

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
ESCUELA DE POSGRADO



Modelo ProLab: Restaurant Gourmet “Sensaciones”, emprendimiento sostenible e inclusivo que brinda experiencia sensorial y genera empleo a personas con discapacidad visual

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS OTORGADO POR LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

PRESENTADA POR

Elva, Cubillas Escajadillo, DNI:10033224

Silvia Lisethe, Avendaño Caisan, DNI: 41402723

Mercedes Luisa, Melgar La Torre, DNI: 47916699

Zénil Salomé, Morales Ayala, DNI: 40787323

ASESOR

Juan, O’Brien Cáceres, DNI: 07873020

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1019-2224>

JURADO

NÚÑEZ MORALES, NICOLÁS ANDRÉS

LÓPEZ ORCHARD, SERGIO ANDRÉS

O'BRIEN CÁCERES, JUAN

Surco, junio 2022

Agradecimientos

Desde el primer momento que iniciamos la etapa del MBA éramos conscientes de la responsabilidad y compromiso que se avecinaba a nuestras vidas. Sin embargo, las ganas de aprender, el entusiasmo por conocer a los maestros y a nuestros nuevos compañeros era más fuerte.

CENTRUM PUCP nos regaló muchas experiencias, los maestros nos mostraron en cada clase lo importante que era la perseverancia y compromiso. El presente grupo denominado “grupo 5” pudo lograr cada meta gracias a la resiliencia, ímpetu, responsabilidad y compañerismo, ya que mientras se vivía inicios del COVID-19 nosotras seguíamos avanzando a paso firme, dándonos apoyo y viendo el lado positivo de lo que se vivía a nivel mundial. Ahora miramos para atrás y nos sentimos orgullosas de que unidas, de la mano a distancia hemos logrado culminar la maestría.

Nos sentimos muy agradecidas con CENTRUM PUCP, no solo por las clases brindadas sino por la calidad de maestros que tienen, aquellos que enseñan con pasión, esmero, reflejando la ética profesional y la empatía. El camino fue duro, pero lo logramos, culminamos esta etapa con muchas ganas de aplicar lo aprendido.

Agradecemos también a Eada *Business School* de Barcelona, por la predisposición que tuvieron los maestros con nosotras, cada clase fue una experiencia inolvidable, vivíamos cada asignatura como si fuera la última, gracias a la magia del internet pudimos culminar este sueño, ya que nos permitió conectarnos, conocer y aprender de manera remota.

Por último y no menos importante deseamos agradecer a nuestras familias y a Dios, ambos han sido de gran apoyo en este camino maravilloso, el pilar más importante de nuestros hogares permite que hoy podamos escribir estas líneas especiales gozando de buena salud y unidos.

Dedicatorias

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar esta meta y a mi familia por su apoyo incondicional, en especial a mi hijo Rodrigo quien es la razón por la que siempre busco superarme para ser un ejemplo de vida para él.

Silvia Avendaño Caisan

A mi dulce madre, quien vive en mi corazón; a mi padre Héctor, quien me apoyó indirectamente con su ejemplo de fortaleza y templanza, a mi esposo Miguel Ángel quien me ayudó en esta dura etapa; a mi hijo Salvador Alejandro, quien con su mirada día a día me generó fuerzas para poder levantarme y continuar. A Dios mi padre celestial quien me ha demostrado que siempre estará a mi lado.

Elva Cubillas Escajadillo

Para mi familia por brindarme su apoyo, en especial a mi madre Carmen, por haberme enseñado que los sueños se cumplen junto con la perseverancia, así como a mis hermanos, ya que son mi motivación por seguir enrumbando nuevas metas. A Dios y mi abuela Filomena que desde el cielo me iluminan.

Mercedes Melgar La Torre

A Dios, por permitirme lograr mis objetivos pese a muchas adversidades; a mi abuela Zenina, por todo su amor que alegran mi vida, a mis queridos padres Pascacio y Alejandrina, por su apoyo en cada proyecto trasado, a mi hermano Alex, mi cuñaba Aniela y mi linda sobrina Hany, gracias por todo su amor. A mi querido abuelo Justino, siempre estarás en mi corazón papito lindo, todos estos logros son para ti papá.

Zénil Salomé Morales Ayala

Resumen ejecutivo

El presente proyecto brinda una propuesta de solución ante la problemática que enfrentan las personas con discapacidad visual en la inclusión laboral de la sociedad peruana. Esta propuesta es presentada como un modelo de negocio sostenible e innovador denominado Restaurant Gourmet Sensaciones.

Restaurant Gourmet Sensaciones ofrecerá a sus consumidores experiencias sensoriales a través de la gastronomía, cultura y costumbres peruanas. En la experiencia dentro del restaurante primarán los sentidos como el tacto, olfato, gusto, oído menos la vista, ya que las luces estarán apagadas. Además, se brindará una oportunidad laboral al 50% de los trabajadores con discapacidad visual y el 50% no invidentes; o con la sociedad al mostrar que se puede ser un país más inclusivo, ya que las personas con discapacidad visual podrán desarrollar otras actividades siendo las habilidades blandas su principal recurso gracias a la capacitación constante que recibirán.

El primer año se abrirá un local ubicado estratégicamente en Cusco, ciudad histórica y altamente turística, con una inversión inicial de S/ 1'732,500 soles de los cuales el 8% será aporte de accionistas y el 92% préstamo de acreedores. Luego, a partir del tercer año se abrirá el local ubicado en la ciudad de Lima. Finalmente, en el cuarto año se abrirá el tercer local ubicado en la ciudad heroica de Tacna.

Restaurant Gourmet Sensaciones proyecta llegar al quinto año de operación a un VAN mayor a S/ 5.8 millones de soles y un TIR de 42%. Además, en ese tiempo, se estima otorgar ingresos sociales por más de S/ 2.8 millones de soles a alrededor de 30 personas con discapacidad visual que hoy forman parte de la población económicamente inactiva del Perú.

Abstract

This project provides a proposed solution to the problems faced by visually impaired people in the labor inclusion of Peruvian society. This proposal is presented as a sustainable and innovative business model called Restaurant Gourmet Sensations.

Restaurant Gourmet Sensations will offer its consumers sensory experiences through Peruvian gastronomy, culture and customs. The experience inside the restaurant will be based on the senses of touch, smell, taste, hearing and sight, as the lights will be turned off. In addition, a job opportunity will be provided to 50% of the visually impaired workers and 50% of the non-visually impaired; or with society by showing that it is possible to be a more inclusive country, since visually impaired people will be able to develop other activities, with soft skills being their main resource thanks to the constant training they will receive.

The first year will see the opening of a strategically located store in Cusco, a historic and highly touristic city, with an initial investment of S/. 1,732,500 soles, of which 8% will be contributed by shareholders and 92% will be loaned by creditors. Then, starting in the third year, the store located in the city of Lima will be opened. Finally, in the fourth year, the third store will be opened in the heroic city of Tacna.

Restaurant Gourmet Sensations projects a VAN of more than S/. 5.8 million soles and a TIR of 42% by the fifth year of operation. In addition, during that time, it is estimated to provide social income of more than S/ 2.8 million soles to approximately 30 visually impaired people who are currently part of Peru's economically inactive population.

Tabla de contenidos

Capítulo I: Introducción	12
1.1. Contexto en el que se determina el problema de negocio	12
1.2. Definición del problema de negocio.....	13
1.3. Sustento de relevancia del problema de negocio.....	15
Capítulo II: Revisión de la Literatura	20
2.1. Mapa de la literatura	20
2.2. Análisis de la literatura vinculada al problema de negocio	22
2.3. Aporte de la literatura a la solución del problema de negocio.....	25
2.4. Conclusiones.....	26
Capítulo III: Planteamiento de la solución al problema.....	27
3.1. Aplicación de metodologías ágiles para la solución del problema.....	27
3.1.1. Lienzo dos dimensiones.....	27
3.1.2. Lienzo matriz meta-usuario	28
3.1.3. Lienzo momentos de experiencia de usuario	29
3.1.4. Lienzo matriz 6 x 6	29
3.1.5. Lienzo matriz costo e impacto	32
3.1.6. Prototipado ágil.....	33
3.1.7. Lienzo blanco de relevancia.....	36
3.1.8. Lienzo blueprint	39
3.1.9. Lienzo Propuesta de Valor.....	40
3.2. Aplicación de los elementos de la investigación científica para la solución del problema.....	42
3.2.1. Entrevistas.....	42
3.2.2. Grupos focales	44
3.2.3. Encuestas.....	45
3.3. Benchmarking nacional e internacional	52
3.3.1. Referentes en Perú	52
3.3.1.1. Lima	52
3.3.1.2. Cusco.....	54
3.3.1.3. Tacna	56
3.3.2. Referentes internacionales	59
3.3.3. Entrevista a referentes internacionales Dans Le Noir.....	60
3.4. Definición de la solución al problema de negocio.....	61
3.5. Discusión sobre la innovación disruptiva en la solución al problema de negocio	62

3.6.	Discusión sobre la escalabilidad en la solución al problema de negocio	67
3.7.	Discusión sobre la sostenibilidad en la solución al problema de negocio	76
3.8.	Implementación de la solución al problema de negocio.....	78
3.8.1.	Certificados y permisos requeridos necesarios	78
3.8.2.	Evitar infracciones	81
3.8.3.	Protocolo de seguridad del restaurante	81
3.8.4.	Organización (Perfiles y descripción de puestos)	82
3.8.5.	Política de reserva y cancelación	84
3.8.6.	Protocolos de bioseguridad	85
3.8.7.	Carta Restaurant Gourmet Sensaciones	85
3.9.	Métricas que definen el éxito de la empresa.....	87
3.9.1.	Implementación de la solución al problema de negocio.....	88
3.9.2.	Presupuesto asignado de turistas	90
3.9.3.	Inversión tangible:	92
3.9.4.	Inversión intangible	93
3.9.5.	Inversión inicial	94
3.9.6.	Proyección de ventas.....	95
3.9.7.	Mercado objetivo	97
3.9.8.	Ticket promedio de consumo por persona	98
3.9.9.	Proyección de ingresos	98
3.9.10.	Precios de servicios en restaurantes de Lima	99
3.9.11.	Precios de servicios en restaurantes de Cusco.....	100
3.9.12.	Precios de servicios en restaurante en Tacna	101
3.9.13.	Precios de servicios en restaurantes internacionales	102
3.9.14.	Costos y gastos del modelo de negocio.....	102
3.9.15.	Flujo de Caja Libre.....	103
3.10.	Métricas sostenibles que definen el éxito de la solución al problema de negocio	106
3.10.1.	ODS 10 Reducción de desigualdades y ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico.....	106
3.10.2.	ODS 7 Energía asequible y no contaminante y ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles.....	107
3.10.3.	ODS 12 Producción y consumo responsable	108
3.11.	Modelo de monitoreo y evaluación del impacto esperado	109
3.11.1.	Objetivos de la cadena/marco de resultados esperados.....	109
3.11.2.	Medición y selección de los indicadores.....	111
3.11.3.	Fuentes y herramientas de recopilación y análisis de datos	113
3.12.	Plan de comunicación del Restaurant Gourmet Sensaciones	113

3.12.1. Plan de comunicación interno y externo (para el conjunto de intereses)	113
Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones	117
4.1. Conclusiones.....	117
4.2. Recomendaciones	120
Referencias.....	121
Apéndices.....	136
Apéndice A: Entrevistas	136
Apéndice B: Estados Financieros Asociación Brisas del Titicaca	172
Apéndice C: Estados Financieros Anticuchos del Perú SAC.....	173

Lista de Figuras

Figura 1: Mapa de literatura de la tesis	21
Figura 2: Lienzo dos dimensiones	27
Figura 3: Lienzo matriz meta usuario	28
Figura 4: Mapa de experiencia de usuario	29
Figura 5: Lienzo matriz 6x6.....	31
Figura 6: Lienzo costo impacto.....	32
Figura 7: Audio prototipo	33
Figura 8: Videos prototipo	34
Figura 9: Platos y bebidas del restaurant gourmet Sensaciones.....	35
Figura 10: Video prototipo presencial	36
Figura 11: Feedback recibido del primer prototipo	37
Figura 12: Primera iteración	38
Figura 13: Segunda iteración	39
Figura 14: Lienzo blueprint	40
Figura 15: Lienzo propuesta de valor cliente.....	41
Figura 16: Lienzo propuesta de valor proveedor	41
Figura 17: Grupo focal.....	44
Figura 18: Preguntas para la encuesta.....	45
Figura 19: Encuesta restaurant gourmet Sensaciones	45
Figura 20: Primera pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones	46
Figura 21: Segunda pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.	47
Figura 22: Tercera pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.	47
Figura 23: Cuarta pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.....	48
Figura 24: Quinta pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones	49
Figura 25: Sexta pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.	49
Figura 26: Séptima pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.....	50
Figura 27: Octava pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.....	50
Figura 28: Novena pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.....	51
Figura 29: Décima pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.....	51
Figura 30: Entreviste a Maitté Sutto, dueña de la cadena de Restaurantes Dans Le Noir	61
Figura 31: Frugalización proceso de atención	62
Figura 32: Experiencia sensorial.....	66
Figura 33: Ranking países de América Latina más inclusivos según el Foro Económico Mundial 2018.....	71
Figura 34: Lienzo ExO Canvas.....	73
Figura 35: Objetivos de desarrollo sostenible e Índices de desarrollo de tecnologías digitalización.....	77
Figura 36: Organigrama Restaurant Gourmet Sensaciones.	82
Figura 37: Protocolo sanitario en Restaurants	85
Figura 38: Carta de entradas del Restaurant Gourmet Sensaciones.....	86
Figura 39: Carta de platos de fondo del Restaurant Gourmet Sensaciones	86
Figura 40: Carta de postres del Restaurant Gourmet Sensaciones.....	87

