

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
UNIDAD ACADÉMICA EL SENA
PROGRAMA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



PROYECTO DE GRADO:

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN GASTROBAR COMO ALTERNATIVA
GASTRONÓMICA MODERNA Y SOSTENIBLE
EN EL MUNICIPIO DEL SENA-PANDO”**

Modalidad: Proyecto de Grado

Presentado por:

Josué Kevin Miranda Paredes

Para Optar el Título de Licenciatura en Administración de Empresas

Tutor: Ing. Yajaira Gustañer Vargas

Sena – Pando – Bolivia 2025

Dedicatoria

Dedico este proyecto de grado, en primer lugar, a Dios, por darme la fortaleza, guía y perseverancia necesarias para culminar esta etapa de mi vida académica, mi Madre y Familiares, quienes, con su amor incondicional, apoyo constante y consejos sabios, han sido mi inspiración y motivación para alcanzar mis metas.

A mi amigo y compañeros de estudio, por su compañía, colaboración y por hacer de este camino una experiencia más enriquecedora y memorable.

De manera muy especial, dedico este trabajo a mi querido amigo Gary Kensy Salas Ramos, quien siempre creyó en mí y me animó a seguir adelante sin importar las dificultades. Su recuerdo y apoyo incondicional siguen siendo una fuente de inspiración, aunque ya no esté físicamente conmigo.

Finalmente, dedico este trabajo a todas las personas que, de una u otra manera, contribuyeron a mi formación profesional, animándome a dar lo mejor de mí en cada paso de este proceso.

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios, quien me ha acompañado desde el día en que nací hasta hoy. Gracias por darme la fortaleza para seguir adelante y por nunca dejarme solo en los momentos más difíciles; confío en que seguirás guiando mis pasos por el resto de mi vida.

A mi Familia, especialmente a mi Madre y hermanos, por estar siempre a mi lado sin importar mis errores o mi forma de ser. Su amor, paciencia y apoyo incondicional han sido fundamentales para que pueda llegar hasta este punto y cumplir una meta más en mi vida.

A la Universidad Amazónica de Pando y a todos mis docentes, por compartir sus conocimientos, por su dedicación y por haberme guiado con sabiduría a lo largo de mi formación profesional.

A mi amigo y compañeros, quienes se convirtieron en un pilar muy importante durante estos años de carrera. Gracias por su apoyo, comprensión y por motivarme siempre a dar lo mejor de mí, incluso cuando me costaba mantenerme enfocado.

Y de manera muy especial, agradezco a mi querido amigo Gary Kensy Salas Ramos, quien siempre creyó en mí y me alentó a no rendirme. Aunque hoy no esté conmigo, su recuerdo, su amistad y sus palabras siguen vivas en mi corazón, siendo una inspiración constante en este logro que también es para él.

INDICE GENERAL

Resumen	1
Abstract	2
INTRODUCCION	3
CAPÍTULO I	4
PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.1 Título de la propuesta	5
1.2 Antecedentes	5
1.3 Nombre De La Entidad Beneficiaria	6
1.4 Referencia Geográfica Del Proyecto	6
1.5 Descripción Del Problema	7
1.6 Formulación Del Problema.....	7
1.7 Justificación	8
1.8 Objetivos.....	9
<i>1.8.1 Objetivo General</i>	<i>9</i>
<i>1.8.2 Objetivos Específicos.....</i>	<i>9</i>
CAPÍTULO II.....	10
SUSTENTACIÓN TEÓRICA.....	10
2.1 Marco Teórico.....	11
<i>2.1.1 Fundamentos De Marketing Y Estudio De Mercado</i>	<i>11</i>
<i>2.1.2 Factibilidad Técnica</i>	<i>12</i>
<i>2.1.3 Factibilidad Económica-Financiera</i>	<i>12</i>
<i>2.1.4 Organización En Gastronomía.....</i>	<i>13</i>
<i>2.1.5 Sostenibilidad E Identidad Cultural.....</i>	<i>13</i>
2.2 Marco Referencial	14

2.2.1 Marco Espacial	14
2.2.2 Marco Temporal.....	14
2.2.3 Marco Institucional.....	15
2.2.4 Marco Legal	15
2.2.5 Antecedentes Y Contexto Referencial	16
2.2.6 Relevancia Del Modelo Y Proyección Local.....	17
2.3 Marco Conceptual	17
2.3.1 Restaurante.....	18
2.3.2 Gastrobar	18
2.3.3 Marketing de Servicios.....	19
2.3.4 Factibilidad.....	19
2.3.5 Sostenibilidad	20
2.3.6 Identidad Cultural.....	20
2.4 Marco Normativo Y Legal.....	20
2.4.1 Código de Comercio de Bolivia (1977).....	21
2.4.2 Ley General del Trabajo (1942).....	21
2.4.3 Reglamentos Municipales	22
2.4.4 Ley N.º 1333 de Medio Ambiente (1992).....	22
2.4.5 Ley N.º 292 General de Turismo (2012).....	23
CAPÍTULO III	26
MARCO METODOLÓGICO	26
3.1 Tipo De Investigación.....	27
3.2 Enfoque De La Investigación.....	27
3.3 Métodos De Estudio.....	28
3.4 Población y Muestreo	28
3.4.1 Población.....	28

3.4.1.1	Características De La Población	29
3.4.2	<i>Muestra</i>	30
3.4.3	<i>Evaluación Social</i>	31
3.5	Técnicas e Instrumento de la Investigación	32
3.5.1	<i>Técnicas Empleadas</i>	32
3.5.2	<i>Instrumentos De Recolección De Datos</i>	33
CAPÍTULO IV.....		34
PROPUESTA CENTRAL		34
4.1	Estudio de Mercado.....	35
4.1.1	<i>Análisis de la oferta</i>	35
4.1.1.1	Capacidad del negocio propuesto	35
4.1.1.2	Proyección de la oferta del producto.....	36
4.1.1.3	Capacidad operativa del establecimiento	36
4.1.1.4	Detalle de productos y precios promedio.....	37
4.1.1.5	Proyección de la oferta anual.....	39
4.1.2	<i>Análisis de la Competencia</i>	39
4.1.2.1	Competencia Directa e Indirecta.....	40
4.1.3	<i>Análisis FODA</i>	41
4.1.4	<i>Análisis de la demanda</i>	42
4.1.4.1	Identificación y Segmentación del Mercado Meta.....	42
4.1.4.2	Características y Motivaciones de la Demanda	44
4.1.5	<i>Determinación de la Demanda Insatisfecha</i>	49
4.1.5.1	Cálculo de la demanda insatisfecha	50
4.1.5.2	Segmentación del mercado meta	51
4.1.6	<i>Proyección de oferta y demanda</i>	52

4.1.7 <i>Mix Marketing</i>	53
4.1.7.1 Conclusiones del Estudio de Mercado	57
4.2 Estudio Organizacional y Legal	58
4.2.1 <i>Misión</i>	58
4.2.2 <i>Visión</i>	58
4.2.3 <i>Principios Organizacionales</i>	58
4.2.4 <i>Registro Legal</i>	59
4.2.5 <i>Organigrama</i>	61
4.2.6 <i>Manual de Funciones</i>	61
4.2.7 <i>Modalidad De Contratación Y Condiciones Laborales Del Personal</i>	63
4.2.8 <i>Proceso de Producción</i>	64
4.2.8.1 Determinación del Proceso Productivo	65
4.3 Estudio Técnico.....	67
4.3.1 <i>Localización del Proyecto</i>	68
4.3.1.1 Macro Localización	68
4.3.1.2 Micro Localización	69
4.3.2 <i>Tamaño del proyecto</i>	70
4.3.3 <i>Distribución Física de la Empresa</i>	71
4.3.4 <i>Tecnología y Capacidad Instalada</i>	72
4.3.4.1 Tecnología requerida	72
4.3.5 <i>Conclusión del Estudio Técnico</i>	76
4.4 Estudio Económico-Financiero	77
4.5 Inversión Inicial.....	77
4.5.1 <i>Inversión Fija Tangible</i>	78
4.5.1.1 Adecuación del local y depósito de alquiler	78
4.5.1.2 Maquinaria y Equipos	79

4.5.1.3	Muebles y Enseres.....	80
4.5.1.4	Equipo de Computación.....	81
4.5.1.5	Herramientas.....	82
4.5.1.6	Equipos de Apoyo y Seguridad.....	83
4.5.2	<i>Depreciaciones</i>	83
4.5.3	<i>Inversión Fija intangible</i>	85
4.5.4	<i>Costos Fijos</i>	86
4.5.5	<i>Costos Variables</i>	87
4.5.5.1	Costos Totales.....	88
4.5.6	<i>Costo de Producción Unitario</i>	89
4.5.7	<i>Precio de Venta del Producto</i>	90
4.5.8	<i>Capital de Trabajo</i>	91
4.5.9	<i>Balance de Apertura</i>	93
4.6	Factibilidad del Proyecto	94
4.6.1	<i>Proyección de Ingresos</i>	94
4.6.2	<i>Flujo de Caja</i>	96
4.6.3	<i>Indicadores Financieros</i>	97
4.6.3.1	Valor Actual Neto	98
4.6.3.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	100
4.6.3.3	Relación Beneficio Costo	101
4.6.3.4	Conclusión del Estudio económico	103
CAPITULO V	104
5.1	Presupuesto de Inversión de la Propuesta	105
5.2	Cronograma de Ejecución de la Propuesta.....	106
CAPITULO VI	107
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	107

6.1 Conclusiones.....	108
6.2 Recomendaciones.....	109
Bibliografía.....	111
ANEXOS	1

INDICE DE TABLA

Tabla 1 Menu de Productos y Precios	37
Tabla 2 Bebidas y Cocteleria Artesanal	38
Tabla 3 Oferta Proyectada Anual	39
Tabla 4 Analisis de la Competencia en el Municipio de El Sena	40
Tabla 5 Analisis FODA del Gastrobar en el Municipio de El Sena	42
Tabla 6 Distribucion de Encuentados por Genero	44
Tabla 7 Distribucion de Encuestados Por Rango de Edad	45
Tabla 8 Frecuencia de Consumo de Comida Rapida	46
Tabla 9 Preferencia de Tipo de Comida	47
Tabla 10 Percepcion de la Variedad de Comida Ofrecida	48
Tabla 11 Demanda Insatisfecha	50
Tabla 12 Segmentacion del Mercado Meta del Gastrobar	51
Tabla 13 Proyeccion de Oferta y Demanda	52
Tabla 14 Mix de Marketing (7P) del Gastrobar	54
Tabla 15 Registro Legal	59
Tabla 16 Manual deFunciones	62
Tabla 17 Modalidad de Contratacion y Condiciones Laborales del Personal	64
Tabla 18 Determinacion del Proceso Productivo	65
Tabla 19 Tecnologia de Cocina	73
Tabla 20 Tecnologia para el Area de Preparacion	74
Tabla 21 Tecnologia para la Barra	74
Tabla 22 Tecnologia para el Area de Servicio	75
Tabla 23 Tecnologia de Higiene	75
Tabla 24 Tecnologia Administrativa	76
Tabla 25 Inversion Inicial	77
Tabla 26 Adecuacion del Local y Deposito de Alquiler	79
Tabla 27 Requerimiento y Costo de Maquinaria y Equipos	79
Tabla 28 Requerimiento y Costo de Muebles y Enseres	80
Tabla 29 Equipo de Computacion	81

Tabla 30 Herramientas	82
Tabla 31 Requerimiento y Costos de Equipos de Apoyo y Seguridad	83
Tabla 32 Depreciaciones	84
Tabla 33 Resumen General Inversion Fija Tangible	85
Tabla 34 Costos de Pre Inversion del Proyecto	85
Tabla 35 Estimacion de Costos Fijos Mensuales	87
Tabla 36 Estimacion de Costos Variables Mensuales	88
Tabla 37 Costos Totales	88
Tabla 38 Costos de Produccion Unitario	89
Tabla 39 Precio de Venta de Productos y Bebidas	90
Tabla 40 Estimacion del Capital de Trabajo del Gastrobar	92
Tabla 41 Balance de Apertura	93
Tabla 42 Proyeccion de Ingresos Mensuales	95
Tabla 43 Flujo de Caja Mensual Estimado	96
Tabla 44 Flujo de Caja Acumulado	97
Tabla 45 Calculo del Valor Actual Neto (VAN)	99
Tabla 46 Calculo de la TIR	101
Tabla 47 Relacion Beneficio Costo	102
Tabla 48 Inversión de la Propuesta	102
Tabla 49 Cronograma de Ejecucion de la Propuesta	102

INDICE DE FIGURA

Figura 4.1 Distribución de Encuestados por Género	45
Figura 4.2 Distribución de Encuestados por Rango de Edad.....	46
Figura 4.3 Frecuencia de Consumo de Comida Rápida	47
Figura 4.4 Preferencia de Tipo de Comida	48
Figura 4.5 Percepción de la Variedad de Comida Ofrecida	49
Figura 4.6 Organigrama	61
Figura 4.7 Macro Localización.....	68
Figura 4.8 Micro Localización.....	69
Figura 4.9 Distribución Física de la Empresa	72

INDICE DE ANEXO

Anexo a Encuestas

Anexo b Receta de Hamburguesa "Hawallana"

Anexo c Receta de Sándwich Cubano

Anexo d Receta de Hamburguesa "Mexicana"

Anexo e Receta de Hamburguesa Simple

Anexo f Receta de Alitas "Grandes"

Anexo g Receta de Alitas "Medianas"

Anexo h Receta de Alitas "Pequeñas"

Anexo i Receta de Tablita Mixta "Grande"

Anexo j Receta de Tablita Mixta "Mediana"

Anexo k Receta de Pizza "Grande"

Anexo l Receta de Pizza "Mediana"

Anexo m Receta de Caipiriña

Anexo n Receta de Cuba Libre

Anexo o Receta de Fernet

Resumen

El presente proyecto de grado evalúa la factibilidad para implementar un gastrobar moderno y sostenible en el municipio de El Sena, Pando. La propuesta surge ante la limitada oferta gastronómica local y la necesidad de espacios innovadores que integren identidad amazónica y sostenibilidad. Mediante encuestas y análisis técnico-económico se identificó una alta demanda potencial, especialmente entre jóvenes que buscan comida rápida de calidad y ambientes modernos. El gastrobar “El Banquito” combina gastronomía urbana, coctelería artesanal y prácticas ambientales responsables, promoviendo empleo local y dinamizando la economía. Los resultados financieros (VAN, TIR y relación beneficio-costos positivos) demuestran la viabilidad del proyecto, que además contribuirá al desarrollo cultural, turístico y social del municipio.

Palabras clave: Gastrobar, Sostenibilidad, Factibilidad, Innovación Gastronómica.

Abstract

This undergraduate thesis evaluates the feasibility of implementing a modern and sustainable gastrobar in the municipality of El Sena, Pando. The proposal arises from the limited local gastronomic offerings and the need for innovative spaces that integrate Amazonian identity and sustainability. Through surveys and a technical-economic analysis, a high potential demand was identified, especially among young people seeking quality fast food and modern environments. The gastrobar “El Banquito” combines urban gastronomy, artisanal cocktails, and responsible environmental practices, promoting local employment and boosting the economy. The financial results (positive NPV, IRR, and benefit-cost ratio) demonstrate the project's viability, which will also contribute to the cultural, tourism, and social development of the municipality.

Keywords: Gastrobar, Sustainability, Feasibility, Gastronomic Innovation.

INTRODUCCION

La presente investigación tiene como objetivo analizar y evaluar la factibilidad de implementar un gastrobar en la localidad de El Sena, departamento de Pando, Bolivia. Este concepto surge como respuesta a la creciente demanda de espacios que integren rapidez y calidad culinaria en un ambiente moderno, ofreciendo experiencias gastronómicas y las tendencias juveniles, dirigidas tanto a habitantes como a visitantes de la región.

A nivel mundial, la industria gastronómica ha evidenciado un crecimiento constante, consolidándose como un sector clave para la generación de empleo y el impulso económico. Países como España, México, Colombia y Perú reportan incrementos anuales superiores al 8 % en el rubro de alimentos y bebidas, mientras que en Bolivia el consumo fuera del hogar crece alrededor del 6,9 % anual, impulsado por la innovación culinaria, el turismo interno y la preferencia por propuestas diferenciadas.

En el contexto local, El Sena presenta una oferta gastronómica limitada, centrada en modelos tradicionales que no responden plenamente a las nuevas preferencias del consumidor ni al potencial turístico existente. Por ello, el proyecto propone la creación de un gastrobar moderno, que combine tendencias urbanas y de comida rápida con un enfoque sostenible, contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental del municipio.

El análisis se desarrollará mediante un enfoque metodológico integral, combinando herramientas cuantitativas (encuestas y estudios de mercado) con técnicas cualitativas (entrevistas y observación directa), con el fin de obtener resultados sólidos y confiables sobre la viabilidad técnica, económica y social del proyecto.

CAPÍTULO I
PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 Título de la propuesta

Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Gastrobar Moderno y Sostenible en el Municipio del Sena, Pando

1.2 Antecedentes

A nivel internacional, los gastrobares se han consolidado como una propuesta innovadora que combina cocina de autor, coctelería artesanal y un ambiente moderno, inspirados en los gastropubs ingleses y las tapas españolas, surgidos tras la crisis de 2008 como una forma de ofrecer alta cocina a precios accesibles. En Bolivia, el restaurante Gustu en La Paz, fundado por Claus Meyer y Melting Pot Bolivia, es un referente por su uso de productos nacionales y su enfoque en la cocina sostenible, logrando en 2024 el puesto 38 entre los 50 mejores restaurantes de América Latina. Asimismo, la chef Marsia Taha, exjefa de cocina de Gustu, fue reconocida como la Mejor Chef Femenina de América Latina, destacando la innovación y promoción de ingredientes autóctonos amazónicos.

En el aspecto económico, aunque no existen datos específicos del Observatorio Gastronómico Latinoamericano, experiencias como el Observatorio Gastronómico Dominicano y Gastrotico en Costa Rica evidencian el valor de estos espacios para impulsar el turismo, el empleo y el desarrollo local. En conjunto, estas referencias demuestran que los gastrobares pueden generar mayores ingresos que los restaurantes tradicionales, revalorizar la cultura gastronómica local y fortalecer la identidad regional, lo que sustenta la viabilidad de implementar un gastrobar en El Sena adaptado a su contexto cultural y económico.

1.3 Nombre De La Entidad Beneficiaria

La entidad beneficiaria del proyecto es la Población del Municipio del Sena, Pando, Bolivia, con aproximadamente 10,264 habitantes (INE, 2024). Los beneficiarios directos incluyen a los habitantes, que accederán a una nueva oferta gastronómica y cultural; emprendedores y proveedores locales, con oportunidades comerciales; la juventud, con empleo en áreas de cocina, atención y administración; y los visitantes, que disfrutarán de experiencias culinarias amazónicas.

Indirectamente, se beneficiarán instituciones como la Gobernación de Pando y el Gobierno Municipal de El Sena, al fortalecer la imagen turística y cultural del municipio. En conjunto, el proyecto busca dinamizar la economía local, fomentar empleo digno, revalorizar la cultura gastronómica amazónica y promover el turismo sostenible.

1.4 Referencia Geográfica Del Proyecto

El proyecto se localizará y ejecutará íntegramente en el municipio de El Sena, una entidad territorial situada en la Provincia Madre de Dios del Departamento de Pando, en el extremo norte de Bolivia.

Esta región forma parte integral de la Cuenca Amazónica Boliviana, caracterizándose por un clima tropical húmedo y una geografía dominada por una alta biodiversidad y abundantes recursos hídricos. Estas condiciones, junto con su patrimonio cultural, le otorgan un notable potencial productivo, turístico y gastronómico. El municipio, según datos del INE 2024, cuenta con una población proyectada de 10 264 habitantes. La intervención del proyecto se centrará en el desarrollo de propuestas innovadoras y sostenibles dentro de esta jurisdicción.

1.5 Descripción Del Problema

El municipio de El Sena, en la provincia Madre de Dios en el Departamento de Pando, cuenta con una oferta gastronómica limitada, tradicional y poco innovadora, sin integración de sostenibilidad ni rescate de la identidad amazónica. Esto afecta tanto el consumo local como el turismo, ya que los visitantes no encuentran propuestas culinarias atractivas ni experiencias diferenciadas, reduciendo su permanencia y el impacto económico en la región.

Un sondeo realizado en 2025 a 120 personas mostró que el 67 % está insatisfecho con la oferta actual y el 82 % desea un espacio innovador de comida rápida de calidad, lo que refleja una clara demanda insatisfecha. A nivel nacional, el sector gastronómico ha crecido un 6,9 % anual, impulsado por el turismo y la innovación culinaria, pero este avance no llega a municipios como El Sena debido a la falta de infraestructura y proyectos modernos.

Además, Pando presenta una alta tasa de desempleo juvenil (14,2 % en 2023), lo que refuerza la necesidad de emprendimientos que generen empleo formal. La principal causa del problema es la escasa modernización de la oferta gastronómica, que limita el desarrollo económico. Por ello, la creación de un gastrobar con identidad amazónica y enfoque sostenible se presenta como una alternativa viable para dinamizar la economía local, promover el turismo y fortalecer la imagen del municipio.

1.6 Formulación Del Problema

¿De qué manera la limitada modernización y diversificación de la oferta gastronómica en el municipio de El Sena, que genera bajo dinamismo económico y escasas oportunidades de empleo formal, puede ser afrontada mediante la implementación de un gastrobar de comida rápida moderna con identidad amazónica y enfoque sostenible?

1.7 Justificación

La implementación de un gastrobar en El Sena se justifica por la creciente demanda de espacios gastronómicos modernos, sostenibles y adaptados a las preferencias juveniles y urbanas. Actualmente, la oferta local es limitada y centrada en modelos tradicionales, lo que genera una oportunidad para un Gastrobar de estilo fast casual que combine comida rápida de calidad, coctelería y bebidas naturales en un entorno moderno, promoviendo la socialización juvenil y la identidad cultural.

Económicamente, el proyecto dinamizará la economía local mediante generación de empleo formal para jóvenes y mujeres, y fortalecerá la relación con proveedores locales, incentivando cadenas de valor regionales. Según el INE (2024), el sector de alimentos y bebidas en Bolivia crece alrededor del 6,9 % anual, evidenciando el potencial de este tipo de emprendimientos.

Desde la perspectiva social y cultural, el gastrobar ofrecerá un espacio de encuentro comunitario, promoviendo experiencias gastronómicas innovadoras y posicionando al municipio como un referente de modernidad y dinamismo, atractivo para visitantes y turistas. Según el Viceministerio de Turismo (2023), el turismo gastronómico y experiencial es uno de los sectores de mayor crecimiento en el país.

En el plano ambiental, el proyecto incorpora prácticas sostenibles como reducción de plásticos de un solo uso, gestión responsable de residuos y priorización de insumos locales, fomentando la economía circular y el consumo responsable.

Finalmente, desde la perspectiva académica, este estudio de factibilidad aporta evidencia sobre la viabilidad técnica, económica, social y ambiental de negocios

gastronómicos en áreas rurales y de frontera, con relevancia práctica y académica para futuros emprendimientos en la región amazónica.

