UNIDAD EDUCATIVA SANTA TERESITA 3 “FE Y ALEGRÍA”

BACHILLERATO TÉCNICO HUMANISTICO

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO

“HUNGER” FAST FOOD”

PARA LA OBTENCION DEL TITULO DE TECNICO MEDIO OTORGADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

ESTUDIANTES: Jesús Yeguanoy Vargas

Javier Mendoza Marin

DIRECTORA: Lic. Gladys Esmeralda Tangara Ancari

TUTOR: Lic. Constantino Abiyu Yarita

MAESTRA DE BTH: Lic. Georgina Flores Reginfo

ÁREA: Gastronomía

Ascensión de Guarayos, noviembre de 2024

Santa Cruz – Bolivia

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todos los que contribuyeron al éxito de este proyecto, en primer lugar, a Dios por darnos el conocimiento para realizar este proyecto de igual manera a nuestros padres, quienes estuvieron apoyándonos todos los días, con su esfuerzo y compromiso han sido fundamentales para la realización de este proyecto.

DEDICATORIA

Con gratitud y orgullo, dedico este proyecto finalizado a nuestros padres, quienes nos han dado la vida y en ella la capacidad de poder superarnos, además de desearnos lo mejor en cada paso que damos y de igual manera a todos aquellos que creyeron en esta visión y trabajaron incansablemente para hacerla realidad, Este proyecto es un testimonio de nuestra capacidad para innovar, crear y superar obstáculos.

ÍNDICE

1.INTRODUCCIÓN..... 1
2.PLANTEAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO..... 2
2.1. DIAGNOSTICO DEL CONTEXTO PRODUCTIVO..... 2
2.1.1. DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES..... 3
2.1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 5
2.1.3. DENOMINACIÓN DEL PROYECTO..... 5
2.2. OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO..... 5
2.2.1. OBJETIVO GENERAL..... 5
2.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS..... 5
2.2.3. MISIÓN..... 6
2.2.4. VISIÓN..... 6
2.3. JUSTIFICACIÓN..... 6
3.DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO..... 7
3.1. LOCALIZACION DEL EMPRENDIMIENTO..... 7
3.2. ANÁLISIS DEL MERCADO..... 7
3.2.1. OFERTA..... 8
3.2.2. DEMANDA..... 8
3.2.3. PÚBLICO OBJETIVO..... 9
3.2.4. ENTORNO Y COMPETENCIA..... 9
3.2.5. VENTAJA COMPETITIVA DEL EMPRENDIMIENTO..... 9
3.3. ESTRATEGIA DE PROMOCION Y DISTRIBUCION..... 10
3.5. DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO..... 11
3.5.1. CARACTERISTICAS DEL SERVICIO O PRODUCTO..... 11
4. VIABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD..... 11
4.1. CÁLCULO DE INVERSIONES..... 11
4.1.1. CAPITAL DE INVERSION..... 12
4.1.2. CAPITAL DE OPERACIÓN..... 13
4.2. COSTO DE PRODUCCIÓN..... 14
4.2.1. CÁLCULO DE COSTOS VARIABLES..... 15
4.2.2. COSTOS FIJOS..... 16

5. RESULTADOS..... 17
5.1. BENEFICIOS E IMPACTO..... 18
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 18
BIBLIOGRAFIA..... 19
ANEXOS..... I
ANEXO I..... II
ANEXO II..... III
ANEXO III..... IV
ANEXO IV..... V
ANEXO V..... VI
ANEXO VI..... VII
ANEXO VII..... IX
ANEXO VIII..... X
ANEXO IX..... XI
ANEXO X..... XIII

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO "HUNGER FAST FOOD"- RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto "Hunger Fast Food" fue desarrollado en respuesta a la saturación del mercado de comida rápida en Ascensión de Guarayos, Bolivia, donde predominan los locales que ofrecen pollo a la broaster y spiedo. La falta de variedad en la oferta gastronómica, sumada a los altos precios de los pocos locales con menús diferentes, limitaba las opciones para los habitantes. A partir de esta observación, y en base a encuestas y estudios, los estudiantes de gastronomía diseñan un proyecto innovador que introduce dos platos nuevos: el "Pepito Mixto" y la "Papalocura". Estos platillos buscan satisfacer la demanda de opciones económicas, sabrosas y sin pollo como ingrediente principal, calculadas en carne y papas, ingredientes económicos y accesibles en la región. Este enfoque permite responder a la necesidad de una oferta gastronómica variada en Ascensión de Guarayos.

El análisis inicial realizado para el proyecto mostró una comunidad interesada en alternativas culinarias que se ajustan a sus gustos y presupuesto. De ahí surgió la idea de introducir estos platillos, que no solo presentan una mezcla de carnes, papas y salsas exclusivas, sino que también cumplen con el deseo de experimentar con sabores nuevos y locales. Los objetivos específicos del proyecto incluyen:

- Incorporar nuevos platillos en el menú local, ofreciendo una alternativa al pollo tradicional.
- Establecer un servicio de entrega a domicilio para facilitar el acceso de los clientes a estos platillos.
- Ofrecer un servicio confiable y atento que fomente la preferencia y fidelidad de los comensales.
- Optimizar la gestión de recursos para asegurar la sostenibilidad y eficiencia del emprendimiento.

"Hunger Fast Food" se localiza estratégicamente en el barrio Fe y Alegría, cerca del mercado central y la plaza principal, un área con un flujo constante de personas, tanto residentes como visitantes. Para competir en el mercado local, el proyecto se enfoca en dos aspectos clave: la exclusividad de su menú y la posibilidad de personalización en la preparación de los platillos. Los clientes pueden elegir entre varias opciones de carne y acompañamientos, lo cual permite satisfacer distintos gustos y preferencias. Además, se promocionará principalmente a través de redes sociales como Facebook, **WhatsApp,**

Instagram y TikTok, aprovechando la interacción digital para captar la atención del público joven y de las familias.

Los platillos, que incluyen combinaciones de carne y papas, son preparados en una plancha, lo que permite reducir el contenido de aceite y ofrecer una opción más saludable en comparación con la comida frita. La presentación atractiva y el sabor característico se complementan con salsas exclusivas, diseñadas específicamente para resaltar los ingredientes. El emprendimiento tiene un alto costo inicial, destinado a la adquisición de equipos como planchas, freidoras y mesas de cocina, así como a la compra de ingredientes de calidad. Los costos operativos se dividen entre costos fijos, como los servicios básicos y el alquiler del local, y los costos variables, que incluyen las materias primas para la preparación de los platillos. Este enfoque en costos y calidad busca garantizar una rentabilidad sostenida en el tiempo.

Luego de una serie de pruebas para afinar los sabores, el proyecto desarrolló una salsa exclusiva que caracteriza cada plato, contribuyendo a la identidad de la marca. Los platillos fueron bien recibidos por los habitantes de Ascensión de Guarayos, lo cual ha motivado al equipo a considerar una expansión del menú y del espacio físico del local. El éxito inicial respalda la ambición de extender el modelo de negocio a nuevas sucursales en los municipios vecinos en el futuro. Este objetivo de crecimiento está basado en la consolidación de una oferta gastronómica diferenciada y en la calidad del servicio, con el propósito de posicionarse como un referente culinario en la región.

"Hunger Fast Food" no solo beneficia directamente a los emprendedores, quienes adquieren experiencia laboral y obtienen beneficios económicos, sino que también impacta positivamente a la comunidad. La introducción de platillos innovadores como el "Pepito Mixto" y la "Papalocura" representa un cambio bien recibido en la oferta gastronómica de la zona, permitiendo a los habitantes explorar nuevos sabores sin necesidad de gastar más. Esta propuesta culinaria contribuye a la diversificación de las opciones alimenticias y mejora el nivel culinario local.

En conjunto, "Hunger Fast Food" destaca la importancia de una gestión flexible y orientada al cliente, logrando un modelo de negocio sustentable y con grandes posibilidades de expansión en el futuro.

