es necesario recaudar los datos más exactos que se puedan obtener y posteriormente analizarlo; así tener un resultado. Por otro lado cuando estudiamos un objeto dado no lo aislamos ni analizamos desde sus atributos, las cualidades de los objetos no solo dependen de su naturaleza si no también son relativas porque surgen de las relaciones que establecen en un momento dado con su entorno. La situación ubica y comprende a los fenómenos en un marco muy amplio y difícil de abarcar, el cual

tuvimos que delimitar y reducir su amplitud para estudiar el contexto con mejor precisión. Es preciso hacer Focus Group para saber de una mejor manera los gustos y preferencias del consumidor de la ciudad de La Paz-Bolivia.

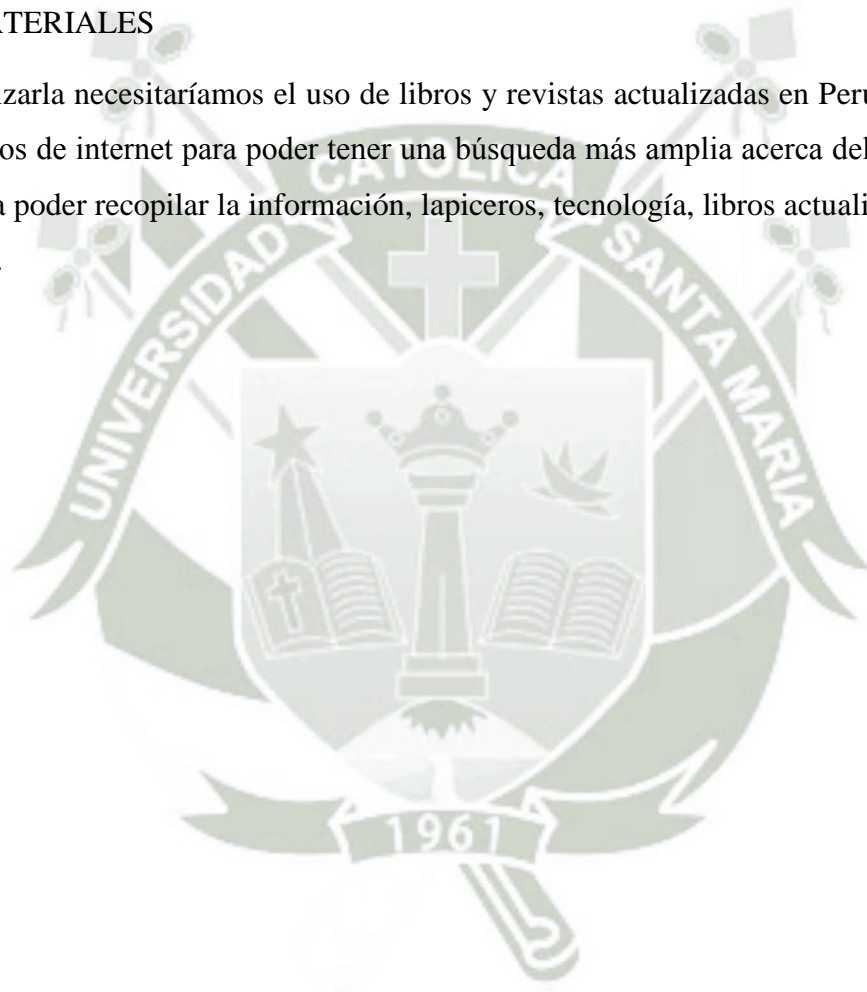
2.4 RECURSOS NECESARIOS

2.4.1 HUMANOS

- Investigador: Nosotros somos los investigadores
- Asesor: La persona que nos ayudará con la información necesaria para poder realizar el proyecto en la ciudad de La Paz-Bolivia.

2.4.2 MATERIALES

Para realizarla necesitaríamos el uso de libros y revistas actualizadas en Perú y Bolivia así como datos de internet para poder tener una búsqueda más amplia acerca del tema, CD's y USB para poder recopilar la información, lapiceros, tecnología, libros actualizados sobre el tema, etc.