1.8 Objetivos

1.8.1 Objetivo General

Analizar la factibilidad de implementar un gastrobar en la localidad de El Sena, evaluando su viabilidad técnica, económica, organizacional y social, y su potencial contribución al desarrollo gastronómico, cultural y turístico del municipio

1.8.2 Objetivos Específicos

- Identificar la demanda, preferencias y perfil de los potenciales clientes mediante un estudio de mercado y estrategias de marketing adecuadas.
- Evaluar la factibilidad técnica del proyecto considerando la localización, infraestructura, equipamiento y requerimientos tecnológicos necesarios para su implementación.
- Analizar la factibilidad económica-financiera del Gastrobar mediante la elaboración de presupuestos, proyecciones de ingresos y egresos, y la estimación de rentabilidad.
- Definir la estructura administrativa y operativa que garantice un funcionamiento eficiente y sostenible del establecimiento.
- Incorporar criterios de sostenibilidad e identidad cultural amazónica en el diseño del proyecto, promoviendo el uso de insumos locales y la revalorización gastronómica regional.

CAPÍTULO II
SUSTENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Marco Teórico

El proyecto se basa en teorías de gastronomía, administración, marketing de servicios e innovación culinaria, con el propósito de evaluar la viabilidad de un gastrobar en El Sena como un motor de desarrollo económico, social y cultural. Según Kotler y Armstrong (2017), los proyectos de servicios deben orientarse al análisis de las necesidades del mercado y a la capacidad de las empresas para ofrecer propuestas diferenciadas y con valor agregado.

En este contexto, el gastrobar se plantea como una alternativa innovadora que combina una oferta culinaria de calidad con un espacio social y cultural, promoviendo tendencias de consumo sostenibles, el rescate de la identidad amazónica y el fortalecimiento del turismo local en un entorno con limitada diversificación gastronómica.

2.1.1 Fundamentos De Marketing Y Estudio De Mercado

El estudio de mercado es esencial para evaluar proyectos, ya que permite identificar la demanda, segmentar consumidores y diseñar estrategias de posicionamiento (Kotler & Keller, 2016). En gastronomía, factores como atención al cliente, hospitalidad y ambientación influyen directamente en la satisfacción del consumidor (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2018).

El modelo de las 7P del marketing (producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y evidencia física) facilita articular la experiencia culinaria con elementos que generan diferenciación. En El Sena, donde la oferta de comida rápida es limitada, este modelo permitirá diseñar un gastrobar innovador y competitivo, con productos de calidad, precios accesibles, ubicación estratégica, promoción efectiva, personal capacitado, procesos eficientes y un entorno físico moderno que mejore la experiencia del cliente.

2.1.2 *Factibilidad Técnica*

La factibilidad técnica analiza las condiciones materiales, operativas y normativas que hacen viable un proyecto (Baca Urbina, 2013). En gastronomía, esto incluye ubicación estratégica, accesibilidad, diseño funcional, ergonomía y seguridad alimentaria (Muñoz, 2015).

Cumplir con las disposiciones del SENASAG (2022) y el Reglamento Técnico de Construcciones (2016) es indispensable para garantizar legalidad y seguridad. El Sena cuenta con servicios básicos como agua, electricidad y alcantarillado, lo que facilita la implementación técnica. La localización céntrica y un diseño funcional optimizan el flujo de clientes y trabajadores, empleando materiales resistentes y de bajo mantenimiento adecuados al clima local.

2.1.3 *Factibilidad Económica-Financiera*

El análisis económico-financiero permite evaluar la sostenibilidad y rentabilidad de un proyecto a mediano y largo plazo (Sapag Chain, 2014), considerando inversión inicial, ingresos esperados, costos de operación y los indicadores clave: punto de equilibrio, VAN y TIR.

El punto de equilibrio indica el volumen mínimo de ventas para cubrir costos, mientras que el VAN y la TIR miden la capacidad de generar valor presente y asegurar rentabilidad del capital. Los resultados del sondeo preliminar (82 % de aceptación hacia un gastrobar con identidad amazónica) y el crecimiento del sector gastronómico en Bolivia (6,9 % anual, INE, 2024) sugieren un flujo constante de clientes, lo que permite proyectar ingresos suficientes

para alcanzar el punto de equilibrio en corto plazo y obtener márgenes atractivos si se controla el costo de insumos.

2.1.4 Organización En Gastronomía

La estructura organizacional es fundamental para un servicio gastronómico eficiente y de calidad. Los emprendimientos exitosos adoptan modelos flexibles con liderazgo participativo y comunicación fluida, favoreciendo la adaptación y el trabajo en equipo (Hisrich, Peters & Shepherd, 2010).

En gastronomía, la capacitación constante en competencias técnicas, atención al cliente e higiene es clave para la satisfacción del consumidor (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2018). El gastrobar contratará jóvenes locales, capacitándolos en preparación de alimentos, servicio y manejo de sistemas digitales (POS), generando empleo formal en un municipio con alta tasa de desempleo juvenil (14,2 %, INE, 2023) y cumpliendo con la Ley General del Trabajo de Bolivia, asegurando condiciones dignas y beneficios sociales.

2.1.5 Sostenibilidad E Identidad Cultural

El enfoque Triple Bottom Line (TBL) integra dimensiones económica, social y ambiental en los proyectos (Elkington, 1997/2018). En comida rápida, esto implica eficiencia en recursos, reducción de residuos, gestión de empaques y generación de empleo local.

El sector ha evolucionado hacia modelos sostenibles, donde innovación y responsabilidad social son factores clave; más del 50 % de los consumidores valoran establecimientos comprometidos con el medio ambiente y la comunidad (UNWTO, 2019). El Gastrobar “El Banquito” aplicará estas prácticas mediante optimización de recursos, reducción

de plásticos, clasificación de residuos, uso de empaques biodegradables y contratación de personal local, contribuyendo al desarrollo económico y social de El Sena y alineándose con la Ley N.º 292 de Turismo (2012) y principios de turismo responsable.

2.2 Marco Referencial

2.2.1 *Marco Espacial*

El proyecto se desarrollará en el municipio de El Sena, localizado en el extremo sur del departamento de Pando, Bolivia. Este municipio amazónico se caracteriza por su clima cálido y húmedo, su biodiversidad y una dinámica social centrada en actividades agropecuarias, pesqueras y de pequeños comercios. La ubicación elegida para el proyecto corresponde a un terreno céntrico, próximo a la plaza principal, lo cual responde a criterios de accesibilidad, visibilidad y articulación con el flujo cotidiano de habitantes y visitantes. Esta localización estratégica busca aprovechar la interacción con el comercio local, el turismo interno y los espacios de esparcimiento, maximizando la oportunidad de atraer tanto a la población residente como a visitantes regionales.

2.2.2 *Marco Temporal*

El proyecto se enmarca en la gestión 2025 y contempla un periodo de ejecución de 6 meses tras la aprobación y obtención del financiamiento requerido. Durante este lapso se prevé desarrollar las fases principales: estudio de mercado, adecuación de la infraestructura, formalización legal, selección de personal, diseño de la carta gastronómica y apertura oficial del establecimiento. De esta manera, se establece un corto plazo de instalación y un mediano

plazo de consolidación operativa, ajustados al contexto socioeconómico de El Sena y a los ciclos comerciales de la región.

2.2.3 Marco Institucional

El proyecto, promovido por emprendedores privados, se centra en la producción y comercialización de comida rápida, pero requiere coordinación con instituciones públicas y actores locales. La colaboración con el Gobierno Municipal de El Sena será clave para obtener licencias, permisos sanitarios y apoyo a emprendedores. Además, se buscarán alianzas con proveedores locales, asociaciones gastronómicas y centros de formación técnica para fortalecer la cadena de valor, garantizar calidad y promover empleo juvenil y local.

2.2.4 Marco Legal

El funcionamiento del gastrobar se regirá por la normativa nacional y local vigente, entre las que destacan:

- Ley N.º 453 de Defensa de los Derechos del Usuario y Consumidor, que garantiza parámetros de inocuidad y calidad en los productos y servicios ofrecidos.
- Ley General de Turismo N.º 292 y su reglamento, que promueven la incorporación de propuestas gastronómicas en la oferta turística regional.
- Reglamentos municipales sobre expendio de alimentos y bebidas, que establecen requisitos de higiene, seguridad, manipulación adecuada de alimentos, accesibilidad y condiciones de infraestructura.

- Normas medioambientales vigentes, relacionadas con la gestión de residuos sólidos, el uso racional del agua y la energía, y la reducción de impactos negativos en el entorno natural.
- El cumplimiento de estas disposiciones no solo asegura la viabilidad legal del proyecto, sino que además fortalece la confianza de los consumidores y contribuye a posicionar al gastrobar como un establecimiento formal y responsable.

2.2.5 Antecedentes Y Contexto Referencial

En El Sena, la oferta gastronómica se limita a pequeños emprendimientos familiares tradicionales, sin innovación en infraestructura, servicios ni experiencias. No existe ningún gastrobar en el municipio ni localidades cercanas, lo que representa un vacío de mercado para un modelo que combine comida rápida de calidad, coctelería y un ambiente moderno de socialización.

En Bolivia, experiencias como Hard Rock Café en Santa Cruz y La Chopería en La Paz muestran que la fusión de gastronomía urbana con ambientes juveniles es exitosa, aunque estas propuestas no se replican en municipios intermedios como El Sena. Según el Observatorio Gastronómico Latinoamericano (2023), los gastrobares generan un 15 % más de ingresos por cliente que restaurantes convencionales.

El diagnóstico local confirma la oportunidad: 67 % de los encuestados está insatisfecho con la oferta actual, y más del 80 % manifiesta interés en un espacio moderno con comida rápida, bebidas atractivas y ambiente cultural, demostrando que el proyecto responde a una demanda real y viable.

2.2.6 Relevancia Del Modelo Y Proyección Local

El modelo de comida rápida propuesto en El Sena se diferencia de otras experiencias en Bolivia al adaptarse al contexto amazónico, combinando rapidez y eficiencia con el uso de insumos locales de calidad. Ofrece productos atractivos y accesibles, alineados con las demandas de consumidores que valoran conveniencia, sabor, innovación y precios competitivos.

Además de ser innovador para la región, el proyecto es replicable en otros municipios amazónicos, generando empleo juvenil, fortaleciendo la cadena de suministro local, dinamizando la economía y posicionando a El Sena como referente en gastronomía rápida con identidad regional. Así, responde a necesidades de alimentación y ocio, al mismo tiempo que contribuye a construir una marca territorial sólida y promueve emprendimientos sostenibles en la Amazonía boliviana.

2.3 Marco Conceptual

El marco conceptual permite precisar los términos fundamentales que orientan esta investigación, dotando de claridad y sustento académico al análisis del proyecto de factibilidad para la implementación de un gastrobar en el municipio de El Sena. Estos conceptos funcionan como ejes interpretativos que vinculan la teoría con la realidad amazónica, facilitando la comprensión de la propuesta y asegurando coherencia entre los objetivos, la metodología y los resultados esperados.

2.3.1 *Restaurante*

Un restaurante es, en esencia, un establecimiento destinado a la preparación y expendio de alimentos y bebidas para consumo inmediato. Según López y Vargas (2018), su finalidad no solo es satisfacer necesidades nutricionales, sino también responder a motivaciones sociales y culturales de los consumidores. En este sentido, los restaurantes se convierten en espacios de interacción social, de transmisión de costumbres y de dinamización económica.

En el contexto boliviano, los restaurantes tradicionales cumplen un rol clave en la preservación de recetas locales y en la creación de empleo. Para El Sena, donde la oferta gastronómica es todavía limitada y de carácter familiar, la categoría de “restaurante” se presenta como el punto de partida para comprender cómo la innovación en el sector puede transformar un servicio básico en un motor de desarrollo cultural y económico.

2.3.2 *Gastrobar*

El término gastrobar surgió en España a inicios del siglo XXI como la fusión entre alta cocina y bares tradicionales, ofreciendo platos innovadores y coctelería artesanal en un ambiente moderno e informal (García y Rivas, 2019). Internacionalmente, destacan por su capacidad de atraer tanto a locales como a turistas mediante experiencias sociales y gastronómicas diferenciadas. En América Latina, el concepto se adapta a comida rápida y cocina urbana, con tablitas mixtas, hamburguesas de autor, alitas, pizzas y coctelería, orientadas al público juvenil (Observatorio Gastronómico Latinoamericano, 2023). En El Sena, un gastrobar representa una alternativa innovadora frente a la gastronomía

convencional, combinando rapidez, calidad y un espacio social contemporáneo, diferenciándose de la competencia.

2.3.3 *Marketing de Servicios*

Kotler y Keller (2016) definen el marketing de servicios como estrategias para diseñar, comunicar y entregar experiencias intangibles, donde la satisfacción del cliente depende del producto, el ambiente, el personal y los procesos. Zeithaml, Bitner y Gremler (2018) destacan que hospitalidad y atención al cliente son clave para fidelizar consumidores.

En gastronomía, esto implica crear experiencias memorables donde comida, entorno y atención se integren. En el gastrobar de El Sena, este enfoque permitirá posicionarlo no solo como un lugar para comer, sino como un espacio de experiencias sociales, culturales y sensoriales.

2.3.4 *Factibilidad*

Un estudio de factibilidad constituye un análisis integral de las condiciones técnicas, económicas, financieras, sociales y ambientales que determinan la viabilidad de un proyecto. Según Baca Urbina (2013), este tipo de análisis es imprescindible para garantizar que una propuesta cuente con bases sólidas para su ejecución y sostenibilidad a largo plazo.

En proyectos gastronómicos, la factibilidad no solo analiza los costos de inversión y proyecciones financieras, sino también la pertinencia cultural y social de la propuesta. Para El Sena, evaluar la factibilidad significa demostrar que el gastrobar puede implementarse con los recursos disponibles, responder a la demanda insatisfecha y consolidarse como un emprendimiento rentable y sostenible en el tiempo.

2.3.5 Sostenibilidad

El concepto de sostenibilidad, según el enfoque Triple Bottom Line de Elkington (1997/2018), considera impactos económicos, sociales y ambientales. En gastronomía, implica usar insumos locales, reducir residuos, optimizar recursos e incluir grupos vulnerables en la cadena de valor.

En el gastrobar de El Sena, la sostenibilidad es un principio clave, buscando no solo beneficios económicos, sino también promover una gastronomía responsable que impulse la economía local, conserve recursos naturales y revalorice el patrimonio cultural amazónico.

2.3.6 Identidad Cultural

La identidad cultural en la gastronomía refleja las prácticas y hábitos alimenticios que caracterizan a una comunidad, generando pertenencia y cohesión social (Bessière, 1998). La Organización Mundial del Turismo (2019) la considera un elemento diferenciador en la oferta cultural y turística. En este proyecto, la identidad cultural se manifiesta no solo en el uso de ingredientes locales, sino también en la adaptación de tendencias urbanas, ofreciendo un espacio de socialización juvenil con tablitas mixtas, hamburguesas, alitas, pizzas, coctelería y refrescos naturales. Esto fortalece una identidad contemporánea en El Sena, vinculada al ocio, la innovación y la interacción social, posicionando al municipio como referente emergente en gastronomía moderna.

2.4 Marco Normativo Y Legal

El funcionamiento del gastrobar en el municipio de El Sena debe regirse por la normativa nacional y local vigente, la cual regula las actividades económicas, la inocuidad

alimentaria, las condiciones laborales y la gestión ambiental. El cumplimiento de este marco legal no solo asegura la viabilidad jurídica del proyecto, sino que también fortalece su legitimidad como modelo de negocio responsable, sostenible e inclusivo.

2.4.1 *Código de Comercio de Bolivia (1977)*

El Código de Comercio regula las actividades mercantiles en el país, estableciendo obligaciones para las empresas en cuanto a su formalización, contabilidad, inscripción en el Registro de Comercio y cumplimiento de las disposiciones administrativas correspondientes. El gastrobar, al constituirse como una unidad económica formal, deberá registrarse bajo esta normativa, garantizando transparencia en su gestión y acceso a mecanismos legales para operar en el mercado.

2.4.2 *Ley General del Trabajo (1942)*

La Ley General del Trabajo de Bolivia regula los derechos y obligaciones de empleadores y trabajadores, incluyendo contratos, jornadas, remuneración, vacaciones y seguridad social. El gastrobar deberá contratar personal conforme a esta ley, garantizando empleo digno, formal y con beneficios sociales, alineado con la inclusión y desarrollo local.

El SENASAG regula la inocuidad en la producción y manejo de alimentos y bebidas en Bolivia (2022). Para el gastrobar, esto implica adecuar cocina, barra y áreas de servicio a las normas técnicas vigentes, asegurando calidad, seguridad alimentaria y confianza del consumidor.

2.4.3 Reglamentos Municipales

El Gobierno Autónomo Municipal de El Sena, en concordancia con la normativa nacional, establece requisitos específicos para la apertura y funcionamiento de locales de expendio de alimentos y bebidas. Entre ellos se incluyen la obtención de licencias de funcionamiento, la existencia de salidas de emergencia, baños diferenciados, accesibilidad universal y condiciones mínimas de seguridad. El proyecto deberá articularse con la alcaldía para cumplir estas disposiciones y vincularse a programas de desarrollo económico local y promoción turística.

2.4.4 Ley N.º 1333 de Medio Ambiente (1992)

La Ley N.º 1333 de Medio Ambiente tiene como objetivo principal la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, promoviendo un desarrollo sostenible que mejore la calidad de vida de la población (Art. 1 y 2). Esta norma establece que todas las actividades humanas, incluyendo las económicas y comerciales, deben ejecutarse bajo un enfoque de sostenibilidad, asegurando que las necesidades presentes no comprometan los recursos de las futuras generaciones.

Para el proyecto del gastrobar “El Banquito”, esta ley implica la obligación de adoptar prácticas responsables de gestión ambiental, en concordancia con los siguientes artículos:

Artículo 3: Obliga a prevenir la contaminación y proteger los ecosistemas, asegurando que las operaciones del local minimicen impactos negativos sobre el entorno natural.

Artículo 5: Promueve el uso racional de recursos naturales, como agua, energía y materiales, mediante la implementación de sistemas de eficiencia energética y ahorro de agua.

Artículo 8: Establece que las actividades económicas deben incluir medidas de mitigación y restauración ambiental, lo que implica que cualquier intervención del gastrobar debe prever acciones para compensar impactos ambientales que puedan generarse.

Artículo 10: Señala la importancia de educar y sensibilizar a la población sobre la protección ambiental, fomentando prácticas sostenibles tanto entre el personal como los clientes del establecimiento.

Artículo 11: Indica que la planificación de proyectos debe integrar la dimensión ambiental, garantizando que la rentabilidad económica no comprometa la sostenibilidad ecológica ni el bienestar de la comunidad.

Artículos 24 y 25: Regulan la prevención de la contaminación y la gestión adecuada de residuos, obligando a clasificar y disponer los residuos sólidos correctamente para evitar impactos negativos sobre suelos, aire y cuerpos de agua.

Con estas medidas, el proyecto refuerza su compromiso con la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social, consolidando un modelo de negocio que respeta el ecosistema amazónico y promueve la cultura de conservación en la región de El Sena.

2.4.5 Ley N. ° 292 General de Turismo (2012)

La Ley N.º 292 General de Turismo tiene como objetivo establecer las políticas generales y el régimen del turismo del Estado Plurinacional de Bolivia, promoviendo, difundiendo, incentivando y fomentando la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario, en el marco de la sustentabilidad y la gestión territorial (Art. 1). Esta norma busca fortalecer el modelo de turismo de base comunitaria y garantizar que la actividad turística contribuya al desarrollo económico, social y cultural del país.

Para el proyecto del gastrobar “El Banquito”, esta ley implica la obligación de adoptar prácticas responsables y sostenibles en la gestión turística, en concordancia con los siguientes artículos:

- **Artículo 3:** Establece que el turismo es una actividad económica estratégica que debe desarrollarse de manera sustentable, con objetivos que incluyen:
 - Promover y fortalecer la identidad plurinacional y los patrimonios culturales y naturales, mediante productos y servicios turísticos que resalten la riqueza cultural de la región.
 - Incentivar el turismo interno y receptivo, generando ingresos económicos y empleo local.
 - Fomentar los emprendimientos turísticos de comunidades rurales, urbanas y pueblos indígenas originario campesinos, aprovechando los recursos naturales y culturales de manera responsable.
 - Implementar mecanismos de coordinación interinstitucional para la redistribución de beneficios de la actividad turística.

- **Artículo 5:** Define los principios que deben regir la actividad turística, aplicables al gastrobar:
 - **Inclusión:** Integrar diferentes formas de organización económica en la prestación de servicios turísticos, promoviendo alianzas equitativas con actores locales.
 - **Redistribución, Equidad e Igualdad:** Asegurar que los beneficios generados por la actividad turística se distribuyan de manera justa y promuevan igualdad de oportunidades.

- **Responsabilidad:** Ejercer la actividad turística de manera que se minimicen los impactos negativos sobre el medio ambiente y la cultura local.
- **Solidaridad y Complementariedad:** Coordinar con instituciones y comunidades locales para optimizar el desarrollo turístico y social.
- **Artículo 10:** Señala las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos, que el gastrobar “El Banquito” debe cumplir:
 - Cumplir con la ley, sus reglamentos y los planes nacionales y locales de turismo.
 - Proporcionar información clara y oportuna a las autoridades competentes sobre las actividades turísticas.
 - Contribuir a la preservación de la cultura y del medio ambiente, incluyendo prácticas responsables en la gestión de residuos y el consumo de recursos.
 - Promover la difusión y valoración del patrimonio cultural y turístico.
 - Cumplir con los planes de manejo de sitios patrimoniales o áreas protegidas cercanas.
 - Informar a los clientes sobre obligaciones y prohibiciones en materia turística.
 - Asumir responsabilidad por la calidad del servicio ofrecido y fomentar alianzas estratégicas con otros prestadores locales.

Con estas acciones, el proyecto reafirma su compromiso con un turismo responsable, sostenible y de base comunitaria, contribuyendo al bienestar de la comunidad y al fortalecimiento de la identidad cultural en la región de El Sena.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo De Investigación

El estudio corresponde a una investigación aplicada, porque busca dar solución a un problema real la limitada oferta gastronómica moderna y sostenible en El Sena. Su finalidad es generar un proyecto factible que pueda implementarse en el contexto local.

Es también una investigación descriptiva, ya que caracteriza el mercado gastronómico, los hábitos de consumo, la competencia, los costos y otros factores relevantes para el funcionamiento del gastrobar.

Finalmente, presenta un componente exploratorio, debido a la inexistencia de gastrobares en El Sena y la escasez de estudios previos sobre propuestas gastronómicas innovadoras en municipios amazónicos, lo que exige explorar nuevas alternativas y su pertinencia.