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO "HUNGER FAST FOOD"- RESUMEN EJECUTIVO

Ko poravikisa "Hunger Fast Food” yaposa sepiasase mimoi yapopri poyava va’e seta’eteprise ko yande rekua Ascensión de Guarayos ve, Vorivia, aeve seta etepri takura sesipri iyavei takura imomembepri movendesar. Sepieteprise ko mimoi movendesa ndovirokwa tuprii yureko. Evokoi sepiasase chi pare encuesta yaposase, chima’e gastronomía oyembo’e va’e yuvireko yuroyapo mimoi: serer va’e "Pepito Mixto" iyavei "Papalocura". Ko mimoi yaposa nda sepituprii chi rumo aviyeimiete ndo virekoi takura ro’o, sekuña gwä vireko papa iyavei gwaka ro’o. kamonse ko yaposa oime vaërä ambuemiete i’upri ko Ascensión de Guarayos ve.

Imoanalisase yipindar ko poravikisa ava oipota yuvireko mimoi repri ndasepitupriiva’e. Ichui ösë ko piayemoñetasa mimoi apo agwä, nda’eiño gwaka ro’o, papas iyavei salsa vireko inungar avei yaposa ambue sabor oime va’ërä. Ko yuvirekoi objetivo específico poraviki resendar:

- Yaposa ambue mimoi ko tekuave, nda’ei ete takura ro’o rese.
- Ko mimoi serasosara ava rëtä rupiete.
- Imoatiendesa tupriitera ava yuvirekoi yugweru katuva’ërä mimoi rerokwa.
- Gwarepochi imoporavikisa tuprira ko mimoi movendesa ndopai va’ërä.

"Hunger Fast Food" chini barrio Fe y Alegría, Mercado central chi pare okarusu su’i namombriimiete, ikotiite ava seta setaite yuvireko, tekua pendar iyavei koirupisui yuroyu va’e.

Imocompetiva’ërä ko mercado ve, ko poravikisa oyemoenfoca korese: mimoi ndipoiete ko inungar yapopri iyavei yaposara ko mimoi ava remimontar ete rupi. Ava virokwa va’e yuroikatura imoelegi opokatu mbae ro’o iyavei ambue mbae imoacompaña va’ërä. Iyavei imopromocionasara redes sociales rupi inungar Facebook, WhatsApp, Instagram iyavei TikTok, chimae iyavei imu avei kürïtëindar yuroiporuite ko yuvirekoi.

Ko mimoi vireko va’e gwaka ro’o chi pare papa, imopreparasa plancha ve, egwë’eise ndovireko tupriiete aceite aese nayanemoma’asii tupiri inungar ambue imomembepri yuvireko. Vireko aveira salsa ndipoi vaeiete ko rupi. Ko poravikisa sepiite yipindar, sa ichu’i serokuasara planchas, freidoras iyavei mesas cocina pendar, ichu’i avei serokuasara gwaka ro’o moyesea agwä. Ko poravikisa repri imodividisa costos fijos, inungar servicios básicos, o’i moalquila agwä, chi pare costos variables, ichui materia prima serokuasa va’ërä mimoi apo’agwä. Nonaise poravikisa ikatusañoitera tenonde koti serasosa.

Yipindar yaposa prueba sabor aviyekatu va’erä senosesa agwä, ichui yaposa kute salsa aviyeimiete va’e. ko mimoi yaposa va’e virokwaite yuvirekoi ko Ascensión de Guarayos ve, ayeve yaposara ambue mimoi eta iyavei sekasara ambue o’i aeve imovendesa va’ërä. Aviye tupraiete ko mboraviki serasosa tenonde koti ayeve yemopiayemoñetasa ko mimoi imovendasa va’ërä ambue municipio ve. Ko mimoi yaposa ambuemiete opakatu sui iyavei ava imoatiendesa tupriite ayeve ipotasa aviye katura opakatusui ete.

"Hunger Fast Food" ndaei yuroporaviki vaeño oye moveneficia yuvirekoi gwarepochirese inungar avei opokatua sekua va’e avei. Mimoi ambuemiete yaposase serer va’e "Pepito Mixto" iyavei "Papalocura" oipota ñoite sekua va’e yuvireko, egwë’eise ambuemiete yirosa’ä noyemogastatuprii ete avei rumo yuvireko.

Nonaise, "Hunger Fast Food" ko poravikisave yaposa mimoi ava remimontar upendarte ichui ko negocio serasosara tenonde koti oyemouvicha va’ërä ipare.

ENTREPRENEURSHIP PROJECT "HUNGER FAST FOOD" - EXECUTIVE SUMMARY

The "Hunger Fast Food" project was developed in response to the saturation of the fast-food market in Ascensión de Guarayos, Bolivia, where most establishments focus on fried and rotisserie chicken. The lack of variety in food offerings, along with high prices at the few places with different menus, limited options for residents. Based on this observation, as well as surveys and studies, culinary students designed an innovative project introducing two new dishes: the "Pepito Mixto" and "Papalocura." These dishes aim to meet the demand for affordable, tasty options without chicken as the main ingredient, featuring meat and potatoes—economical and accessible ingredients in the region. This approach addresses the need for more diverse food options in Ascensión de Guarayos.

The initial analysis for the project revealed a community interested in culinary alternatives that match their tastes and budgets. This inspired the idea of introducing these dishes, which not only offer a mix of meats, potatoes, and exclusive sauces but also fulfill the desire for new and local flavors. The specific objectives of the project include:

- Incorporating new dishes into the local menu, offering an alternative to traditional chicken.
- Establishing a delivery service to make it easier for customers to access these dishes.
- Providing reliable and attentive service that encourages customer loyalty and preference.
- Optimizing resource management to ensure the sustainability and efficiency of the venture.

"Hunger Fast Food" is strategically located in the Fe y Alegría neighborhood, near the central market and main square, an area with a steady flow of residents and visitors. To compete in the local market, the project focuses on two key aspects: the exclusivity of its menu and the option for customization in dish preparation. Customers can choose from various meat and side options, which helps cater to different tastes and preferences. Additionally, promotion will primarily be through social media platforms like Facebook, WhatsApp, Instagram, and TikTok, leveraging digital interaction to capture the attention of young people and families.

The dishes, which include combinations of meat and potatoes, are prepared on a griddle, reducing oil content and offering a healthier option compared to fried food. The appealing

presentation and distinctive flavor are complemented by exclusive sauces designed specifically to enhance the ingredients. The venture has high initial costs, aimed at acquiring equipment such as griddles, fryers, and kitchen tables, as well as purchasing quality ingredients. Operating costs are divided into fixed costs, like basic utilities and rental fees, and variable costs, which include raw materials for preparing the dishes. This cost and quality approach aims to ensure sustained profitability over time.

After a series of taste tests to refine the flavors, the project developed an exclusive sauce that defines each dish, contributing to the brand’s identity. The dishes were well received by the residents of Ascensión de Guarayos, motivating the team to consider expanding both the menu and the physical space of the establishment. The initial success supports the ambition to extend the business model to neighboring municipalities in the future. This growth objective is based on consolidating a distinctive food offering and high-quality service, aiming to position the brand as a culinary reference in the region.

"Hunger Fast Food" not only directly benefits the entrepreneurs, who gain work experience and economic rewards, but also positively impacts the community. The introduction of innovative dishes like the "Pepito Mixto" and "Papalocura" represents a well-received change in the area's food offerings, allowing residents to explore new flavors without spending more. This culinary proposal contributes to the diversification of food options and elevates the local culinary scene.

Overall, "Hunger Fast Food" emphasizes the importance of flexible, customer-oriented management, achieving a sustainable business model with strong growth potential for the future.

1.INTRODUCCIÓN

En Ascensión de Guarayos, hay una saturación en el mercado de comida rápida con numerosos locales de pollo a la “broaster y spiedo”, llegando a tener un establecimiento en casi cada esquina del barrio. Esto limita la diversidad gastronómica y presenta desafíos para la entrada de nuevos negocios. Bajo este contexto se detectó la necesidad de cambiar el menú cotidiano de la población que se basa en consumir casi a diario el pollo, ya que se cuenta con menú diferente en algunos locales, pero con precios elevados.

Por este motivo como estudiantes de gastronomía y emprendedores se propone la oferta de un servicio de comidas rápida y con precios accesibles para la comunidad, se ofrecerá diferentes comidas con ingredientes variados, de esta manera lograr implementar un menú de dos platos, el primero los “pepito mixto” y el segundo “papalocura” donde el ingrediente principal no sea el pollo. De esta manera impulsar el consumo de diferentes carnes, debido que en Ascensión de Guarayos se cuenta con un mercado de cárnico donde el precio es menor que el de otras regiones del departamento.