TIEMPO	OCTUBRE			NOVIEMBRE				DICIEMBRE			ENERO					FEBRERO			MARZO				
	8	15	31	8	15	22	30	7	14	21	31	8	15	21	30	7	15	30	7	15	22	31	
ACTIVIDADES (por quincena)																							
Redacción del Plan de Tesis																							
Presentación del Plan de investigación																							
Aceptación e inscripción del Plan de Investigación																							
Búsqueda más profunda de Información																							
Redacción del Marco Teórico																							
Elección y constitución de la cartera a analizar																							
Cálculo de las distintas variables a utilizar: Rentabilidad, desviación estándar, varianza, etc.																							
Elaboración e interpretación de gráficas																							
Redacción de Introducción																							
Redacción de resultados																							
Redacción de conclusiones																							
Presentación del borrador de tesis																							
Lectura y calificación por asesores																							



ENCUESTA

DATOS DEL ENCUESTADO										
EDAD:	17 o menos	<input type="checkbox"/>	18-20	<input type="checkbox"/>	21-29	<input type="checkbox"/>	30-39	<input type="checkbox"/>	40-49	<input type="checkbox"/>
	50-59	<input type="checkbox"/>	60 a más	<input type="checkbox"/>						
SEXO:	<input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> M								
ZONA DEL DOMICILIO	_____									

1. ¿Qué elementos influyen en Ud. para la elección de un restaurante familiar para un momento especial?
 - 1) Precio
 - 2) Buena atención
 - 3) Buena sazón
 - 4) Ambiente agradable
 - 5) Buena Ubicación
 - 6) Todas las anteriores
2. ¿Por qué regresaría Ud. a un restaurante?
 - 1) Por la calidad de la comida
 - 2) Por la calidad del servicio
 - 3) Por el Precio
 - 4) Todas las anteriores
3. ¿Con qué frecuencia asiste a un restaurante en Calacoto?
 - 1) Muy rara vez
 - 2) 1 vez al mes
 - 3) 2 o 3 veces al mes
 - 4) 1 o más veces a la semana
4. ¿Qué platos de comida peruana conoce Ud.?
 - 1) Pollo a la brasa
 - 2) Lomo saltado
 - 3) Ceviche
 - 4) Rocoto Relleno
 - 5) Arroz chaufa
 - 6) Todas las anteriores

- 7) Ninguna de las anteriores
5. Si Ud. marcó alguna opción del 1 al 5 en la pregunta anterior ¿Cuál de esos platos le gusta más ? (Puede marcar más de una opción)
- 1) Pollo a la brasa
 - 2) Lomo saltado
 - 3) Ceviche
 - 4) Rocoto Relleno
 - 5) Arroz chaufa
6. Para escoger un plato, si de carnes se trata, ¿qué prefiere Ud.?
- 1) Pollo y res
 - 2) Pollo y chanco
 - 3) Cordero
 - 4) Pollo
7. ¿Ha probado Ud. alguna vez el Pollo a la Brasa?
- 1) Sí
 - 2) No
- Si su respuesta es Sí, Indicar en que ciudad: _____
- 7.1 ¿Con que frecuencia le gusta comer pollo a la brasa?
- 1) Muy raras veces
 - 2) 1 vez al mes
 - 3) 2 o 3 veces al mes
 - 4) 1 o más veces a la semana
- 7.2 Cuando va a comer pollo a la brasa, ¿Qué cantidad pide?
- 1) $\frac{1}{4}$ Pollo
 - 2) $\frac{1}{2}$ Pollo
 - 3) 1 Pollo
 - 4) 1 a más Pollos
- 7.3 Si su respuesta es No, Indicar porque motivo:
- 1) No hay fácil acceso al local (Distancia)
 - 2) No me parece muy agradable
 - 3) No conozco el pollo a la brasa
 - 4) Prefiero otro tipo de comida
 - 5) No hay muchos lugares donde venden