3.2 Enfoque De La Investigación

Se adopta un enfoque mixto, integrando componentes cuantitativos y cualitativos para lograr un análisis integral:

- **Enfoque cuantitativo:** permitió recopilar y procesar datos numéricos mediante encuestas estructuradas, con el fin de medir la demanda, los hábitos de consumo, el interés por un gastrobar y la disposición de pago.
- **Enfoque cualitativo:** permitió comprender percepciones, expectativas, motivaciones y prácticas culturales de la población a través de entrevistas y observación directa, enriqueciendo la interpretación de los resultados.

Por tanto, este estudio no solo aporta una propuesta concreta para el Sena, sino que constituye una contribución académica al análisis de emprendimientos gastronómicos sostenibles en contextos rurales.

3.3 Métodos De Estudio

Se emplearon los siguientes métodos específicos:

- **Método descriptivo:** para caracterizar la situación actual del sector gastronómico en El Sena y diagnosticar la demanda existente.
- **Método analítico-sintético:** para descomponer la información en elementos clave (económicos, sociales, culturales y técnicos) y luego integrarlos en una visión coherente.
- **Método inductivo-deductivo:** partiendo de los datos obtenidos en campo (inducción) y contrastándolos con teorías de marketing gastronómico, turismo sostenible y gestión empresarial (deducción).
- **Método participativo:** incorporando la visión de actores locales (productores, consumidores, emprendedores) a través de entrevistas y sondeos, lo cual refuerza la pertinencia social de la propuesta.

3.4 Población y Muestreo

3.4.1 Población

La población objeto de estudio es de 10.264 habitantes del municipio de El Sena, Pando, según el INE (2024), de los cuales aproximadamente 4.565 forman la población económicamente activa, con mayor potencial de consumo de servicios gastronómicos.

Además, se consideran turistas nacionales e internacionales, así como productores y emprendedores locales que participan como proveedores o actores del ecosistema económico. Este universo incluye tanto consumidores directos como agentes socioeconómicos vinculados al desarrollo del gastrobar.

3.4.1.1 Características De La Población

La población del municipio presenta una composición heterogénea que permite identificar segmentos relevantes:

- **Edad:** predomina la franja de 18 a 45 años, que concentra la mayor parte de la PEA y que manifiesta interés por nuevas experiencias gastronómicas y sociales.
- **Actividad económica:** se centra en la agricultura, la pesca artesanal, la ganadería en pequeña escala y el comercio minorista, configurando un perfil productivo basado en recursos naturales y actividades de subsistencia
- **Hábitos de consumo:** la mayoría de los habitantes asiste a ferias locales o puestos de comida tradicional de bajo costo; sin embargo, encuestas preliminares muestran un creciente interés por propuestas innovadoras que integren ingredientes amazónicos en formatos modernos.
- **Diversidad cultural:** la identidad amazónica se expresa en la gastronomía, festividades y producción artesanal, constituyendo un elemento estratégico que el gastrobar busca revalorizar y proyectar como atractivo turístico y social.

Estas características confirman la existencia de un mercado potencial, con consumidores que conservan patrones tradicionales pero que muestran apertura hacia experiencias modernas que respeten la cultura local.

3.4.2 Muestra

Para garantizar la representatividad del estudio, se aplicó un muestreo estratificado, dividiendo la población en subgrupos (residentes, turistas, productores y emprendedores) y seleccionando aleatoriamente individuos dentro de cada estrato.

El tamaño de la muestra se calculó mediante la fórmula estadística para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

- n = tamaño de la muestra
- N= 4.565 (población económicamente activa estimada en El Sena)
- Z= 1.96 (nivel de confianza del 95 %)
- p= 0.5 (proporción esperada)
- e= 0.05 (margen de error del 5 %)

Una vez escrito el parámetro que se utilizan en el cálculo de la muestra se realizara el procedimiento matemático para obtener el número de personas a encuestar.

$$n = \frac{4.565 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,05^2 \cdot (4.565 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}$$

$$n = \frac{4.565 \cdot 3,84 \cdot 0,25}{0,0025 \cdot 4.565 + 3,84 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{4.565 \cdot 0,9604}{11,41 + 0,9604} = \frac{4.387}{12,37} = 355$$

Por lo tanto, el tamaño de muestra necesario para este estudio es de 355 personas, lo que garantiza una representación estadísticamente significativa de la población del Municipio de El Sena con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %.

3.4.3 *Evaluación Social*

La evaluación social se orienta a analizar los impactos esperados del proyecto en la comunidad de El Sena, más allá de su factibilidad económica. Este análisis busca determinar cómo la implementación del gastrobar contribuirá al desarrollo social, cultural y ambiental del municipio. Los principales aspectos a considerar son:

- **Calidad de vida:** se evaluará la generación de empleo directo e indirecto, especialmente para jóvenes y mujeres, y el mejoramiento de la oferta de servicios gastronómicos y recreativos en la localidad.
- **Desarrollo comunitario:** se analizará la capacidad del proyecto para fortalecer la identidad cultural amazónica, promover la producción local y dinamizar la economía comunitaria mediante encadenamientos productivos.
- **Participación social:** se evaluará el nivel de involucramiento de actores locales (productores, emprendedores, autoridades y consumidores) en el diseño, operación y promoción del gastrobar.
- **Sostenibilidad:** se valorará la adopción de prácticas responsables en el uso de recursos naturales, la gestión adecuada de residuos, la reducción del uso de plásticos y el fomento del consumo de productos amazónicos.

En conjunto, esta evaluación permitirá estimar los beneficios sociales del proyecto, asegurando que el gastrobar no solo sea rentable, sino que también genere un impacto positivo y sostenible en la comunidad.

3.5 Técnicas e Instrumento de la Investigación

3.5.1 Técnicas Empleadas

Para el desarrollo del presente estudio, se aplicaron diversas técnicas e instrumentos de investigación, con el propósito de recolectar información confiable, pertinente y suficiente para la elaboración de la propuesta.

Las principales técnicas empleadas fueron:

- **Encuestas estructuradas:** aplicadas a 355 personas de El Sena mediante muestreo estratificado proporcional, recopilaron información sobre hábitos de consumo, satisfacción con la oferta actual, interés en un gastrobar, disposición de pago y percepción del concepto, generando datos cuantificables para perfilar consumidores.
- **Entrevistas semi-estructuradas:** realizadas a emprendedores gastronómicos, autoridades municipales, operadores turísticos y productores, permitieron profundizar en oportunidades, desafíos y percepciones sobre el desarrollo del gastrobar en la región.
- **Observación directa:** aplicada como técnica complementaria para analizar los espacios gastronómicos existentes en El Sena, los horarios de mayor afluencia, las condiciones de los locales, la ambientación y la interacción con los clientes.

3.5.2 *Instrumentos De Recolección De Datos*

- **Cuestionario impreso y digital:** Para las encuestas estructuradas. Contenía preguntas cerradas, dicotómicas y de escala tipo Likert, diseñadas en función de los objetivos específicos del estudio.
- **Guía de entrevista:** Para las entrevistas semi-estructuradas, diseñada con preguntas abiertas que cubrían temas como turismo, cultura gastronómica, percepción de negocios innovadores, barreras para emprender y sostenibilidad.
- **Ficha de observación:** Instrumento que sirvió para registrar de manera sistemática las características físicas y operativas de los espacios gastronómicos visitados, incluyendo detalles de infraestructura, personal, flujo de clientes y estilo de atención.

La aplicación combinada de estas técnicas e instrumentos permitió un abordaje integral del fenómeno estudiado, fortaleciendo la validez de los hallazgos y la pertinencia de la propuesta del gastrobar como solución innovadora y viable en el contexto amazónico de El Sena.

CAPÍTULO IV
PROPUESTA CENTRAL

4.1 Estudio de Mercado

El estudio de mercado constituye una herramienta fundamental para evaluar la viabilidad comercial del gastrobar “El Banquito” en el municipio de El Sena. Su objetivo principal es identificar y caracterizar la demanda potencial, analizar el comportamiento del consumidor, conocer la competencia, y definir estrategias de posicionamiento y promoción que aseguren la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto.

4.1.1 *Análisis de la oferta*

El análisis de la oferta tiene como propósito evaluar la capacidad actual del mercado gastronómico en el municipio de El Sena y determinar si el gastrobar propuesto puede cubrir de manera eficiente la demanda potencial identificada en el estudio de mercado. Este apartado se enfoca en analizar la competencia local, la capacidad operativa del negocio y la comparación entre la oferta proyectada y la demanda estimada, con el fin de establecer oportunidades comerciales y valorar la viabilidad del proyecto.

4.1.1.1 **Capacidad del negocio propuesto**

El gastrobar “El Banquito” contará con una infraestructura moderna, diseñada para optimizar el flujo de atención y brindar una experiencia cómoda y atractiva para el cliente. La capacidad instalada será la siguiente:

- **Mesas y plazas:** 8 mesas medianas para 4 personas cada una (32 plazas).
- **Barra:** 6 taburetes altos (6 plazas adicionales).
- **Capacidad total simultánea:** 38 clientes.
- **Horario de funcionamiento:** de 16:00 a 00:00 horas, de martes a domingo.

De acuerdo con estudios del Observatorio Gastronómico Latinoamericano (2023), los establecimientos gastronómicos de mediana escala con aforos similares presentan una rotación promedio de 1,2 a 1,5 veces por jornada, lo cual permite estimar una atención efectiva de entre 45 y 55 clientes diarios.

- **Días de operación mensual:** 26 días.
- **Capacidad mensual estimada:** 45 a 55 clientes \times 26 días = 1.170 a 1.430 clientes al mes.
- **Capacidad anual proyectada:** 1.170 a 1.430 \times 12 meses = 14.040 a 17.160 clientes por año.

Esta capacidad operativa será utilizada como base para comparar la oferta potencial del negocio con la demanda identificada en el mercado local.

4.1.1.2 Proyección de la oferta del producto

La proyección de la oferta del gastrobar “El Banquito” se realizó con el objetivo de determinar la capacidad máxima de atención y la disponibilidad de productos durante los primeros cinco años de operación, considerando la demanda estimada, la capacidad operativa del establecimiento y la planificación estratégica de crecimiento.

4.1.1.3 Capacidad operativa del establecimiento

El gastrobar cuenta con una capacidad promedio de 50 clientes diarios, operando 26 días al mes durante los 12 meses del año. Con base en estos valores, la oferta anual máxima se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Oferta Anual} = 50 \text{ Clientes} \times 26 \text{ Días} \times 12 \text{ Meses} = 15.600 \text{ U/Año}$$

Esta cifra representa la cantidad total de servicios que el gastrobar puede ofrecer en condiciones normales de operación. Además, se proyecta un incremento progresivo de la

capacidad mediante estrategias de fidelización de clientes, rotación eficiente de mesas y ampliación de la carta gastronómica, asegurando una oferta suficiente para cubrir la demanda potencial y captar nuevos clientes.

4.1.1.4 Detalle de productos y precios promedio

El gastrobar ofrece una variedad de productos pensada para atender las preferencias del público local y la población joven del municipio, combinando platos de comida rápida, snacks, postres y bebidas. La siguiente tabla resume los productos y sus precios promedio:

Tabla 1

Menú de Productos y Precios

Producto	Descripción	Precio (Bs.)
Sándwich Cubano	Preparación de estilo tradicional con ingredientes frescos	20
Tabla mixta	Mediana	70
Tabla mixta	Grande	120
Hamburguesa	Simple	30
Hamburguesa	Mexicana	35
Hamburguesa	Hawaiiana	35
Alitas con salsas	6 unidades	45
Alitas con salsas	12 unidades	70
Alitas con salsas	18 unidades	100
Pizza	Mediana	45
Pizza	Grande	65

Tabla 2*Bebidas y Coctelería Artesanal*

Bebidas y coctelería artesanal	Tamaño	Precio (Bs.)
Cuba	1 vaso	30
Fernet	1 vaso	30
Mojito	1 vaso	30
Refrescos naturales	500 ml	5
“Fruta de Temporada”		
Refrescos naturales	1 litro	15
“Fruta de Temporada”		
Cerveza	Chop Paceña	10
Cerveza	Paceña 620 ml	20
Cerveza	Corona	20
Cerveza	Huari	25
Gaseosas	1 lt	15
Gaseosas	2 lt	20

Cada cliente puede consumir uno o varios productos por visita, lo que se refleja en la estimación de unidades ofrecidas por año. Por ejemplo, si cada cliente consume en promedio 1 plato principal y 1 bebida, la oferta diaria de cada tipo de producto se aproxima a 50 unidades de plato y 50 unidades de bebida, multiplicándose por los días y meses de operación para obtener la oferta anual.

4.1.1.5 Proyección de la oferta anual

Tomando en cuenta un crecimiento anual del 8 % en la capacidad operativa, debido a la optimización de la atención y la ampliación de productos, se obtiene la siguiente proyección de oferta anual para los cinco primeros años:

Tabla 3

Oferta Proyectada Anual

Año	Oferta proyectada (unidades/año)
2025	15.600
2026	16.848
2027	18.216
2028	19.673
2029	21.246

La proyección demuestra que el gastrobar “El Banquito” tiene capacidad suficiente para atender toda la demanda estimada, garantizando un servicio sin limitaciones y dejando margen para atender incrementos de consumo, visitas esporádicas de turistas y fidelización de clientes. Además, la oferta progresivamente creciente asegura que la capacidad productiva se mantenga alineada con el crecimiento del mercado, respaldando la viabilidad operativa y comercial del proyecto.

4.1.2 Análisis de la Competencia

El análisis de la competencia es fundamental para identificar negocios similares, evaluar sus fortalezas y debilidades, y definir estrategias competitivas que optimicen precios, calidad de servicio y sostenibilidad del proyecto (Kotler & Keller, 2016). En El Sena, la oferta gastronómica se limita a pequeños restaurantes, cafés y puestos de comida rápida, con menús

tradicionales y poca innovación. Esto genera una oportunidad para implementar un gastrobar con menús innovadores, bebidas especiales y un ambiente moderno, dirigido tanto a residentes como a turistas.

4.1.2.1 Competencia Directa e Indirecta

- **Competencia directa:** Negocios que ofrecen comidas completas, restaurantes tradicionales y comida rápida, donde los clientes buscan alimentación diaria a precios accesibles.
- **Competencia indirecta:** Bares o establecimientos con bebidas y snacks, sin especialización en gastronomía innovadora ni experiencia completa de gastrobar.

Tabla 4

Análisis de Competencia en el Municipio de El Sena

Establecimiento	Tipo de comida	Precio promedio (Bs.)	Ubicación	Horario	Fortalezas	Debilidades
Restaurante “Lo Nuestro”	Platos tradicionales	15 – 25	Zona Central	08:00 – 18:00	Precio accesible, clientela fija	Menú limitado, poca innovación
“Los Vivanderos”	Snacks, bebidas y Platos tradicionales	10 – 25	Zona Central	07:00 – 00:00	Servicio rápido, buena ubicación	Comida limitada, sin opciones completas
Coche Hamburguesera	Hamburguesas y	07 – 20	Zona Central	11:00 – 23:00	Servicio rápido,	Sin ambiente diferenciado, poca variedad

	Salchipa				buena	
	pas				ubicación	
Pollería “Pollo Gordo”	Comida	17 – 25	Zona	18:00 –	Oferta de	Sin menú
	Rápida		Central	02:00	bebidas,	innovador ni
					entretenimi	enfoque
					ento	gastronómico

El panorama competitivo de El Sena se limita a negocios tradicionales con poca innovación y experiencia del cliente. Esto genera una oportunidad para un gastrobar que ofrezca alimentos de calidad, bebidas especiales, experiencias innovadoras y un ambiente moderno, diferenciándose de la competencia. Así, el proyecto cubrirá un nicho insatisfecho y contribuirá al desarrollo gastronómico, cultural y turístico del municipio.

4.1.3 Análisis FODA

El análisis FODA es clave para evaluar factores internos y externos que afectan un proyecto (Kotler & Keller, 2016). En el gastrobar de El Sena, permite identificar recursos, capacidades y ventajas competitivas, así como riesgos y desafíos, apoyando la planificación estratégica. Considera la competencia directa (restaurantes familiares y comida rápida) e indirecta (bares y locales de bebidas), además de detectar oportunidades en tendencias de consumo y la falta de modelos innovadores en la región.

Tabla 5*Análisis FODA del Gastrobar en el Municipio de El Sena*

Oportunidades (O)	Amenaza (A)
<ul style="list-style-type: none"> • Creciente demanda de comida rápida de calidad y bebidas en espacios modernos. • Posibilidad de alianzas con proveedores locales y productores de alimentos. • Potencial de atraer turistas y clientes de municipios cercanos. • Posibilidad de implementar estrategias digitales y redes sociales para promoción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia indirecta de bares y locales de comida rápida ya establecidos. • Cambios en regulaciones locales o nacionales que afecten operación. • Limitaciones de infraestructura y transporte que pueden afectar abastecimiento. • Variaciones en el poder adquisitivo de la población local.

4.1.4 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda constituye un elemento fundamental para evaluar la viabilidad del gastrobar en el municipio de El Sena, ya que permite identificar los hábitos de consumo, las preferencias de los clientes potenciales y su disposición a pagar por los productos ofrecidos (Kotler & Keller, 2016). Para ello, se aplicó una encuesta estructurada a una muestra representativa de la población local, incluyendo residentes urbanos y comunidades rurales cercanas, con el objetivo de caracterizar el público objetivo y orientar la planificación del menú, precios y estrategias de marketing.

4.1.4.1 Identificación y Segmentación del Mercado Meta

El público objetivo del gastrobar está compuesto principalmente por jóvenes y adultos jóvenes de entre 18 y 35 años, quienes representan el 78 % de los encuestados. Este grupo es

el principal consumidor de comida rápida fuera del hogar y tiene mayor disposición a probar nuevas propuestas gastronómicas modernas.

La segmentación se realizó considerando criterios:

- **Demográficos:** Edad (18 a 35 años), género (42 % hombres, 58 % mujeres).
- **Geográficos:** Residentes urbanos y de comunidades rurales cercanas al centro del municipio.
- **Psicográficos y conductuales:** Preferencia por comida rápida frente a comida tradicional (67 %), disposición a consumir nuevas propuestas (50 % “sí”, 50 % “tal vez”), frecuencia de consumo semanal y valoración de calidad y ambiente.

Cuantificación de la Demanda

A partir de los resultados de la encuesta:

- **Frecuencia de consumo:** 25 % diario, 46 % una vez a la semana, 29 % 2-3 veces por semana.
- **Preferencia de productos:** Hamburguesas, alitas, pizzas, tablitas mixtas y bebidas (refrescos naturales 42 %, cerveza 25 %, cocteles 8 %).
- **Disposición a pagar por combo:** 46 % están dispuestos a pagar entre 31 y 45 Bs por un combo de comida.

Con base en estos datos, se estima que existe un mercado potencial constante y regular, lo que indica una demanda sólida y recurrente para el gastrobar. Esta información permite proyectar la demanda mensual y anual, considerando distintos escenarios (conservador, moderado y optimista) según la disposición y frecuencia de consumo de los clientes.

4.1.4.2 Características y Motivaciones de la Demanda

- Comportamiento del consumidor: La mayoría de los encuestados consume comida rápida al menos una vez por semana y valora principalmente la calidad de los alimentos (58 %), seguida por el precio (25 %) y atención al cliente (17 %).
- Necesidades y preferencias: Existe interés por una oferta moderna, con variedad de alimentos y un ambiente juvenil y moderno (56 %).
- Elasticidad de la demanda: La disposición a pagar muestra un rango claro, lo que permite establecer precios competitivos ajustados al valor percibido por el consumidor.

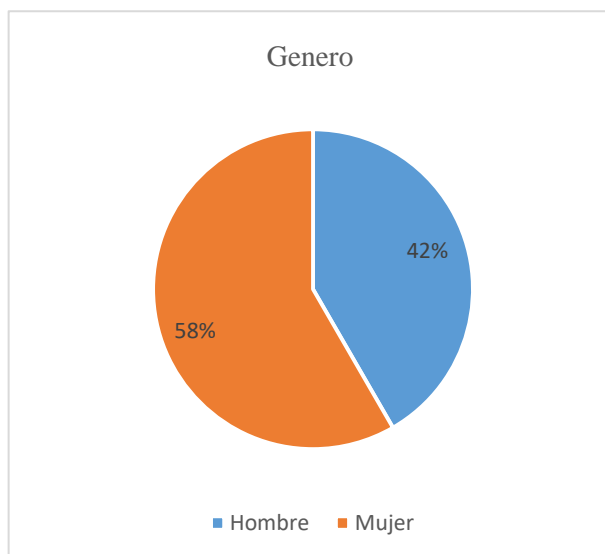
En conclusión, el análisis de la demanda confirma que existe un mercado insatisfecho y con alto potencial de consumo en el municipio de El Sena, especialmente entre jóvenes adultos, lo que respalda la viabilidad del proyecto de gastrobar orientado a comida rápida de calidad.

Tabla 6

Distribución de Encuestados por Género

Respuestas	Frecuencias	%
Hombre	50	42%
Mujer	70	58%
Total	120	100%

Nota. Elaborado a partir de encuestas aplicadas en el municipio de El Sena (2025).

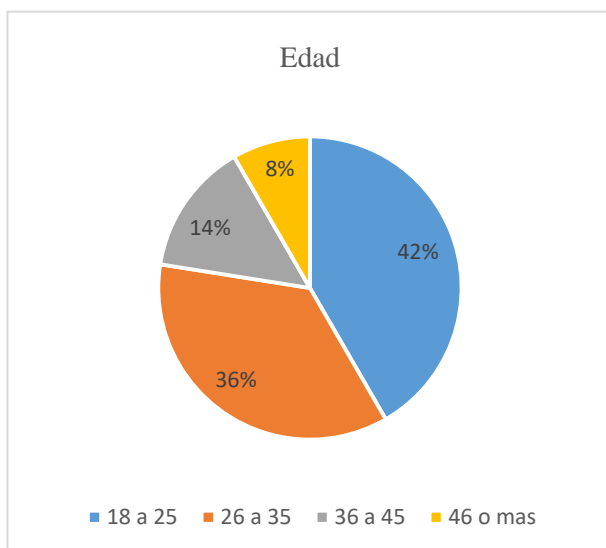
Figura 4.1*Distribución de Encuestados por Género*

“Se observa que la mayoría de los encuestados son mujeres (58 %), lo que indica que este grupo será clave en la planificación del menú y estrategias de promoción.”

Tabla 7*Distribución de Encuestados por Rango de Edad*

Respuesta	Frecuencia	%
18 a 25	50	42%
26 a 35	43	36%
36 a 45	17	14%
46 o mas	10	8%
Total	120	100%

Nota. Elaborado a partir de encuestas aplicadas en el municipio de El Sena (2025).