Figura 41: Carta de cócteles del Restaurant Gourmet Sensaciones87
Figura 42: Mapa de análisis de perfil de turista90
Figura 43: Gasto de vacacionista que compra servicios separados91
Figura 44: Costos y gastos de producción, operación y financieros.....94



Lista de Tablas

Tabla 1: Cuadro de preguntas para entrevista.....	42
Tabla 2: Comparación de tres restaurantes gourmet en Lima-Perú.....	53
Tabla 3: Comparación de cuatro restaurantes gourmet en Cusco-Perú.....	55
Tabla 4: Comparación de cuatro restaurantes gourmet en Tacna-Perú.....	58
Tabla 5: Comparación de tres Restaurants gourmet internacionales.....	60
Tabla 6: Descripción de puestos.....	83
Tabla 7: Gasto diario promedio de turista vacacional.....	91
Tabla 8: Inversión tangible por cada Restaurant Gourmet Sensaciones.....	92
Tabla 9: Inversiones tangibles por local.....	93
Tabla 10: Componentes de inversión intangible por cada Restaurant Gourmet Sensaciones.....	93
Tabla 11: Inversión de infraestructura.....	94
Tabla 12: Inversión total de la infraestructura.....	94
Tabla 13: Inversión total.....	95
Tabla 14: Correlación PBI y Turismo Interno en Perú.....	96
Tabla 15: Mercado Potencial.....	96
Tabla 16: Objetivo de Participación de Mercado.....	97
Tabla 17: Mercado Objetivo - número de personas en cada ubicación.....	97
Tabla 18: Precio promedio por persona según ubicación del local.....	98
Tabla 19: Proyección de Ingresos 2023-2026 expresados en soles.....	98
Tabla 20: Precios de servicios en restaurantes de Lima.....	100
Tabla 21: Precios de servicios en restaurantes de Cusco.....	101
Tabla 22: Precios de servicios en restaurantes de Tacna.....	101
Tabla 23: Precios de servicios en restaurantes internacionales.....	102
Tabla 24: Costos de producción, gastos de ventas y administrativos expresado en soles....	103
Tabla 25: Flujo de Caja Libre Restaurant gourmet Sensaciones.....	104
Tabla 26: Valor actual neto, tasa interna de retorno, costo medio ponderado de capital.....	104
Tabla 27: Capacidad de pago.....	105
Tabla 28: Flujo de caja patrimonio.....	105
Tabla 29: Cronograma de cuotas fijas.....	105
Tabla 30: Ingresos sociales.....	106
Tabla 31: Consumo de energía.....	107
Tabla 32: Inversión de paneles solares.....	107
Tabla 33: Plan de residuos.....	108
Tabla 34: Análisis social y medioambiental.....	110
Tabla 35: ODS a potenciar.....	111
Tabla 36: Identificación de objetivos y métricas.....	112
Tabla 37: Métricas para medir la contribución con los objetivos de desarrollo sostenible..	116

Capítulo I: Introducción

1.1. Contexto en el que se determina el problema de negocio

A nivel mundial, la Organización Mundial de la salud (2021) mencionó que existen alrededor de 2200 millones de personas que tienen alguna deficiencia visual, de estos son 1000 millones de personas que no cuentan con algún tratamiento para discapacidad visual (ceguera, astigmatismo, miopía y presbicia), quienes tienen una reducción en la productividad y por ende una caída en el nivel de ingresos familiares. Asimismo, el informe indica que el déficit económico mundial ascendería a 269 millones de dólares.

Por otro lado, en el Perú el Instituto de Estadística e Informática (INEI, 2017) identificó que las personas con ceguera eran las que lideraban con mayor porcentaje con alrededor de 1'550,196 de peruanos con discapacidad visual, de los cuales 608,124 eran hombres y 942, 072 eran mujeres (INEI, 2017).

De acuerdo con el contexto señalado, en una investigación reciente sobre discapacidad visual, competencias y empleabilidad en el Perú (Bergamino, 2018), se evidenció que las personas con discapacidad visual encuentran barreras laborales que no les permiten ejercer sus carreras profesionales, a lo que Falcón (2018) complementó que esto genera desempleo e incrementa la tasa de pobreza. En el Perú ya existe la Ley General de la Personas con Discapacidad N° 29973, cuyo sentido de existencia es el de favorecer su inclusión laboral, solicitando que un 5% de la planilla en el sector público y 3% en el sector privado esté compuesto por personas con discapacidades (MIMP, 2012). Sin embargo, de acuerdo con la praxis laboral del país, no siempre es acatada en la mayoría de las entidades públicas o privadas.

En definitiva, los derechos humanos de las personas con discapacidad visual son muchas veces vulnerados, pese a que existen investigaciones de (Stevens & Weaver, 2005, Gougoux, Lassonde, Lepore, Voss, & Zatorre, 2005) donde comentan que las personas con

discapacidad visual son las que tienen un mejor performance en habilidades auditivas (lateralización de los sonidos, localización binaural de los sonidos). De igual manera, según (Kusmierck, Röder, Spence, & Schicke, 2007; Jerez, 2019) mencionan que las personas con discapacidad visual poseen habilidades en el aprendizaje mediante la plasticidad cerebral, ya que tienen una identificación pasiva que les permite componer una imagen mental similar a la visual.

Además, según (Sabando, 2016; Umeres, 2011; Videla, 2019; Osore, Pérez & Sánchez, 2019) infieren que la visión se da en el cerebro y no sólo en los ojos, por ello es que las personas con discapacidad visual tienen mecanismos intermodales y multisensoriales que les permiten desarrollar otros sentidos con mayor énfasis tales como oído, olfato, tacto y gusto a diferencia de las personas sin discapacidad visual. Por lo que, podrían ser insertados en mayor porcentaje dentro de la población económicamente activa, de acuerdo a sus habilidades, capacidades o carreras profesionales (gastronomía, artistas, profesores, artes culinarias, etc.), sin ningún tipo de barrera.

1.2. Definición del problema de negocio

En una investigación de Curioso (2014) manifiesta que las personas con discapacidad visual tienen todas las capacidades culinarias para trabajar en la industria gastronómica, así como desenvolverse en el campo de atención al cliente y a su vez ser guías de un grupo de personas, ya que ellos tienen muy desarrollada la capacidad para trasladarse en la oscuridad evitando obstáculos y captan a la perfección cualquier pedido o solicitud que se les indique, ya que desarrollan aún más la sensibilidad o agudeza de los demás sentidos.

Sin embargo, en el Perú son pocos los restaurantes que brindan el servicio para personas con discapacidad visual o son inexistentes los restaurantes que tienen personal con discapacidad visual trabajando en el salón de restaurantes (Vélez, 2016). Aunado a lo mencionado, también está la cultura del Perú y de Latinoamérica, ejemplo: algunas personas

no se encuentran acostumbrados a ser atendidos por camareros con discapacidad visual, ya que tienen temor a que algún alimento se les pueda caer o que les ocurra algún accidente.

No obstante, en Madrid, París, Londres, San Petersburgo (Rusia), Auckland (Nueva Zelanda) y Nantes (Francia) existe la primera franquicia del mundo de cadena de Restaurantes “*Dans Le Noir*”, el cual recibió el premio de *Hot Concepts* en Europa en el 2020, fue reconocido por ser una cadena de Restaurants de alta gama y por integrar al 50% en su planilla a personas con discapacidad visual (Restauración, 2020).

Esta franquicia, tiene ocho años en el mercado europeo y mantiene el objetivo principal de ofrecer una experiencia humana y sensorial a través de cenas a oscuras, donde los mozos con discapacidad visual cumplen el rol de guiar a los clientes. Además, tienen una alianza con la Organización Nacional de Ciegos (ONCE), esta organización capacita, forma y designa a los jóvenes con discapacidad visual que trabajarán en *Dans Le Noir*. Parte de la experiencia es que el personal con discapacidad visual guíe a los clientes en todo el proceso, ya que estarán cenando a oscuras, al culminar la cena el chef principal les muestra lo que cenaron (Tragaldabas, 2017).

Por todo lo mencionado, la presente investigación propone la creación de “Restaurant Gourmet Sensaciones”, el cual tendrá la conjugación gastronómica, cultural, social y medioambiental, con un objetivo de incorporar a personas con discapacidad visual en sus planillas por sus capacidades, habilidades y no por su condición física o de salud. Para ello se trabajará dos aspectos importantes “inclusión laboral y social” en conjunto con el área de recursos humanos y la gestión de diseño en infraestructura, ya que se deberá tener una correcta distribución de espacios para un mejor desempeño laboral de las personas con discapacidad visual (Mendiola, 2020). Estudios como (Luna & Montes, 2017) afirman que las personas en la actualidad demandan más valores, son más empáticas, por lo que las nuevas empresas tienen un enfoque más social e inclusivo. Por estas consideraciones se

podría afirmar que se tendría una ventaja ante esta idea disruptiva que busca incluir en la población económica activa en el Perú a las personas con discapacidad visual y lograr así una gestión de cambio.

1.3. Sustento de relevancia del problema de negocio

En la actualidad se pueden identificar a dos tipos de consumidores, el consumidor tradicional que compra de acuerdo con lo que considera socialmente aceptable, dando mayor relevancia a la relación calidad-precio, y aquel consumidor que dentro del propósito de compra también considera importante el consumo responsable, presentando mayor empatía a la hora de seleccionar los productos y/o servicios a adquirir. Esta es una nueva forma de comprar y consumir, que está tomado mucha fuerza en los mercados a nivel mundial, debido al cambio en los hábitos de compra y de consumo, hacia los productos responsables o eco amigables y por ende muchas empresas están tomando este derrotero para afianzar sus estrategias empresariales (López, & Peñalosa, 2021). Así mismo un estudio realizado por la consultora Disan, experto en tendencias y preferencias en Latinoamérica menciona que, el consumo responsable es una tendencia en alza debido a varios factores entre ellos por los cambios que hemos vivido por la pandemia, las personas son más conscientes y resilientes, gran número de personas están preocupadas por el cambio climático y el cuidado del medioambiente y esperan que las marcas y empresas se sumen a este sentir a través de los productos y servicios que ofrecen y que ayuden a la disminución de la huella de carbono en favor de una economía circular en beneficio del medio ambiente , así mismo las empresas deben de tener diversidad para lograr equidad considerar la inclusión de los sectores que por muchos años han sido olvidados (Disan, 2022).

Es así como muchas empresas se están apostando por impulsar la diversidad, la inclusión, la economía circular, el valor compartido, ofrecer productos y servicios responsables y eco amigables dentro de sus modelos de negocio, difundiendo a través una

comunicación con propósito, valores y creencias de la organización para lograr motivar a sus diversos grupos de interés.

Por lo mencionado, es una oportunidad para “Restaurant Gourmet Sensaciones” fomentar una idea de negocio con responsabilidad social que genera valor compartido en el Perú que busca impulsar la inclusión laboral y social de personas con discapacidad visual uniendo la gastronomía, costumbres y cultura peruana. Además, se considera como arte a la gastronomía peruana, ya que es reconocida a nivel mundial, ejemplo: premiación por la revista National Geographic ya que quedó dentro de los diez mejores destinos culinarios del mundo en el año 2016 (Sánchez, 2021).