Esta idea surge debido a la escasa oferta de comida rápida en el mercado de Ascensión que no tengan como ingrediente principal el pollo. Durante la encuesta se observó que la población está cansada de ver en cada esquina un puesto de pollo, ellos manifiestan que al compartir una cena familiar se sienten insatisfecho y con pocas opciones en el menú, pero si querían algo diferente necesitaban más dinero.

De la misma manera ocurría si algún visitante o extranjero llegaba a preguntar: ¿dónde se puede ir a comer?, y la única respuesta que obtenía era ir comer pollo del local, nos dimos cuenta de dos cosas; primero que no había locales que oferten un menú diferente al que la población está acostumbrada; segundo que la mayoría de las personas no tenían más opciones de comidas rápidas con precios accesibles.

El proyecto de emprendimiento se propone el objetivo de implementar un nuevo menú basado en papas y carnes para la población de Ascensión de Guarayos, porque se vio la importancia de realizar un cambio al menú cotidiano, debido a que, en las encuestas realizadas a la comunidad, se encontró la necesidad de buscar otros productos para brindar nuevas opciones con precios accesibles. Bajo este contexto la necesidad de nuevos productos con precios accesibles es un hecho, al cual se planea atacar, mediante la implementación del “pepito mixto” y “las papalocuras” para lograr introducir nuevos sabores a los paladares de la comunidad.

2.PLANTEAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO

2.1. DIAGNOSTICO DEL CONTEXTO PRODUCTIVO

El municipio de Ascensión de Guarayos se encuentra en el centro de la provincia en el norte del departamento de Santa Cruz, limitando con el Beni al norte y oeste, El Puente al sur, y Urubichá y la provincia de Ñuflo de Chaves al este. A 302 kilómetros de la capital departamental, Santa Cruz de la Sierra, cubre 7,667 km², representando el 28.04% de la provincia Guarayos, con una población cercana a los 31,000 habitantes según el censo de 2012. **(Ver anexo I)**

Posee una importante riqueza natural, ríos y lagunas que adornan su paisaje, ideales para el ecoturismo, por su biodiversidad de flora y fauna. Cuenta con suelos fértiles, un clima húmedo y seco, se divide en 31 barrios la mayoría con servicios básicos de agua, luz eléctrica, recolección de basura, alumbrado público, establecimientos educativos, transporte, asistencia médica, gas domiciliario y seguridad pública, así mismo también cuenta con una plaza principal.

La comunidad está constituida por instituciones públicas y privadas, tales como el cabildo indígena al mando del Cacique Mayor Ascensio Arapuca Guarezaori, el Gobierno Autónomo Municipal representada por el honorable alcalde Ing. Pablo Eddie Guaristi Peredo, el Presidente del Concejo Municipal dirigido por el Lic. Robert Schock Peredo, la Sub gobernación a la cabeza del Abogado Estanilao Guendirena Zipepe, el Comité Cívico a cargo del abogado Salvador Vaca Añez, el comité cívico femenino dirigido por la Lic. Emma Lola Aponte, la COPNAG dirigida por la Sra. Cirila Tapendaba Urape, el Puesto Policial comandado por el Cap. Pedro Silva, el hospital Guarayos a cargo de la doctor Jose Edgar Quisbert Fuentes**,** la Dirección Distrital de Educación a la cabeza de la Lic. Jovita Iraipi Ariori y la parroquia Ascensión de Guarayos dirigida por el párroco Hugo Carrasco Flores.

La cultura de Ascensión de Guarayos tiene raíces profundas en los antiguos pueblos indígenas que habitaban la región, mucho antes de la llegada de los Franciscanos. Su lengua originaria es el Gwarayu, su danza y su música típica es la chovena. La vestimenta que lo caracteriza es el tipoi, la camisa y el pantalón de lienzo. Uno de los principales platos típicos es el mimboke. Entre los atractivos turísticos se destaca la Casa de la Cultura, la Escuela de Arte y Música Guaraya, la Iglesia Franciscana, el Balneario “Itapemi”, el Parque Ecológico “Ambue Ari”, la Reserva de Vida Silvestre “Rio Blanco y Negro” y la Laguna Corazón. Entre sus actividades religiosa la más destacada es la fiesta patronal “Ascensión del Señor”.

La mayoría de la población es católica y entre los valores practicados en la nación Gwarayu, están marcados por la minga, actividad en la que se demuestra la solidaridad, la cual genera y desarrolla un ambiente de respeto y de convivencia armónica con los seres humanos, la madre naturaleza y el abuelo Ava'ängi símbolo mayor de la identidad cultural del pueblo Gwarayu.

Las familias viven de la pesca, la agricultura, la ganadería y ofrecen su mano de obra en los aserraderos. Se caracterizan por ser buenos músicos, sus mujeres son hábiles tejedoras de hamacas, bolsones, bordados entre otros productos. Los principales cultivos son el arroz, maíz, maní, yuca, piña y plátano. La actividad ganadera es principalmente para la comercialización. La población urbana está compuesta por comerciantes, agricultores y ganaderos.

La Unidad Educativa Santa Teresita 3 "Fe y Alegría", colegio de convenio, pertenece al distrito 7045, está ubicado en Ascensión de Guarayos en el barrio Fe y Alegría. Fundada el 23 de febrero de 1993 por la Hna. Andrea Schett Niedierwieser, teniendo su primera promoción en 1996, debido al incremento de estudiantes de dicho año se amplían nuevas aulas con fondos de bienhechores y padres de familia, en el año 2008 gracias al proyecto CEE, el BTH abre sus puertas con las materias de tallado en madera y pastelería. Su estructura arquitectónica es modular con 18 aulas, una dirección, una sala de maestro, una biblioteca, una capilla, dos canchas polifuncionales, un proscenio, dos laboratorios y dos baños.

La estructura interna de la unidad consta de una directora, la Lic. Gladys Esmeralda Tangara, dos secretarios y una portera. A su vez cuenta con una comisión disciplinaria, una comisión técnico pedagógica, una comisión de solidaridad, entre otros. Cuenta con 29 docentes, así mismo tiene cuatro carreras de BTH las cuales son agroecología, tallado en madera, sistema informático y gastronomía.

2.1.1. DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES

Se llevó a cabo una investigación exhaustiva sobre el contexto de la comunidad de Ascensión de Guarayos mediante entrevistas y encuestas dirigidas a los residentes locales. Este estudio tuvo como objetivo identificar las preferencias y necesidades alimenticias de la población, así como evaluar las brechas en la oferta gastronómica existente en la zona. Los resultados obtenidos fueron claros: había una demanda insatisfecha de opciones de comida.

A partir de esta información, surgió la oportunidad de implementar dos nuevos productos: el “Pepito Mixto” y las “Papa locuras”. Estos platillos fueron diseñados para satisfacer el gusto de los habitantes locales, destacando sabores que combinan diferentes tipos de carnes y papas, y ofreciendo una alternativa que se adapta a los gustos y presupuestos de los consumidores.

Para entender mejor las posibilidades y desafíos de este proyecto, se realizó un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), que se presenta a continuación.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• Estudiantes con habilidades y capacidades en el área de gastronomía. • Se cuenta con un frigorífico con precios menores a los de otras regiones del departamento. • La U.E. brinda una oportunidad de publicitar diferentes productos.	• Se cuenta con un alquiler gratuito. • Punto estratégico para la venta de comidas. • Accesibilidad a la hora de comprar insumos. • Gran variedad de insumos en el mercado. • Apoyo y guía de nuestros padres para llevar a cabo el emprendimiento.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
• Experiencia limitada en el ámbito laboral. • Poco capital para iniciar el proyecto de emprendimiento. • **Escasa variedad del menú en el mercado local de comida rápida.** • Falta de venta de equipos de calidad para la cocina. • Falta de tiempo debido a los estudios superiores.	• Incremento en el costo de los ingredientes e insumos. • Alta competencia en el mercado de la comida rápida. • Cambios en la preferencia y gustos de los consumidores.