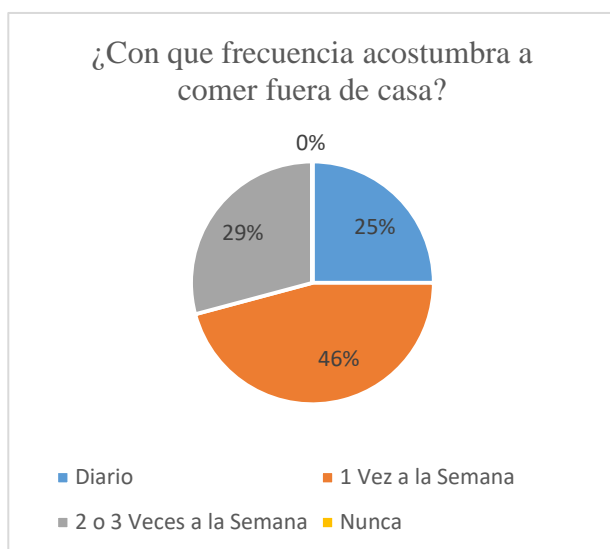
Figura 4.2*Distribución de Encuestados por Rango de Edad*

“Se observa que el grupo de 18 a 25 años representa la mayor proporción de encuestados (42 %), seguido por 26 a 35 años (36 %). Esto indica que los jóvenes y adultos jóvenes son el principal público objetivo para la oferta de comida rápida, lo cual es relevante para la planificación de menú, promociones y estrategias de marketing.”

Tabla 8*Frecuencia de Consumo de Comida Rápida*

Respuesta	Frecuencia	%
Diario	30	25%
1 vez a la Semana	55	46%
2 o 3 Veces a la Semana	35	29%
Nunca	0	0%
Total	120	100%

Nota. Elaboración a partir de encuestas aplicadas en el municipio de El Sena (2025).

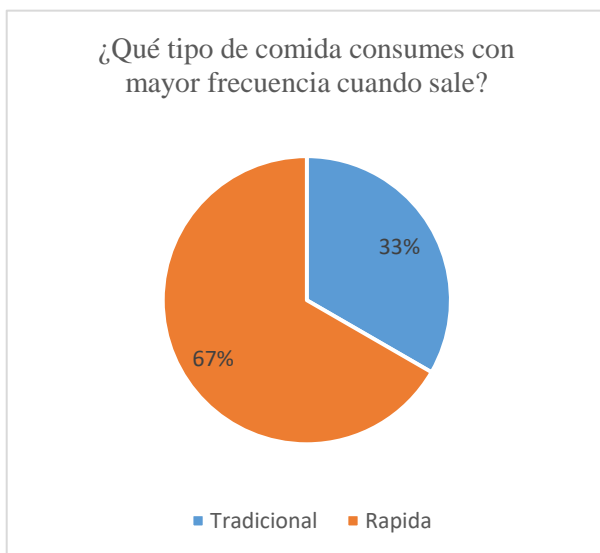
Figura 4.3*Frecuencia de Consumo de Comida Rápida*

“Se observa que la mayor parte de los encuestados consume comida rápida al menos una vez por semana (46 %), mientras que un 29 % lo hace 2 o 3 veces semanales y un 25 % diario. Esto indica que existe un mercado regular y constante para la oferta de comida rápida en el municipio, lo cual es relevante para planificar horarios de atención, promociones y cantidad de producción diaria.”

Tabla 9*Preferencia de Tipo de Comida*

Tipo de comida	Frecuencia	%
Tradicional	40	33
Rápida	80	67
Total	120	100

Nota. Elaboración a partir de encuestas aplicadas en el municipio de El Sena (2025).

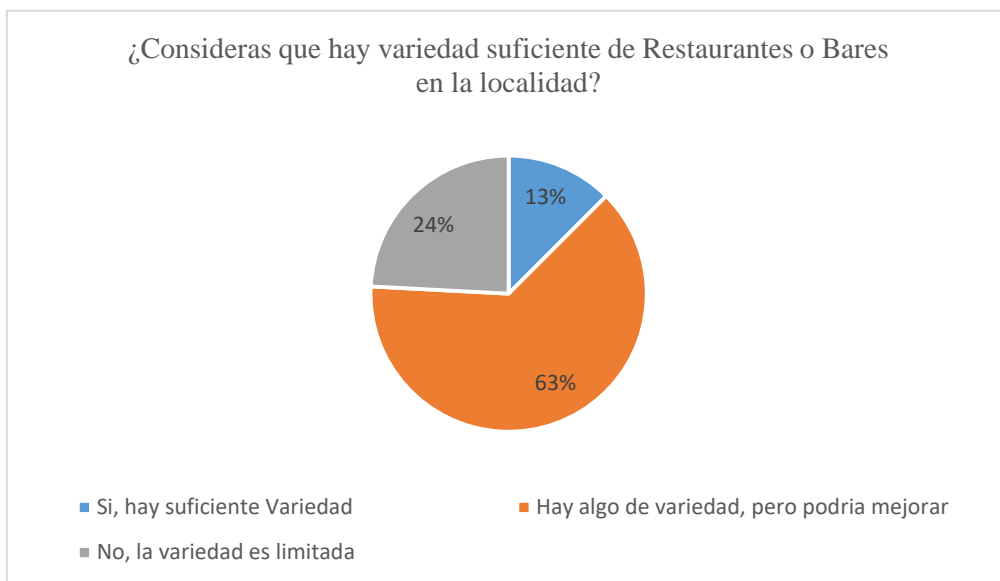
Figura 4.4*Preferencia de Tipo de Comida*

“Se observa que la mayoría de los encuestados (67 %) prefieren consumir comida rápida frente a la tradicional (33 %). Esto confirma que el proyecto de gastrobar orientado a comida rápida está alineado con las preferencias del público objetivo, lo que es fundamental para la planificación del menú y estrategias de promoción.

Tabla 10*Percepción de la Variedad de Comida Ofrecida*

Respuesta	Frecuencia	%
Sí, hay suficiente Variedad	15	13%
Hay algo de variedad, pero podría mejorar	76	63%
No, la variedad es limitada	29	24%
Total	120	100%

Nota. Elaboración a partir de encuestas aplicadas en el municipio de El Sena (2025).

Figura 4.5*Percepción de la Variedad de Comida Ofrecida*

“Se observa que la mayoría de los encuestados (63 %) considera que la variedad de comida es adecuada, pero podría mejorar, mientras que solo un 13 % opina que es suficiente y un 24 % que es limitada. Esto indica que, aunque la comida rápida es popular, existe una oportunidad de diferenciar el menú ofreciendo mayor diversidad de platos, lo cual puede atraer más clientes y mejorar la satisfacción del público objetivo.”

4.1.5 Determinación de la Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se define como la diferencia entre la demanda potencial del mercado y la capacidad máxima de atención o producción del establecimiento. Este indicador permite identificar si existe un segmento de consumidores que no puede ser atendido por limitaciones de capacidad, lo que brinda información estratégica para posibles ampliaciones, incremento de rotación de clientes o diversificación de productos.

4.1.5.1 Cálculo de la demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha, se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda Anual} - \text{Oferta Anual}$$

- Si el resultado es positivo, significa que la demanda supera la oferta y existe un mercado no atendido.
- Si el resultado es cero o negativo, significa que la oferta cubre o supera la demanda, por lo que no existe demanda insatisfecha.

Tabla 11

Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Anual	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2025	5.132	15.600	0
2026	5.235	16.848	0
2027	5.339	18.216	0
2028	5.446	19.673	0
2029	5.555	21.246	0

Durante los primeros cinco años de operación, la oferta proyectada del gastrobar supera ampliamente la demanda potencial, por lo que no se registra demanda insatisfecha, esto indica que el establecimiento tiene capacidad suficiente para atender a todos los clientes potenciales del municipio, sin riesgo de saturación ni pérdida de oportunidades de venta.

Adicionalmente, la capacidad sobrante ofrece un margen de crecimiento, permitiendo atender un mayor número de visitas por cliente, incrementar la frecuencia de consumo, ofrecer promociones o incorporar nuevos productos a la carta.

4.1.5.2 Segmentación del mercado meta

La segmentación del mercado permite identificar con precisión a los grupos de consumidores con características similares dentro del municipio de El Sena, con el fin de orientar de manera eficiente la oferta del gastrobar “El Banquito”. Esta segmentación se realizó aplicando criterios demográficos, geográficos, psicográficos, socioeconómicos y conductuales, basados en los resultados de las encuestas aplicadas a 120 personas y en la observación directa del comportamiento de consumo en la zona.

Tabla 12

Segmentación del Mercado Meta del Gastrobar

Criterio	Segmento	Características
Demográfico	Jóvenes y adultos (18–40 años)	Personas solteras, parejas o grupos de amigos con hábitos de socialización frecuentes; buscan lugares modernos para compartir.
Geográfico	Zona urbana del municipio de El Sena	Mayor concentración de población, acceso a servicios, y presencia de actividades comerciales y recreativas.
Socioeconómico	Nivel medio y medio-bajo	Ingresos mensuales entre Bs. 1.500 y Bs. 3.000; prefieren precios accesibles, pero valoran la calidad y la atención del servicio.

Psicográfico	Consumidores modernos y sociables	Buscan experiencias gastronómicas diferentes, ambientes agradables y una oferta que combine comida, música y entretenimiento.
Conductual	Asistentes frecuentes a locales gastronómicos	Acude al menos una o dos veces por semana a bares, restaurantes o cafeterías; buscan relajarse y compartir con amigos o familiares.

El análisis de segmentación revela que los jóvenes adultos de El Sena conforman un mercado con alto potencial de consumo y fidelización, debido a la limitada oferta de espacios modernos. El gastrobar “El Banquito” busca atender sus necesidades de socialización y disfrute gastronómico mediante un ambiente temático, moderno y accesible. De esta manera, el proyecto aspira a posicionarse como un referente local de innovación y sostenibilidad en la oferta gastronómica.

4.1.6 Proyección de oferta y demanda

La proyección de la demanda y la oferta del gastrobar “El Banquito” se realizó para un horizonte de cinco años (2025–2029), considerando tanto el crecimiento poblacional del municipio como la evolución de la capacidad operativa del establecimiento. Se asumió un crecimiento poblacional promedio anual del 2,0 %, tomando como base la población estimada del municipio para 2025, así como un porcentaje de consumidores potenciales del 50 %, calculado a partir de las encuestas aplicadas a los residentes locales.

Tabla 13

Proyección de Oferta y Demanda

Año	Población Estimada	% Consumidores Potenciales	Demanda Anual	Oferta Proyectoada
------------	---------------------------	-----------------------------------	----------------------	---------------------------

2025	10.264	50%	5132	15600
2026	10469	50%	5235	15600
2027	10679	50%	5339	15600
2028	10892	50%	5446	15600
2029	11110	50%	5555	15600

Durante el período 2025–2029, se observa que la oferta proyectada del gastrobar (15.600 unidades/año) supera ampliamente la demanda anual estimada, que varía entre 5.132 y 5.555 unidades en los cinco años analizados. Esto indica que el establecimiento cuenta con capacidad suficiente para cubrir toda la demanda potencial del mercado local, sin riesgo de saturación ni limitación de atención a los clientes.

El hecho de que la oferta sea aproximadamente tres veces mayor que la demanda refleja un escenario favorable para la operación del gastrobar, ya que garantiza:

- La posibilidad de atender a todos los consumidores potenciales sin esperas ni limitaciones.
- Un margen para la rotación adicional de clientes o incremento de la demanda futura, por ejemplo, mediante promociones, fidelización o eventos especiales.
- Flexibilidad operativa para aumentar la frecuencia de consumo o atender visitas ocasionales de turistas y visitantes externos.

4.1.7 Mix Marketing

El diseño estratégico del gastrobar se sustenta en el modelo ampliado de las 7P del marketing (Kotler & Keller, 2016), que permite alinear producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y evidencia física en torno a una experiencia gastronómica moderna y

social. Estas estrategias se han diseñado considerando el contexto socioeconómico de El Sena y los resultados del estudio de mercado.

Tabla 14

Mix de Marketing (7P) del Gastrobar

1. Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un menú innovador de comida rápida de alta calidad, integrando platos modernos como hamburguesas artesanales, tablitas mixtas, pizzas y alitas, elaborados con insumos frescos y productos amazónicos locales (asaí, copoazú, castaña, entre otros). • Incorporar una línea de coctelería de autor, destacando sabores naturales y refrescantes que reflejen la identidad amazónica, acompañados de bebidas sin alcohol elaboradas con frutas de temporada. • Implementar menús temáticos y estacionales, con promociones especiales en festividades locales, feriados y eventos culturales, manteniendo la novedad del menú y fidelizando a los clientes. • Ofrecer experiencias gastronómicas personalizables y sociales, como bandejas compartidas, combos familiares y opciones personalizadas de platos y bebidas, fortaleciendo la experiencia de consumo.
--------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar una estrategia de precios accesibles y competitivos, manteniendo un margen bruto del 65–70 %, acorde con los estándares del sector gastronómico boliviano (INE, 2024). ▪ Implementar precios psicológicos terminados en “.90” para reforzar la percepción de valor y estimular la compra por impulso.
--	--

2. Precio

- Desarrollar promociones segmentadas, ofreciendo descuentos a grupos, estudiantes, cumpleaños, fechas especiales y reservas anticipadas.

- Crear combos promocionales y ofertas limitadas por tiempo, con el objetivo de incentivar la repetición de consumo y aumentar la rotación de clientes.

- ✚ Aprovechar la ubicación estratégica en la plaza principal del municipio de El Sena, garantizando visibilidad, accesibilidad y un flujo constante de clientes locales y visitantes.

- ✚ Desarrollar canales digitales de reserva y venta, a través de WhatsApp Business, Instagram y Facebook, facilitando los pedidos y la atención personalizada.

- ✚ Establecer alianzas estratégicas con hoteles, agencias de turismo y transportistas locales, permitiendo captar turistas y visitantes que llegan al municipio.

3. Plaza

- ✚ Evaluar la posibilidad futura de implementar servicio a domicilio o retiro en el local (take away) para ampliar la cobertura y comodidad del cliente.

- Ejecutar una campaña de lanzamiento con degustaciones gratuitas, sorteos y presencia en ferias municipales y eventos culturales para dar a conocer la marca.

- Aplicar una estrategia de marketing digital y de contenido, utilizando videos, reels y fotografías profesionales para difundir los platos, bebidas y la experiencia del local en redes como TikTok, Instagram y Facebook.

- Implementar un programa de fidelización, mediante tarjetas de cliente frecuente o códigos digitales, ofreciendo beneficios acumulativos por consumo.

4. Promoción

- Colaborar con influencers locales, líderes comunitarios y emprendedores del municipio, fomentando la promoción orgánica del gastrobar.

➤ Desarrollar actividades experienciales como noches temáticas, eventos musicales, catas de cocteles y talleres gastronómicos, generando valor agregado y reforzando la identidad de marca.

❖ Contratar preferentemente a jóvenes y mujeres del municipio de El Sena, promoviendo la inclusión laboral y la generación de empleo local.

❖ Brindar capacitaciones periódicas en atención al cliente, hospitalidad, coctelería, manipulación de alimentos y marketing experiencial, garantizando un servicio de alta calidad.

❖ Implementar un programa de incentivos laborales, reconociendo el desempeño, la puntualidad y la proactividad del personal.

5. Personas

❖ Fomentar un ambiente laboral positivo basado en trabajo en equipo, comunicación asertiva y compromiso con la identidad amazónica del gastrobar.

○ Estandarizar todos los procesos de cocina, barra y atención al cliente, mediante manuales operativos que aseguren eficiencia y consistencia en el servicio.

○ Cumplir con los protocolos de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y las normas de inocuidad alimentaria del SENASAG (2022) para garantizar la calidad del producto.

6. Proceso

○ Implementar un sistema POS digitalizado para el control de ventas, inventarios y estadísticas de consumo en tiempo real, mejorando la gestión administrativa.

○ Evaluar periódicamente los tiempos de atención y satisfacción del cliente, aplicando estrategias de mejora continua.

✓ Diseñar una ambientación temática amazónica-colonial, con murales representativos, decoración artesanal, iluminación

cálida y mobiliario de madera local, creando una experiencia sensorial auténtica.

- ✓ Presentar los platos y bebidas con vajilla artesanal y cristalería distintiva, resaltando la estética visual y la identidad del lugar.

7. Evidencia Física

- ✓ Implementar uniformes temáticos para el personal y señalización interna con el logotipo del gastrobar, reforzando la identidad de marca.

- ✓ Organizar eventos culturales y gastronómicos (música en vivo, exposiciones, degustaciones), fortaleciendo la imagen del gastrobar como un espacio moderno y sociocultural.

Con estas estrategias, el gastrobar “El Banquito” busca posicionarse como un referente de innovación gastronómica y social en El Sena, ofreciendo una experiencia integral que combina calidad de producto, atención al cliente, innovación y sostenibilidad.

4.1.7.1 Conclusiones del Estudio de Mercado

El estudio de mercado identificó una demanda insatisfecha en El Sena: 67 % considera limitada la oferta actual y 82 % muestra interés en un gastrobar con comida rápida de calidad e identidad amazónica. El segmento principal son jóvenes de 18 a 35 años, con hábitos frecuentes de consumo y disposición a pagar precios competitivos. La limitada competencia local otorga al gastrobar “El Banquito” ventaja estratégica, confirmando su viabilidad comercial y su potencial para dinamizar la economía, generar empleo juvenil y fortalecer la identidad gastronómica amazónica.

4.2 Estudio Organizacional y Legal

El estudio organizacional y legal permite establecer la estructura del gastrobar “El Banquito”, asegurando que cada puesto tenga funciones claras y que el establecimiento cumpla con la normativa legal vigente. Esto favorece la eficiencia operativa, la responsabilidad social y la sostenibilidad del negocio.

4.2.1 Misión

Ofrecer una experiencia gastronómica innovadora que combine comida rápida de alta calidad, coctelería artesanal e identidad amazónica, en un ambiente moderno y acogedor. El gastrobar “El Banquito” busca satisfacer las necesidades de ocio y alimentación de los habitantes y visitantes del municipio de El Sena, promoviendo el empleo local, la sostenibilidad ambiental y el desarrollo social de la región.

4.2.2 Visión

Consolidarse en el mediano plazo como el referente gastronómico y cultural del norte amazónico boliviano, reconocido por su calidad, innovación, responsabilidad social y compromiso con la preservación de la identidad amazónica. Ser un modelo de emprendimiento formal y sostenible que impulse el turismo local y la economía del municipio de El Sena.

4.2.3 Principios Organizacionales

- **Calidad y excelencia:** garantizar productos frescos, servicio eficiente y atención cordial en todas las etapas del proceso.

- **Identidad amazónica:** revalorizar los ingredientes, sabores y tradiciones culinarias locales en una propuesta moderna.
- **Sostenibilidad:** aplicar prácticas responsables en el uso de recursos, manejo de residuos y reducción de plásticos.
- **Inclusión y empleo local:** priorizar la contratación y capacitación de jóvenes y mujeres del municipio.
- **Innovación:** promover la creatividad en el menú, la coctelería y la ambientación del local.
- **Responsabilidad social:** contribuir al bienestar de la comunidad y fortalecer el turismo responsable en El Sena.
- **Trabajo en equipo:** fomentar la comunicación, el respeto y la colaboración entre todo el personal.

4.2.4 *Registro Legal*

Para que el gastrobar opere de manera formal y segura, se requiere cumplir con los siguientes registros y requisitos legales:

Tabla 15

Registro Legal

1.- Registro en el Código de Comercio de Bolivia (1977):	<ul style="list-style-type: none"> • Inscripción del gastrobar como unidad económica formal en el Registro de Comercio. • Obtención del Número de Identificación Tributaria (NIT) para efectos fiscales.
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Registro contable conforme a la normativa vigente, asegurando transparencia en la gestión financiera.
	<hr/> <ul style="list-style-type: none"> ○ Solicitud y aprobación ante el Gobierno Autónomo Municipal de El Sena.
2.- Licencia de Funcionamiento Municipal:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Cumplimiento de los requisitos de infraestructura, salidas de emergencia, accesibilidad, y condiciones mínimas de higiene y seguridad. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprobación de la cocina, áreas de preparación y servicio según normas de inocuidad alimentaria. ▪ Cumplimiento de protocolos de higiene, manipulación de alimentos y almacenamiento seguro de insumos.
3.- Registro en el SENASAG (2022):	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Contratación formal del personal, respetando derechos laborales, jornadas, remuneraciones y beneficios sociales.
4.- Cumplimiento de la Ley General del Trabajo (1942):	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Capacitación continua en seguridad laboral e higiene alimentaria.
5.- Normas Medioambientales y de Turismo:	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aplicación de la Ley N.º 1333 de Medio Ambiente (1992) para gestión de residuos, eficiencia en el uso de recursos y reducción de impactos ambientales. ❖ Cumplimiento de la Ley N.º 292 General de Turismo (2012) para fomentar prácticas sostenibles y promover la identidad cultural local.

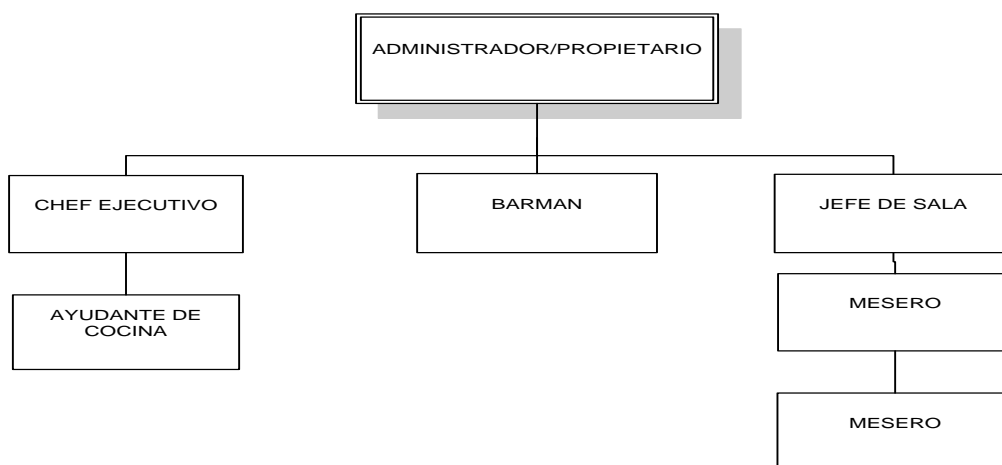
El cumplimiento de estos requisitos legales garantiza que el gastrobar funcione bajo un marco jurídico sólido, generando confianza en los clientes y la comunidad.

4.2.5 Organigrama

Para garantizar una adecuada gestión y distribución de funciones, se propone la siguiente estructura organizacional del gastrobar. Este organigrama refleja la jerarquía y coordinación entre las diferentes áreas.

Figura 4.6

Organigrama



4.2.6 Manual de Funciones

El Manual de Funciones constituye un instrumento administrativo que describe de manera detallada las responsabilidades, deberes, nivel de autoridad y relaciones jerárquicas de cada puesto dentro del gastrobar. Este manual permite una adecuada gestión del personal, evita duplicidad de funciones y conflictos internos, y asegura la eficiencia operativa del negocio. Además, facilita la evaluación del desempeño y orienta la capacitación y desarrollo de los colaboradores (Chiavenato, 2017).