Las premiaciones internacionales gastronómicas han permitido que se conozca a nivel internacional chefs peruanos que a lo largo del tiempo han podido consolidar sus conocimientos a través de la apertura de restaurantes, como son los casos de: Astrid y Gastón, ellos han obtenido muchos reconocimientos desde su profesionalismo, ya que fueron elegidos por la “Feria Madrid Fusión” como uno de los 20 cocineros más influyentes del mundo en el 2011, su restaurante Astrid y Gastón ha estado en la lista de los World 50 Best, entre otras premiaciones que han permitido que el gran chef logre crear once marcas de restaurantes (Madame Tusán, Panchita, Astrid & Gastón, La Mar, etc.) donde ofrecen una variedad de platos típicos (Medina, 2018). Por otro lado, uno de los restaurantes con muchos reconocimientos por las propuestas que brindan es Central y Kjolle quienes tienen por dueños al Chef Virgilio Martines y a la Chef Pía Leon, estos dos restaurantes están unidos por un centro de investigación biológica, el cual les permite encontrar productos recónditos. El restaurante Central ha sido elegido tres veces como el mejor restaurante de América Latina y como uno de los cinco mejores restaurantes del mundo y por el lado de la chef Pía León fue elegida como la mejor chef femenina del mundo por la organización The World’s 50 Best (BBC, 2021).

A lo largo del tiempo se ha podido ver el avance gastronómico peruano demostrado por los chefs anteriormente mencionados, por lo que la presente investigación considera que sería una idea disruptiva que los clientes puedan vivir una experiencia sensorial, gastronómica, humana, cultural y única en la oscuridad. Esta oscuridad permitirá que el cliente valore otros aspectos de la cocina y la gastronomía peruana que en un restaurante normal quizá no se aprecia. Si bien parte de la propuesta es brindar una oportunidad laboral a las personas con discapacidad visual, ya que se generaría un aumento en la autonomía de la persona, también van a tener un mayor desarrollo de habilidades y participación en la sociedad haciendo uso de sus habilidades y capacidades (Cortés & Cisterna, 2015). Sin embargo, el presente proyecto busca ser más que un restaurante, a través de un chef que cambiará estratégicamente el menú cada determinado tiempo para que los clientes puedan asistir variadas veces sin tener que repetir los mismos platos, esto permitirá hacer el uso de insumos que estén en temporada, así como se implementará el cuidado y la reutilización de desechos o la energía solar, gracias a la implementación de paneles solares, entre otros aspectos.

Esta propuesta de idea de negocio es reconocido a nivel mundial, ya que existen restaurantes tales como: “Nocti Vagus” ubicado en Alemania; La cadena de restaurantes “Dans le Noir”; ambos tienen como objetivo concientizar a las personas sobre las limitaciones y dificultades que sufren las personas con discapacidad visual; ofreciendo el servicio de cena a oscuras, siendo guiados por una persona con discapacidad visual y donde luego de su experiencia gastronómica, podrán visualizar la cena que disfrutaron (Dansle Noir, 2017). Sin embargo, no cuentan con un plan de reutilización de residuos, cuidado al medioambiente, no tienen el gran reconocimiento internacional gastronómico como lo tiene el Perú, lo cual podría generar alianzas estratégicas o quizás que el Restaurant Gourmet Sensaciones Perú sea un referente para muchas empresas peruanas. Ser un referente

empresarial por incluir a personas con discapacidad no porque la norma lo exige sino por sus habilidades, permitiendo así la reducción de desempleo que según información de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2011) en el Perú la tasa de empleabilidad de personas con discapacidad es de 23.8% y según información del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI,2017) el ingreso promedio mensual de las personas con discapacidad es de S/792.90 (INEI, 2015). En cambio, Restaurant Gourmet Sensaciones brindará un impacto positivo, puesto que las personas con discapacidad visual tendrán una remuneración, aumento en la autonomía, podrán desarrollar sus habilidades, potenciar sus capacidades y tendrán una participación activa en la sociedad, sobre todo haciendo lo que les apasiona. En segundo lugar, para la sociedad generará cambios culturales y rupturas de paradigmas. Por último, en las empresas mejorará el clima laboral, aumentando la productividad y la reputación de la empresa (Cortés, I. & Cisterna, K.; 2015). Por lo que, en los siguientes capítulos se detallará con mayor precisión cada consideración para la ejecución de la presente idea.

1.4. Conclusiones

El uso adecuado de los datos señalados permitió ampliar cada vez más el conocimiento sobre el contexto en el que se determina el problema de negocio “desempleo de personas con discapacidad visual en el Perú”, el cual es un tema que necesita ser considerado no solo en el presente trabajo de investigación sino en la sociedad peruana, ya que, en el Perú según INEI, 2017 las personas con discapacidad visual no forman parte de la población económicamente activa, a pesar que en el mundo existan maestros que si han sabido demostrar sus habilidades y capacidades a pesar de tener discapacidad visual, ejemplo: Andrea Bocelli, Stevie Wonder y José Feliciano (ORCAM, 2019).

La cohesión del sustento de relevancia del problema permitió que naciera la idea de crear en el Perú la cadena de Restaurant Gourmet Sensaciones, un restaurante que sea inclusivo, cultural y gastronómico, considerando el objetivo principal: insertar en la planilla a personas con y sin discapacidad visual, así como buscar repotenciar sus capacidades (gestión de tiempo, trabajo en equipo, liderazgo, etc.), esto podrá ser posible con una correcta evaluación, selección y capacitación de los trabajadores con discapacidad visual y videntes. Asimismo, se buscará tener una correcta gestión de procesos, residuos, cuidando el medioambiente, contribuyendo con los productores, agricultores nacionales de alimentos y el uso de utensilios biodegradables en el restaurante, que tengan alineados sus objetivos con los de la organización.

Capítulo II: Revisión de la Literatura

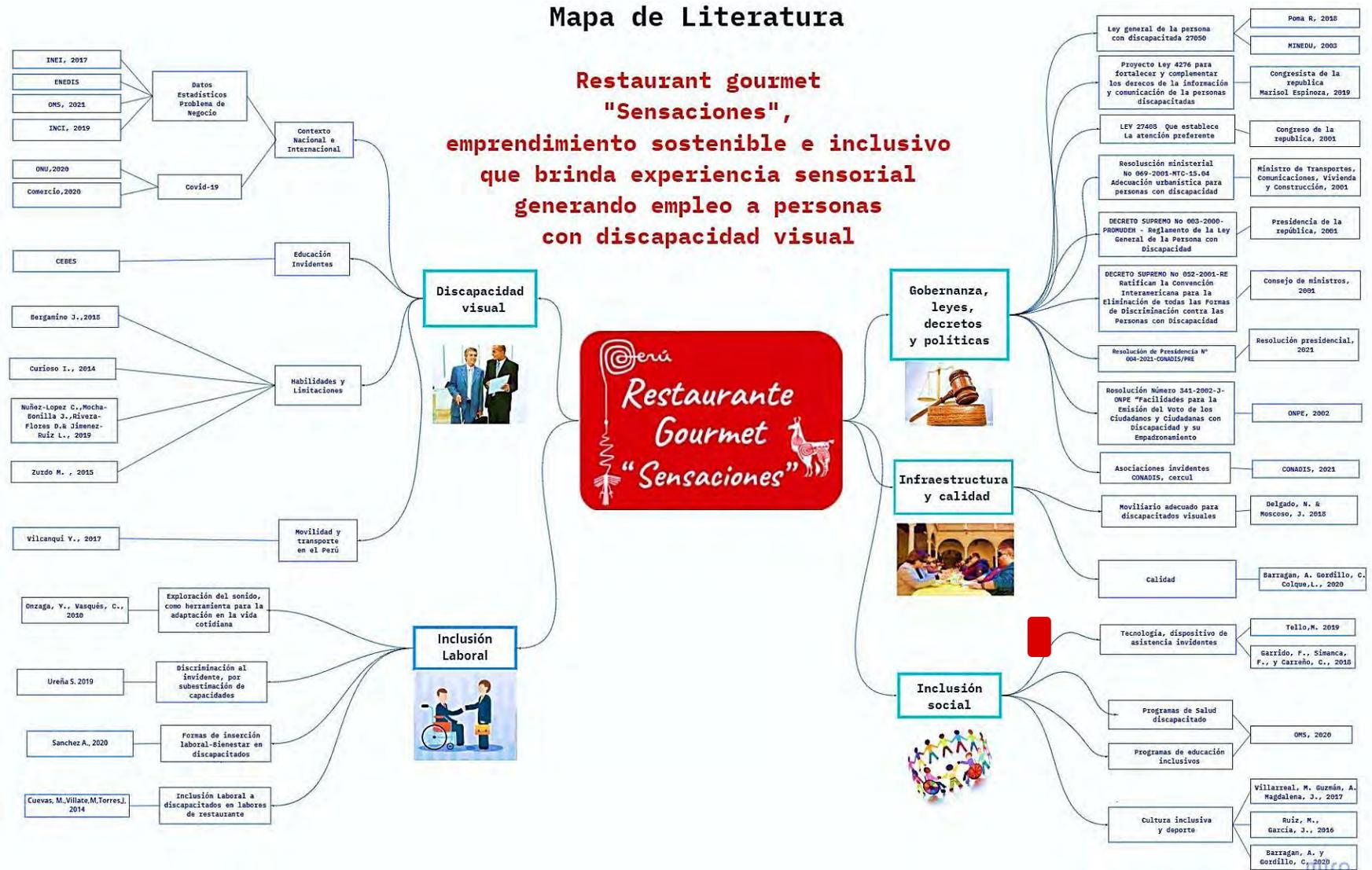
En el presente capítulo se desarrollará la investigación y análisis de la literatura de fuentes primarias y secundarias, las cuales permiten fundamentar el problema social en diversos estudios, así como todas las posibilidades que puede presentar la sociedad a nivel de leyes y entorno para un adecuado desenvolvimiento de las personas con discapacidad visual en la sociedad peruana.

2.1. Mapa de la literatura

El Mapa de literatura es una herramienta que permitió contextualizar y representar de manera gráfica los conceptos claves de toda la bibliografía investigada y recopilada de fuentes primarias y secundarias relacionadas al problema social en estudio (personas con discapacidad visual), fuentes que son sustento del análisis de la problemática social. El mapa de literatura permitió organizar de manera adecuada todas las aristas que impactan al sector de personas con discapacidad visual.

Es así que, el mapa de literatura fue esquematizado en base al método de vertebración, analizando las fuentes, afinándolos y vertebrándolos hasta llegar a una visualización práctica y deductiva en temas tales como: discapacidad visual, inclusión laboral, gobernanza y leyes, infraestructura/calidad e inclusión social. Finalmente se incluyó a cada fuente la referencia correspondiente con los autores y años relacionados como se puede visualizar en la Figura 1, y así lograr un mapa de literatura de fácil interpretación que va de lo general a lo específico, del centro y ramificado externamente.

Figura 1:
Mapa de literatura de la tesis



2.2. Análisis de la literatura vinculada al problema de negocio

En el análisis de la literatura se contempló identificar subvariables que tengan relación con el problema de negocio, tales como: discapacidad visual, habilidades y limitaciones, movilidad y transporte en el Perú, inclusión social, inclusión laboral, infraestructura y calidad, gobernanza, leyes, decretos y políticas. Estas subvariables contemplan información 100% veraz y confiable, las cuales han sido sustentadas con fuentes primarias, con la finalidad de proporcionar un marco de referencias para interpretar los resultados de la presente investigación.

La subvariable de habilidades y limitaciones de discapacidad visual son mencionados por diversos estudios (ENEDIS,2012; INEI, 2017a; OMS,2021). Los cuales muestran datos estadísticos que ponen en contexto la problemática que afrontan las personas con discapacidad visual, que aunado con múltiples investigaciones (Bergamino, 2018; Curioso, 2014; Jimenez, Mocha, Nuñez & Rivera, 2019; Zurdo, 2015) se puede inferir que el empleo es limitado para las personas con discapacidad visual aun cuando cuentan con diversas competencias, habilidades y destrezas que les permite desarrollarse laboral y socialmente.

Incluso en una investigación de (Vilcanqui, 2017) menciona que la ciudad de Lima no cuenta con la suficiente infraestructura que cubra las necesidades de movilidad, transporte, autonomía y seguridad en los espacios públicos para las personas con discapacidad visual. Asimismo diferentes investigaciones de (Garrido, Simanca & Carreño, 2018; Organización Mundial de Salud, 2020; Ruiz & García, 2016; Villarreal, Guzmán & Magdalena, 2017) concuerdan que la inclusión social permite potenciar las capacidades y habilidades de las personas con discapacidad visual, por ello es que se debe fomentar programas de salud, educación y deporte donde la cultura sea más inclusiva, garantizando así a todos los seres humanos el uso y disfrute de un mundo ecuánime, respetuoso e incluso debe primar la igualdad de oportunidades evitando sentir compasión. De igual forma, los autores

mencionados coinciden que la tecnología es una herramienta que permite la integración social en las personas con o sin discapacidad, repotenciando sus habilidades y generando un entorno más accesible, esto se evidencia en las impresoras de braille, lupas aumentativas, lectores de pantallas, mensajes de audios o del aplicativo *Chefs voice*: el cual permite que las personas con discapacidad visual escuchen los menús que ofrecen los restaurantes. Incluso el aplicativo lazarrillo para celulares, el cual guía a las personas con discapacidad visual a través de un mapa audio y les dice la ruta más apropiada para que lleguen a su destino.