2.1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se efectuó la recopilación de datos con la base de información recabada y la investigación exhaustiva para abordar la **escasa variedad del menú del mercado de comida rápida** donde se propone producir un menú diferente donde se incluya el "pepito mixto" y las "papa locuras", al ser preparado y combinado en la plancha con múltiples carnes de esta manera ofrecer precios accesibles y de muy alta calidad en sabor para poner a disposición de los clientes del mercado local de Ascensión de Guarayos.**(Ver anexo II)**

2.1.3. DENOMINACIÓN DEL PROYECTO

El menú de comida rápida no es variado, se pudo dar a conocer esta problemática después de observar en los diferentes barrios que hay un exceso de ventas de pollo frito, posteriormente se realizó una encuesta para concretar si era factible realizar un cambio del menú cotidiano, después de confirmar que era necesario ampliar el menú de comida rápida, se realizó entrevistas para obtener la aprobación del nuevo menú. Con toda la investigación realizada se llegó a una conclusión de que si, es necesario y factible ampliar el menú de la comida rápida. De esta manera implementar el local "HUNGER" FAST FOOD.

2.2. OBJETIVOS DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO

2.2.1. OBJETIVO GENERAL

Ofrecer un nuevo menú de comida rápida basado en carnes y papas para proporcionar más opciones diferentes al pollo frito y de esta manera ampliar el menú cotidiano, a través de la implementación de los "pepito mixto" y las "papalocura" en el menú de comidas rápidas dentro de la localidad de Ascensión de Guarayos.

2.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Incorporar los "pepito mixto" y las "papalocura" al mercado local para poner a la disposición de los clientes.
- Brindar un servicio de "delivery" a domicilio a la clientela para brindar la opción de poder consumir el producto desde la comodidad o espacio de trabajo.
- Ofrecer a los clientes la mejor atención de forma atenta y confiable, para obtener la recomendación y preferencia de los comensales.
- Manejar de forma eficaz los recursos del restaurante para el óptimo desarrollo del emprendimiento.

2.2.3. MISIÓN

Satisfacer a la clientela, ofreciendo platillos de alta calidad en sabor, con precios al alcance de la comunidad, brindando un excelente y rápido servicio.

2.2.4. VISIÓN

Nuestra visión es llegar a la mayoría de los barrios de Ascensión de Guarayos y establecer sucursales en los tres Municipios de la Provincia. Nos comprometemos a mantener inquebrantablemente la calidad y el servicio de nuestros productos, con el objetivo de ser reconocidos como el mejor restaurante de Ascensión de Guarayos, consolidando así nuestra posición como referente culinario en la región.

2.3. JUSTIFICACIÓN

Como estudiante nos ampara la Ley 070 Avelino Siñani - Elizardo Pérez, esta ley garantiza el derecho a recibir educación en todos los niveles de manera universal, productiva, gratuita, integral, intercultural, intercultural, plurilingüe e inclusiva, sin discriminación. Además, promueve la convivencia pacífica y la erradicación de la violencia en el ámbito educativo. A su vez nos respalda el Reglamento de Graduación del Bachillerato Técnico Humanístico del Subsistema de Educación Regular Resolución Ministerial 0912/2023, de la modalidad de defensa de BTH.

Como emprendimiento nos ampara las siguientes leyes: Ley de Micro y Pequeña Empresa (N° 947): Esta ley tiene como objetivo fortalecer a las micro y pequeñas empresas, promoviendo su integración en la producción, servicios y comercialización. Establece políticas para apoyar a estos emprendimientos.

La propuesta ayuda a la comunidad con su deficiente menú de mayoritariamente de pollo, proporcionando un nuevo menú con los “pepito mixto” y las “papalocuras”, de esta manera lograr introducir a la comunidad una nueva experiencia de sabor la cual beneficia de manera directa a la cultura gastronómica de la comunidad y de manera indirecta a los friales al proporcionar una nueva novedad en los platos de los menús.

Se busca generar un impacto social en la comunidad con la oferta de platillos para cambiar la rutina de consumir pollo, la cual, a día de hoy ha ido aumentado muy considerablemente a lo largo de los años, se busca ampliar la gastronomía de comidas rápidas para orientar a la población a un nuevo sabor.

Se busca el éxito del proyecto para la obtención de ganancias estables y significativas de manera que se pueda expandir a nuevos horizontes, de manera profesional como equipo de trabajo se obtiene la experiencia laboral en entornos caóticos, así mismo, de manera personal se desarrollan las habilidades gastronómicas.

La comida rápida ofrece un mercado amplio y en constante demanda, lo que puede traducirse en oportunidades sólidas de generación de ingresos. La naturaleza rápida del servicio puede permitir una rotación de clientes más alta, ofreciendo a tu equipo la oportunidad de aprender y crecer en un entorno acelerado.

3.DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO

3.1. LOCALIZACION DEL EMPRENDIMIENTO

El local "Hunger Fast Food" está estratégicamente ubicado en el barrio Fe y Alegría, a una cuadra del mercado central, lo que lo convierte en un punto de fácil acceso para los clientes. Su cercanía a la plaza principal también lo coloca en una posición privilegiada, atrayendo tanto a los residentes locales como a los visitantes del área. Esta ubicación central asegura un flujo constante de personas, ideal para un negocio de comida rápida. **(ver anexo III)**

El establecimiento es propio, lo que brinda una mayor estabilidad financiera al no depender de un alquiler mensual. Además, está equipado con todos los servicios básicos, como electricidad, agua y gas, lo que permite una operación eficiente y sin interrupciones. Estos factores contribuyen a la rentabilidad del negocio, reduciendo costos operativos y garantizando la sostenibilidad a largo plazo.

Gracias a su proximidad a los puntos más concurridos del barrio y su fácil acceso desde cualquier dirección, "Hunger Fast Food" tiene un gran potencial para atraer a una clientela diversa. Ya sea para quienes buscan una comida rápida mientras realizan sus compras en el mercado o para quienes pasan por la plaza, el local se posiciona como una opción conveniente y accesible para todos.

3.2. ANÁLISIS DEL MERCADO

Al ofrecer los platillos “Papalocuras” y “Pepito Mixto,” nos posicionamos estratégicamente dentro del mercado de bienes perecederos a nivel local. Estos productos están diseñados para satisfacer los gustos y preferencias de los comensales de la zona, quienes buscan opciones frescas y sabrosas en su dieta diaria.

Según la producción el presente emprendimiento de comida rápida pertenece al mercado minorista debido al contacto directo con el comensal, adaptándose a las necesidades y expectativas. Esto implica no solo asegurar la frescura y calidad de los ingredientes, sino también ofrecer precios competitivos que atraigan a una clientela leal en el barrio y sus alrededores.

3.2.1. OFERTA

Se ofertarán los “Pepito Mixto” y las “Papalocura”, platillos que destacan por su base de carnes como la carne de res, el tocino y el chorizo. Estos ingredientes principales se complementan con acompañamientos que enriquecen la experiencia gastronómica, como salsas, queso derretido y choclo. En el caso de las “Papalocura”, se sirven con papas fritas, mientras que los “Lomitos Mixto” se presentan en un delicioso pan.

La combinación de sabores y texturas de estos platillos está diseñada para satisfacer a una amplia variedad de paladares, ofreciendo una opción robusta y llena de sabor que destaca en el mercado local. Además, la inclusión de ingredientes de alta calidad asegura que cada plato sea una experiencia culinaria memorable para los comensales.

Estos platillos se ofrecerán de manera competitiva, tanto en precio como en calidad, para atraer a los consumidores que buscan una excelente relación calidad-precio. Con esta estrategia, se espera consolidarse como una opción preferida para quienes buscan una comida rápida y sabrosa en el área.

3.2.2. DEMANDA

La demanda del producto ha demostrado ser elevada según las encuestas realizadas, lo que indica un fuerte interés y aceptación por parte del público. Esta respuesta positiva subraya la importancia de ofrecer alternativas en el menú que se diferencien de las opciones tradicionales, como los pollos al spiedo y broaster, permitiendo a los clientes disfrutar de una mayor variedad gastronómica.

Los platillos han sido bien recibidos, no solo por su sabor, sino también por la frescura de los ingredientes y la originalidad de las combinaciones. Esto refuerza la decisión de incluir opciones como los “Lomitos Mixto” y las “Papalocura” en el menú, diversificando la oferta y satisfaciendo a un público que busca algo más que las opciones comunes disponibles en el mercado local.

Además, se ha identificado que el producto recibirá una demanda inelástica, lo que significa que los consumidores seguirán adquiriéndolo a pesar de posibles fluctuaciones en el precio.

Esta característica es crucial para la sostenibilidad del negocio, ya que asegura un flujo constante de ingresos y refuerza la lealtad del cliente hacia la marca.