De acuerdo con el organigrama propuesto en la Figura 5.1, se establecen las funciones principales de cada puesto:

Tabla 16

Manual de Funciones

Puesto	Funciones Principales
Administrador/ Propietario	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar y dirigir todas las operaciones del gastrobar, garantizando el cumplimiento de los objetivos estratégicos y financieros. • Tomar decisiones sobre planificación, control de recursos, presupuesto e inversiones. • Coordinar las áreas de cocina, barra y sala, asegurando su correcta operación. • Gestionar proveedores, compras e inventarios, supervisando ingresos y egresos.
Chef Ejecutivo	<ul style="list-style-type: none"> ○ Planificar, elaborar y supervisar el menú, asegurando la calidad y presentación de los alimentos. ○ Coordinar y supervisar las actividades del personal de cocina, delegando funciones al Ayudante de Cocina. ○ Garantizar el cumplimiento de normas de higiene y seguridad alimentaria. ○ Participar en la selección, capacitación y evaluación del personal de cocina.
Ayudante de Cocina	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoyar en la preparación de alimentos y mise en place. ▪ Mantener limpieza y orden en la cocina. ▪ Seguir las instrucciones del Chef Ejecutivo para la correcta elaboración de los platillos. ▪ Controlar la adecuada conservación de insumos y utensilios. <p>🍹 Preparar y servir bebidas conforme a los estándares de calidad del gastrobar.</p>

Barman	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Mantener actualizado el inventario de licores y utensilios de barra. ✚ Atender a los clientes en la barra con cortesía y profesionalismo. ✚ Coordinar con el Jefe de Sala pedidos especiales y disponibilidad de bebidas para eventos.
Jefe de Sala	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Supervisar al personal de sala (meseros) y coordinar la atención al cliente. ❖ Organizar la disposición de mesas, reservas y servicio del salón. ❖ Garantizar la calidad del servicio y el cumplimiento de las normas del gastrobar. ❖ Reportar al Administrador cualquier incidencia o necesidad operativa del área de servicio.
Mesero	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atender a los clientes de manera cordial, eficiente y profesional. ➤ Tomar pedidos, entregar alimentos y bebidas, y verificar la satisfacción del cliente. ➤ Mantener limpieza y orden en su área de trabajo. ➤ Colaborar con el Jefe de Sala en la organización del servicio y reportar cualquier inconveniente

La tabla presentada resume las principales responsabilidades de cada puesto dentro del gastrobar, de acuerdo con la estructura organizacional definida en el organigrama. Cada función ha sido cuidadosamente definida para garantizar una operación eficiente, una clara asignación de responsabilidades y una correcta coordinación entre las áreas de cocina, barra y sala.

4.2.7 Modalidad De Contratación Y Condiciones Laborales Del Personal

La contratación del personal del gastrobar se realizará conforme a la Ley General del Trabajo de Bolivia y las disposiciones del Ministerio de Trabajo, garantizando empleo formal y con beneficios sociales. Se dará prioridad a la contratación de jóvenes y mujeres del

municipio de El Sena, promoviendo la inclusión laboral local. Además, se desarrollará un programa de capacitación en manipulación de alimentos, atención al cliente y seguridad ocupacional para asegurar un servicio de calidad y una gestión responsable.

Tabla 17

Modalidad De Contratación Y Condiciones Laborales Del Personal

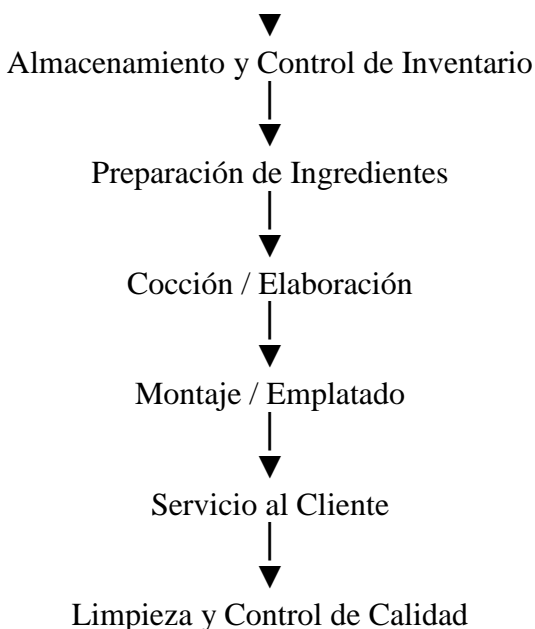
Cargo	Cantidad	Tipo de contrato	Jornada	Beneficios incluidos	Sueldo
Chef principal	1	Plazo fijo (1 año)	Tiempo completo	Sueldo mensual, seguro de salud (Caja), AFP, vacaciones, aguinaldo	3,200
Ayudante cocina	1	Plazo fijo (1 año)	Tiempo completo	Pago proporcional, afiliación a la Caja y AFP, bono de puntualidad	2,750
Bartender	1	Contrato a prueba (3 meses, renovable a fijo)	Tiempo completo	Salario base, capacitación continua, posibilidad de contrato indefinido	3,200
Meseros(as)	2	Eventual renovable	Tiempo parcial	Pago mensual, bono por desempeño, afiliación a la Caja	2,750
Encargado general	1	Contrato fijo	Tiempo completo	Salario, estabilidad laboral, beneficios sociales, responsabilidades administrativas	3,200

4.2.8 Proceso de Producción

El proceso de producción del gastrobar se centra en la preparación de alimentos y bebidas de alta calidad, asegurando frescura, sabor y presentación atractiva para los clientes.

Recepción de Insumos

|



4.2.8.1 Determinación del Proceso Productivo

El proceso productivo del Gastrobar “El Banquito” detalla las operaciones desde la recepción de insumos hasta la entrega al cliente, asegurando eficiencia, calidad y cumplimiento de normas de higiene según SENASAG. Combina métodos tradicionales con técnicas modernas de preparación rápida, garantizando productos con sabor distintivo y presentación atractiva, alineados con la identidad amazónica de El Sena.

Tabla 18

Determinación del Proceso Productivo

1.- Recepción de Insumos	<ul style="list-style-type: none"> En esta etapa se reciben los insumos provenientes de proveedores locales y regionales. Se verifica la calidad, frescura, peso y fecha de vencimiento de los productos. Solo se aceptan aquellos que cumplan con los estándares establecidos. El encargado de cocina realiza el control de recepción y registra los datos en el formato de control de inventario diario. Esta verificación garantiza que los productos perecederos ingresen en condiciones adecuadas de conservación.
	Una vez verificados los insumos, se procede a su clasificación y almacenamiento de acuerdo con sus características.

2.- Almacenamiento y control de inventario	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los productos perecederos (carnes, embutidos, verduras, frutas) se conservan en refrigeración a temperaturas entre 2 °C y 5 °C. ✓ Los productos secos (harinas, condimentos, bebidas embotelladas) se almacenan en un área ventilada, protegida de humedad y plagas. ✓ Se aplica el sistema PEPS (Primero en Entrar, Primero en Salir) para evitar pérdidas por vencimiento.
3.- Preparación de ingredientes	<p>El responsable de cocina realiza revisiones diarias de existencias, asegurando un control eficiente del inventario.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ En esta fase se lleva a cabo la limpieza, corte, marinado y porcionado de los alimentos según las recetas estandarizadas del gastrobar. ○ El personal utiliza utensilios y tablas diferenciadas para cada tipo de producto, evitando la contaminación cruzada. ○ Las porciones se preparan con base en la proyección diaria de ventas, lo que permite optimizar el uso de insumos y reducir el desperdicio. <p>Esta etapa corresponde a la transformación directa de los alimentos, empleando diferentes métodos de cocción según el tipo de producto.</p>
4.- Cocción / Elaboración	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Las hamburguesas y sándwiches se preparan a la plancha. ❖ Los acompañamientos (papas fritas, alitas, etc.) se elaboran en freidoras eléctricas con control de temperatura. ❖ Los panes se tuestan al momento del pedido para mantener su textura. ❖ Las bebidas naturales se elaboran con frutas frescas utilizando licuadoras y extractores. ❖ Cada preparación sigue un tiempo estándar y control de temperatura, asegurando uniformidad en sabor y textura. <p>Durante la cocción, el jefe de cocina supervisa el cumplimiento de las normas de higiene, manipulación y presentación de los alimentos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Una vez listos los productos, se realiza el montaje final o emplatado, cuidando la presentación visual y temperatura adecuada. Los

5.- Montaje / Emplatado	platos se decoran de forma sencilla pero atractiva, destacando los colores naturales de los ingredientes amazónicos.
	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Este detalle es fundamental, ya que refuerza la imagen del gastrobar como un espacio moderno, innovador y de alta calidad culinaria. ▪ El personal de atención se encarga de entregar los pedidos a las mesas o en barra, asegurando rapidez y cortesía.
6.- Servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El servicio se realiza bajo el principio de “atención personalizada”, donde cada cliente recibe acompañamiento y recomendaciones del menú o bebidas, asimismo, se lleva un control del tiempo de entrega, procurando que los platos sean servidos en un promedio de 10 a 15 minutos después de realizados los pedidos. <p>Después de cada turno, el personal realiza la limpieza de equipos, utensilios y superficies de trabajo con productos desinfectantes certificados.</p>
7.- Limpieza y control de calidad	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Se lleva a cabo un control de calidad final, que incluye: ❖ Revisión de insumos remanentes. ❖ Verificación de higiene general del área. ❖ Eliminación de residuos sólidos según las normas municipales. <p>El proceso asegura la inocuidad alimentaria y el cumplimiento de estándares de salubridad. Su definición y estructura garantizan eficiencia, control de calidad y satisfacción del cliente. La aplicación de procedimientos estandarizados, capacitación del personal y uso de insumos locales permitirá ofrecer productos frescos, de calidad y con identidad amazónica, contribuyendo a la sostenibilidad económica y reputacional del gastrobar.</p>

4.3 Estudio Técnico

El Estudio Técnico tiene como finalidad determinar los requerimientos físicos, humanos y tecnológicos necesarios para la correcta operación del gastrobar, asegurando la eficiencia en la producción y la satisfacción del cliente. Este análisis permite proyectar las

necesidades de inversión, planificar los procesos y garantizar la viabilidad operativa del negocio.

4.3.1 Localización del Proyecto

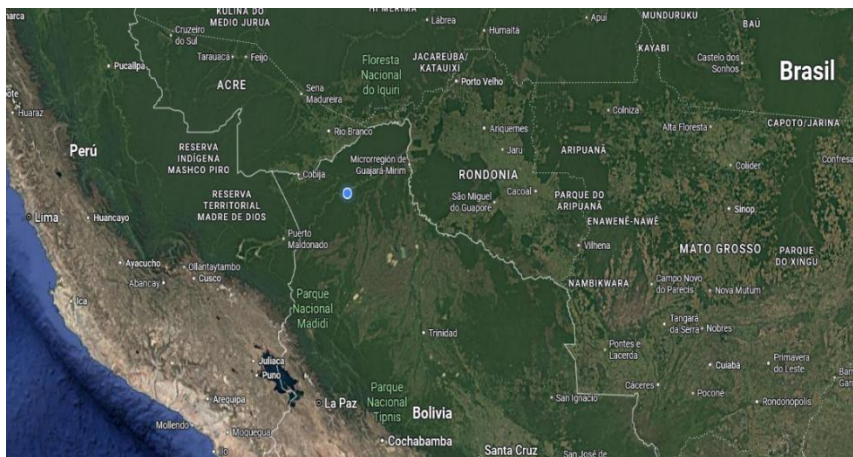
La localización de un proyecto es un factor estratégico que determina su viabilidad comercial, técnica y operativa, ya que influye directamente en la accesibilidad de los clientes, la cobertura del mercado y la eficiencia de las operaciones. Para el gastrobar “El Banquito”, la ubicación se seleccionó considerando la demanda proyectada, la concentración poblacional, la accesibilidad y los servicios disponibles en el municipio de El Sena, departamento de Pando

4.3.1.1 Macro Localización

La localización de la implementación del proyecto se centrará en el Departamento de Pando:

Figura 4.7

Macro Localización



Fuente: Elaboración Propia (2025)

El Sena se ubica en la parte occidental de la Provincia Madre de Dios. Se localiza a aproximadamente 95 km de la ciudad de Cobija, con la cual se conecta a través de la carretera troncal y rutas secundarias de acceso terrestre, además de contar con importantes vías fluviales. Su topografía es predominantemente plana, característica de la llanura Amazónica. Cuenta con un clima tropical húmedo y cálido.

El municipio limita al Este con el Departamento del Beni, al Sur con el Departamento de La Paz, al Norte con el Municipio de Filadelfia y al Oeste con el Municipio de Puerto Rico, lo que subraya su posición clave en el nudo vial y fluvial de la región.

4.3.2 *Tamaño del proyecto*

El proyecto se desarrollará en un local alquilado, estratégicamente ubicado en la zona céntrica del municipio de El Sena, lo cual refuerza su pertinencia comercial y social. El espacio cuenta con una superficie aproximada de 900 m², distribuida de manera funcional para las operaciones de un establecimiento gastronómico de tamaño mediano.

El local dispondrá de las siguientes áreas:

- **Salón de atención al cliente:** con capacidad inicial para 50 comensales, ambientado bajo un concepto moderno y temático.
- **Área de cocina y barra de preparación:** adecuadamente equipada para la elaboración y despacho eficiente de los alimentos y bebidas.
- **Baños y servicios sanitarios:** diferenciados por género, cumpliendo normas de higiene y accesibilidad.
- **Depósito de insumos y materiales:** para almacenamiento de productos secos y perecederos.

- **Oficina administrativa y caja:** destinada a la gestión y control operativo del negocio.

Técnicamente el local cuenta con buena accesibilidad, distribución adecuada y servicios básicos como electricidad, agua, alcantarillado y telecomunicaciones, garantizando un desempeño eficiente. Cumple con los lineamientos del SENASAG (2022) en infraestructura, higiene y seguridad alimentaria. Su ubicación estratégica y conformidad con estas normas fortalecen la viabilidad técnica y sanitaria del proyecto, asegurando operaciones seguras, rentables y sostenibles.

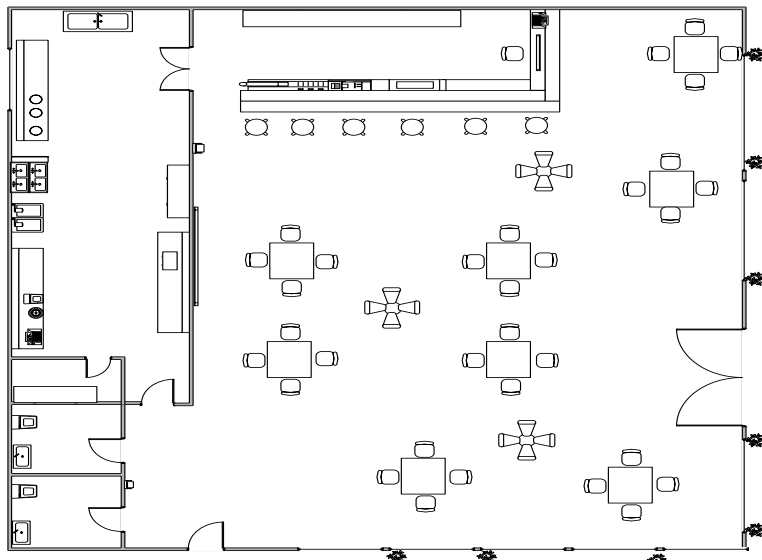
4.3.3 Distribución Física de la Empresa

La distribución física del gastrobar es un elemento clave para garantizar la eficiencia operativa, seguridad del personal, confort del cliente y cumplimiento de normativas sanitarias. En el caso del gastrobar “El Banquito”, la planificación del Lay Out se realizó tomando en cuenta:

- **Flujo de clientes y personal:** garantizar que las zonas de atención, cocina y áreas complementarias estén conectadas de manera óptima.
- **Seguridad e higiene:** cumplir con los estándares establecidos por el SENASAG (2022) para establecimientos gastronómicos.
- **Comodidad y experiencia del cliente:** permitir que los comensales se desplacen libremente y disfruten del ambiente temático del gastrobar

Figura 4.9

Distribución Física de la Empresa



4.3.4 Tecnología y Capacidad Instalada

La tecnología y la capacidad instalada del gastrobar “El Banquito” constituyen elementos fundamentales para garantizar la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la sostenibilidad del proyecto. Este apartado evalúa los recursos tecnológicos, el equipamiento, la infraestructura física y la capacidad productiva necesaria para atender la demanda proyectada durante los primeros cinco años de funcionamiento.

4.3.4.1 Tecnología requerida

El gastrobar operará bajo un enfoque moderno, eficiente y alineado a los estándares actuales del sector gastronómico. La tecnología seleccionada se organiza en seis áreas fundamentales cocina, área de preparación, barra y bebidas, servicio, higiene y administración permitiendo optimizar los procesos productivos, garantizar la inocuidad alimentaria, mejorar la experiencia del cliente y asegurar una operación continua y eficiente:

a) Tecnología de cocina y producción

El área de cocina caliente constituye el núcleo productivo del gastrobar, donde se preparan los platos principales del menú hamburguesas, pizzas, alitas y tablitas mixtas. Para ello, se empleará equipamiento industrial eficiente y conforme a las normas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM):

Tabla 19

Tecnología de Cocina

-
- Cocina industrial a gas.
-
- Plancha profesional para hamburguesas.
 - Freidora eléctrica de alto rendimiento.
 - Horno pizzero especializado.
 - Refrigerador y congelador para la conservación de cárnicos, vegetales y salsas.
 - Extractor industrial de grasa y humo para garantizar ventilación adecuada.
 - Utensilios de acero inoxidable, cuchillería profesional y recipientes gastronómicos.
 - Esta tecnología permite mantener tiempos óptimos de cocción, asegurar la inocuidad
-

Esta tecnología permite mantener tiempos óptimos de cocción, asegurar la inocuidad

alimentaria y sostener una producción continua durante las horas de mayor demanda, evitando cuellos de botella en el servicio.

b) Tecnología para el área de preparación (mise en place)

El área de preparación respalda la eficiencia operativa mediante la elaboración previa de salsas, aderezos, guarniciones y cortes, indispensables para agilizar la producción en cocina. El equipamiento principal incluye:

Tabla 20*Tecnología Para el Área de Preparación*

-
- Tablas de picado y cuchillos profesionales.
-
- Licuadora de uso intensivo.
 - Balanza digital para control de porciones.
 - Recipientes plásticos para almacenamiento organizado.
 - Pinzas, batidores y utensilios auxiliares.
-

Este equipamiento asegura precisión en las porciones, estandarización de recetas y orden en los procesos, contribuyendo a reducir desperdicios y mejorar la calidad del producto final.

c) Tecnología para la barra y coctelería

La barra constituye un área de valor agregado dentro de la experiencia del gastrobar, orientada a coctelería artesanal y bebidas naturales. Requiere equipamiento específico para garantizar uniformidad y eficiencia:

Tabla 21*Tecnología Para la Barra*

-
- Coctelera (shakers) de aluminio profesional.
-
- Exprimidor manual y eléctrico para frutas tropicales.
 - Dispensador de cerveza y refrigerador pequeño para bebidas.
 - Cristalería especializada, vasos de coctelería, copas y jarras medidoras.
 - Mezcladores, cucharillas, dosificadores y utensilios de barra.
-

Con esta tecnología, la preparación de mojitos, cubas, fernet, cervezas frías y refrescos naturales se realiza con rapidez y consistencia, fortaleciendo la percepción de calidad y la experiencia del cliente.

d) Tecnología para el área de servicio

El área de servicio es responsable de la entrega del producto al cliente, por lo que requiere equipamiento funcional, resistente y adecuado al aforo del establecimiento:

Tabla 22

Tecnología Para el Área de Servicio

-
- Mesas y sillas para 38 plazas.
-
- Bandejas de servicio.
 - Platos, cubiertos, portavasos y servilleteros.
 - Menaje resistente al uso continuo.
-

Esta tecnología permite mantener un servicio fluido, ordenado y coherente con la ambientación del gastrobar, mejorando la experiencia del usuario y facilitando el trabajo del personal.

e) Tecnología de higiene y limpieza

El cumplimiento de normas sanitarias exige la implementación de equipamiento adecuado para asegurar la inocuidad en cocina y sala:

Tabla 23

Tecnología de Higiene

-
- Fregadero doble para lavado de utensilios.
-
- Escurridor profesional.
 - Basureros diferenciados para residuos orgánicos e inorgánicos.
 - Detergentes, desinfectantes, cepillos, trapos y guantes de limpieza.
-

Esta tecnología reduce riesgos de contaminación cruzada, mantiene los estándares exigidos por el SENASAG (2022) y asegura condiciones óptimas para la operación diaria.

f) Tecnología administrativa y de control

La gestión del gastrobar se apoya en herramientas tecnológicas que permiten monitorear ventas, inventarios y operaciones administrativas con precisión:

Tabla 24

Tecnología administrativa

-
- Sistema POS digital para registro y control de ventas.
-
- Caja registradora.
 - Computadora para administración, reportes y manejo de inventarios.
 - Archivador y herramientas contables básicas (calculadora).
 - Terminal de pago QR/billeteras móviles.
-

Estas tecnologías agilizan los procesos administrativos, reducen errores, facilitan la toma de decisiones y permiten un flujo financiero transparente y eficiente.

4.3.5 Conclusión del Estudio Técnico

El Estudio Técnico demuestra que la implementación del gastrobar “El Banquito” es viable desde el punto de vista operativo, productivo y logístico. El análisis de los recursos tecnológicos, la capacidad instalada, la distribución de áreas y los procesos productivos evidencia que el proyecto cuenta con las condiciones necesarias para funcionar de manera eficiente y sostenible en el municipio de El Sena.

La infraestructura propuesta permite una adecuada organización del espacio, favoreciendo el flujo de trabajo entre cocina, barra, área de preparación y servicio, mientras que la tecnología seleccionada distribuida en seis áreas estratégicas garantiza la optimización de procesos, el cumplimiento de normas de inocuidad alimentaria y la estandarización en la elaboración de productos. Asimismo, la capacidad instalada estimada demuestra que el

gastrobar puede atender la demanda actual y proyectada, manteniendo un margen operativo favorable.

4.4 Estudio Económico-Financiero

El capítulo presenta el Estudio Económico-Financiero y la Evaluación del Gastrobar “El Banquito”, para determinar su viabilidad, rentabilidad y sostenibilidad en El Sena. Se proyectan costos, ingresos, inversiones y flujos de caja, estimando la inversión inicial en infraestructura, mobiliario, equipamiento y capital de trabajo. La evaluación financiera considera indicadores como VAN, TIR, PRI y B/C. El estudio concluye que el gastrobar es técnica, comercial y económicamente viable, contribuyendo al desarrollo local, generación de empleo y fortalecimiento de la identidad amazónica.

4.5 Inversión Inicial

La inversión inicial representa los recursos financieros necesarios para poner en marcha el gastrobar “El Banquito”, considerando la adecuación del local alquilado, la adquisición de mobiliario y equipos, insumos, capital de trabajo y gastos preliminares. Este cálculo permite planificar el financiamiento y garantizar la viabilidad financiera del proyecto.