Dicha inclusión en los aspectos antes mencionados se complementa con los estudios de (Bergamino, J., 2018; Delgado, N. & Moscoso, J. 2018) donde concluyen que es necesario brindar también una infraestructura de calidad a las personas con o sin discapacidad visual, basándose en el derecho del uso y disfrute de la ciudad sin restricciones con la finalidad de promover la accesibilidad sin barreras. Asimismo, los autores concuerdan que algunas personas con discapacidad visual encuentran estas barreras universales de accesibilidad en la infraestructura, dificultando su participación en escuelas, centros de salud, trabajo, estadios deportivos, playas, cines, teatros, transporte o restaurantes. Por lo que se considera importante tener criterios o estrategias en el diseño arquitectónico en distintos establecimientos con el objetivo principal de convertirse en un país más inclusivo haciendo uso de los estudios del marketing experiencial y de calidad; ya que la revisión de la literatura de este tipo de marketing permitirá conocer las experiencias e identificar beneficios que podrían tener los usuarios consumidores, por ejemplo: al diseñar un restaurante se deberá tener en cuenta el factor experiencia para brindar un local con espacios inclusivos pensados en los clientes que tengan algún tipo de discapacidad generando así experiencias y recuerdos memorables.

La inclusión laboral es también un factor muy importante en el análisis para el sector de la población de personas con discapacidad visual en el Perú, literaturas indicadas por (Cuevas, M., Villate, M, & Torres J, 2014; Onzaga, & Vásquez,C,2020; Sánchez, A., 2020 & Ureña, S., 2019) hacen referencia a la importancia de las capacidades sonoras que una persona con discapacidad visual puede desarrollar desde niño, por medio de la motivación de los otros sentidos con los que cuenta, así podrá desenvolverse mucho mejor en la sociedad en la etapa adulta y en su desarrollo de inclusión en el trabajo. También se puede citar la exclusión por parte de la sociedad civil y del estado, ellos no se preocupan por su integridad, y el problema viene de muchos años atrás, se menciona también la falta de consideración y subestimación de sus capacidades en su entorno social y que afecta indudablemente el entorno laboral. Sin embargo, en los últimos años el estado peruano hace lo posible para poder insertar a este porcentaje de población donde se pone como objetivo principal definir el verdadero perfil de una persona con discapacidad visual sin empleo, por ejemplo: definir su edad, sexo, realidad demográfica; establecerles vías de accesos, estabilidad y por consiguiente valorar sus capacidades dentro de la sociedad; para que pueda crecer económicamente y activar a dicha población al progreso mutuo. Como respuesta final y alentadora, investigaciones muestran que se puede reforzar sus habilidades y capacidades dándoles la oportunidad de poder incluirlos en las labores propias de un restaurante, donde una persona con discapacidad visual pueda articular las labores sociales de empleabilidad pudiendo satisfacer sus necesidades básicas de empleo y de inclusión en todos los aspectos. Asimismo, se puede mencionar que el estado peruano a través de sus diversas entidades gubernamentales tales como (Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad, 2021; Congreso de la República, 2019; Consejo de Ministros, 2001; Ministerio de educación, 2003; Ministerio de Transporte, Comunicaciones, Vivienda y Construcción, 2001; Oficina Nacional de Procesos Electorales, 2002; Poma, 2018; Presidencia de la

República, 2001; Resolución Presidencial, 2021) han promulgado varias leyes, decretos que apoyen el desenvolvimiento y actividades de las personas con discapacidad visual en el Perú. Varias de sus publicaciones indican que en el marco legal, deben de existir leyes, proyectos de ley, resoluciones, decretos, que brinden a las personas con discapacidad visual un entorno legal adecuado con todos los derechos y deberes que apoyen a un apropiado desenvolvimiento laboral para las personas con discapacidad visual; todo aquello que le brinde seguridad a este sector de la población que poseen todas las capacidades y habilidades para desenvolverse laboralmente en la sociedad peruana; merecedores de derechos inherentes a sus actividades y con todos los beneficios que coadyuven a lograr una vida digna y sin discriminación de parte de la sociedad peruana.

2.3. Aporte de la literatura a la solución del problema de negocio

Por medio del mapa de literatura se ha abarcado diversos temas, donde se justificó y sustentó que existen estudios científicos que demuestran que el problema de falta de inserción laboral e inserción social es existente en el mundo. Según los últimos informes del INEI, 2017 existen 600 mil personas con discapacidad visual en el Perú. Dentro de esta población, 160 mil sufren de ceguera total y 440 mil tiene alguna enfermedad relacionada la ceguera. Sin embargo, siendo un grupo bastante grande, las entidades públicas no integran la tecnología, la capacitación y rehabilitación física necesaria para que los jóvenes puedan integrarse o acceder a la educación y el trabajo. Sobre todo, en tiempos de Covid-19 donde las personas con discapacidad visual encuentran barreras para insertarse en el mundo laboral, a pesar de que tengan diversas habilidades que los hagan competentes.

Según (Ordóñez, 2013; Vélez, 2015; Vilela, 2019) coinciden que las personas con discapacidad visual no consiguen empleo en su mayoría, hay que reconocer que por más que se empleen normativas y se promueva la concientización sobre la discapacidad, en la sociedad aún existen personas que no se encuentran preparadas mentalmente para tratar con

este tipo de población, generando la exclusión social o daño psicológico, por ejemplo: la infraestructura que tiene el transporte en el Perú, esta no permite la autonomía completa para que la persona con discapacidad visual se desplace o quizás la infraestructura de las empresas no es la correcta, donde los empresarios por cumplir la norma solo contratan personas con discapacidad sin darles las herramientas necesarias para su buen desempeño.

Por todas estas investigaciones, se considera de gran aporte lo identificado en el mapa de literatura, ya que evidencia necesidades, dolores y problemas que tienen las personas con discapacidad visual que viven en el Perú.

Es así que se crea el modelo de negocio "Restaurant Gourmet Sensaciones", el cual permitirá la inclusión laboral para personas con discapacidad visual como una alternativa de solución al problema social investigado, donde se les brindará no solo empleo sino también un ambiente agradable que tendrá una infraestructura adecuada y de calidad. Este emprendimiento no solo buscará cumplir con la gobernanza, ley o políticas que se deben respetar sino también ser un ejemplo a seguir en las próximas organizaciones.

2.4. Conclusiones

El estudio y las investigaciones nacionales e internacionales apoyan la consecución de la propuesta de negocio que busca concientizar a la población con las necesidades de las personas con discapacidad visual y generar trabajo para ellos. Podría masificarse el impacto con la cadena de Restaurant Gourmet Sensaciones al abrir más locales en el Perú y en otros países. Para ello, se propone aliviar el problema social brindando una experiencia sensorial a clientes videntes e invidentes a través de una cena a oscuras con el deleite de platos gourmet peruanos activando las sensaciones por el uso de todos los sentidos menos la vista.

Dentro del Restaurant Gourmet Sensaciones trabajarán personas videntes e invidentes, contará con stakeholders que estén comprometidos con el medioambiente y ecosistema, ya que se busca ser una cocina sostenible.

Capítulo III: Planteamiento de la solución al problema

El presente capítulo da a conocer las metodologías ágiles que se han usado para dar solución a la problemática social “personas con discapacidad visual que no encuentran oportunidades laborales”. Asimismo, se presenta la escalabilidad, sostenibilidad, implementación y métricas de la solución a la problemática.

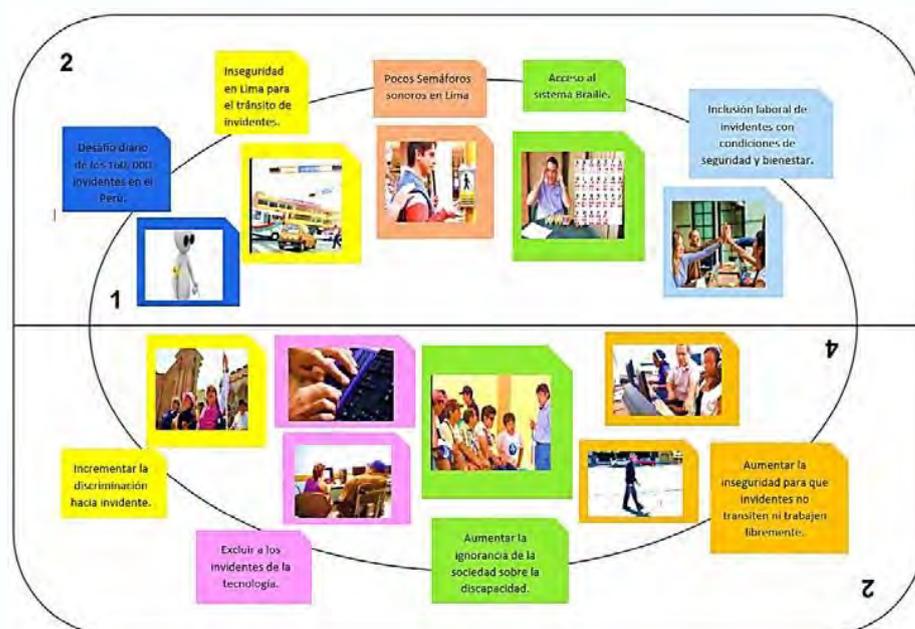
3.1. Aplicación de metodologías ágiles para la solución del problema

Una vez identificado el problema social se hizo uso de varias metodologías ágiles para hallar la solución, tales como: Design Thinking, blueprint y la confección de lienzos. A partir de ellos, se analizó la viabilidad de la idea de negocio planteada, identificando oportunidades de mejora en base a interacciones y testeos de los prototipos con los clientes/usuarios.

3.1.1. Lienzo dos dimensiones

El lienzo dos dimensiones muestra los problemas más relevantes que enfrentan las personas con discapacidad visual tales como: inseguridad en el tránsito de Lima, pocos semáforos sonoros en Lima, limitado acceso al sistema braille, falta de inclusión laboral; frente a aquellos que no son problemáticas para ellos.

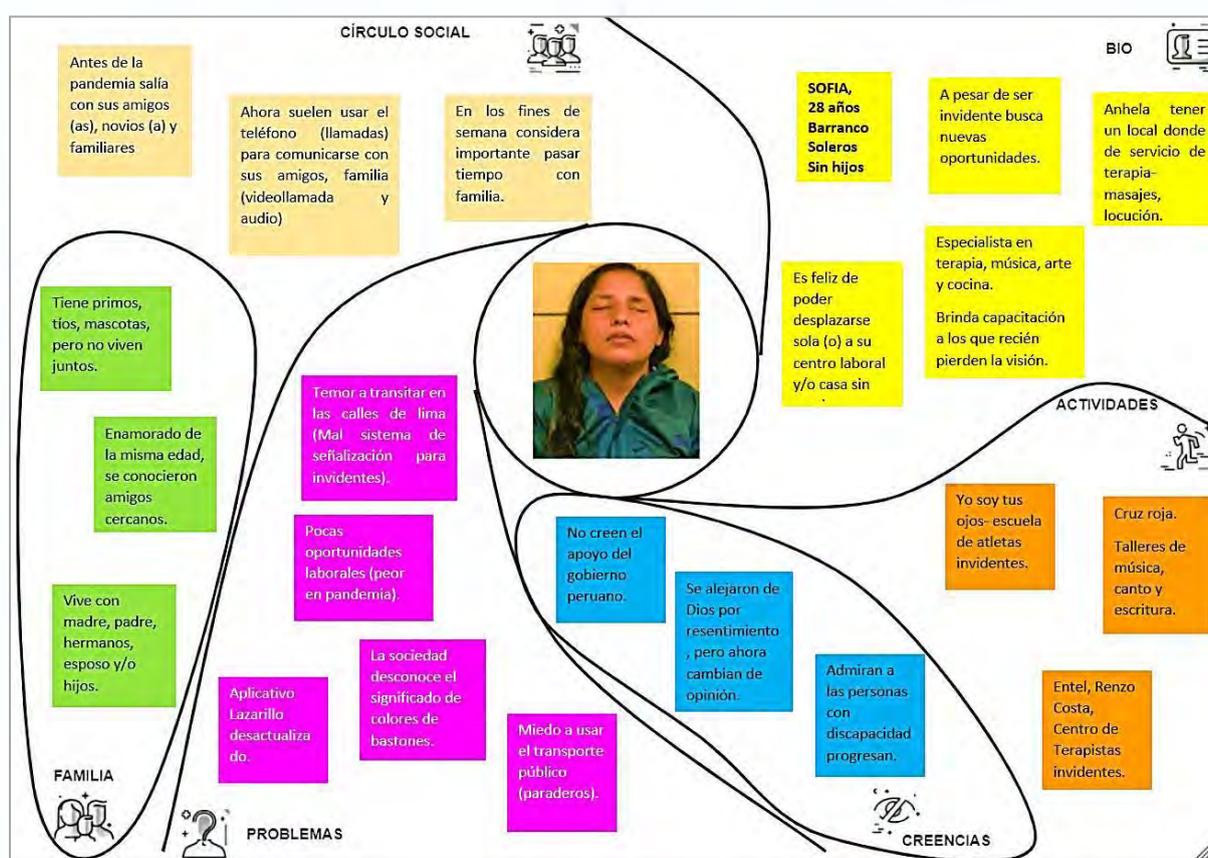
Figura 2:
Lienzo dos dimensiones



3.1.2. Lienzo matriz meta-usuario

Este lienzo permitió crear el perfil estándar de las personas con discapacidad visual, considerando los factores de alegrías, frustraciones relacionadas a las actividades diarias en función a costumbres, creencias religiosas, entorno familiar, círculo social, etc. Logrando empatizar con ellos, entender cómo piensan, sienten las personas con discapacidad visual y así poder idear posibles soluciones.