8. ¿Sabe Ud. De algún restaurante que venda pollo a la brasa? ¿Cuál es el nombre?
- 1) Si
 - 2) No
- Si su respuesta es Sí, Indicar el nombre: _____
9. ¿Ha escuchado alguna vez el nombre de alguna de estas pollerías peruanas?
- 1) Norky´s
 - 2) Roky´s
 - 3) El Tablón
 - 4) Otros _____
10. ¿Cuánto está dispuesto Ud. A pagar en un restaurante en Calacoto?
- 1) Bs. 20 – Bs. 30
 - 2) Bs. 30 – Bs. 50
 - 3) Bs. 50 – Bs. 75
 - 4) Bs. 75 – Bs. 100
 - 5) Bs. 100 a mas
11. Aproximadamente, ¿cuál es su ingreso mensual?
- 1) Bs. 1000 – Bs. 2500
 - 2) Bs. 2500 – Bs. 4000
 - 3) Bs. 4000 – Bs. 6000
 - 4) Bs. 6000 – Bs. 10000
 - 5) Bs. 10000 a mas



ANEXO 3: GUIA DEL MODERADOR DEL FOCUS GROUP

GUIA DEL MODERADOR DEL FOCUS GROUP

TIEMPO: 90 min

1. INTRODUCCION

Buenas noches mi nombres es Jorge, soy egresado del programa profesional de Ingeniería Comercial, explicar de lo que se trata un focus group o grupo de enfoque o sesión de grupo, agradecer a los visitantes.

2. DINÁMICA DE PRESENTACION

Cada integrante del focus group debe dar su nombre, edad y ocupación.

3. DESCRIPCION DEL PROYECTO

El tema del que vamos a tratar en esta sesión es la comida y bebida peruana en especial se hablara del pollo a la brasa y la chicha morada, estamos desarrollando un proyecto sobre una empresa peruana de un restaurante de comida peruana aquí en La Paz.

4. SESION DE PREGUNTAS

A continuación voy a realizar una serie de preguntas:

1. ¿Cuál es la opinión que tienen de la comida peruana? ¿Que pueden decir sobre la comida peruana?
2. ¿Qué platos de comida peruana, han escuchado, probado o conocen?
3. ¿Alguno de Uds. ha tenido la oportunidad de estar en Perú?, ¿Dónde y cómo fue su experiencia culinaria?
4. Para los que no conocen de comida peruana, es algo que les gustaría conocer o no ¿Por qué?
5. ¿Qué opinión tienen del pollo a la brasa?
6. ¿Han comida pollo a la brasa en La Paz?, ¿Cuál es su apreciación?
7. ¿Han comido pollo a la brasa en Perú? ¿Cuál es su apreciación?
8. ¿Cómo les gusta que se les sirva un plato de pollo?(Especificar acompañamiento como papas fritas, arroz graneado, ensalada, cremas, algún aditivo)
9. Al comer este plato que en su manera básica, solo es pollo y papas fritas, ensalada y cremas ¿Cómo creen es la mejor manera de comerlo?
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de pollo a la brasa (1/4 pollo+ papas+ensalada)

11. ¿Cómo les gustaría que sea el ambiente del local al cual van a comer en familia?(juegos para niños, estacionamiento, pantallas gigantes, música en vivo, tipo de música, buen servicio, decoración peruana)¿Qué opinan de dejar propina a los mozos?¿ Lo haría?
 12. ¿Les gustaría que en el local haya un espacio para buffet de ensaladas y cremas? ¿Qué cremas le gustaría? ¿Qué verduras les gusta en la ensalada? ¿Pagaría un adicional para acceder a este buffet?
 13. ¿Cuál es el gasto que hace en una salida familiar? ¿A dónde suelen ir?
 14. ¿Con que bebida le gusta acompañar sus almuerzos: agua, fresco, refresco, jugo, chicha morada?¿Que opinión tienen de la chicha morada?
(CHICHA MORADA: Se hace hervir el marlo del maíz morado se hace hervir con canela, clavo, cascara de piña, membrillo picado, manzana verde picada, azúcar; cuando ya esté frío se cuele y se exprime limón)
- 5. DEGUSTACION**
- Prueban el pollo a la brasa, la kola escocesa y la chicha morada. Explicar en que consta el plato de comida de pollo a la brasa y la bebida gaseosa Kola Escocesa (Kola Escocesa forma parte de la tradición Arequipeña por su reconocida calidad, su delicioso sabor a frutas y el uso de Agua Mineral Natural proveniente de las vertientes de la localidad de Yura)
15. ¿Qué opinión tiene sobre el pollo a la brasa y kola escocesa?, ¿Que le cambiaria al plato?