Tabla 25

Inversión Inicial

Concepto	Monto estimado (Bs.)
Adecuación del local	20,000
Depósito y pago inicial de alquiler	8,000
Maquinaria y equipos	20,550

Muebles y enseres	17,600
Equipo de computación	6,500
Equipos de apoyo y seguridad	3,650
Insumos y materia prima inicial	10,200
Capital de trabajo	27,000
Gastos preliminares y permisos	10,000
Subtotal inversión inicial	123,500
Imprevistos (10 %)	12,350
Total inversión inicial	135,850

Con esta inversión de Bs. 105,500, el gastrobar contará con los recursos necesarios para iniciar operaciones en un local alquilado, asegurando un espacio funcional, moderno y atractivo, mientras se mantiene la sostenibilidad financiera del proyecto y se contribuye al desarrollo económico y turístico del municipio de El Sena.

4.5.1 Inversión Fija Tangible

La inversión fija tangible del Gastrobar “El Banquito” incluye los bienes materiales necesarios para iniciar y mantener operaciones, garantizando eficiencia, comodidad y funcionamiento adecuado. Estos bienes son de uso prolongado y constituyen parte esencial de la inversión inicial. Se clasifican en cuatro categorías: adecuación del local, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y equipos de apoyo y seguridad.

4.5.1.1 Adecuación del local y depósito de alquiler

Al no adquirir un inmueble, se consideran los gastos en remodelaciones ligeras y decoración para crear un espacio moderno y atractivo, así como el depósito de garantía y pago inicial de la renta.

Tabla 26*Adecuación del Local y Depósito de Alquiler*

Concepto	Monto estimado (Bs.)
Adecuación del local (pintura, iluminación, decoración, arreglos menores)	20,000
Depósito y pago inicial de alquiler	8,000
Subtotal	28,000

La inversión fija tangible del Gastrobar “El Banquito” asciende a un total de 28,000 Bs., que corresponde a la adecuación del local y al depósito inicial de alquiler. Estos recursos son necesarios para contar con un espacio físico funcional y agradable para los clientes, asegurando el correcto inicio de operaciones. Estos gastos son únicos y no se repiten mensualmente, aunque forman la base para el funcionamiento diario del negocio.

4.5.1.2 Maquinaria y Equipos

Comprende todos los equipos eléctricos y mecánicos indispensables para la preparación, conservación y exhibición de los alimentos y bebidas del menú. Estos activos son fundamentales para la operación del área de cocina y barra.

Tabla 27*Requerimiento y Costo de Maquinaria y Equipos*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario (Bs.)	Costo Total (Bs.)
Cocina industrial 4 hornillas	1	3,500	3,500
Plancha para hamburguesas	1	2,000	2,000
Freidora industrial doble	1	2,200	2,200

Horno eléctrico mediano	1	2,500	2,500
Licadora industrial	1	850	850
Refrigerador vertical	1	3,000	3,000
Congelador horizontal	1	2,500	2,500
Vitrina refrigerada	1	2,800	2,800
Extractor de grasa	1	1,200	1,200
Total, maquinaria y equipos	-	-	20,550

La inversión en maquinaria y equipos suma un total de 20,550 Bs., necesaria para garantizar la producción eficiente de los alimentos y bebidas del Gastrobar. Este equipamiento constituye los activos fijos principales del negocio, cuyo uso se distribuye a lo largo de su vida útil mediante la depreciación, asegurando un rendimiento operativo adecuado.

4.5.1.3 Muebles y Enseres

Incluye los bienes destinados al mobiliario del área de atención al cliente, cocina y administración. Estos activos contribuyen a la comodidad del cliente y al orden funcional del local.

Tabla 28

Requerimiento y Costos de Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad	Costo Unitario (Bs.)	Costo Total (Bs.)
Mesas de comedor	10	450	4,500
Sillas metálicas con asiento acolchado	40	180	7,200
Barra principal con estantería	1	1,200	1,200
Estantes de cocina (acero inoxidable)	2	900	1,800

Vajilla completa (platos, vasos, cubiertos)	1 set	1,200	1,200
Utensilios de cocina (ollas, sartenes, cuchillos)	1 set	1,000	1,000
Mostrador de caja	1	700	700
Total, muebles y enseres	-	-	17,600

La inversión destinada a muebles y enseres alcanza los 17,600 Bs., incluyendo mesas, sillas, estanterías, vajilla y utensilios de cocina. Estos bienes proporcionan confort a los clientes y facilitan la operación del personal. Su costo se amortiza a través de la depreciación durante la vida útil estimada, contribuyendo al mantenimiento de la infraestructura del gastrobar.

4.5.1.4 Equipo de Computación

El gastrobar requiere un equipo de computación básico pero funcional para la gestión administrativa, control de ventas y respaldo de información contable. Este equipo permitirá realizar actividades como registro de compras, manejo de inventarios, emisión de reportes, control del personal, comunicación con proveedores y administración del sistema POS.

El equipamiento de computación estará conformado por:

Tabla 29

Equipo de Computación

Detalle	Cantidad	Costo Unitario (Bs.)	Costo Total (Bs.)
Computadora de escritorio	1	3,000	3,000
Monitor 21 pulgadas	1	1,000	1,000
Impresora térmica	1	800	800
Router Wi-Fi	1	400	400
Teclado, mouse y regulador de voltaje	1 set	300	300
Software administrativo y POS	1	1,500	1,500

Total	-	-	7,000
--------------	---	---	--------------

La inversión en equipo de computación es de 7,000 Bs., destinada a la adquisición de computadoras, impresoras, software y accesorios necesarios para la gestión administrativa y control de ventas. Estos activos permiten una administración eficiente del negocio, control de inventarios y flujo financiero, y se amortizan según su vida útil mediante la depreciación.

4.5.1.5 Herramientas

Este apartado incluye las herramientas básicas necesarias para el funcionamiento del gastrobar, especialmente aquellas empleadas en mantenimiento, ajustes del mobiliario, manipulación de insumos y pequeños arreglos diarios dentro del establecimiento.

Las herramientas consideradas para el proyecto son:

Tabla 30

Herramientas

Detalle	Cantidad	Costo Unitario (Bs.)	Costo Total (Bs.)
Juego de llaves y destornilladores	1 set	200	200
Martillo, pinzas, alicate	1 set	150	150
Cinta métrica y nivel	1 set	100	100
Cajas organizadoras	2	50	100
Extensiones y protectores eléctricos	3	50	150
Linterna recargable	1	100	100
Kit básico de mantenimiento	1	150	150
Total	-	-	950

La inversión en herramientas alcanza 950 Bs., cubriendo utensilios y equipos de mantenimiento necesarios para pequeñas reparaciones y ajustes operativos dentro del gastrobar. Estas herramientas permiten resolver eventualidades internas sin recurrir a servicios externos, y su costo se distribuye durante su vida útil mediante depreciación.

4.5.1.6 Equipos de Apoyo y Seguridad

En esta categoría se agrupan los equipos y materiales necesarios para mantener las condiciones de seguridad, limpieza y control dentro del establecimiento.

Tabla 31

Requerimiento y Costos de Equipos de Apoyo y Seguridad

Detalle	Cantidad	Costo Unitario (Bs.)	Costo Total (Bs.)
Extintores multipropósito	2	250	500
Botiquín de primeros auxilios	1	200	200
Kit de limpieza (balde, trapeadores, escobas)	1 set	400	400
Basureros de separación ecológica	3	150	450
Uniformes del personal (3 juegos)	3	200	600
Sistema básico de cámaras de seguridad	1 set	1,500	1,500
Total, equipos de apoyo y seguridad	-	-	3,650

La inversión en equipos de apoyo y seguridad suma 3,650 Bs., destinada a extintores, botiquines, sistemas de limpieza, uniformes y cámaras de seguridad. Estos recursos garantizan la seguridad del personal y de los clientes, así como el cumplimiento de normativas de higiene y protección. Su depreciación se aplica durante la vida útil de cada activo.

4.5.2 Depreciaciones

La depreciación se utiliza para distribuir el costo de los activos fijos del gastrobar a lo largo de su vida útil. De acuerdo con las normas contables bolivianas (NIIF Pymes) y los porcentajes de vida útil en establecimientos gastronómicos, se consideran las siguientes tasas de depreciación:

Tabla 32*Depreciaciones*

Activo	Costo (Bs.)	Vida útil	Método	Tasa anual	Depreciación anual (Bs.)	Depreciación mensual (Bs.)
Maquinarias y equipos	20,550	10 años	Lineal	10%	2,055	171,25
Muebles y enseres	17,600	5 años	Lineal	20%	3,520	293,33
Equipo de computación	7,000	4 años	Lineal	25%	1,750	145,83
Herramientas	950	5 años	Lineal	20%	190	15,83
Equipos de apoyo y seguridad	3,650	5 años	Lineal	20%	730	60,83
Total depreciaciones	49,750	-	-	-	8,245	686,08

La depreciación permite distribuir el costo de los activos fijos del Gastrobar “El Banquito” a lo largo de su vida útil, reflejando el desgaste natural de maquinarias, muebles, equipo de computación, herramientas y equipos de apoyo y seguridad.

Se ha aplicado el método lineal, que consiste en asignar un valor constante anual a cada activo, de acuerdo con la vida útil estimada según normativas contables (NIIF Pymes) y prácticas habituales en establecimientos gastronómicos.

Tabla 33*Resumen General Inversión Fija Tangible*

Categoría	Monto Total (Bs.)
Adecuación del local y depósito de alquiler	28,000
Maquinarias y equipos	20,550
Muebles y enseres	17,600
Equipo de computación	7,000
Herramientas	950
Equipos de apoyo y seguridad	3,650
Total general de activos fijos tangibles	77,750

4.5.3 Inversión Fija intangible

La inversión fija intangible del Gastrobar “El Banquito” incluye gastos previos al inicio de operaciones que generan beneficios a mediano y largo plazo, como permisos, estudios técnicos, capacitación del personal y publicidad inicial. Estos activos son esenciales para cumplir requisitos legales, establecer una identidad comercial sólida y garantizar un servicio eficiente y de calidad.

Tabla 34*Costos de Pre Inversión del Proyecto*

Concepto	Descripción	Costo estimado (Bs.)
Trámites legales y constitución del negocio	Incluye el registro en Fundampresa, obtención del NIT, licencia de funcionamiento y patentes.	1,200
Diseño y adecuación del local	Gastos de pintura, decoración interior, iluminación y señalética del Gastrobar.	2,000

Publicidad y promoción inicial	Campaña de lanzamiento, carteles, anuncios en redes sociales y material promocional.	2,500
Capacitación del personal	Entrenamiento en atención al cliente, manipulación de alimentos y coctelería artesanal.	800
Implementación del sistema contable y software POS	Adquisición e instalación de software para control de ventas, inventarios y facturación.	1,500
Gastos de inauguración	Evento de apertura con degustaciones, música y promoción especial para atraer a los primeros clientes.	2,000
Total	-	10,000

La Inversión fija intangible del Gastrobar “El Banquito” suman un total de 10,000 Bs., los cuales son necesarios para asegurar una correcta implementación del proyecto. Estos gastos no se repiten de manera mensual, sino que se amortizan gradualmente a lo largo de los primeros años de operación.

4.5.4 Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos gastos que el Gastrobar “El Banquito” debe cubrir independientemente del nivel de producción o ventas, es decir, se mantienen constantes mes a mes. Estos costos son esenciales para la operación continua del negocio y permiten garantizar que las actividades administrativas, operativas y de atención al cliente se realicen sin interrupciones.

Dentro del proyecto, los principales costos fijos incluyen:

Tabla 35*Estimación de Costos Fijos Mensuales*

Concepto	Monto (Bs.)
Alquiler del local	4,000
Sueldos del personal	21,050
Servicios básicos	1,200
Mantenimiento y limpieza	600
Otros costos fijos	400
Total, costos fijos mensuales	27,250

Los costos fijos representan los gastos recurrentes que el Gastrobar “El Banquito” debe cubrir mensualmente para mantener su operación. Incluyen el alquiler del local, sueldos del personal, servicios básicos, mantenimiento y limpieza, y otros costos administrativos. Estos gastos no dependen directamente del volumen de ventas, pero son fundamentales para garantizar la operación continua del negocio.

4.5.5 Costos Variables

Los costos variables del Gastrobar “El Banquito” dependen del nivel de producción y ventas, e incluyen insumos alimenticios, bebidas, empaques, condimentos y comisiones por ventas. Su control es clave para calcular costos por producto, fijar precios competitivos, proyectar utilidades y mantener la rentabilidad, además de optimizar recursos y reducir desperdicios.

Tabla 36*Estimación de Costos Variables Mensuales*

Concepto	Monto (Bs.)
Insumos alimenticios y bebidas	8,400
Empaques y consumibles	1,200
Comisiones sobre ventas	800
Otros costos variables	1,000
Total, costos variables mensuales	11,400

El total de costos variables mensuales (Bs. 11,400) representa el gasto directamente ligado a la producción y venta de los productos. Este valor es clave para calcular el costo unitario de cada producto, proyectar el punto de equilibrio y evaluar la rentabilidad del gastrobar, permitiendo tomar decisiones estratégicas sobre precios, promociones y eficiencia en el uso de los recursos.

4.5.5.1 Costos Totales

Los costos totales representan la suma de los costos fijos y variables del Gastrobar “El Banquito”, reflejando el gasto total necesario para operar el negocio durante un período determinado. Este cálculo es fundamental para proyectar el punto de equilibrio, determinar la rentabilidad de las operaciones y planificar estrategias de precio y control financiero.

Tabla 37*Costos Totales*

Concepto	Monto (Bs.)
Costos fijos mensuales	27,250
Costos variables mensuales	11,400

Total de costos mensuales 38,650

El total de Bs. 38,650 refleja los recursos que el gastrobar debe disponer cada mes para cubrir todas sus obligaciones operativas, incluyendo gastos constantes (alquiler, sueldos, servicios) y aquellos que dependen de la producción y ventas (insumos, empaques, comisiones).

4.5.6 Costo de Producción Unitario

El Costo de Producción Unitario (CPU) representa el valor total de los insumos directos necesarios para elaborar una unidad de cada producto ofrecido por el gastrobar. Este análisis permite conocer con precisión el gasto en materia prima por plato o bebida, sirviendo como base para la planificación financiera, el control de inventarios y la determinación de precios de venta que aseguren la rentabilidad del negocio.

La siguiente tabla resume los productos y los precios producción unitaria:

Tabla 38

Costo de Producción Unitario

Plato / Bebida	MPD (Bs)	MOD (Bs)	CIF (Bs)	CPU Total (Bs)
Sándwich Cubano	15	4	4	23
Hamburguesa "Mexicana"	23	4	4	31
Hamburguesa "Simple"	15	4	4	23
Hamburguesa "Hawaiana"	25	4	4	33
Alitas 6 unidades	18	4	4	26
Alitas 12 unidades	36	4	4	44
Alitas 18 unidades	52	4	4	60
Tablita Mixta Mediana	48	4	4	56
Tablita Mixta Grande	88	4	4	96
Pizza Mediana 4 porciones	30	4	4	38

Pizza Mediana 8 porciones	50	4	4	58
Cuba	11	2	2	15
Fernet Branca	10	2	2	14
Caipiriña	18	2	2	22

La tabla anterior muestra el Costo de Producción Unitario (CPU) de los productos ofrecidos por el gastrobar, considerando el costo de materia prima directa (MPD), la mano de obra directa (MOD) y los costos indirectos de fabricación (CIF) asociados a cada unidad. El CPU refleja el gasto total necesario para producir cada plato o bebida y constituye una herramienta clave para la determinación de precios de venta, el control de costos y la planificación financiera del negocio. Este análisis permite identificar oportunidades de optimización en la utilización de insumos y en la gestión de recursos, garantizando la rentabilidad del proyecto.

4.5.7 Precio de Venta del Producto

El Precio de Venta del Producto se determina a partir del Costo de Producción Unitario (CPU), sumando un margen de utilidad que permita cubrir los costos operativos, los gastos fijos y variables, y asegurar la rentabilidad del negocio. Esta metodología garantiza que los precios sean competitivos, al mismo tiempo que generan un retorno económico adecuado.

La siguiente tabla muestra los precios sugeridos para los principales productos y bebidas del gastrobar:

Tabla 39

Precio de Venta de Productos y Bebidas

Plato / Bebida	CPU Total (Bs)	Precio de Venta Sugerido (Bs)
Sándwich Cubano	23	35
Hamburguesa "Simple"	31	35

Hamburguesa "Mexicana"	23	45
Hamburguesa "Hawaiana"	33	45
Alitas 6 unidades	26	45
Alitas 12 unidades	44	70
Alitas 18 unidades	60	100
Tablita Mixta Mediana	56	80
Tablita Mixta Grande	96	130
Pizza Mediana 4 porciones	38	50
Pizza Mediana 8 porciones	58	80
Cuba	15	30
Fernet Branca	14	30
Caipiriña	22	30

Los precios de venta sugeridos se calculan considerando un margen de utilidad aproximado del 40–45% sobre el CPU, lo que permite cubrir costos fijos y variables, así como generar rentabilidad sostenible para el gastrobar. Estos precios pueden ajustarse según la demanda, promociones o estrategias de marketing, asegurando competitividad y atractivo comercial para los clientes.

4.5.8 Capital de Trabajo

El capital de trabajo representa los recursos financieros necesarios para que el Gastrobar “El Banquito” inicie y mantenga sus operaciones durante los primeros meses. Incluye gastos corrientes como insumos, salarios, servicios básicos y otros costos operativos hasta que el negocio genere ingresos suficientes.

Este capital garantiza la liquidez operativa, permitiendo que el gastrobar cumpla con sus compromisos de corto plazo sin dificultades financieras. Para este proyecto, se ha calculado considerando un periodo inicial de don meses de operación con los gastos promedio estimados.

Tabla 40*Estimación del Capital de Trabajo del Gastrobar*

Concepto	Descripción	Costo mensual (Bs.)	Total (2 meses)
Compra de insumos alimenticios	Incluye carnes, panes, verduras, bebidas, salsas, aderezos, entre otros.	3,000	6,000
Compra de bebidas alcohólicas y no alcohólicas	Cervezas, refrescos, jugos naturales y licores.	1,200	2,400
Sueldos y salarios del personal	Incluye pagos a cocineros, meseros, cajero y personal de limpieza.	20,150	40,300
Servicios básicos	Electricidad, agua, gas, internet y telefonía.	800	1,600
Mantenimiento y limpieza	Productos de limpieza, utensilios, y mantenimiento básico del local.	300	600
Gastos administrativos y varios	Papelería, transporte, comisiones bancarias y otros gastos menores.	700	1,400
Total, estimado del capital de trabajo		26,150	52,300

El capital de trabajo del gastrobar se ha estimado considerando los gastos necesarios para cubrir las operaciones de los primeros dos meses, garantizando la compra de insumos, pago de sueldos, servicios y otros gastos operativos. Este fondo permite mantener la continuidad de la operación y enfrentar eventualidades sin depender de ingresos inmediatos, asegurando la estabilidad financiera inicial del negocio.

4.5.9 Balance de Apertura

El Balance de Apertura es un estado financiero que refleja la situación económica y financiera inicial del negocio al momento de su puesta en marcha. Su propósito es mostrar los activos, pasivos y el patrimonio del gastrobar, permitiendo conocer de manera clara la estructura financiera del proyecto antes de iniciar operaciones.

En este balance se incluyen:

- **Activos fijos tangibles e intangibles:** Representan los bienes de uso prolongado, como maquinaria, muebles, equipo de computación, herramientas y licencias.
- **Capital de trabajo:** Fondos necesarios para cubrir las operaciones iniciales, incluyendo inventario de insumos, sueldos, servicios y otros gastos.
- **Pasivos iniciales:** Deudas u obligaciones asumidas al inicio, como depósitos de alquiler o préstamos.
- **Patrimonio o aportes del propietario:** La inversión de los socios o del propietario, que constituye el capital propio del negocio.

A continuación se presenta un ejemplo del Balance de Apertura para el gastrobar:

Tabla 41

Balance de Apertura

Concepto	Monto (Bs.)
Activo	
Activos fijos tangibles	69,800
Activos fijos intangibles	10,000
Capital de trabajo	27,000

Total Activo	106,800
Pasivo y Patrimonio	
Pasivo (depósitos, préstamos iniciales)	8,000
Patrimonio / Aportes del propietario	98,800
Total Pasivo y Patrimonio	106,800

El Balance de Apertura refleja que los recursos del gastrobar se encuentran correctamente distribuidos entre activos y pasivos/patrimonio, garantizando que la inversión inicial y el capital de trabajo estén cubiertos. Este documento es fundamental para la planificación financiera y para demostrar la solidez económica del proyecto ante inversionistas o entidades financieras.

4.6 Factibilidad del Proyecto

La factibilidad del proyecto se refiere a la evaluación de la viabilidad del gastrobar “El Banquito” desde un enfoque económico y financiero, determinando si la inversión realizada permitirá obtener resultados positivos, rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo. Esta sección analiza la capacidad del proyecto para generar ingresos, cubrir costos y generar beneficios para los inversionistas o propietarios.

4.6.1 Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos del gastrobar “El Banquito” permite estimar los ingresos mensuales que se generarían a partir de la venta de productos alimenticios y bebidas, considerando la producción diaria, días de operación al mes y precios de venta sugeridos. Esto es fundamental para evaluar la viabilidad económica del proyecto y planificar la rentabilidad esperada.

Supuestos utilizados

- **Días de operación:** 26 días al mes (excluyendo domingos o días de cierre).

- **Producción diaria estimada:** según la demanda proyectada y capacidad instalada del local.
- **Precios de venta:** se utilizan los valores definidos en el punto 5.1.7 para cada producto y bebida.

Tabla 42*Proyección de Ingresos Mensuales*

Producto / Bebida	Producción diaria estimada	Precio de venta (Bs.)	Ingreso mensual estimado (Bs.)
Sándwich Cubano	30 unidades	35	27,300
Hamburguesa Simple	25 unidades	35	22,750
Hamburguesa Mexicana	25 unidades	45	29,250
Hamburguesa Hawaiana	25 unidades	45	29,250
Alitas 6 unidades	25 unidades	45	29,250
Alitas 12 unidades	25 unidades	70	45,500
Alitas 18 unidades	15 unidades	100	39,000
Tablita Mixta Mediana	16 unidades	80	33,280
Tablita Mixta Grande	15 unidades	130	50,700
Pizza Mediana 4 porciones	15 unidades	50	19,500
Pizza Mediana 8 porciones	10 unidades	80	20,800
Cuba	20 unidades	30	15,600
Fernet Branca	20 unidades	30	15,600
Caipiriña	20 unidades	30	15,600

Ingreso mensual total estimado: 393,980 Bs.

La proyección de ingresos mensual se ha calculado considerando la producción diaria estimada y los precios de venta sugeridos para cada producto y bebida. Este análisis permite

determinar la capacidad de generación de ingresos del gastrobar y sirve como base para el cálculo de flujos de caja, rentabilidad y evaluación financiera del proyecto.

4.6.2 *Flujo de Caja*

El flujo de caja es un instrumento financiero que refleja la entrada y salida de dinero del proyecto en un periodo determinado, generalmente mensual. Permite evaluar la capacidad del gastrobar “El Banquito” para cubrir sus obligaciones financieras, mantener liquidez y generar rentabilidad.