Figura 3:
Lienzo matriz meta usuario

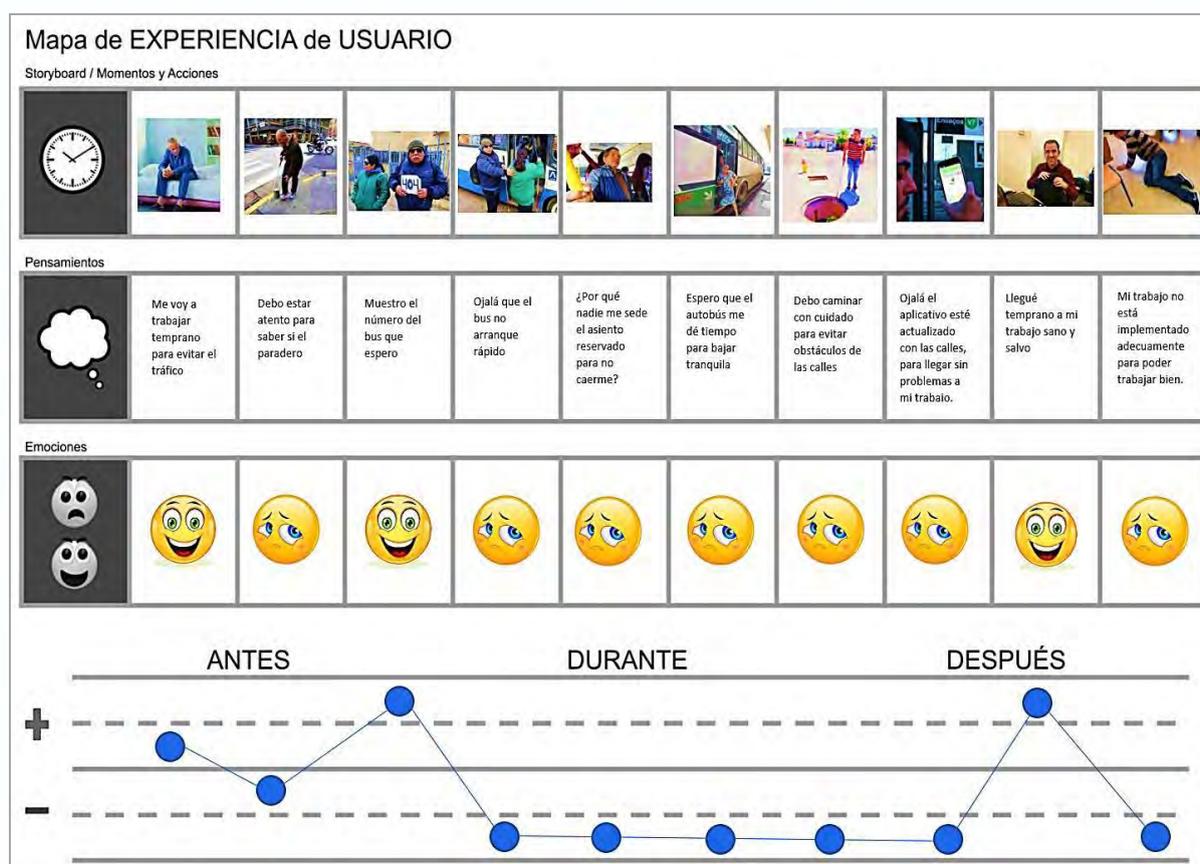


Nota. Descripción de las características (pensamientos, sentimientos) de las personas con discapacidad visual.

3.1.3. Lienzo momentos de experiencia de usuario

En el siguiente lienzo se plasmó gráficamente las situaciones de alegría y tristeza que una persona con discapacidad visual vive durante el proceso de ir a trabajar. En el lienzo se identificó cuáles son las situaciones de seguridad, riesgo y de temor, lo que permitió conocer las necesidades más sensibles para ellos.

Figura 4:
Mapa de experiencia de usuario



Nota. Descripción de cada estado emocional en el proceso del recorrido a su centro de labores.

3.1.4. Lienzo matriz 6 x 6

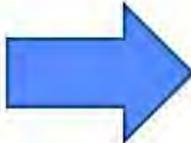
Para la creación de este lienzo se consideraron patrones de comportamientos en las personas con discapacidad visual, por ejemplo: el amor por su familia genera factores positivos de superación, así como las personas con discapacidad visual usualmente realizan actividades que son relativamente simples para personas con visibilidad pero que para ellos

es más complicado, pero todos tienen ese espíritu de superar las adversidades y lograr sus objetivos. Además, estas personas comentan que les gusta experimentar nuevas vivencias, porque quieren demostrar ante los demás que a pesar de tener una discapacidad visual no significa que no puedan cumplir sus sueños. Por lo anterior mencionado se realizó una sesión de lluvia de ideas mostrada en la Figura 5, se buscó responder a cada pregunta con seis posibles soluciones de las cuales solo se eligió una de acuerdo con cada problemática identificada en el lienzo anterior.

La primera pregunta fue en base a la preocupación inicial ¿Cómo podría la persona con discapacidad visual sentirse incluido en la sociedad? esta problemática fue abordada con la siguiente solución: la creación de un restaurante donde se incluya a esta población como parte del personal de trabajo.

Continuamos con las siguientes preguntas ¿Cómo podría la persona con discapacidad visual trasladarse sana y salva a su trabajo/ domicilio?, la idea elegida fue la creación de polos con mensajes pro-invidentes; en la pregunta ¿Cómo podría la persona con discapacidad visual conocer su ubicación y llegar a su destino?, la idea seleccionada fue crear lentes inteligentes que brinden información y geolocalización; para la interrogante ¿Cómo podría la persona con discapacidad visual conocer las rutas en tiempo real? La opción elegida fue la de elaborar plantillas inteligentes con sistema de detección de obstáculos; en la pregunta ¿Cómo podría la persona con discapacidad visual tener un bastón adecuado? La idea seleccionada fue la creación de un bastón con sensor de movimiento; en la pregunta ¿Cómo podría la persona con discapacidad visual identificar las señalizaciones en las calles de Lima? la solución elegida fue elaborar un mapa braille digital.

Figura 5:
Lienzo matriz 6x6

 OBJETIVO Reducir los riesgos de los invidentes en el momento de movilizarse y realizar sus actividades en las calles de Lima.		 NECESIDADES				
 PREGUNTAS GENERADORAS						
¿Cómo podríamos hacer que el invidente se traslade sano y salvo a su trabajo/domicilio?	¿Cómo podríamos hacer que el invidente conozca su ubicación y llegue a su destino?	¿Cómo podríamos hacer que el invidente conozca las rutas en tiempo real?	¿Cómo podríamos hacer que el invidente tenga un bastón adecuado?	¿Cómo podríamos hacer que el invidente identifique las señalizaciones en Lima?	¿Cómo podríamos hacer que los invidentes se sientan incluidos en la sociedad?	
Crear un aplicativo que indique la hora y ruta del bus actualizado	Un bastón inteligente que de la ubicación actualizada.	Mochila inteligente que reconozca las rutas de Lima.	Crear un bastón inteligente que reconozca la infraestructura laboral. 3%	Anillo de identificación de señalizaciones en Lima.	Restobar donde el personal de trabajo sea invidente en mayor proporción	
Concientizar a la población, a través de publicidad con empresas	Lentes inteligentes que brinden información.	Envío de audios con costo	Creación de bastones retractiles a bajo costo,	Mapa braille.	Audio cines especializados para invidentes	
Reloj inteligente que brinde información específica accesible	Cada paradero debe de tener una bocina informativa. crear empresa	Plantilla s inteligentes, con sistema de detección de obstáculos	Creación de un bastón con material reciclable.	Colocación de códigos QR para ubicación, en las publicidades.	Crear una empresa para colocaciones laborales en varios rubros.	
Creación de Marca (polo) con mensajes Pro-invidentes.	Brújula especializada con sensor de ubicación (NSEO).	Crear una página web guía para invidentes.	Bastón con sensor de movimiento	Crear una empresa de publicidad.	Activaciones de comunicación y venta de artículos	
						
Polo con mensajes	Lentes inteligente	Plantillas inteligente	Bastón con sensor	Mapas braille	 Inclusión laboral	
6 IDEAS SELECCIONADAS						

3.1.5. Lienzo matriz costo e impacto

En este lienzo se ubican las 6 posibles soluciones elegidas en el lienzo anterior, para escoger aquella que logre un alto impacto en este sector de la población con el menor coste posible.

Al crear el restaurante se brindaría la oportunidad laboral a personas con discapacidad visual y sin discapacidad. Además, tendrán beneficios, podrán desempeñarse en áreas específicas previamente capacitados, trabajarán en un clima laboral con inclusión social, lo que se traduce en ser una persona económicamente activa. Si bien los lentes, plantillas inteligentes podrían ayudar a las personas con discapacidad visual a movilizarse, no incrementarían sus ingresos como lo sería en el caso de laborar en el restaurante.

Por lo mencionado, la opción de restaurante es la elegida por tener mayor impacto económico para esta porción de población.

Figura 6:
Lienzo costo impacto



3.1.6. Prototipado ágil

Una vez seleccionada la idea, se planteó el diseño en prototipos del restaurante: El primer prototipo es un audio que describe la experiencia de una familia que visita el restaurante a través de un audio-recorrido. Este prototipo fue presentado a las personas con discapacidad visual para recibir sus opiniones y recomendaciones.

Figura 7:
Audio prototipo



Nota. Enlace del video prototipo <https://www.youtube.com/watch?v=HTi07LCm7OM>

El segundo prototipo fue un crear videos-simuladores, donde se presenta el recorrido de las instalaciones y la distribución general del Restaurant Gourmet Sensaciones; esto fue presentado a los potenciales clientes para recopilar sus opiniones y recomendaciones.

Figura 8:
Videos prototipo



Nota. Enlace de los videos prototipo <https://youtu.be/sXE7lx-627o>
<https://youtu.be/XeXoTS8IDBo>

El tercer prototipo fue la simulación presencial de la atención de Restaurant Gourmet Sensaciones, donde participaron una chef de comida gourmet llamada “Carol” y una persona con discapacidad visual en el rol de mesero llamado “Bryan”. Ambas personas fueron claves para el desarrollo, sobre todo por el conocimiento de la chef Carol, ya que ella es una estudiante del último ciclo de la carrera de gastronomía y arte culinario en Le Cordon Bleu Perú; ella considera que la gastronomía no solo es aprender a cocinar sino también es saber expresar los sentimientos a través de muchos ingredientes olvidados o desperdiciados. Otra de las razones por la que decidimos que sea participe de esta experiencia fue porque cuenta con su propio emprendimiento de pastelería llamado Alice Bakery, el cual tiene más de 1 año de ser creado y con más de 5 mil seguidores en las redes sociales. Además, el joven que apoyó en el rol de mesero es un profesional egresado de la carrera de marketing, bilingüe (inglés y español) y atleta que pertenece a “La asociación yo soy sus ojos”. Ambos fueron esenciales en el proceso de la simulación, desde la preparación de los platos considerando la costa, sierra y selva del Perú, tales como los platos gourmet: blinis de cañihua con trucha, noisette de alpaca, béarnaise de huacatay, polenta de quinua y gigotin de cordero y papas boulangère.

Figura 9:
Platos y bebidas del restaurant gourmet Sensaciones



La simulación de elaboración de platos y atención permitió corregir errores como: reducir tiempo de espera, brindar una atención prolija al cliente, buscar contribuir con los campesinos al momento de crear los platos estacionales, es decir, no buscar elaborar platos los cuales sus ingredientes estén fuera de temporada sino por lo contrario, se debe tener un adecuado control de mermas, por ejemplo, en la elaboración del Gigotin de cordero y papas boulangère, sobraron ingredientes como romero, tomillo, etc., estos ingredientes permitieron hacer la bebida refrescante; se identificó también que la presencia del chef al culminar la experiencia es esencial sobre todo para que los clientes conozcan que fue lo que comieron y quien lo preparó.