3.2.3. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo de "Hunger Fast Food" está compuesto por comensales de todas las edades, sin distinción de género o etnia. Este enfoque inclusivo permite atraer a una amplia gama de clientes, abarcando diferentes grupos demográficos y culturales. La oferta del menú está diseñada para satisfacer los gustos y preferencias de una clientela diversa, buscando crear una experiencia gastronómica y agradable para todos.

Sin embargo, se excluyen de nuestra oferta a las personas con restricciones médicas específicas o que siguen una dieta vegana. Este ajuste nos permite concentrarnos en proporcionar opciones que sean compatibles con la mayoría de los clientes, sin comprometer la calidad y la experiencia de los platillos. A pesar de esta exclusión, seguirá comprometido en ofrecer una variedad de opciones sabrosas y satisfactorias para quienes no tienen estas restricciones.

3.2.4. ENTORNO Y COMPETENCIA

“Hunger Fast Food” enfrenta una competencia significativa en el sector de la comida rápida, especialmente por la presencia de establecimientos que venden pollos fritos y al spiedo. Estos competidores están bien establecidos en la comunidad y ofrecen servicios de delivery, lo que incrementa su accesibilidad para los clientes. Además, sus precios accesibles representan un desafío para la inclusión de nuevos menús.

A pesar de esta competencia fuerte, "Hunger Fast Food" ofrece un producto único en su categoría, lo que crea una situación de competencia imperfecta de tipo monopolio. La exclusividad de los platillos, como los “Lomitos Mixto” y las “Papalocura,” permite diferenciarse de los competidores directos. **(ver anexo IV)**

3.2.5. VENTAJA COMPETITIVA DEL EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento “Hunger Fast Food” se destaca por su ventaja competitiva basada en la exclusividad y la oferta de platillos innovadores a precios accesibles. Esta propuesta permite a los clientes disfrutar de una experiencia gastronómica única, con una variedad de sabores que enriquecen sus paladares y ofrecen una alternativa diferenciada en el mercado de comida rápida. **(ver anexo V)**

Además de la exclusividad de su menú, “Hunger Fast Food” ofrece una gran personalización en la preparación de los platillos. Los consumidores tienen la opción de elegir entre distintas

carnes y salsas, lo que les permite adaptar cada platillo a sus preferencias personales. Esta flexibilidad no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también fomenta una mayor lealtad al ofrecer un producto ajustado a sus gustos específicos.

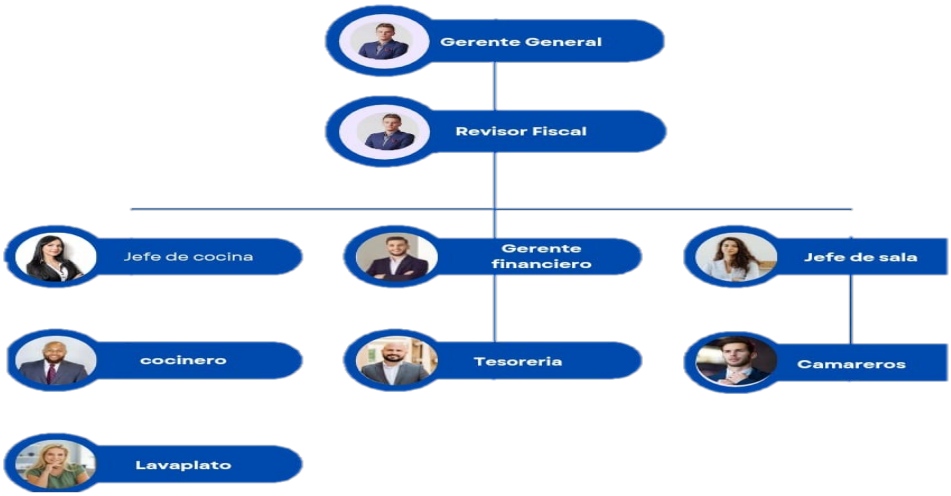
3.3. ESTRATEGIA DE PROMOCION Y DISTRIBUCION

El producto de “Hunger Fast Food” se promocionará a través de varias plataformas de redes sociales, incluyendo Facebook, WhatsApp, Instagram y TikTok. Estas herramientas digitales permitirán llegar a un amplio público, interactuar con los clientes y mantenerlos informados sobre las novedades y ofertas del menú. La presencia en redes sociales también facilitará la creación de campañas publicitarias atractivas y la construcción de una comunidad en línea alrededor de la marca.

La distribución del producto se llevará a cabo principalmente de manera directa y física, permitiendo a los clientes disfrutar de sus platillos en el local. No obstante, también se implementará una opción de distribución digital para pedidos, lo que permitirá a los clientes solicitar sus comidas desde la comodidad de sus hogares. Esta estrategia asegura una distribución intensiva, aumentando la accesibilidad del producto y facilitando la llegada a una mayor cantidad de consumidores.

Con esta combinación de promoción en redes sociales y opciones de distribución física y digital, “Hunger Fast Food” podrá maximizar su alcance y captar la atención de una clientela diversa, adaptándose a sus preferencias y necesidades tanto en términos de accesibilidad como de conveniencia.

3.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



3.5. DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO

El producto de “Hunger Fast Food” consiste en la oferta de platillos basados en carne, diseñado para satisfacer la demanda de un nuevo menú en la comunidad. La inclusión de estos platos, que tienen sus raíces en la cocina venezolana, añade una característica distintiva que los hace únicos en el mercado local.

Esta propuesta no solo introduce sabores innovadores, sino que también responde a una necesidad de variedad en las opciones gastronómicas disponibles. La exclusividad de los platillos, junto con la influencia cultural de Ascensión de Guarayos, ofrece a los comensales una experiencia culinaria exclusiva que no se encuentra fácilmente en otros establecimientos de comida rápida.

3.5.1. CARACTERISTICAS DEL SERVICIO O PRODUCTO

Los platillos de “Hunger Fast Food” serán preparados principalmente a la plancha, lo que permite evitar el uso de aceite y reducir las calorías en comparación con métodos de cocción que requieren fritura. Este enfoque no solo contribuye a una opción más saludable, sino que también ayuda a mantener un sabor puro y distintivo en cada plato. **(ver anexo VI)**

Visualmente, los platillos serán muy atractivos gracias a la cobertura de queso rallado y la inclusión de choclos, que añaden un toque de color y textura que atrae la vista. Estos elementos no solo realzan la presentación de los alimentos, sino que también contribuyen a una experiencia gastronómica más completa y satisfactoria.

Además, la mezcla de carnes utilizada en la preparación de los platillos crea un olor abrumadoramente delicioso que despierta el apetito. La combinación de sabores y aromas resultantes promete captar la atención de los clientes y hacer que los platillos sean irresistibles, tanto para quienes los prueban por primera vez como para los clientes habituales.

4. VIABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD

4.1. CÁLCULO DE INVERSIONES

Se requiere un capital elevado para el emprendimiento, lo cual implica una inversión significativa. Esta inversión es esencial para asegurar la mayor calidad del producto y proporcionar una experiencia gastronómica superior a los clientes. La alta inversión permitirá adquirir los equipos necesarios para la preparación a la plancha, asegurar la calidad de los ingredientes, y mantener un estándar elevado en todos los aspectos del servicio.

4.1.1. CAPITAL DE INVERSION

HERRAMIENTAS	CANTIDAD	COSTOS POR UNIDAD	COSTO TOTAL (BS)
Plancha	1	3000 bs	3000 bs
Freidora	1	2000 bs	1080 bs
Espumadera	1	10 bs	10 bs
Platos	12	8 bs	100 bs
Cubiertos	12	6.5 bs	80 bs
Sillas	12	75 bs	900 bs
Mesas	3	250 bs	750 bs
Pelador de papa	2	10 bs	20 bs
Cortadores de papa	1	250 bs	250 bs
Servilletero	3	15 bs	45 bs
Manteles	3	15 bs	45 bs
Heladera	1	3000 bs	3000 bs
Freezer	1	2500 bs	2500 bs
Salsero	6	10 bs	60 bs
Baldes	1	18 bs	18 bs
Horno	1	2500 bs	2500 bs
Guantes	2	100 bs	200 bs
Secadores	3	10 bs	30 bs
Esponja	1	2 bs	2 bs
Detergente	1	10 bs	10 bs
Gramera	1	40 bs	40 bs
Estante	1	120 bs	120 bs
Escoba	1	15 bs	15 bs
Trapeador	1	25 bs	25 bs
Bowl	4	20 bs	80 bs
Garrafa	1	250 bs	250 bs
Espátula	2	30 bs	60 bs