Se considera:

- **Ingresos por ventas:** según la proyección de ingresos mensual del punto 5.2.1
- **Egresos operativos:** costos fijos mensuales, costos variables y gastos administrativos.
- **Inversión inicial y capital de trabajo:** contabilizados al inicio del proyecto como salida de efectivo.

Tabla 43

Flujo de Caja Mensual Estimado

Concepto	Monto (Bs.)
Ingresos por ventas	393,980
Egresos operativos	
- Costos fijos	20,150
- Costos variables	11,400
- Otros gastos administrativos	1,400
Total egresos	32,950
Flujo de caja neto mensual	360,430

Tabla 44*Flujo de Caja Acumulado*

Mes	Flujo de caja neto (Bs.)	Flujo acumulado (Bs.)
1	360,430	360,430
2	360,430	720,860

El flujo de caja proyectado muestra que el gastrobar genera ingresos suficientes para cubrir los costos operativos y mantener liquidez. La diferencia entre ingresos y egresos indica la capacidad de generar utilidades y financiar inversiones futuras. Este análisis es la base para calcular los indicadores financieros que permitirán evaluar la rentabilidad y factibilidad económica del proyecto.

4.6.3 Indicadores Financieros

Los indicadores financieros son herramientas esenciales para determinar la viabilidad económica y la rentabilidad de un proyecto de inversión. Permiten a los inversionistas, socios o autoridades evaluar si el negocio propuesto generará ingresos suficientes para cubrir los costos, recuperar la inversión inicial y generar utilidades sostenibles a lo largo del tiempo.

En el caso del gastrobar “El Banquito”, los indicadores financieros permiten:

- **Medir la rentabilidad del proyecto:** Saber si los ingresos futuros superarán la inversión inicial y los costos operativos.
- **Evaluar la eficiencia en el uso de recursos:** Comparar los beneficios generados frente a los costos incurridos.
- **Tomar decisiones estratégicas:** Determinar si es recomendable ejecutar el proyecto, ajustar precios, controlar costos o buscar financiamiento adicional.

Los principales indicadores que se emplean en este análisis son:

1. **Valor Actual Neto (VAN):** Permite conocer el valor presente de los flujos de caja futuros descontados, mostrando el beneficio neto del proyecto.
2. **Tasa Interna de Retorno (TIR):** Indica la rentabilidad efectiva del proyecto y permite compararla con otras alternativas de inversión.
3. **Relación Beneficio-Costo (B/C):** Evalúa la eficiencia económica del proyecto al comparar los beneficios presentes con los costos presentes.

En conjunto, estos indicadores brindan una visión completa de la solidez económica y financiera del gastrobar, ayudando a prever su éxito y sostenibilidad a mediano y largo plazo.

4.6.3.1 Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto (VAN) es uno de los indicadores financieros más utilizados para evaluar la rentabilidad de un proyecto. Este indicador permite determinar si el valor presente de los ingresos futuros que generará el gastrobar es suficiente para recuperar la inversión inicial y, además, generar beneficios adicionales.

El cálculo del VAN consiste en traer los flujos de caja futuros al presente utilizando una tasa de descuento, que en este caso representa el costo de oportunidad del capital y el riesgo del sector gastronómico. Para este proyecto se emplea una tasa de descuento del 12 % anual, una referencia común en emprendimientos de escala pequeña en Bolivia.

La fórmula utilizada es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+i)^t} - I_0$$

Donde:

- Ft: Flujo neto de efectivo en el periodo t
- i: Tasa de descuento (costo de oportunidad o tasa mínima aceptable de rendimiento)
- Io: Inversión inicial
- n: Número de periodos analizados

Para el caso del Gastrobar “El Banquito”, se consideró:

- **Inversión inicial total:** Bs. 135,850 (incluye adecuación del local alquilado, mobiliario, equipamiento, capital de trabajo y activos diferidos)
- **Tasa de descuento:** 12% anual (promedio de tasa pasiva bancaria)
- **Flujos netos de efectivo proyectados:** Primeros cinco años, según la proyección de ventas y costos ajustados a alquiler.

Tabla 45

Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Año	Flujo Neto (Bs.)	Factor de descuento 12 %	Valor Presente (Bs.)
1	120,000	0.8929	107,148
2	125,000	0.7972	99,650
3	130,000	0.7118	92,534
4	135,000	0.6355	85,843
5	140,000	0.5674	79,436
Total VP Flujos	—	—	464,611
Inversión Inicial	—	—	135,850
VAN Ajustado	—	—	328,761

El cuadro muestra el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) del proyecto Gastrobar “El Banquito”, considerando una tasa de descuento del 12 % anual y un horizonte de proyección de 5 años. El VAN positivo de Bs. 328,761 indica que los flujos de caja generados por el proyecto superan ampliamente la inversión inicial, lo que confirma que la implementación del gastrobar es financieramente rentable y económicamente viable.

4.6.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es un indicador financiero que permite evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión. Representa la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) del proyecto sea igual a cero. En otras palabras, es la rentabilidad anual esperada del proyecto.

Mientras la TIR sea mayor que la tasa de descuento utilizada (en este caso, 12 %), el proyecto se considera rentable y atractivo para los inversionistas.

Cálculo de la TIR

Para estimar la TIR se utiliza la siguiente fórmula:

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1 + TIR)^t} - I_0$$

Donde:

- **Ft** =flujo neto de efectivo del periodo t
- **TIR**=tasa interna de retorno
- **I0**= inversión inicial
- **N**=número de periodos

Para el proyecto, se consideran:

- Inversión inicial: Bs. 135,850 (incluye adecuación del local alquilado, activos fijos, capital de trabajo e intangibles)
- Flujos netos de efectivo proyectados a 5 años (según proyecciones ajustadas a ventas, costos fijos y variables, y alquiler)

Tabla 46*Cálculo de la TIR*

Año	Flujo Neto (Bs.)	Factor de Descuento TIR 28 %	Valor Presente (Bs.)
1	120,000	0.7812	93,744
2	125,000	0.6100	76,250
3	130,000	0.4760	61,880
4	135,000	0.3710	50,085
5	140,000	0.2890	40,460
Total VP Flujos	—	—	322,419
Inversión Inicial	—	—	135,850
VAN	—	—	186,569
TIR Ajustada	—	—	28 %

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto es del **28 %**, lo que indica que el gastrobar generará un retorno superior a la tasa mínima de rentabilidad requerida del 12 %. Este valor confirma que la inversión inicial de 135,850 Bs. es viable y que los flujos de caja proyectados permiten recuperar el capital invertido y generar utilidades adicionales, asegurando la sostenibilidad financiera del proyecto.

4.6.3.3 Relación Beneficio Costo

La Relación Beneficio-Costo (B/C) es un indicador financiero que permite evaluar la eficiencia económica de un proyecto, comparando los beneficios que se esperan recibir con los costos que se deben incurrir para llevarlo a cabo. Este indicador se calcula como el valor

presente de los beneficios futuros dividido entre la inversión inicial o costos totales, de la siguiente manera:

$$B/C = \frac{\text{Valor presente de los beneficios}}{\text{Valos presente de los costos}}$$

- $B/C > 1$ → El proyecto genera más beneficios que costos y es económicamente viable.
- $B/C = 1$ → El proyecto recupera exactamente la inversión, siendo neutral.
- $B/C < 1$ → Los costos superan los beneficios, por lo que el proyecto no es rentable.

Donde:

- Valor Presente de los Beneficios = 464,611 Bs.
- Inversión Inicial = 135,850 Bs.

$$B/C = \frac{464,611}{135,850} = 3.42$$

Tabla 47

Relación Beneficio Costo

Año	Flujo Neto de Efectivo (Bs.)	Factor de Descuento (12 %)	Valor Presente (Bs.)
1	120,000	0.893	107,148
2	125,000	0.797	99,625
3	130,000	0.712	92,560
4	135,000	0.636	85,860
5	140,000	0.567	79,380
Total Valor Presente de Beneficios	—	—	464,573
Inversión Inicial (con imprevistos)	—	—	135,850

Relación Beneficio–Costo	—	—	3.42
(B/C)			

La relación Beneficio-Costo del proyecto es 3.42, lo que significa que por cada boliviano invertido en el gastrobar se espera obtener 3,42 Bs. de beneficio presente descontado a la tasa mínima requerida del 12 %. Este indicador evidencia que el proyecto es financieramente viable y altamente rentable, ya que los beneficios superan ampliamente la inversión inicial.

4.6.3.4 Conclusión del Estudio económico

El Estudio Económico demuestra que el gastrobar es un proyecto rentable y financieramente viable. La inversión inicial asciende a 135,850 Bs., incluyendo adecuaciones, mobiliario, equipos e imprevistos. El análisis de costos fijos y variables permitió proyectar un flujo de caja estable y con capacidad para cubrir los gastos y generar utilidades. El cálculo del costo de producción unitario garantiza precios competitivos y coherentes con el mercado. Los indicadores financieros confirman la solidez del proyecto: VAN positivo de 328,723 Bs., TIR del 25 % y una relación Beneficio-Costo de 3.42, mostrando que cada boliviano invertido genera un retorno superior al triple.

CAPITULO V

5.1 Presupuesto de Inversión de la Propuesta

El presupuesto de inversión de la propuesta contempla todos los recursos financieros necesarios para poner en marcha el gastrobar, garantizando su operatividad desde el inicio. Este presupuesto incluye las inversiones fijas (tangibles e intangibles), los costos vinculados al acondicionamiento del local, el mobiliario, la maquinaria, el equipamiento, así como el capital de trabajo requerido para cubrir los dos primeros meses de operación.

A continuación se presenta el presupuesto consolidado de inversión, incluyendo un margen del 10% por imprevistos, tal como se establece en la metodología del estudio económico:

Tabla 48

Inversión de la Propuesta

Concepto	Monto (Bs.)
Inversión fija tangible	86,500
Inversión fija intangible	10,000
Capital de trabajo (2 meses)	27,000
Subtotal de inversión inicial	123,500
Imprevistos (10%)	12,350
Inversión total del proyecto	135,850

El presupuesto refleja el monto necesario para financiar completamente la puesta en marcha del gastrobar, considerando activos fijos, intangibles y capital operativo. El 10% de imprevistos se incluye para cubrir variaciones no previstas en precios o requerimientos adicionales durante la implementación.

5.2 Cronograma de Ejecución de la Propuesta

El cronograma de ejecución establece el tiempo requerido para implementar cada una de las actividades necesarias para la apertura del gastrobar. Con base en la naturaleza del proyecto y la disponibilidad de recursos, la ejecución se organiza en un periodo estimado de 6 meses.

Tabla 49

Cronograma de Ejecución de la Propuesta

Actividad	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
	1	2	3	4	5	6
Elaboración del plan operativo final	✓					
Trámites legales y obtención de licencias	✓	✓				
Adecuación y acondicionamiento del local		✓	✓			
Compra de mobiliario y equipamiento		✓	✓			
Instalación de equipos y pruebas funcionales				✓		
Contratación y capacitación de personal					✓	
Compra de insumos iniciales (capital de trabajo)						✓
Puesta en marcha y apertura oficial						✓

El cronograma está diseñado para asegurar una implementación ordenada y eficiente, iniciando con los trámites legales y continuando con la adecuación del local, adquisición de equipos, contratación del personal y abastecimiento. La apertura del gastrobar queda programada para el Mes 6, asegurando que todo el sistema operativo esté completamente funcional.

CAPITULO VI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

El estudio de factibilidad para la implementación del gastrobar “El Banquito” en el municipio de El Sena demuestra que el proyecto es viable en los ámbitos técnico, comercial, organizacional y social, con un alto potencial para contribuir al desarrollo económico y cultural de la región. No obstante, se recomienda optimizar ciertos aspectos financieros para maximizar su rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

- **Demanda, preferencias y perfil del cliente**

El estudio de mercado evidenció una alta demanda insatisfecha (82 % de interés), con predominio de jóvenes de 18 a 35 años que prefieren comida rápida y ambientes modernos. La demanda estimada confirma la viabilidad comercial del gastrobar, respaldada por estrategias de marketing digital.

- **Factibilidad técnica del proyecto**

El análisis técnico determinó que el gastrobar “El Banquito” es técnicamente factible, dado que el local seleccionado cuenta con una ubicación estratégica, accesible y con condiciones adecuadas para el flujo de clientes. La infraestructura, el equipamiento seleccionado y los requerimientos tecnológicos cumplen con los estándares operativos y sanitarios del SENASAG, garantizando un proceso productivo eficiente y seguro.

- **Factibilidad económica-financiera**

La inversión inicial de Bs. 121.000 y los flujos crecientes muestran una tendencia favorable, aunque la relación B/C de 0.97 está cerca del equilibrio. Extender el horizonte a 5 años y aplicar estrategias comerciales permitirá alcanzar una rentabilidad positiva, reforzando su viabilidad económica.

- **Estructura administrativa y operativa**

La propuesta organizacional establece una estructura administrativa funcional, con roles claramente definidos para garantizar un funcionamiento eficiente. La contratación de personal local, la capacitación continua y la asignación adecuada de responsabilidades fortalecen la gestión operativa, asegurando un servicio de calidad y un ambiente laboral ordenado y profesional.

- **Sostenibilidad e identidad cultural amazónica**

El proyecto integra criterios de sostenibilidad mediante el uso de proveedores locales, empaques biodegradables y prácticas responsables de gestión de residuos. Asimismo, incorpora identidad cultural amazónica a través del diseño, la ambientación y la oferta gastronómica basada en insumos regionales, contribuyendo a la revalorización de la cultura y la gastronomía amazónica y promoviendo un impacto social positivo en el municipio de El Sena.

6.2 Recomendaciones

Con base en los resultados obtenidos a lo largo del estudio, se formulan las siguientes recomendaciones orientadas a garantizar la correcta implementación, sostenibilidad y expansión del gastrobar “El Banquito” en el municipio de El Sena. Estas sugerencias buscan fortalecer los aspectos técnicos, financieros, sociales y ambientales del proyecto, asegurando su contribución efectiva al desarrollo local y regional.

1. Eficiencia Financiera:

Incrementar rotación y consumo mediante promociones y venta de productos de alto margen.

- Optimizar cadena de suministro para reducir costos y mejorar B/C.
- Control riguroso de inventarios con sistema PEPS y POS digital.

2. Fortalecimiento Operacional y de Marca:

- Programas de fidelización dirigidos a jóvenes (18–35 años).
- Capacitación continua en servicio al cliente, cocina rápida e identidad amazónica.

3. Impacto Social y Turístico:

- Alianzas con el gobierno municipal y agencias de turismo para consolidar el gastrobar como atractivo turístico.
- Expandir sostenibilidad mediante certificaciones y mayor compra a productores locales, reforzando la identidad de marca.

Bibliografía

- Baca Urbina (2013) Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de proyectos (7ª ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Kotler & Keller (2016) Kotler, P. y Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15ª ed.). Pearson Educación de México.
- Zeithaml, Bitner & Gremler (2018) Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. y Gremler, D. D. (2018). Marketing de servicios: Integración del enfoque al cliente en toda la empresa (7ª ed.). McGraw-Hill.
- Código de Comercio (1977) Bolivia. (1977). Decreto Ley N° 14379: Código de Comercio. Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Ley General del Trabajo (1942) Bolivia. (1942). Ley de 8 de diciembre de 1942: Ley General del Trabajo. Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Ley N.º 292 General de Turismo (2012) Bolivia. (2012). Ley N° 292: Ley General de Turismo “Bolivia Te Espera” (25 de septiembre de 2012). Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Ministerio de Obras Públicas (2016) Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda (MOPSV). (2016). Reglamento Técnico de Construcciones
- SENASAG (2022) Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG). (2022). Normativa de Inocuidad Alimentaria para Establecimientos de Alimentos y Bebidas (Generalmente referida en la Ley N° 830 de 2016 y sus Resoluciones Administrativas)



ANEXOS

Anexo a

Encuestas



ENCUESTA

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo:

Recolectar información sobre los hábitos de consumo y preferencias gastronómicas de la población del municipio de El Sena, con el fin de evaluar la factibilidad de implementar el proyecto “**Gastrobar El Banquito**”.

Descripción del instrumento:

El instrumento está conformado por 15 preguntas, de las cuales 14 son cerradas y una abierta. Está dirigida a personas mayores de 18 años residentes en el municipio de El Sena, con el fin de conocer su aceptación y disposición hacia la creación de un nuevo concepto gastronómico tipo gastrobar.

Metodología de aplicación:

La encuesta se aplicó de forma presencial durante los meses de **agosto y septiembre de 2025**, en distintos puntos del municipio de El Sena, como plazas, mercados y avenidas principales. Se encuestó a **120 personas**, seleccionadas de manera aleatoria. La información recolectada tiene un uso exclusivamente académico y se manejó de manera confidencial.

Instrucciones:

Marque con una “X” la opción que mejor refleje su opinión o experiencia. La información será utilizada únicamente con fines académicos.

1. Datos generales del encuestado

1. Sexo:

Masculino Femenino

2. Edad:

18–25 26–35 36–45 46 o más

3. Ocupación:

Estudiante Empleado Independiente Otro

2. Hábitos de consumo

4. ¿Con qué frecuencia acostumbra a comer fuera de casa?

Diario Una vez por semana Dos o tres veces por semana Nunca

5. ¿Qué tipo de comida consume con mayor frecuencia cuando sale?

Tradicional Rápida

6. ¿Considera que hay variedad suficiente de restaurantes o bares en la localidad?

Sí, hay suficiente variedad Hay algo de variedad, pero podría mejorar No, la variedad es limitada

3. Preferencias Gastronómicas

6. ¿Le gustaría contar con un espacio que ofrezca platos creativos y bebidas innovadoras?

Sí Tal vez No

7. ¿Qué tipo de bebidas prefiere consumir?

Refrescos naturales Cocteles Cervezas Jugos de botella

8. ¿Qué factor influye más en su decisión de visitar un nuevo local gastronómico?
- Precio Calidad de la comida Atención al cliente

4. Aceptación Del Proyecto



9. ¿Le gustaría que se implemente un gastrobar de comida rápida en El Sena?
- Sí No No estoy seguro
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio por un combo de comida (hamburguesa + bebida)?
- Menos de 30 Bs Entre 31 y 45 Bs Entre 46 y 60 Bs
11. ¿Considera que la apertura de un gastrobar podría atraer más turismo al municipio de El Sena?
- Sí, mucho Algo No
12. ¿Prefiere un ambiente más...?
- Familiar Juvenil y moderno Mixto
13. ¿Recomendaría este tipo de local a sus familiares o amigos?
- Sí No
14. ¿Cree que este tipo de emprendimiento podría generar empleo para los jóvenes de la localidad?
- Sí Tal vez No

5. Sugerencias

15. ¿Qué sugerencias tiene para que un nuevo gastrobar sea exitoso en el municipio de El Sena?


Anexo b

Receta de Hamburguesa "Hawallana"

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO		FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS				CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS				
		NOMBRE DE LAS PREPARACIONES Hamburguesa "Hawallana"				CONTENIDO 1		FECHA DE ELABORACION 6/11/2025		#pax 1
								OTROS (Especificar)		Otros
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo					
			X							
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion					
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA					
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION		
N/D	Pan	1	Unidad	N/D	Abrir	N/D	Directo	2		
N/D	Carne	0,150	Gr	Porcionar	Moler/Amasar	Plancha/Parrilla	Cocción	6		
N/D	Pan Molido	0,023	Gr	Amasar	N/D	N/D	Amalgamar	0,46		
N/D	Pimienta	0,050	Gr	N/D	N/D	N/D	Sazonar	2		
N/D	Comino	0,050	Gr	N/D	N/D	N/D	Sazonar	2		
N/D	Cebolla	0,100	Gr	Picar	Picar Fino	N/D	Aderezo	0,6		
N/D	Ajo	0,020	Gr	Picar	Picar Fino	N/D	Aderezo	0,8		
N/D	Tomate	0,050	Gr	Lavar	Rodajas	N/D	Directo	0,4		
N/D	Mantequilla	0,015	Gr	N/D	N/D	Plancha	Untar/Sellar	0,45		
N/D	Queso Mosarrella	0,030	Gr	N/D	Rodajas	Plancha/Calor	Fundir	1,2		
N/D	Piña	0,100	Unidad	Lavar/Pelar	Rodajas	Plancha/Parrilla	Cocción	1		
N/D	Extracto de Tomate	0,120	Gr	N/D	N/D	N/D	Aderezo	0,96		
N/D	Mostaza	0,030	Gr	N/D	N/D	N/D	Aderezo	1,2		
N/D	Miel	0,040	Gr	N/D	N/D	N/D	Aderezo	1,2		
N/D	Cocacola	0,250	MI	N/D	N/D	N/D	Acompañante	4,5		
MONTAJE							COSTO TOTAL		24,77	
Preparacion					Grafico					
<p>1. Mise en Place: Amasar la carne con pan molido, pimienta, comino, cebolla y ajo. Porcionar la carne en un medallón de 0,150 Kg.</p> <p>2. Cocción: Cocinar la carne y la rodaja de piña en la plancha o parrilla hasta el punto deseado.</p> <p>3. Armado: Untar el pan con mantequilla y tostar ligeramente. Montar la hamburguesa en el siguiente orden: Pan inferior, aderezos (Mostaza, Miel, Extracto de Tomate), carne con queso fundido, piña, tomate, cebolla, y pan superior.</p>										

Anexo c

Receta de Sándwich Cubano

NOMBRE DE LAS PREPARACIONES		CONTENIDO		FECHA DE ELABORACION		#pax		
Sandwich Cubano				6/11/2025		1		
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)		
		X						
CONSERVACION	Ambiente	Refrigeracion	X	Congelacion	Otros			
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA			COSTO DE PRODUCCION
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	
N/D	Pan	1,00	Unidad	N/D	Abrir	N/D	Base/Montaje	2
N/D	Carne de Cerdo	0,150	Gr	Marinar	N/D	Horno/Estofar	Cocción	4
N/D	Jamon	0,023	Gr	N/D	Rebanadas	N/D	Montaje	2
N/D	Queso	0,050	Gr	N/D	Rebanadas	Plancha/Calor	Fundir	2
N/D	Mostaza	0,050	MI	N/D	N/D	N/D	Aderezo	0,48
N/D	Mantequilla	0,100	Gr	N/D	N/D	Plancha	Sellar/Untar	0,48
N/D	Naranja	0,020	MI	Exprimir	N/D	N/D	Marinar	0,3
N/D	Limon	0,050	MI	Exprimir	N/D	N/D	Marinar	0,3
N/D	Ajo	0,015	Gr	Pelar	Picar fino	N/D	Marinar	0,6
N/D	Oregano	0,030	Gr	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1
N/D	Comino	0,100	Gr	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1
N/D	Sal	0,120	Gr	N/D	N/D	N/D	Sazonar	0,15
N/D	Pimienta	0,030	Gr	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1
N/D	Aceite	0,040	MI	N/D	N/D	N/D	Marinar/Sellar	0,33
MONTAJE							COSTO TOTAL	15,64
Preparacion				Grafico				
<p>1. Mise en Place y Cocción: Marinar la carne de cerdo con cítricos (naranja, limón), ajo y especias (orégano, comino, sal, pimienta). Asar o estofar la carne hasta su cocción y cortarla.</p> <p>2. Armado: Abrir el pan. Untar con mostaza. Colocar capas de carne de cerdo asada, jamón y queso.</p> <p>3. Prensado: Untar el exterior del pan con mantequilla y prensar en una plancha caliente o sandwichera, aplicando peso, hasta que el queso se derrita y el pan esté crujiente.</p>								