Es importante mencionar que a pesar de que la diferenciación de Restaurant Gourmet Sensaciones sea el brindar trabajo a personas con discapacidad visual no significa que sea la idea principal, sino por lo contrario, se busca vender de una forma diferente y especial “la experiencia de comer a oscuras”, de la mano de la gastronomía peruana, variando el menú mensualmente y lograr una visita frecuente de nuestros clientes. En la siguiente figura 10, se puede visualizar parte de la experiencia de la simulación.

Figura 10:
Video prototipo presencial

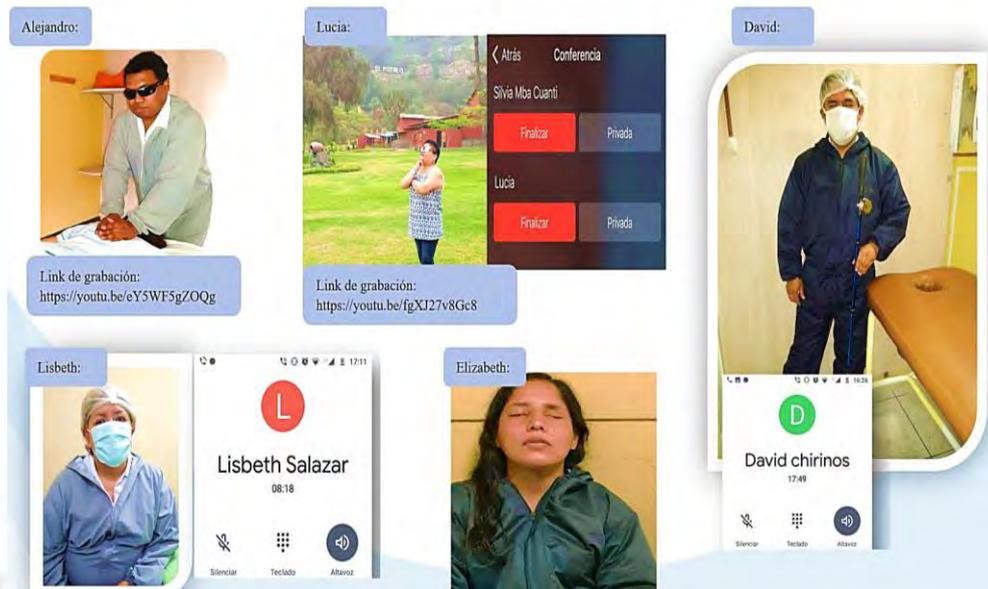


Nota. Enlace de video prototipo presencial <https://youtu.be/9c0PdSaavMU>

3.1.7. Lienzo blanco de relevancia

Se realizaron tres lienzos los cuales se construyeron a partir de las recomendaciones que se recibieron de los prototipos presentados. En las interacciones con los prototipos se tocaron temas como: la seguridad que brindaría el local, el confort de las instalaciones, el proceso del ingreso de los clientes al local, tipos de platos a degustar que ofrece el restaurante, si luego de conocer la idea de negocio estarían dispuestos a vivir esta experiencia sensorial y qué mejoras recomendarían. Del ejercicio realizado se adquirió información de gran importancia de mejoras para la idea de negocio, además se identificaron los temores e interrogantes que surgieron a raíz de la presentación de los prototipos. Las tres interacciones permitieron mejorar la idea de negocio y rediseñar los prototipos.

Figura 11:
Feedback recibido del primer prototipo

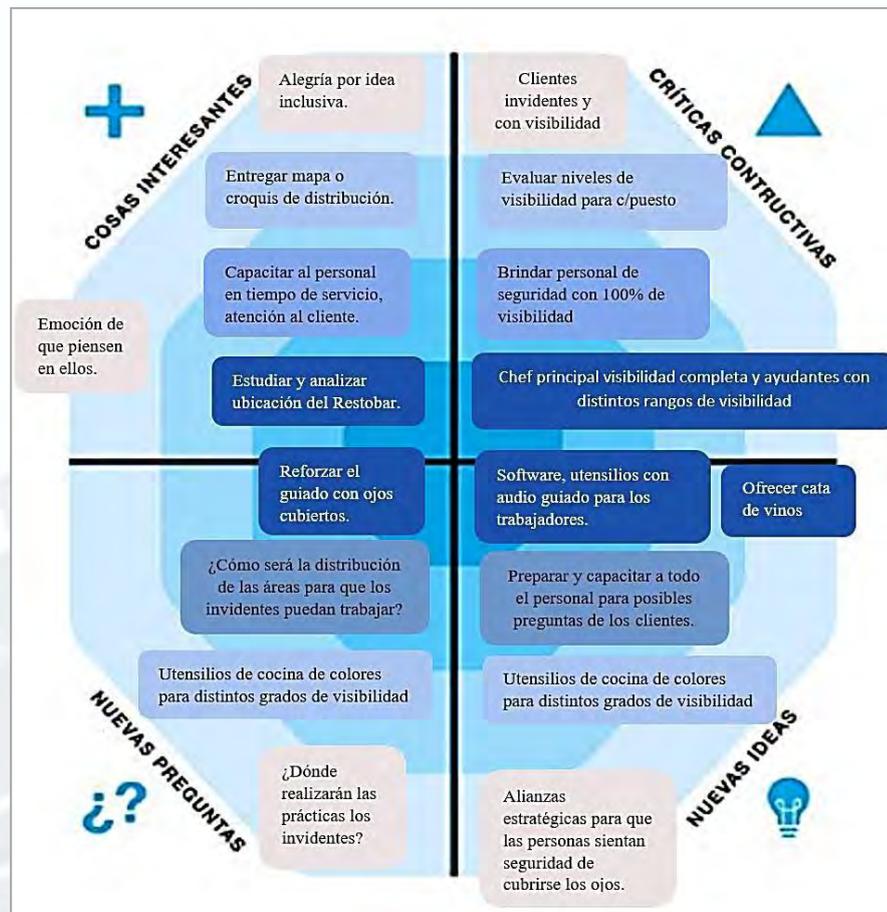


Nota. Enlace de audios <https://youtu.be/eY5WF5gZOOg>
<https://youtu.be/fgXJ27v8Gc8>

Luego de haber recibido los feedbacks de parte de los posibles clientes y las personas con discapacidad visual, se procedió a redactar las opiniones en los mapas de iteraciones, para ello se presentan dos iteraciones.

En la primera iteración se puede observar en críticas constructivas la idea de creación del Restaurant Gourmet Sensaciones la alegría por sentirse incluidos las personas con discapacidad visual, donde recomiendan que debiera de existir personal vidente en las áreas de caja, seguridad y cocina; además brindaron ideas como: la existencia de utensilios que puedan verse en la oscuridad, el personal debe hablar inglés. Después de haber recogido las ideas y críticas constructivas se reformuló el prototipo.

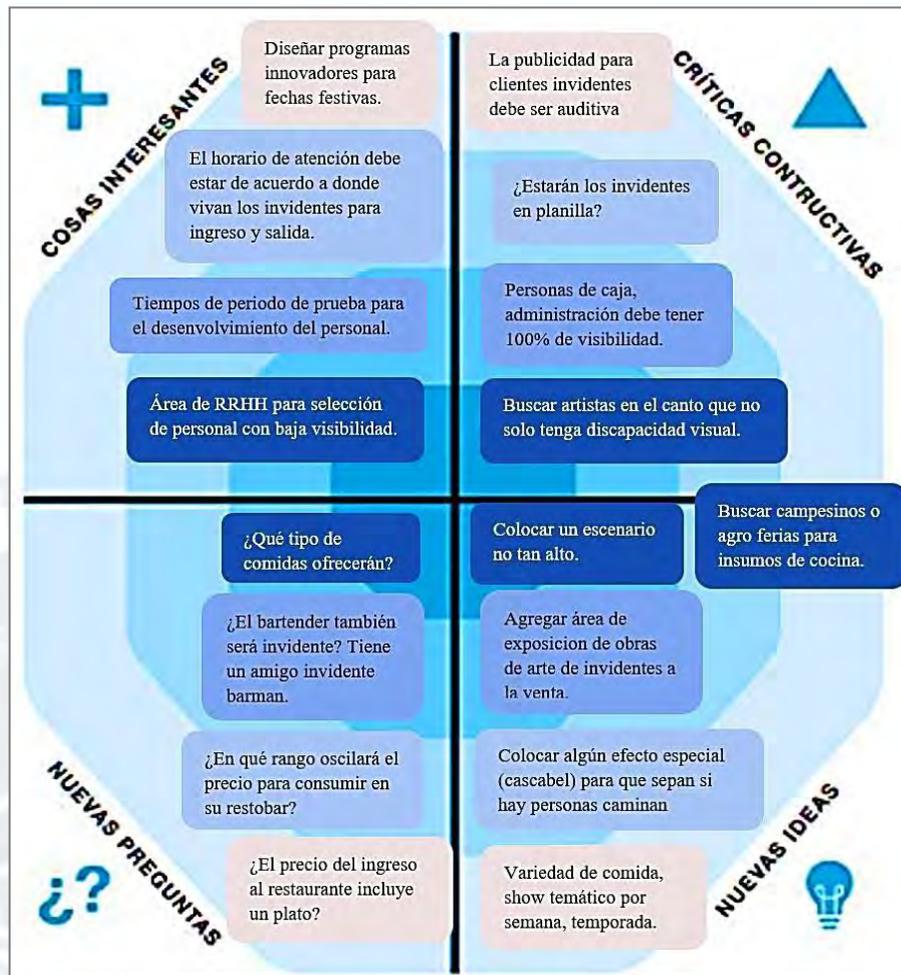
Figura 12:
Primera iteración



Se realizó la segunda iteración con las mismas personas, donde existieron preguntas tales como: ¿Qué platos se servirán?, ¿Cuáles serán los precios?, ¿Cómo fidelizar a los trabajadores?

Es menester precisar que todas las opiniones recibidas han permitido que el presente proyecto sea desarrollado con delicadeza y pensando en el público objetivo.

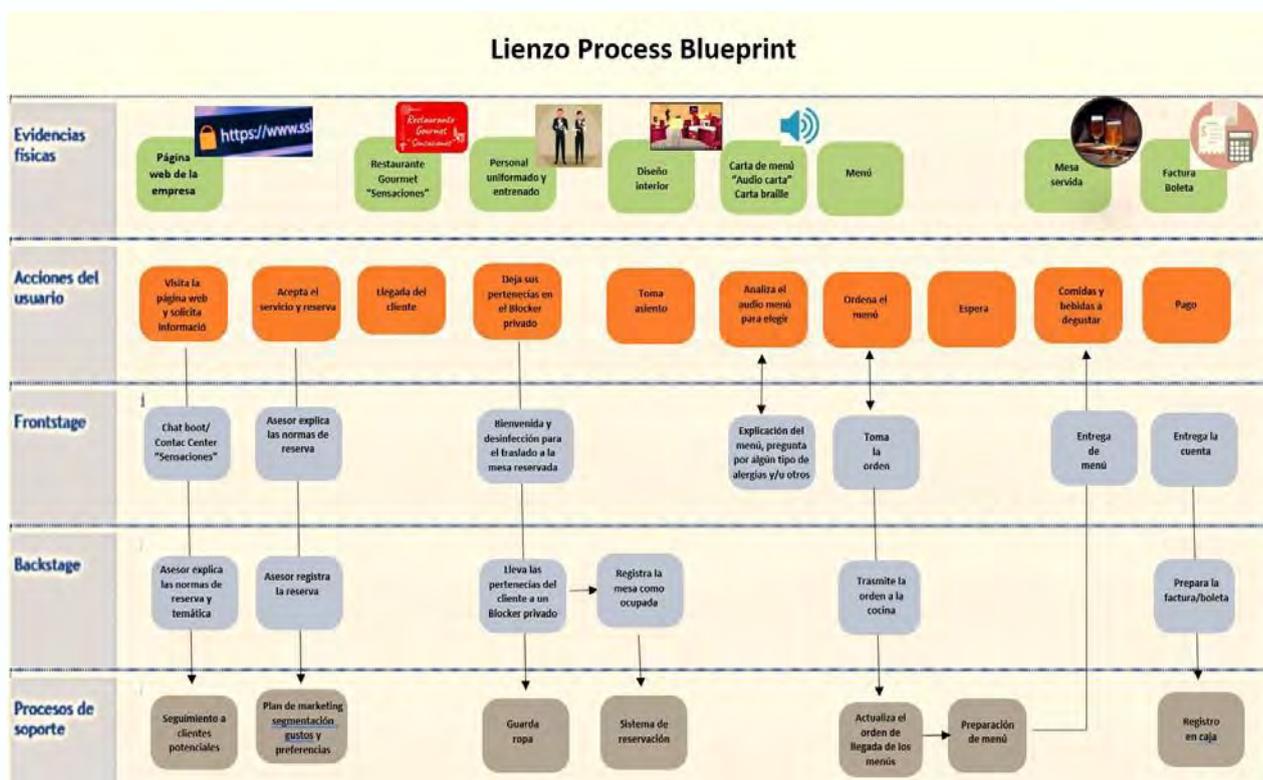
Figura 13:
Segunda iteración



3.1.8. Lienzo blueprint

Este lienzo define todo el proceso en la prestación de servicio del restaurante: cada momento donde el cliente puede ver *frontstage* y cada momento que no puede ver *backstage*. Se define 08 procesos en el prototipo y se analiza cada uno de ellos desde la primera interacción del usuario hasta la culminación del servicio.