ANEXO 4: SOLICITUD DE CONTROL DE HOMONIMIA



Concesionaria del Registro de Comercio de Bolivia

La Paz, jueves, 04 de febrero de 2016
CTA-OBS-H09-1726/ 16

Señores:
MIRELLA LUCY OJEDA MERCADO
Matrícula: 0000000000
Presente.-

Ref. Código de Trámite: 0001301650

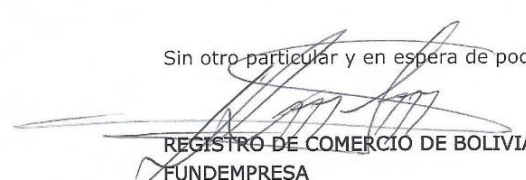
De nuestra mayor consideración:

De la revisión del trámite citado, correspondiente a CONTROL DE HOMONIMIA O CONSULTA DE NOMBRE, se observa lo siguiente:

1.- FORMULARIO N° 0010/10 DE 03/02/2016

- De acuerdo al Art. 471 del Código de Comercio, en la formación del nombre comercial no puede consignarse el nombre de otra empresa del mismo ramo o actividad que pueda inducir a confusión. Al respecto se le comunica que en el Registro de Comercio se encuentran registradas empresas y/o sociedades bajo similares razones sociales o denominaciones; referente al primer nombre propuesto, tiene homonimia con la matrícula N°323495 EL GOURMET referente al segundo nombre propuesto, tiene homonimia con la matrícula N°129608 Q CHICKEN, referente al tercer nombre propuesto, EL TABLON
NO TIENE HOMONIMIA CON NINGUNA EMPRESA.

Sin otro particular y en espera de poder atenderlos, saludo a ustedes atentamente.


REGISTRO DE COMERCIO DE BOLIVIA
FUNDEMPRESA
LA PAZ - BOLIVIA

OFICINA NACIONAL Av. 6 de Agosto esq. Campos N° 2700
Edificio Torre Empresarial CADECO Piso 2 - Tel. 2145442 -
2125219 - Fax 2145441

ÁREA OCCIDENTAL Av. Mariscal Santa Cruz N° 1392 Edificio
Cámara Nacional de Comercio 2do. Mezanine - Tel. 2145440
- 2120802 - Fax 2312058

ÁREA ORIENTAL Av. Las Américas N° 7 Edificio Torres
CAINCO Piso 13 - Tel. 3340100 - Fax 3367796



IRAM C.R. 9000 - 1658
Administración y prestación de los servicios
del Registro de Comercio de Bolivia

www.fundempresa.org.bo • 800 10 7990



ANEXO 5: ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES DEL 01/01/15 DE LA
EMPRESA GREAT SERVICE SERVICIOS TURISTICOS EL TABLON S.A.C

GREAT SERVICE SERVICIOS TURISTICOS EL
TABLON SAC
R.U.C. 20498187936



ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES DEL 01-01-2015 AL 31-12-2015

(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)

<u>VENTAS</u>	7'848,154.00
(-) Costo de Servicio	<u>(5626142.00)</u>
<u>UTILIDAD BRUTA</u>	2222012.00
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>	
Gastos de ventas	(654125.00)
Gastos de Administración	<u>(419854.00)</u>
<u>Utilidad (Perdida de operación)</u>	1148033.00
Gastos financieros	<u>(35042.00)</u>
Utilidad antes de impuestos	1'112,991.00



ANEXO 6: SITUACION FINANCIERA DEL 01/01/15 DE LA EMPRESA GREAT
SERVICE SERVICIOS TURISTICOS EL TABLON S.A.C

GREAT SERVICE SERVICIOS TURISTICOS EL
TABLON SAC
R.U.C. 20498187936



ESTADO DE SITUACION FINANCIERA DEL 01-01-2015 AL 31-12-2015

(EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE

Caja y bancos	152369.00
Mercaderías	6895.00
Materias primas	7124.00
Envases y embalajes	2659.00
Suministros Diversos	5874.00
Servicios y otros cont por anticipado	<u>29857.00</u>
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	204778.00