Vasos	12	5 bs	60 bs
Mesa de cocina	1	800 bs	800 bs
Tablas de cortar	2	40 bs	80 bs
Licuadora	1	500 bs	500 bs
TOTAL			16,450 bs

4.1.2. CAPITAL DE OPERACIÓN

DETALLES	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD (BS)	COSTO TOTAL (BS)
Materia prima o insumos			
Carne de Res	2 kilo	29	58
Tocino	1 paquete	20	20
Chorizo	1/4 cuarto	10	10
Papas	1 kilo	7	7
Queso	1/2 kilo	14	14
Choclo	3 lata	10	30
Carne de hamburguesa	2 bolsas	7	14
Harina	1 kilo	7	7
Levadura	1 bolsita	2,5	2,5
Sal	1 bolsita	1	1
Aceite	5 litros	13	65
Huevo	4 huevos	1	4
Pimienta	2 bolsitas	1	2
Limón	1 bolsa	5	5
Apio	2 bs	1	2
Ajo	1 cabeza	5	5
Cilantro	1 bs	1	1
Perejil	2 bs	1	2
Cebolla	1 kilo	8	8
Orégano	1 bolsita	5	5

Vinagre	1 bote	3	3
Paprika	1 bolsitas	1	1
Pimentón en polvo	1 bolsita	1	1
Kétchup	1 bolsita	2,5	2,5
Mostaza	1 bolsita	2,5	2,5
Miel	1 bote	15	15
Vinagre blanco	1 bote	3	3
TOTAL			289,5 bs
Servicios Básicos			
Servicio de Agua	1	1,5	1,5
Servicio de Luz	1	1,5	1,5
TOTAL			3 bs
Mano de obra			
Mesero	2	40	80
TOTAL			80 bs
Servicios Adicionales			
Servicio de transporte	1	10 bs	10
TOTAL			10 bs
TOTAL, CAPITAL DE OPERACION			378,5 bs

4.2. COSTO DE PRODUCCIÓN

En la elaboración de productos como las “papa locura” y el “pepito mixto” se pueden identificar tanto costos fijos como variables, ambos indispensables para asegurar una producción eficiente. Los costos fijos incluyen elementos como los salarios del personal administrativo, que se mantienen constantes sin importar el nivel de producción. Por otro lado, los costos variables están representados por los ingredientes y las materias primas, como las papas, carnes, y salsas, los cuales fluctúan según la cantidad de productos que se preparen. Esta combinación de costos es crucial para la correcta operación y la elaboración de estos platillos.

4.2.1. CÁLCULO DE COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES MENSUAL

DETALLES	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD (Bs)	COSTO TOTAL (Bs)
Carne de Res	60 kilos	29	1740
Tocino	30 paquetes	12	360
Chorizo	15 kilos	40	600
Papas	60 kilos	7	420
Queso	15 kilos	14	210
Choclo	90 latas	7	630
Carne de hamburguesa	90 bolsas	7	630
Harina	30 kilos	7	210
Levadura	30 bolsita	2,5	75
Sal	2 bolsitas	1	2
Aceite	150 litros	13	195
Huevo	4 maples de huevos	28	112
Pimienta	1 bolsa	20	20
Limón	3 bolsa	5	15
Apio	40 bs	1	40
Ajo	5 cabezas	5	25
Cilantro	20 bs	1	20
Perejil	20 bs	1	20
Cebolla	8 kilo	8	64
Orégano	1 paquete	20	20
Vinagre	2 bote	12	24
Pimentón en polvo	15 bolsita	1	15
Kétchup	2 bolsas	60	120
Mostaza	2 bolsas	60	120
Miel	2 bote	15	30
Plato Plástico	12 paquetes	50	600
		TOTAL, costos variables (Bs)	**6317**

PERSONAL

PUESTO O CARGO	CANTIDAD	SUELDO POR DIA (Bs)	TOTAL, DIAS DE PRODUCCIÓN Y VENTA	COSTO TOTAL (Bs)
Cocinero	1	60,00	30	1800,00
Personal de venta	1	40,00	30	1200,00
			TOTAL, personal (Bs)	**3000,00**

4.2.2. COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS

DETALLES	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD (Bs)	COSTO MENSUAL (Bs)
Servicio de electricidad	1	50	50
Servicio de agua	1	20	20
Servicio de internet	1	50	50
Servicio de gas	2	35	70
		TOTAL, costos fijos (Bs)	**190**

DEPRECIACIÓN

DETALLES	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD (Bs)	VIDA UTIL (Años)	COSTO MENSUAL (Bs)
Freezer	1	2500	6	34,72
Heladera	1	3000	6	41,67
Horno	1	1000	6	13,89
Plancha	1	3000	6	41,67
Freidora	1	2000	6	27,78
Licuadora	1	500	6	6,94
			TOTAL DEPRECIACIÓN	166,67

COSTO UNITARIO

Cantidad total a producir	1200,00
TOTAL, costos variables (Bs)	6317,00
TOTAL, personal (Bs)	3000,00
Costo Unitario variable (Bs)	**7,76**
TOTAL, costos fijos (Bs)	190,00
TOTAL, depreciación (Bs)	30,56
Costo Unitario fijo (Bs)	**0,18**

Costo Unitario (Bs)
7,95

PRECIO DE VENTA

COSTO UNITARIO (Bs)	MARGEN DE GANANCIA (%)	PRECIO DE VENTA (Bs)	GANANCIA (Bs)
7,95	25	**10,60**	2,65

5. RESULTADOS

En Hunger Fast Food, se llevaron a cabo múltiples pruebas y ajustes para garantizar que los productos ofrecieran la mejor experiencia gastronómica posible. Desde un principio, el equipo se dio cuenta de que el uso de diferentes salsas era fundamental para destacar los sabores de los platillos. Después de varios ensayos, se creó una salsa exclusiva que caracterizara la propuesta de la marca, aportando un toque único a cada preparación.

Finalmente, lograron perfeccionar las populares “Papalocuras”, un platillo que se sirve con una selección de varias carnes, cubierto con queso derretido y choclo, acompañado de las salsas propias de la casa. También se redefinió el "pepito mixto", que ahora se ofrece en un formato tipo panchito, lo cual fue bien recibido por los clientes. Este nuevo menú se implementó exitosamente en Ascensión de Guarayos, donde la comunidad lo aceptó con entusiasmo, superando las expectativas del equipo y cumpliendo con los objetivos planteados desde el inicio del proyecto.

Una de las mayores dificultades que enfrentaron al comienzo fue la adquisición de una plancha, herramienta indispensable para iniciar las ventas. Sin embargo, gracias al apoyo financiero de los padres del equipo, lograron superar ese obstáculo y dar el primer paso hacia el éxito. Con la plancha en su poder, Hunger Fast Food pudo arrancar con sus operaciones, y desde entonces, el negocio ha ido creciendo favorablemente.

Debido a la excelente aceptación de su propuesta, el equipo tiene grandes planes a futuro. En primer lugar, buscan ampliar la oferta de carnes y convertir el servicio en un estilo buffet, permitiendo a los comensales personalizar sus platos y disfrutar de una experiencia aún más completa. Además, se están evaluando mejoras en la infraestructura del local, con la idea de agrandar el espacio para brindar mayor comodidad a los clientes.

En una visión a largo plazo, Hunger Fast Food también tiene la ambición de expandirse aún más abriendo nuevas sucursales, lo que permitiría llevar su concepto a diferentes puntos de la región. Con el éxito alcanzado hasta ahora, el futuro parece prometedor, y el equipo está decidido a seguir creciendo y mejorando para satisfacer a todos sus comensales.

5.1. BENEFICIOS E IMPACTO

Los principales beneficiarios del proyecto Hunger Fast Food son los propios miembros del equipo, quienes obtienen un beneficio económico directo a través de la operación exitosa del negocio. A su vez, los beneficiarios secundarios son los comensales, ya que tienen la oportunidad de ampliar su conocimiento gastronómico al disfrutar de los platillos innovadores y únicos que ofrece Hunger Fast Food.