Figura 14:
Lienzo blueprint



3.1.9. Lienzo Propuesta de Valor

Se realizó dos lienzos de propuesta de valor. El primer lienzo está dirigido para los clientes, dónde se muestra las alegrías y frustraciones durante su visita al restaurante, así mismo se menciona cuáles son los aliviadores de las frustraciones y cuáles son los generadores de las alegrías. En la Figura 15, se menciona además cual es el servicio que ofrece el restaurante relacionándolo con aquello que busca el cliente.

Figura 15:
Lienzo propuesta de valor cliente



El segundo lienzo se muestra la Figura 16, la cual indica la propuesta de valor hacia los proveedores, sus alegrías y frustraciones al formar parte de la cadena logística como socio estratégico del restaurante, así mismo los generadores de alegrías y aliviadores de las frustraciones.

Figura 16:
Lienzo propuesta de valor proveedor



3.2. Aplicación de los elementos de la investigación científica para la solución del problema

3.2.1. Entrevistas

Se decidió investigar más a fondo sobre “Personas con discapacidad visual en el Perú” para conocer su realidad e identificar todas las fortalezas y habilidades que poseen, que en su gran mayoría no son identificables de manera inmediata por las demás personas. Para ello se realizaron diez entrevistas, nueve de ellas fueron realizadas a personas con discapacidad visual y una entrevista a un representante de la “Asociación yo soy tus ojos”. Para la entrevista se elaboró una guía de preguntas que permitió abarcar diversos aspectos tales como: económico, social, personal, profesional, etc.

Tabla 1:
Cuadro de preguntas para entrevista

Nº	Pregunta	Sustento
1	Datos personales Nombre // edad // sexo // distrito // hijos	Para reconocer sus datos personales.
2	¿Qué le motiva a usted en su día a día? ¿Cuáles son sus anhelos y metas?	Para identificar sus metas futuras y/o proyecto de vida.
3	¿Qué le hace sentir orgulloso? ¿Qué le hace sentir avergonzado?	Para comprender sus sentimientos.
4	¿Cuál es su rutina diaria, fines de semana? ¿Tiene algún emprendimiento? ¿Actividad laboral? ¿Dónde aprendiste eso?	Para reconocer su aspecto económico y actividades diarias.
5	¿Con quién vives en tu hogar?	Para identificar su entorno.
6	¿Cuál es su experiencia cuando sale a la calle? ¿Cómo se siente?	Para comprender sus necesidades diarias y/o cotidianas.
7	¿Quiénes son tus amigos? ¿Forma parte de algún grupo con quienes compartes experiencias?	Para conocer su entorno
8	Por la coyuntura ¿Cuáles son los cambios que has percibido en tu día a día? ¿Como has pasado esta etapa de pandemia?	Para conocer su condición
9	Si le concediera un deseo o la oportunidad de cambiar algo, en las calles, en la sociedad cuando sale de su casa para trabajar o realizar alguna actividad ¿Cuál sería ese cambio?	Para entender el dolor de nuestro público objetivo.
10	Coménteme alguna experiencia buena y segura que haya pasado y que le haya impactado mucho.	Para conocer sus experiencias.

Nota. Preguntas para entrevista a personas con discapacidad visual

El resultado de las entrevistas dio a conocer que muchas de las personas con discapacidad visual realizan diversas actividades laborales tales como (masajes, operadores de centro de atención telefónica, pintores, etc.), asimismo se identificaron muchas habilidades y capacidades para lograr sus objetivos, son muy apasionados en sus labores y tiene muchas ganas de lograr sus metas. Se puede mencionar por ejemplo a Patricia Quispe de 41 años, quien trabaja en un centro de atención telefónico y que ha ganado de manera consecutiva premios de reconocimiento laboral compitiendo con más de 150 personas, así también mencionar a David Chirinos de 37 años, quien ha podido expresar sus habilidades en cuadros artísticos y venderlos. De igual manera, Lisbeth Salazar de 42 años, quien, junto a su esposo (ambos con discapacidad visual) son dueños dos centros de masajes.

La entrevista realizada al director de la asociación deportiva para invidentes “Yo soy sus Ojos” Victor Espinoza, fue de gran importancia porque reveló información muy alentadora y sorprendente. Él contó la historia de éxito de Rosbill Guillen un joven tímido y deprimido que sufrió un accidente que le hizo perder la visión, no obstante, tras muchas luchas, resiliencia y dedicación se convirtió en un ejemplo deportivo convirtiéndose en el primer medallista de oro en los Juegos Parapanamericanos 2019, un verdadero orgullo peruano.

Las entrevistas realizadas a las 10 personas permitieron identificar habilidades y capacidades desconocidas que demuestran que pese a las circunstancias ellos son capaces de lograr sus objetivos con esfuerzo, dedicación, amor, mucho empeño y solo piden a la sociedad oportunidades en diversos ámbitos para poder desarrollarse y que exista una inclusión laboral como derecho para todos, sin distinción alguna (ver apéndice A).

3.2.2. Grupos focales

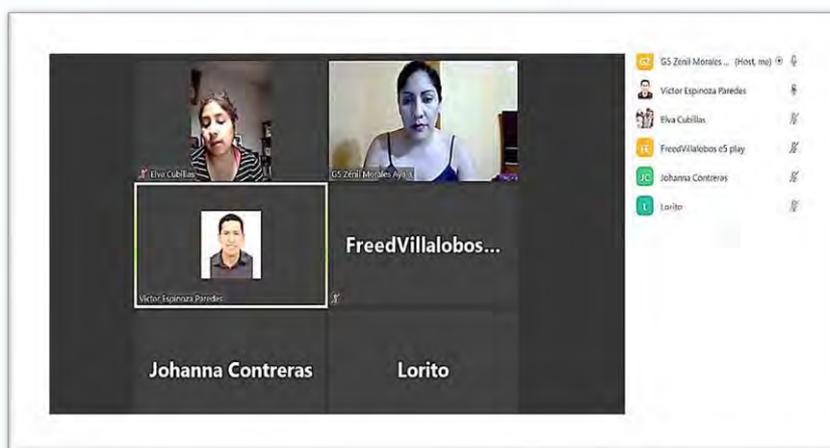
Luego de realizada las entrevistas, la elaboración y análisis de las posibles soluciones, la elección de la mejor solución, la elaboración de los prototipos, el paso siguiente fue llevar la idea de solución seleccionada “Restaurant Gourmet Sensaciones” a las personas con discapacidad visual para recibir su retroalimentación. Este proceso se realizó mediante la aplicación de grupos focales, realizada a través de una video llamada con varios integrantes de la asociación “Yo soy sus ojos”.

El grupo focal se realizó de manera coordinada, amena y con respeto; con el objetivo que recoger los comentarios, sugerencia y recomendaciones de todos los asistentes. Como resultado del Grupo focal se recibieron excelentes comentarios sobre la propuesta de solución, además expresaron su entusiasmo por la idea presentada y brindaron muchas sugerencias para mejorar la idea.

El grupo focal estuvo integrado por:

- Víctor Espinoza- Directos Asociación “Yo soy sus Ojos”
- Freed Villalobos – Abogado de profesión.
- Bryan Bidalón- Especialista en Marketing y Emprendedor.
- Johana Contreras – Psicóloga de profesión/ Curso de fotografía.

Figura 17:
Grupo focal



Nota. Enlace del video grupo focal <https://youtu.be/Q8gWwtNwf4s>

3.2.3. Encuestas

Es importante conocer los gustos y preferencias de nuestros potenciales clientes, para recopilar dicha información y saber sus opiniones ante la idea de negocio planteada, se elaboró una encuesta con 10 preguntas.

Figura 18:
Preguntas para la encuesta

1. ¿Sabías que, según (el comercio, 2020) el 60% de las personas invidentes en el Perú, se quedaron sin ingresos económicos debido al COVID-19?

2. ¿Tenías conocimiento que, en Estados Unidos (San Francisco y San Diego) existe una cadena de restaurantes con el galardón más alto en gastronomía (5 tenedores) llamado OPAQUE, que es inclusivo y además es uno de los más caros del mundo?

3. ¿Consideras importante que los restaurantes y restobares desarrollen inclusión laboral para personas invidentes y videntes, así ellos puedan desempeñarse en diversidad actividades?

4. ¿Asistirías a un restaurante inclusivo cuya misión es reducir el porcentaje de desempleo de las personas invidentes, donde ellos puedan desenvolverse en diversas actividades?

5. ¿ Estarías dispuesto(a) a ser participe de una experiencia sensorial donde deberás vendarte los ojos por un breve tiempo?

6. ¿Disfrutarías experimentar con los ojos vendados una degustación de platos típicos y bebidas oriundas peruanas ?

7. ¿Te agradaría disfrutar de una experiencia sensorial con los ojos vendados y poder escuchar un relato de cómo se elaboran los platos que se van a degustar, de dónde es el nombre de origen del plato típico, cuáles son los ingredientes a utilizar y escuchar el proceso de elaboración?

8. ¿Adquirirías souvenirs confeccionados por las personas invidentes?

9. ¿Desearías que en el Perú existiera un Restobar inclusivo con todas las bondades mencionadas en las preguntas anteriores?

10. ¿Qué recomendaciones y sugerencias nos puedes brindar para mejorar este modelo de negocio inclusivo, donde laborarán personas invidentes y videntes como un solo equipo de trabajo?

Perú
No. 1 - Cuzco
No. 2 - Arequipa
No. 3 - Lima
No. 4 - Iquitos
No. 5 - Tarma
No. 6 - Chicla
No. 7 - Arequipa y G.
No. 8 - Arequipa
No. 9 - Arequipa
No. 10 - Arequipa
No. 11 - Arequipa
No. 12 - Arequipa
No. 13 - Arequipa
No. 14 - Arequipa
No. 15 - Arequipa
No. 16 - Arequipa
No. 17 - Arequipa
No. 18 - Arequipa
No. 19 - Arequipa
No. 20 - Arequipa

Perú
Restaurante
Gourmet
"Sensaciones"

La recopilación fue realizada a través del aplicativo *survey monkey*, que permitió encuestar a 150 personas.

Figura 19:
Encuesta restaurant gourmet Sensaciones

Restaurante Gourmet "Sensaciones"
Take this survey powered by surveymonkey.com.
surveys for free.
es.surveymonkey.com
<https://es.surveymonkey.com/r/2SV5WH3>

Nota. Enlace de encuesta: <https://es.surveymonkey.com/r/2SV5WH3>

La primera pregunta permitió concientizar a los encuestados sobre el impacto del Covid-19 y el desempleo en personas con discapacidad visual. En la Figura 20, se muestra que el 56.41% desconocía que las personas con discapacidad visual perdieron su empleo por el Covid-19 y el 43, 59% sabe que el 60% de personas se ha quedado sin ingresos económicos a raíz de la pandemia.

Figura 20:
Primera pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones



La segunda pregunta realizada permitió identificar si los 150 encuestados tenían conocimiento sobre empresas reconocidas que han implementado la inclusión laboral de personas con discapacidad visual. En la Figura 21, se visualiza que solo el 5% tiene conocimiento de empresas que contratan a personas con discapacidad visual y el 95% no tiene ningún tipo de conocimiento.

Figura 21:

Segunda pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.



La tercera pregunta ¿Consideras importante que los restaurantes y restobares desarrollen inclusión laboral para personas con discapacidad visual y videntes, así ellos puedan desempeñarse en diversidas actividades? En respuesta, el 100% contestó que sí es importante poner en práctica este tipo de inclusión.

Figura 22:

Tercera pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.



En la cuarta pregunta, se consultó si ellos asistirían a un restaurante inclusivo cuya misión sería reducir el porcentaje de desempleo en las personas con discapacidad visual, donde ellos podrían desenvolverse en diversas actividades, a lo que el 95% respondió que si asistiría y el 5% no iría.

Figura 23:
Cuarta pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.