ACTIVO NO CORRIENTE

Inmuebles Maq. Y equipo (neto)	3780030.00
Total Activo no corriente	<u>3780030.00</u>
TOTAL ACTIVO	3984808.00

PASIVO

PASIVO CORRIENTE

Tributos por pagar	95425.00
Remuneraciones y part. Por pagar	116805.00
Cuentas por pagar comerciales	<u>29803.00</u>
TOTAL PASIVO CORRIENTE	242033.00

PASIVO NO CORRIENTE

Otras Cuentas por pagar	<u>1092666.00</u>
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	1092666.00

PATRIMONIO

Capital	898700.00
Resultados Acumulados	638418.00
Resultados del ejercicio	<u>1112991.00</u>
TOTAL PATRIMONIO	<u>2'650,109.00</u>
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	3984808.00

ANEXO 7: HERRAMIENTAS, BIENES MUEBLES E INSUMOS DE PERU A
BOLIVIA



COSTO DE HERRAMIENTAS

HERRAMIENTAS							
CANT.	DESCRIPCION	PROCEDENCIA	PROVEEDOR	COSTO EN PERU	TRANSPORTE PERU	TRANSPORTE BOLIVIA	COSTO TOTAL EN BOLIVIA
1	PINZAS Y TIJERAS PARA POLLO PACK X 3 UNIDS C/U	PERU	QUIMINET SAC	303.84	31.65	15	350.49
6	WOKS	PERU	RECORD PERU	3165	137.15	98	3400.15
TOTAL							3750.64

COSTO DE BIENES MUEBLES

BIENES MUEBLES							
CANT.	DESCRIPCION	PROCEDENCIA	PROVEEDOR	COSTO EN PERU	TRANSPORTE PERU	TRANSPORTE BOLIVIA	COSTO TOTAL EN BOLIVIA
1	LETRERO DEL LOCAL	PERU	R2 SAC	7469.4	422	300	8191.4
TOTAL							8191.4

COSTO DE INSUMOS

INSUMOS							
CANTIDAD	DESCRIPCION	PROCEDENCIA	PROVEEDOR	COSTO EN PERU	TRANSPORTE PERU	TRANSPORTE BOLIVIA	COSTO TOTAL EN BOLIVIA
1	RECETA SECRETA x 240 LTS.	PERU	EL TABLON	633.00	316.50	200.00	1149.50
1	TAPER DE SALSAS Y ENSALADAS X 500 UNIDS C/U	PERU	ALICORP SA	328.32	42.20	20.00	390.52
1	GUANTES	PERU	PERUANA DE MOLDEADOS SA. RAMOLSA	928.40	84.40	50.00	1062.80
1	BOLSAS DE PLASTICO DE 21X24, 16X19 Y 11X14 X 1000 UNIDS C/U	PERU	SERIFLEX	1899.00	52.75	35.00	1986.75
1	CONTENEDORES TERMICOS N° 3 Y N° 5 X 1000 UNIDS C/U	PERU	SERIFLEX	301.73	21.10	12.00	334.83
1	TRAPEADOR + BALDE	PERU	PERUANA DE MOLDEADOS SA. RAMOLSA	105.50	21.10	11.00	137.60
1	ENVASE DE CHICHA MORADA DE 1LT. Y 1/2 LT. X 500 UNIDS. C/U	PERU	SERIFLEX	1160.50	73.85	51.00	1285.35
1	PISCO DE 6 UNIDS X 750 ML. C/U	PERU	VIÑA ANDINA	208.89	56.97	41.50	307.36
1	UNIFORME DE PERSONAL (mozos, cocineros)	PERU	CAROLINA UNIFORMES	1666.9	94.95	60	1821.85
TOTAL							8476.56

ANEXO 8: COTIZACION REFERENCIAL PARA IMPORTACION DE PERU A
BOLIVIA





La Paz Mayo 03, 2016

PROFORMA N° 000122/2015

Señores.