Además, Ascensión de Guarayos se ve positivamente impactado por la introducción de estos nuevos platillos. El lanzamiento de opciones como las “Papalocuras” y el “Pepito Mixto” ofrece una alternativa fresca frente al común pollo frito y a la brasa, que domina la oferta gastronómica local. Este cambio en la selección de alimentos no solo diversifica las opciones para los habitantes de la comunidad, sino que también eleva el nivel culinario de la zona, ofreciendo una experiencia más rica y variada en cuanto a sabores y carnes.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Hunger Fast Food ha demostrado ser un emprendimiento prometedor en el sector de la comida rápida. Su enfoque en ofrecer platillos exclusivos y la posibilidad de personalización han resonado bien con el público en Ascensión de Guarayos. A pesar de las dificultades iniciales, como la adquisición de una plancha, el negocio ha logrado superar obstáculos y

adaptar su menú basándose en la retroalimentación de los clientes. Esto ha llevado a una experiencia gastronómica única que destaca en la comunidad.

Del proyecto se pueden extraer valiosas lecciones sobre la importancia de adaptarse a las necesidades de los clientes, evidenciada en la modificación del menú; la necesidad de perseverancia y apoyo para superar retos iniciales; la diversificación del menú y la personalización como estrategias efectivas para atraer a un público más amplio; y el crecimiento progresivo en un mercado local que permite experimentar y ajustar procesos antes de una expansión mayor. En conjunto, estas lecciones resaltan la flexibilidad, la atención al cliente y la resiliencia como factores clave para el éxito de un negocio emergente.

BIBLIOGRAFIA

Asamblea Legislativa Plurinacional de Bolivia. (2017). *Ley de Micro y Pequeña Empresa (N° 947)*. Recuperado de http ://www .vicepresidencia .gob .bo

Fundación Tierra . (Dakota del Norte). *Estudio de la infraestructura y servicios básicos en áreas rurales de Bolivia* . Recuperado de http ://www .fundaciontierra .org .bo

González, A. (2020). *Cocina Venezolana: Tradiciones y Platos Típicos* . Editorial Cocina Latinoamericana.

Gobierno Autónomo Municipal de Ascensión de Guarayos. *Información General sobre el Municipio* . Recuperado de http ://www .ascensiondeguarayos .gob .bo

Gobierno Autónomo Municipal de Ascensión de Guarayos. *Marco Normativo para el Fomento del Emprendimiento Local* . Recuperado de http ://www .ascensiondeguarayos .gob .bo

Ministerio de Autonomías . *Geografía de Bolivia: Departamentos y Provincias* . Recuperado de http ://www .autonomias .gob .bo

Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. *Políticas de Apoyo a Micro y Pequeñas Empresas en Bolivia* . Recuperado de http ://www .mdpep .gob .bo

Ministerio de Educación de Bolivia . (2023). *Reglamento de Graduación del Bachillerato Técnico Humanístico del Subsistema de Educación Regular* . Resolución Ministerial 0912/2023. Recuperado de http ://www .minedu .gob .bo

Ministerio de Medio Ambiente y Agua . *Recursos Naturales y Biodiversidad en Bolivia* . Recuperado de http ://www .mmaya .gob .bo

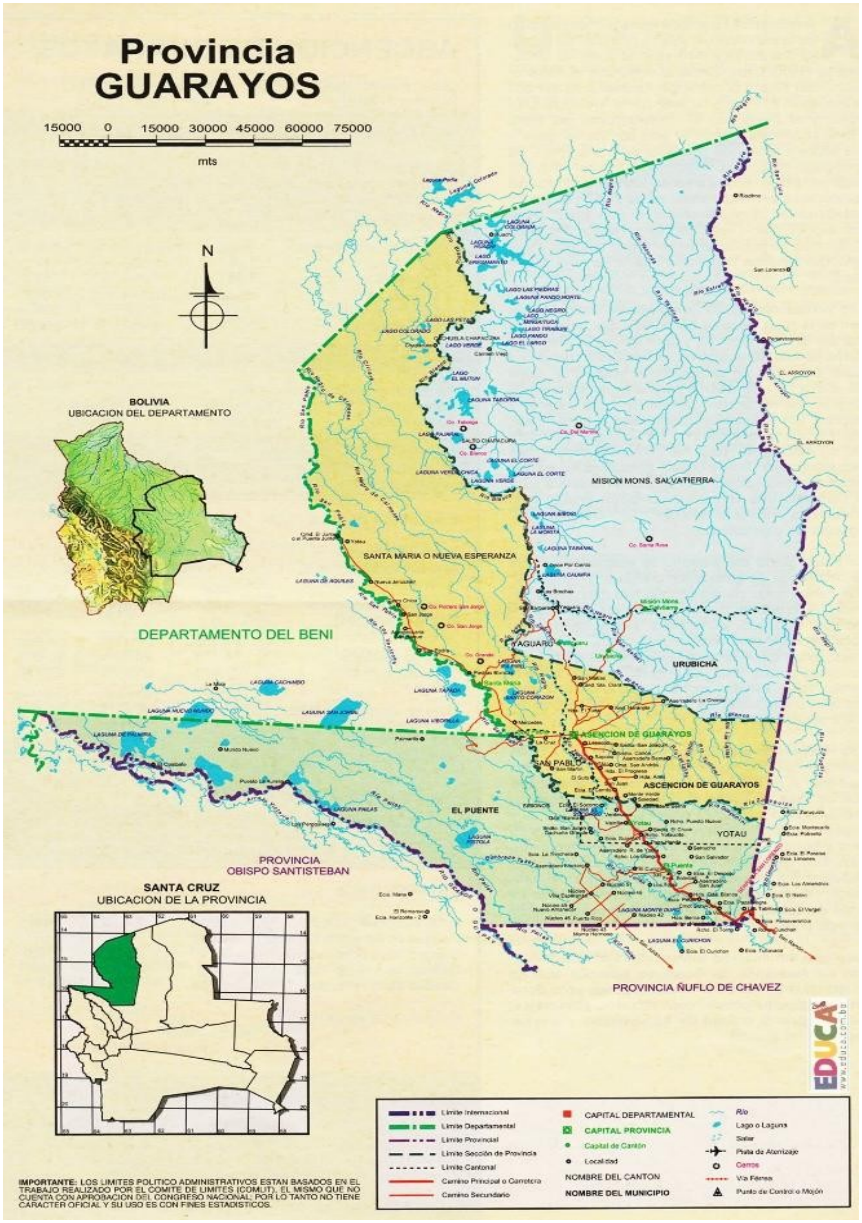
Instituto Nacional de Estadística (INE) . (2012). *Censo Nacional de Población y Vivienda 2012* . Recuperado de https ://www .ine .gov .bo

Wikipedia . *Ascensión de Guarayos* . Recuperado de https ://es .wikipedia .org /wiki /Ascensión_de_Guarayos

Wikipedia . *Ley de Micro y Pequeña Empresa (Bolivia)* . Recuperado de https ://es .wikipedia .org /wiki /Ley_de_Micro_y_Pequeña_Empresa