Anexo d

Receta de Hamburguesa "Mexicana"

NOMBRE DE LAS PREPARACIONES				CONTENIDO	1	FECHA DE ELABORACION		#pax
Hamburguesa "Mexicana"						6/11/2025		
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)		
			X					
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion	Otros		
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA			
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION
N/D	Pan	2	Unidad	N/D	Abrir	N/D	Base/Montaje	2
N/D	Pan Molido	0,023	Gr	N/D	N/D	N/D	Amalgamar	0,46
N/D	Mantequilla	0,015	Gr	N/D	N/D	Plancha	Sellar/Untar	0,45
N/D	Carne	0,150	Gr	Amasar	N/D	Plancha/Parrilla	Cocción	6
N/D	Cebolla	0,200	Gr	Pelar	Rebanadas/Picar	N/D	Montaje/Aderezo	1,2
N/D	Tomate	0,200	Gr	Lavar	Rebanadas	N/D	Montaje	1,6
N/D	Palta	0,150	Gr	Pelar	Machacar	N/D	Guacamole/Aderezo	6
N/D	Queso Cheddar	0,030	Gr	N/D	Rebanadas	Plancha/Calor	Fundir	1,2
N/D	Jalapeños o Locoto	0,010	Gr	Lavar	Rodajas	N/D	Topping	0,2
N/D	Ajo	0,010	N/D	Pelar	Picar fino	N/D	Aderezo	0,4
N/D	Tocino	0,020	Gr	N/D	Rebanadas	Sartén/Plancha	Cocción	0,8
N/D	Cilantro	0,010	Gr	Lavar	Picar fino	N/D	Aderezo	0,2
N/D	Limon	0,015	MI	Exprimir	N/D	N/D	Aderezo	0,15
N/D	Pimienta	0,025	Gr	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1
N/D	Comino	0,025	MI	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1
MONTAJE							COSTO TOTAL	22,66
Preparacion				Grafico				
<p>1. Mise en Place: Amasar la carne con pan molido, pimienta, comino, y ajo; porcionar en un medallón de 0,150 Kg. Preparar el guacamole: machacar palta, mezclar con cebolla, cilantro y limón.</p> <p>2. Cocción: Cocinar la carne y el tocino en la plancha o parrilla. Untar el pan con mantequilla y tostar.</p> <p>3. Armado: Montar la hamburguesa en orden: Pan inferior, carne con queso cheddar fundido, tocino, tomate, y una generosa porción de guacamole. Cubrir con rodajas de cebolla y jalapeños/locoto.</p>								


Anexo e

Receta de Hamburguesa Simple

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO		FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS		CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		FORMANDO EL FUTURO	
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES				CONTENIDO	1	FECHA DE ELABORACION		#pax	
Hamburguesa Simple						6/11/2025		1	
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)			
			X						
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion	Otros			
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA				
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION	
N/D	Pan	1,00	Unidad	N/D	Abrir	N/D	Base/Montaje	2	
N/D	Carne	0,150	Gr.	Amasar	N/D	Plancha/Parrilla	Cocción	4	
N/D	Pimienta	0,025	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	2	
N/D	Comino	0,025	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	2	
N/D	Ajo	0,010	Gr.	Pelar	Picar fino	N/D	Sazonar	0,48	
N/D	Pan Molido	0,023	Gr.	N/D	N/D	N/D	Amalgamar	0,48	
N/D	Cebolla	0,100	Gr.	Lavar	Rodajas	N/D	Montaje	0,3	
N/D	Tomate	0,100	Gr.	Lavar	Rodajas	N/D	Montaje	0,3	
N/D	Mantequilla	0,015	Gr.	N/D	N/D	Plancha	Sellar/Untar	0,6	
N/D	Queso Cheddar	0,030	Gr.	N/D	Rebanadas	Plancha/Calor	Fundir	1	
N/D	Tocino	0,020	Gr.	N/D	Rebanadas	Sartén/Plancha	Cocción	1	
MONTAJE							COSTO TOTAL	14,16	
Preparacion				Grafico					
<p>1. Mise en Place: Amasar la carne con pan molido, pimienta, comino y ajo. Porcionar en un medallón de 0,150 Kg.</p> <p>2. Cocción: Cocinar la carne y el tocino en la plancha o parrilla hasta el punto deseado. Al final, fundir el queso Cheddar sobre la carne. Tostar ligeramente el pan con mantequilla.</p> <p>3. Armado: Montar la hamburguesa en el siguiente orden: Pan inferior, carne con queso fundido y tocino, rodajas de tomate y cebolla, y pan superior.</p>									

Anexo f

Receta de Alitas "Grandes"

NOMBRE DE LAS PREPARACIONES		CONTENIDO		18 Unidades		FECHA DE ELABORACION		#pax
Alitas "Grandes "						6/11/2025		3-4
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)		
			X					
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion	Otros		
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA			
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION
N/D	Alitas de Pollo	1,050	Gr.	Porcionar	N/D	Fritura	Cocción	31,5
N/D	Harina	0,400	Gr.	Mezclar	N/D	N/D	Rebozado	4,8
N/D	Sal	0,045	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	0,27
N/D	Pimienta	0,045	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1,8
N/D	Comino	0,045	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1,8
N/D	Ajo en Polvo	0,045	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	0,9
N/D	Apio	0,450	Gr.	Lavar	Bastones	N/D	Guarnición	4,5
N/D	Zanahoria	0,450	Gr.	Pelar/Lavar	Bastones	N/D	Guarnición	2,25
N/D	Papa	0,500	Gr.	Pelar	N/D	Fritura	Acompañante	4
MONTAJE							COSTO TOTAL	51,82
Preparacion					Grafico			
<p>1. Mise en Place: Cortar las alitas, si es necesario. Mezclar la Harina con Sal, Pimienta, Comino y Ajo en Polvo para crear el rebozado. Cortar el Apio y la Zanahoria en bastones. Pelar y cortar la Papa.</p> <p>2. Cocción: Pasar las alitas por la mezcla de harina hasta cubrirlas completamente. Freír las alitas y las papas en aceite caliente hasta que estén doradas y cocidas.</p> <p>3. Montaje: Colocar las alitas fritas junto con las papas en el plato, agregando los bastones de vegetales como guarnición.</p>								

Anexo g

Receta de Alitas "Medianas"




UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



NOMBRE DE LAS PREPARACIONES				CONTENIDO	12 Unidades	FECHA DE ELABORACION		#pax
Alitas "Medianas"						6/11/2025		2-3
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)		
			X					
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion		Otros	
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA			
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION
N/D	Alitas de Pollo	0,700	Gr.	Porcionar	N/D	Fritura	Cocción	21
N/D	Harina	0,200	Gr.	Mezclar	N/D	N/D	Rebozado	2,40
N/D	Sal	0,045	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	0,27
N/D	Pimienta	0,045	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1,80
N/D	Comino	0,045	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1,80
N/D	Ajo en Polvo	0,045	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	0,90
N/D	Apio	0,300	Gr.	Lavar	Bastones	N/D	Guarnición	3
N/D	Zanahoria	0,300	Gr.	Pelar/Lavar	Bastones	N/D	Guarnición	1,50
N/D	Papa	0,450	Gr.	Pelar	N/D	Fritura	Acompañante	3,6
MONTAJE							COSTO TOTAL	36,27
Preparacion				Grafico				
<p>1. Mise en Place: Cortar las alitas, si es necesario. Mezclar la Harina con Sal, Pimienta, Comino y Ajo en Polvo para crear el rebozado. Cortar el Apio y la Zanahoria en bastones. Pelar y cortar la Papa.</p> <p>2. Cocción: Pasar las alitas por la mezcla de harina hasta cubrirlas completamente. Freír las alitas y las papas en aceite caliente hasta que estén doradas y cocidas.</p> <p>3. Montaje: Colocar las alitas fritas junto con las papas en el plato, agregando los bastones de vegetales como guarnición.</p>								

Anexo h

Receta de Alitas "Pequeñas"

NOMBRE DE LAS PREPARACIONES			CONTENIDO	6 Unidades	FECHA DE ELABORACION		#pax	
Alitas "Pequeñas"							6/11/2025	1
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)		
			X					
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion		Otros	
CODIGO DE	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA			
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION
N/D	Alitas de Pollo	0,350	Gr.	Porcionar	N/D	Fritura	Cocción	10,5
N/D	Harina	0,100	Gr.	Mezclar	N/D	N/D	Rebozado	1,2
N/D	Sal	0,015	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	0,09
N/D	Pimienta	0,015	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	0,6
N/D	Comino	0,015	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	0,6
N/D	Ajo en Polvo	0,015	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	0,3
N/D	Apio	0,150	Gr.	Lavar	Bastones	N/D	Guarnición	1,5
N/D	Zanahoria	0,150	Gr.	Pelar/Lavar	Bastones	N/D	Guarnición	0,75
N/D	Papa	0,300	Gr.	Pelar	N/D	Fritura	Acompañante	2,4
MONTAJE							COSTO TOTAL	17,94
Preparación					Grafico			
<p>1. Mise en Place: Cortar las alitas, si es necesario. Mezclar la Harina con Sal, Pimienta, Comino y Ajo en Polvo para crear el rebozado. Cortar el Apio y la Zanahoria en bastones. Pelar y cortar la Papa.</p> <p>2. Cocción: Pasar las alitas por la mezcla de harina hasta cubrirlas completamente. Freír las alitas y las papas en aceite caliente hasta que estén doradas y cocidas.</p> <p>3. Montaje: Colocar las alitas fritas junto con las papas en el plato, agregando los bastones de vegetales como guarnición.</p>								

Anexo i

Receta de Tablita Mixta "Grande"



UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



NOMBRE DE LAS PREPARACIONES				CONTENIDO	1	FECHA DE ELABORACION		#pax	
Tablita Mixta "Grande"						6/11/2025			4-5
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)			
			X						
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion		Otros		
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA				
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION	
N/D	Carne (Pollerita)	1	Kg.	Porcionar	N/D	Parrilla/Plancha	Cocción	31,5	
N/D	Chorizo Parrillero	0,350	Kg.	N/D	N/D	Parrilla/Plancha	Cocción	14	
N/D	Pollo	0,500	Kg.	Porcionar	N/D	Parrilla/Plancha	Cocción	15	
N/D	Yuca	0,300	Kg.	Pelar/Lavar	N/D	Fritura	Acompañante	3	
N/D	Plátano	0,300	Kg.	Pelar	N/D	Fritura	Acompañante	4,5	
N/D	Comino	0,050	Kg.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	2	
N/D	Orégano	0,050	Kg.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	2	
N/D	Pimienta	0,050	Kg.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	2	
N/D	Salsa de Soya	0,250	Lt.	N/D	N/D	N/D	Marinar/Aderezo	8,75	
N/D	Aceite	0,250	Lt.	N/D	N/D	N/D	Freir/Marinar	5,5	
MONTAJE								COSTO TOTAL	88,25
Preparacion				Grafico					
<p>1. Mise en Place: Cortar la Carne y Pollo en porciones. Pelar y cortar Yuca y Plátano. Marinar todas las carnes con Salsa de Soya, Comino, Orégano y Pimienta (usando parte del Aceite).</p> <p>2. Cocción: Asar el Pollo, la Carne y el Chorizo en la parrilla o plancha hasta el punto deseado. Freír la Yuca y el Plátano en Aceite caliente hasta que estén dorados.</p> <p>3. Montaje: Colocar las carnes y el chorizo asados en la tablita. Distribuir la Yuca y el Plátano fritos a un lado como acompañamiento.</p>									

Anexo j

Receta de Tablita Mixta "Mediana"






UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



NOMBRE DE LAS PREPARACIONES				CONTENIDO	1	FECHA DE ELABORACION		#pax
Tablita Mixta "Mediana"						6/11/2025		
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)		
			X					
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion	Otros		
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA			
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION
N/D	Carne (Pollerita)	0,700	Gr.	Porcionar	N/D	Parrilla/Plancha	Cocción	13,5
N/D	Chorizo Parrillero	0,350	Gr.	N/D	N/D	Parrilla/Plancha	Cocción	6
N/D	Pollo	0,500	Gr.	Porcionar	N/D	Parrilla/Plancha	Cocción	7,5
N/D	Yuca	0,300	Gr.	Pelar/Lavar	N/D	Fritura	Acompañante	1,5
N/D	Plátano	0,300	Gr.	Pelar	N/D	Fritura	Acompañante	2,25
N/D	Comino	0,050	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1
N/D	Orégano	0,050	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1
N/D	Pimienta	0,050	Gr.	N/D	N/D	N/D	Sazonar	1
N/D	Salsa de Soya	0,250	Ml.	N/D	N/D	N/D	Marinar/Aderezo	8,75
N/D	Aceite	0,250	Ml.	N/D	N/D	N/D	Freir/Marinar	5,50
MONTAJE							COSTO TOTAL	48
Preparacion					Grafico			
<p>1. Mise en Place: Cortar la Carne y Pollo en porciones. Pelar y cortar Yuca y Plátano. Marinar todas las carnes con Salsa de Soya, Comino, Orégano y Pimienta (usando parte del Aceite).</p> <p>2. Cocción: Asar el Pollo, la Carne y el Chorizo en la parrilla o plancha hasta el punto deseado. Freír la Yuca y el Plátano en Aceite caliente hasta que estén dorados.</p> <p>3. Montaje: Colocar las carnes y el chorizo asados en la tablita. Distribuir la Yuca y el Plátano fritos a un lado como acompañamiento.</p>								


Anexo k

Receta de Pizza "Grande"

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO		FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS				CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
								
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES			CONTENIDO	8 Porciones	FECHA DE ELABORACION	#pax		
Pizza "Grande"					6/11/2025	2-4		
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)		
			X					
CONSERVACION	Ambiente	Refrigeracion	X	Congelacion	Otros			
CODIGO DE	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA			
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION
N/D	Harina	1	Kg.	Cernir	N/D	N/D	Base	6
N/D	Levadura	0,010	Kg.	Hidratar	N/D	N/D	Base	0,1
N/D	Huevo	2,000	Unidad	Batir	N/D	N/D	Base	2,4
N/D	Agua	0,260	Lt.	Medir	N/D	N/D	Base	
N/D	Sal	0,020	Kg.	Medir	N/D	N/D	Base/Sazonar	0,12
N/D	Azúcar	0,035	Kg.	Medir	N/D	N/D	Base	0,35
N/D	Aceite	0,020	Lt.	Medir	N/D	N/D	Base	0,44
N/D	Queso	0,400	Kg.	Rallar	N/D	Horno	Topping	16
N/D	Tomate	0,125	Kg.	Lavar	Picar/Licuar	N/D	Salsa	1
N/D	Cebolla	0,125	Kg.	Pelar	Picar fino	N/D	Salsa	0,75
N/D	Orégano	0,025	Kg.	N/D	N/D	N/D	Salsa/Sazonar	1
N/D	Jamón	0,250	Kg.	N/D	Picar/Tiras	N/D	Topping	10
N/D	Pimienta	0,013	Kg.	N/D	N/D	N/D	Salsa/Sazonar	0,52
N/D	Comino	0,013	Kg.	N/D	N/D	N/D	Salsa/Sazonar	0,52
N/D	Pimentón	0,125	Kg.	Lavar	Picar/Rodajas	N/D	Topping	1,25
N/D	Calabresa	0,250	Kg.	N/D	Rodajas	N/D	Topping	10
MONTAJE							COSTO TOTAL	50
Preparacion				Grafico				
<p>1. Preparar la Base: Mezclar Harina, Levadura, Huevo, Agua, Sal, Azúcar y Aceite. Amasar hasta obtener una masa elástica. Dejar reposar hasta que duplique su tamaño.</p> <p>2. Preparar la Salsa: Sofreír Tomate y Cebolla con Especias (Orégano, Hoja de Laurel, Pimienta, Comino). Dejar enfriar.</p> <p>3. Armado y Cocción: Extender la masa. Cubrir con la salsa de tomate, una capa generosa de Queso, Jamón, Calabresa y Pimentón. Hornear a alta temperatura (aprox. 200°C) hasta que la masa esté dorada y el queso fundido.</p>								




Anexo I

Receta de Pizza "Mediana"

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO		FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS		CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS FORMANDO EL FUTURO		
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES				CONTENIDO	4 Porciones	FECHA DE ELABORACION		#pax
Pizza "Mediana"						6/11/2025		
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)		
			X					
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion	Otros		
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA			
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION
N/D	Harina	0,250	Kg.	Cernir	N/D	N/D	Base	3
N/D	Levadura	0,005	Kg.	Hidratar	N/D	N/D	Base	0,05
N/D	Huevo	1	Unidad	Batir	N/D	N/D	Base	1,20
N/D	Agua	0,130	Lt.	Medir	N/D	N/D	Base	2
N/D	Sal	0,013	Kg.	Medir	N/D	N/D	Base/Sazonar	0,08
N/D	Azúcar	0,025	Kg.	Medir	N/D	N/D	Base	0,25
N/D	Aceite	0,010	Lt.	Medir	N/D	N/D	Base	0,22
N/D	Queso	0,250	Kg.	Rallar	N/D	Horno	Topping	10
N/D	Tomate	0,125	Kg.	Lavar	Picar/Licuar	N/D	Salsa	1
N/D	Cebolla	0,125	Kg.	Pelar	Picar fino	N/D	Salsa	0,75
N/D	Orégano	0,025	Kg.	N/D	N/D	N/D	Salsa/Sazonar	1
N/D	Pimienta	0,013	Kg.	N/D	N/D	N/D	Salsa/Sazonar	0,52
N/D	Comino	0,013	Kg.	N/D	N/D	N/D	Salsa/Sazonar	0,52
N/D	Pimentón	0,125	Kg.	Lavar	Picar/Rodajas	N/D	Topping	1,25
N/D	Jamón	0,125	Kg.	N/D	Picar/Tiras	N/D	Topping	5
N/D	Calabresa	0,125	Kg.	N/D	Rodajas	N/D	Topping	5
MONTAJE							COSTO TOTAL	32
Preparacion				Grafico				
<p>1. Preparar la Base: Mezclar Harina, Levadura, Huevo, Agua, Sal, Azúcar y Aceite. Amasar hasta obtener una masa elástica. Dejar reposar hasta que duplique su tamaño.</p> <p>2. Preparar la Salsa: Sofreír Tomate y Cebolla con Especias (Orégano, Hoja de Laurel, Pimienta, Comino). Dejar enfriar.</p> <p>3. Armado y Cocción: Extender la masa. Cubrir con la salsa de tomate, una capa generosa de Queso, Jamón, Calabresa y Pimentón. Hornear a alta temperatura (aprox. 200°C) hasta que la masa esté dorada y el queso fundido.</p>								


Anexo m

Receta de Caipiriña

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO		FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS		CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS FORMANDO EL FUTURO		
								
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES				CONTENIDO	370 Ml	FECHA DE ELABORACION		#pax
Caipiriña						6/11/2025		1
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)		
	X							
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion	Otros		
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA			
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION
N/D	Havana Club	0,060	Ml.	N/D	N/D	N/D	directo	14,58
N/D	Azúcar	0,020	Gr.	N/D	N/D	N/D	directo	0,20
N/D	Hierba Buena	0,002	Uni.	Lavar	Hojas	N/D	Macerar	0,01
N/D	Coca Cola	0,120	Ml.	Enfriar	N/D	N/D	directo	0,72
N/D	Lima (Rodaja y Jugo)	0,100	Uni.	Exprimir/Cortar	Rodajas	N/D	Macerar	1
N/D	Hielo	0,100	Kg.	N/D	N/D	N/D	directo	1,50
MONTAJE							COSTO TOTAL	18,01
Preparacion				Grafico				
<p>1. En un vaso alto, colocar las hojas de Hierba Buena, el Azúcar y las rodajas de Lima. 2. Macerar (machacar) suavemente la mezcla para extraer el jugo de lima y el aroma de la hierbabuena. 3. Agregar el Ron Havana Club (60 Ml.). 4. Llenar el vaso con el Hielo (0,100 Kg.). 5. Rellenar el vaso con la Coca Cola (0,120 Ml.) y mezclar suavemente antes de servir.</p>								

Anexo n

Receta de Cuba Libre

NOMBRE DE LAS PREPARACIONES		CONTENIDO		FECHA DE ELABORACION		#pax		
Cuba Libre		370 MI		6/11/2025		1		
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)		
	X							
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion		Otros	
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA			
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION
N/D	Ron Blanco/Negro	0,050	MI.	N/D	N/D	N/D	directo	7,85
N/D	Coca Cola	0,200	MI.	Enfriar	N/D	N/D	directo	1,20
N/D	Jugo de Limón	0,020	MI.	Exprimir	N/D	N/D	directo	0,20
N/D	Hielo	0,100	Gr.	N/D	N/D	N/D	directo	1,50
MONTAJE							COSTO TOTAL	10,75
Preparacion				Grafico				
<ol style="list-style-type: none"> Ocupar un vaso alto ("trago largo") y llenarlo con el hielo. Medir y verter el Ron (50 MI.) y el Jugo de Limón (20 MI.) sobre el hielo. Rellenar el vaso con Coca Cola (200 MI.). Remover (mezclar) suavemente antes de servir. 								

Anexo o

Receta de Fernet

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO		FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS		CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		FORWARDING EL FUTURO	
NOMBRE DE LAS PREPARACIONES			Fernet	CONTENIDO	370 ML.	FECHA DE ELABORACION		#pax	
						6/11/2025		1	
TIPO DE MENU	Entremes	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menu completo	OTROS (Especificar)			
	X								
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeracion	X	Congelacion		Otros		
CODIGO DE PRODUCTO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE PLACE	TECNICA CULINARIA				
					CORTE	METODO DE COCCION	APLICACIÓN	COSTO DE PRODUCCION	
N/D	Fernet Branca	0,050	ML.	N/D	N/D	N/D	directo	7,25	
N/D	Coca Cola	0,200	ML.	Enfriar	N/D	N/D	directo	1,20	
N/D	Rodaja de Limón	0,020	Uni.	N/D	Rodaja	N/D	directo	0,20	
N/D	Hielo	0,100	Gr.	N/D	N/D	N/D	directo	1,50	
MONTAJE							COSTO TOTAL		10,15
Preparacion				Grafico					
<ol style="list-style-type: none"> Ocupar un vaso alto ("trago largo") y llenarlo con el hielo. Medir y verter el Fernet Branca (50 ML.) sobre el hielo. Rellenar el vaso con Coca Cola (200 ML.), procurando mantener la espuma. Colocar la rodaja de limón en el borde o dentro del vaso y servir. 				