Jorge Choquehuanca Tito

La Paz.-

Mediante la presente, envío la liquidación Proforma N° 000121/2016 correspondiente a la importación a consumo al país Boliviano de HORNO, CONSERVADORA, REFRIGERADOR, conforme al siguiente detalle:

PARTIDA ARANCELARIA: Certificado De Origen Bolivia-Perú

Valor FOB	\$us	18000.00
Flete I Aéreo	\$us	0.00
Flete II Terrestre	\$us	600.00
Seguro	\$us	500.00
O. Gastos	\$us	0.00
CIF Frontera	\$us	19100.00
T/C	\$us/Bs	6.96
CIF Frontera Total	Bs.	132936

LIQUIDACION

Gravamen Arancelario (GA)	Bs.	0.00
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	Bs.	19868.00
Pago DUI - Sistema S++	Bs.	50.00
Carpeta ANB	Bs.	150.00
Transporte y Entrega	Bs.	0.00
Documento DAV	Bs.	350.00
Guía Aerea BOA	Bs.	0.00
Gastos de Despacho DAB	Bs.	220.00
Almacenaje	Bs.	798.00
SUB - TOTAL	Bs.	21436.00
Comisión Agencia	Bs.	1995.00
IVA 16%	Bs.	319.00
TOTAL GENERAL	Bs.	23750.00
T/C 6.85	USD	3467

La presente cotización está sujeta a variaciones del tipo de cambio según el Banco Central de Bolivia

DIRECCIÓN: Av. 6 de marzo N°554, Esq. Cruce Viacha. Edif. Bella Vista, 1er. Piso
Of. 15-20 Fono: (+591 2) 2591904 Fax:(+591 2) 2918790 Cel: (+591)788 23331
Web: www.calanchayramirez.com El Alto-La Paz BOLIVIA

CR **CALANCHA Y RAMIREZ S.R.L.**
AGENCIA DESPACHANTE DE ADUANA
CONDICIONES GENERALES

BASE LEGAL

- **Art. 42** del Capítulo III de la Ley General de Aduanas N° 1990 define al Despachante de Aduana como la persona natural y profesional auxiliar de la función pública aduanera autorizado por Aduana Nacional para realizar gestiones inherentes a operaciones de comercio exterior por cuenta de terceros.
- **Art. 46** del Capítulo III de la Ley General de Aduanas N° 1990 define que el Despachante de Aduana y la Agencia Despachante de Aduana realiza su labor bajo el principio de buena fe y presunción de veracidad por cuenta del comitente o consignatario de las mercancías.
- **Art. 51** del Capítulo III de la Ley General de Aduanas N° 1990 cita que la Agencia Despachante de Aduana mediante su representante legal el Despachante de Aduana podrá constituirse y apelar al cumplimiento de las normas vigentes bajo cualquiera de las formas jurídicas reconocidas por el Código de Comercio.
- **Art. 111** del Reglamento a la Ley General de Aduanas D.S. 25870 estipula la documentación necesaria con carácter obligatorio para realizar la declaración de mercancías que corresponda, mismas que serán puestas a disposición y revisión de la Administración Aduanera de turno. Art. 20 del reglamento a la Ley General de Aduanas D.S. 25870 estipula el criterio por el cual se determina la base imponible sobre la cual se realizará el pago correspondiente de tributación aduanera.

BASE CONTRACTUAL

- El presente documento es emitido conforme solicitud del comitente o consignatario a partir de la presentación de documentación soporte suficiente para determinar lo estipulado según Art. 20 del Reglamento a la Ley General de Aduanas D.S. 25870.
- La validez del presente documento tiene una duración de 30 días calendario a partir de la fecha de emisión siempre y cuando los valores finales de la documentación soporte no sufran ningún cambio en relación a la cotización de monedas vigente emitida por el Banco Central de Bolivia y exigida por Aduana Nacional.
- La presente cotización en ninguno de los casos ampara transporte de mercadería antes y después de las gestiones dentro del Recinto Aduanero de turno, siendo esta responsabilidad exclusiva del comitente, consignatario y/o agente de carga contratado directamente por el comitente o consignatario.
- El presente documento queda sujeto a modificación sin previo aviso por parte de Agencia Despachante de Aduana CALANCHA Y RAMIREZ SRL, estableciendo que los valores que cite el mismo son temporales y/o aproximados.
- A la aceptación del presente documento el comitente o consignatario se sujeta a las condiciones antes estipuladas.
- El valor final del presente documento debe ser cancelado a las siguientes cuentas habilitadas:
 - JORGE ANTONIO CALANCHA RAMIREZ cuenta bancaria en moneda nacional del Banco Unión N° 1000014895269.
 - WILSON CANDIA ESPEJO cuenta bancaria en moneda nacional del Banco Unión cta. 10000017356309. En caso de pago mediante cheque emitirlo a nombre de Wilson Candia Espejo.
 - Enviar recibo escaneado a los correos una vez realizado el depósito.