ANEXOS

ANEXO I
UBICACIÓN GEOGRAFICA DE ASCENCION DE GUARAYOS



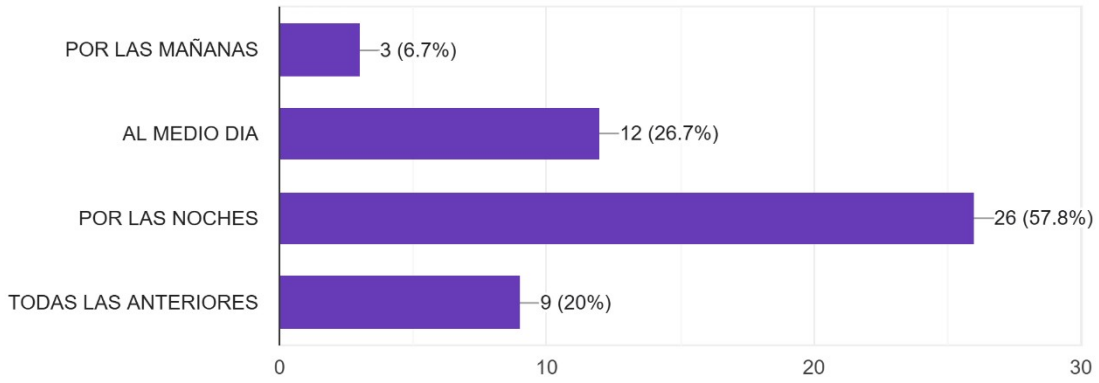
FUENTES: WIKIPEDIA

ANEXO II

Encuestas realizadas

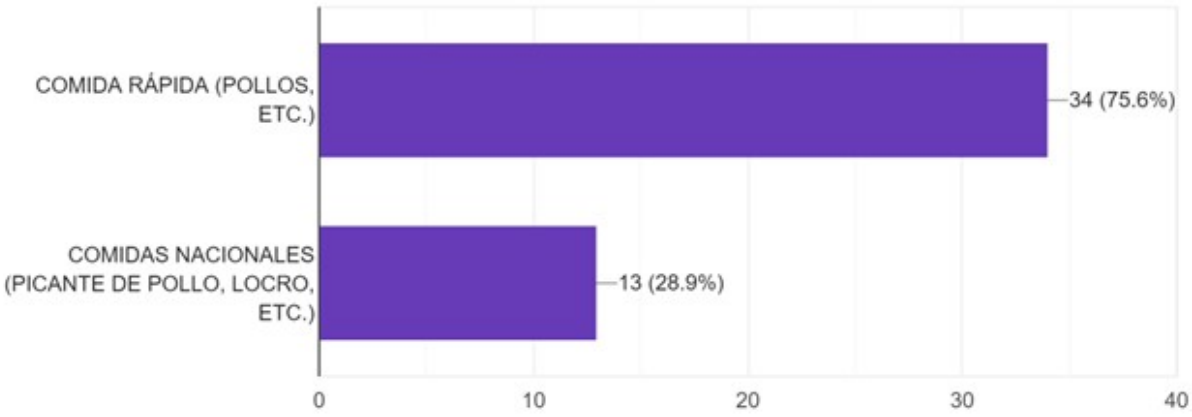
2.¿En qué horarios asiste a los restaurantes o pensiones?

45 respuestas



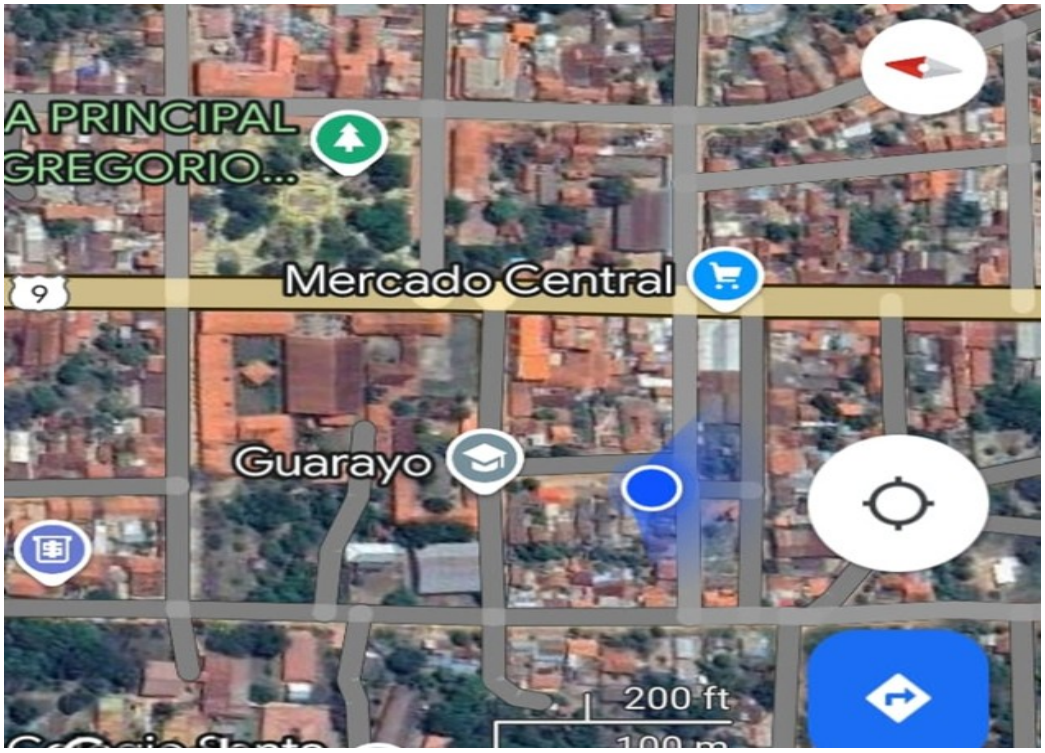
3.¿A qué tipo de restaurantes o pensiones asiste?

45 respuestas



FUENTES: CREACION PROPIA

ANEXO III
Ubicación del emprendimiento



FUENTES: CREACION PROPIA

ANEXO IV
Entorno Competitivo

FUENTES: CREACION PROPIA

ANEXO V
PEPITO MIXTO Y PAPALOCURA

FUENTES: CREACION PROPIA

ANEXO VI

DATOS NUTRICIONALES DEL PRODUCTO

DECLARACIÓN NUTRICIONAL PEPITO MIXTO	Por 100g	Por porción (50 g)
Contenido energético	268,41 kcal (1121,73 kJ)	134,29_kcal (561,22_kJ)
Proteínas	15,03gr	7,515gr
Grasas totales	15,21gr	7,605gr
Grasas saturadas	4,68gr	2,34gr
Grasas trans	0	0,00
Hidratos de carbono disponibles	17,85gr	8,925gr
Azucares	1,71gr	0,855gr
Fibra dietética	1,87gr	0,935gr
Sodio	484,75 mg	242,3 mg
Contenido energético		
Envase 429,5__kcal (1794,8_kJ)		
Contenido Neto 160gr		

DECLARACIÓN NUTRICIONAL PAPALOCURA	Por 100g	Por porción (50 g)
Contenido energético	247,88 kcal (1034,84 kJ)	123,94_kcal (517,42_kJ)
Proteínas	14,02gr	7,01gr
Grasas totales	14,92gr	7,46 gr
Grasas saturadas	4,67gr	2,335gr
Grasas trans	0	0,00
Hidratos de carbono disponibles	14,38gr	7,19gr
Azucares	0,78gr	0,39gr
Fibra dietética	2,42gr	1,21gr
Sodio	399,81 mg	199,9 mg
Contenido energético		
Envase 867,6__kcal (3621,9_kJ)		
Contenido Neto 350 gr		

FUENTES: CREACION PROPIA

ANEXO VII
PREPARACION DEL LOCAL ANTES DE LA APERTURA

FUENTES: CREACION PROPIA

ANEXO VIII
INAUGURACION DEL LOCAL HUNGER FAST FOOD

FUENTES: CREACION PROPIA

ANEXO IX
VALIDACION DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

FUENTES: CREACION PROPIA

UNIDAD EDUCATIVA SANTA TERESITA 3

ACTA

VALIDACIÓN DE PROYECTO DE BTH GESTION 2024

En Ascensión de Guarayos siendo las horas. 9:29 del día 25/06/2024... de junio de 2024, se constituyó la comisión evaluadora en la Unidad Educativa Santa Teresita 3 Fe y Alegría para la validación de proyecto.

La validación de proyecto de técnica tecnológica especializada del área de Gastronomía.. se realizó en presencia de la comisión evaluadora, enmarcado a los reglamentos de la Unidad Educativa.

El equipo socio comunitario se presentó y defendió el proyecto con el título:

"HAMBRE" Food Fast Food 5 siendo aprobado por unanimidad de los jurados.

Finalizada la defensa de proyecto a hrs. 9:40 la comisión evaluadora delibero en privado para sacar la nota de aprobación.

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES
1	Javier Mendoza Marin
2	Jesús Jeguamoy Vargas.
3	
4	

NOTA FINAL (NUMERAL)	NOTA LITERAL (LITERAL)	DESCRIPCIÓN DE DIMENSIONES
91	Noventa y Uno.	ED: HASTA 50 DA: 51 a 68 DO: 69 a 84 DP: 85 a 100

Para constancia sellan y firman los miembros de la comisión evaluadora.

Lic. Ximena Alejandra Chajtur Torres
MAESTRA DE CIENCIAS SOCIALES
SECUNDARIA COMUNITARIA PRODUCTIVA
Sello y firma

Rodrigo Solis Caraballo
Maestro Ciencias Sociales
Secundaria Comunitaria Productiva
U.E. Santa Teresita 3
Sello y firma

Sello y firma

Sello y firma

Escaneado con CamScanner

FUENTES: CREACION PROPIA

ANEXO X
LOGO DEL EMPRENDIMIENTO

FUENTES: CREACION PROPIA