Para una mejor atención siéntase en la libertad de enviar sus sugerencias, reclamos o cualquier consulta a nuestra área de servicio al cliente: wcandia@cvsrl.com - okwilson1@hotmail.com



DIRECCIÓN: Av. 6 de marzo N°554, Esq. Cruce Viacha. Edif. Bella Vista, 1er. Piso
Of. 15-20 Fono: (+591 2) 2591904 Fax:(+591 2) 2918790 Cel: (+591)788 23331
Web: www.calanchayramirez.com El Alto-La Paz BOLIVIA



ANEXO 9: PLANILLA DE TRABAJADORES

PLANILLA DE TRABAJADORES

Nº	Ocupación que desempeña	Horas pagadas (Día)	Días pagados (Mes)	Haber básico	Bono de Antigüedad	Bono de producción	Subsidio de frontera	Trabajo extraordinario y nocturno	Pago dominical y feriados	Otros bonos	TOTAL GANADO	TOTAL GANADO AFP FUTURO	TOTAL GANADO AFP PREVISION	APORTE AFP FUTURO	APORTE AFP PREVISION	Aporte a las AFPs	Aporte Solidario 1%	TOTAL DESCUENTOS	LÍQUIDO PAGABLE
1	ADMINISTRADOR	8	30	4000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4000.00	0.00	4000.00	0.00	508.40	508.40	0.00	508.40	3491.60
2	JEFE DE ATENCION AL CLIENTE	8	30	2300.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2300.00	0.00	2300.00	0.00	292.33	292.33	0.00	292.33	2007.67
3	JEFE DE PRODUCCION	8	30	2300.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2300.00	2300.00	0.00	292.33	0.00	292.33	0.00	292.33	2007.67
4	MOZOS	8	30	1656.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	1756.00	0.00	1756.00	0.00	223.19	223.19	0.00	223.19	1532.81
5	JEFE COCINERO	8	30	2000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2000.00	0.00	2000.00	0.00	254.20	254.20	0.00	254.20	1745.80
6	CAJEROS	8	30	1656.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	1756.00	1756.00	0.00	223.19	0.00	223.19	0.00	223.19	1532.81
7	POLLERO ENCARGADO	8	30	2000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2000.00	0.00	2000.00	0.00	254.20	254.20	0.00	254.20	1745.80
8	ASISTENTE DE COCINA	8	30	1656.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	1756.00	1756.00	0.00	223.19	0.00	223.19	0.00	223.19	1532.81
9	VAJILLEROS	8	30	1656.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1656.00	0.00	1656.00	0.00	210.48	210.48	0.00	210.48	1445.52
10	ASISTENTE POLLERO	8	30	1656.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	1756.00	0.00	1756.00	0.00	223.19	223.19	0.00	223.19	1532.81
11	PERSONAL DE LIMPIEZA	8	30	1656.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	1756.00	0.00	1756.00	0.00	223.19	223.19	0.00	223.19	1532.81
12	ENCARGADO DE ALMACEN	8	30	1900.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1900.00	0.00	1900.00	0.00	241.49	241.49	0.00	241.49	1658.51
13	ASISTENTE DE ALMACEN	8	30	1656.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	0.00	1756.00	1756.00	0.00	223.19	0.00	223.19	0.00	223.19	1532.81
TOTALES PERSONALES				26092.00	0.00	0.00	0.00	0.00	600.00	0.00	26692.00	7568.00	19124.00	961.89	2430.66	3392.55	0.00	3392.55	23299.45