Asimismo, en la Figura 24, se puede observar a la pregunta cinco la cual dio a conocer si los clientes estarían dispuestos a ser partícipes de una experiencia sensorial cubriéndose los ojos, se obtuvo como respuesta que el 87,5% si le gustaría participar y el 12,50% no le gustaría ser partícipe. Aquí se pudo apreciar interrogantes de parte de los encuestados, ya que mencionaban la seguridad, ejemplo ¿Si es que tienen cámaras en el establecimiento? ¿Cómo se podrá ver los alimentos que nos proporcionen?, entre otras. Es menester precisar que este tipo de preguntas permitieron que sea más sesuda la elaboración del presente proyecto de tesis.

Figura 24:

Quinta pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones



La sexta pregunta, buscó saber si los encuestados estarían dispuestos a disfrutar de la comida peruana oriunda a oscuras. La encuesta indicó que el 87.50 % si le gustaría disfrutar esta experiencia.

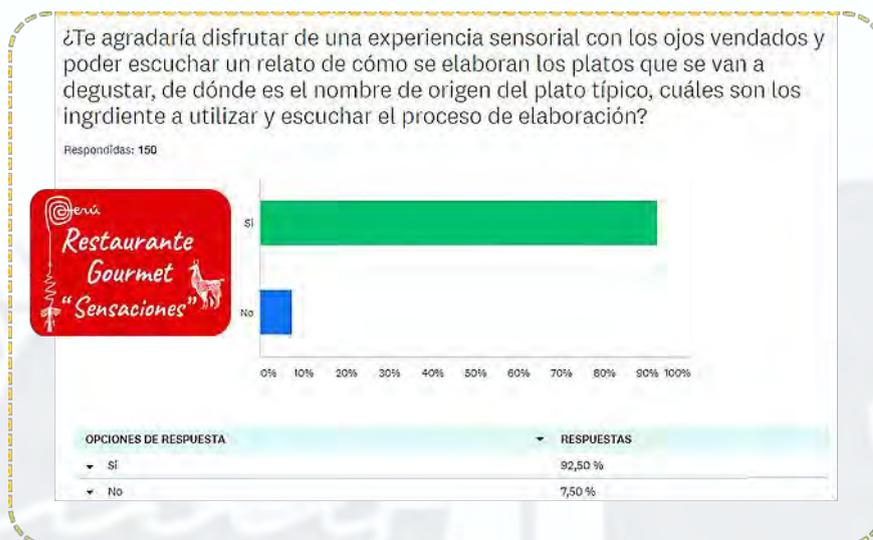
Figura 25:

Sexta pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.



A la pregunta ¿Te agradaría disfrutar de una experiencia sensorial y poder escuchar un relato de cómo se elaboraron los platos que se van a degustar, de dónde es el nombre de origen del plato típico; cuáles son los ingredientes para utilizar y escuchar el proceso de elaboración? El 92.50% indicó que si le agradaría disfrutar de la experiencia.

Figura 26:
Séptima pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.



La pregunta ocho da a conocer que el 92.5 % de encuestados si adquirirían souvenirs elaborado por personas con discapacidad visual.

Figura 27:
Octava pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.



En la novena pregunta se consultó si desearían que en el Perú existiera un restaurante inclusivo con todas las bondades mencionadas en las preguntas anteriores, a lo que el 97,5% comentó que si desean que en el Perú se apertura una empresa así.

Figura 28:

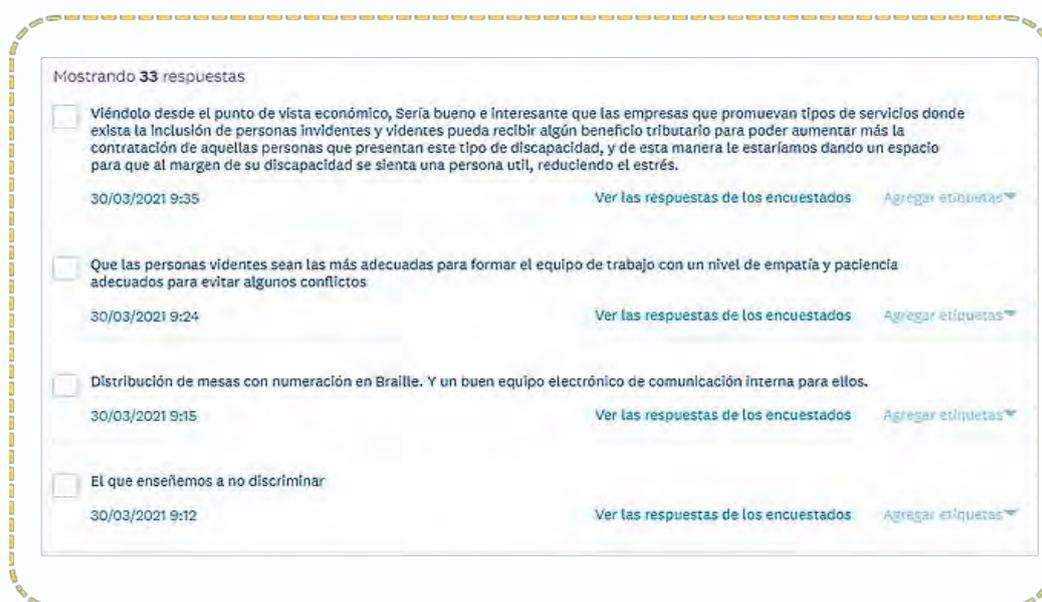
Novena pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.



Finalmente, en la pregunta 10 los encuestados brindaron muchas reflexiones y recomendaciones sobre la idea de negocio. Aquí algunos comentarios

Figura 29:

Décima pregunta de la encuesta restaurant gourmet Sensaciones.



3.3. Benchmarking nacional e internacional

3.3.1. Referentes en Perú

3.3.1.1. Lima

La competencia directa al modelo de negocio es el restaurante Central que ofrece una experiencia culinaria con insumos peruanos, sacando el máximo provecho a la biodiversidad en el Perú. Los chefs Virgilio Martínez y Pía León abrieron las puertas del restaurante en el 2009. Inicialmente se ubicaron en un local en el distrito de Miraflores para luego mudarse al bohemio distrito de Barranco. El valor agregado de este restaurante es que combina arqueología culinaria, sabiduría andina, explotación y recuperación de raíces culturales; lo que lo diferencia dentro del universo de restaurantes en el Perú y el mundo. Respectivamente en el 2014 y 2015 el restaurante Central ocupó el puesto 15 y 4 del listado 50 Best Restaurants in the World. Luego, en el 2016 ocupó el primer puesto del ranking de los 50 mejores restaurantes de Latinoamérica, hitos que marcaron la historia de este restaurante e inicio de muchos más premios y reconocimientos.

A continuación, en la Tabla 2 se muestran las principales características de los otros dos restaurantes famosos en Lima como es el restaurante Astrid & Gastón, el cual tiene una rotación turística consumidora del 19%, tienen reconocimientos a nivel mundial por diversos premios ganados con menciones tales como el mejor chef del mundo, además de tener presencia de 11 restaurantes en el mundo, ofreciendo platos desde s/250 hasta s/450. Asimismo, Maido restaurante ubicado en Lima tiene como dueño al chef Mitsuharu Tsumura, quien estudió artes culinarias y administración de alimentos en Estados Unidos, estos conocimientos adquiridos le permiten tener alrededor de 69% de rotación de clientes, su especialidad es la comida nikkei, ha obtenido el puesto 10 por ser el mejor restaurante del mundo por dos años consecutivos, así como el segundo mejor restaurante de Latinoamérica por Latin America's 50's Best.

Tabla 2:
Comparación de tres restaurantes gourmet en Lima-Perú

Concepto	Central Restaurante	Astrid & Gastón	Maído
Ubicación	Lima – Capital del Perú – Barranco Distrito cultural y con una rotación turística del 27%	Lima – Capital del Perú – San Isidro Distrito Financiero y con una rotación turística del 19%	Lima – Capital del Perú – Miraflores distrito altamente turístico, 69% de rotación.
Chef	Virgilio Martínez / Pía León	Gastón Acurio / Diego Muñoz	Mitsuharu Tsumura
Datos del Chef	Miembro del ranking de 100 mejores chefs del mundo Le Chef. Tres estrellas Michellin. Pía León es la mejor chef del mundo 2021. Dueños de 5 Restaurantes, dos en Londres y uno en Dubái.	Estudió en Academia Le Cordon Bleu Paris Miembro del ranking de 100 mejores chefs del mundo Le Chef. Cuenta con Restaurantes en 11 países del mundo	Estudio artes culinarias y administración de Alimentos en Johnson & Wales Estados Unidos
Tipo de Comida	Peruana de Vanguardia	Peruana	Nikkei
Premios	3er puesto Latinoamérica Latin America´s 50´s Best Restaurants. – 2019 – 2020.	Puesto 8 del mejor restaurant del mundo. Dentro de los 10 primeros puestos de Latinoamérica Latin America´s 50´s Best Restaurants. Destacado con Trhe art of hospitality 2019.	Puesto 10 del mejor restaurant del mundo. Dos años consecutivos 2do mejor Restaurant de Latinoamérica Latin America´s 50´s Best Restaurants 2019-2020.
Precio por persona	Experiencia Territorio en desnivel S/ 440. Creatividad del día S/455. Mundo Mater S/535. Creatividad del mundo S/ 565.	Platos a la carta. S/ 250 a S/ 450	Experiencia Nikkei S/369. Experiencia Veggie S/299. Maridaje S/220
Página Web	https://centralRestaurant.com.pe/	http://www.astridygaston.com/	https://maido.pe/

Nota. Adaptado de “Latin America´s 50 Best Resturants” (<https://www.theworlds50best.com>)

3.3.1.2. Cusco

Por otro lado, según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo Promperú, (2018) comentó que Cusco es la segunda ciudad del Perú más visitada por los turistas extranjeros y nacionales, esto debido a la historia del imperio del Tahuantinsuyo, así como las construcciones incas, culturas incaicas y españolas, gastronomía, costumbres, entre otros. Además, según la Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las ciencias y la educación (2014) se refirió a la presencia de Machu Picchu, la cual ha sido acreedora de numerosos premios internacionales tales como en los Oscar del Turismo logrando el cuarto puesto como líder mundial de atracción turística, este premio fue recibido desde los años 2017, 2018, 2019 y 2021, asimismo es reconocido como una de las nueve maravillas del mundo. Por estas y otras razones importantes Cusco ha podido recibir turistas de todas las partes del mundo, generando crecimiento económico, emprendimientos, apertura de restaurantes donde los mejores chefs tienen un restaurante u hotel. Sin embargo, después de un análisis comparativo de restaurantes se identificó de que es inexistente una idea de negocio como Restaurant Gourmet Sensaciones, donde aparte de brindar gastronomía, cultura, también se busque ofrecer una experiencia sensorial, apoyo económico, social y psicológico dando trabajo a personas con y sin discapacidad visual.

El primer restaurante analizado fue “chicha” cuyo dueño es Gastón Acurio y el chef que tiene a cargo la elaboración de platos es Saul Villegas Avila, los turistas suelen visitar este restaurante porque reconocen que usan los insumos e ingredientes de Cusco, así como reconocen los méritos y premios que ha tenido Gastón para con el Perú. Por otro lado, se encuentra el restaurante “Green Point”, este local ubicado a siete cuadras de la plaza de armas de Cusco ofrece gastronomía solo peruana elaborada por el chef Fabricio Durand. Además, el restaurante “Limbus”, también es reconocido por turistas por la vista paisajista que ofrecen, así como la fusión gastronómica y de bebidas contemporánea peruana, este negocio ha

recibido el premio como mejor empresa peruana en el 2018 por DIRCETUR y también se les otorgó un certificado por excelente servicio y atención por Tripadvisor Travellers Choice. El último restaurante analizado fue el que tiene por nombre “la calle del miedo”, ubicado frente a la plaza de armas de cusco, se desconoce el nombre del chef, sin embargo, en Tripadvisor es muy reconocido por los turistas, ofrecen platos de comida innovadores como el “lomo salteado mar y tierra”, excelente comida y bebidas, cuentan con una vista espectacular a la plaza de armas.

Tabla 3:

Comparación de cuatro restaurantes gourmet en Cusco-Perú

Concepto	Chicha	Green Point	Limbus	La calle del miedo
Ubicación	A una cuadra de Plaza de Armas de Cusco	A 7 cuadras de la plaza de armas	San Blas	Frente a Plaza de Armas
Chef	Saul Villegas Avila	Fabricio Durand	No especifica	No especifica
Datos del Chef	El restaurante es de propiedad del reconocido chef Gaston Acurio	-	-	-
Tipo de Comida	Comida Regional	Cocina Peruana	Fusión contemporánea y peruana	Peruana
Premios	-	-	Premio Empresa Peruana del Año- Mejor Restobar 2018	-
Precio por persona	S/ 130.	S/. 80	S/. 97	S/. 80
Página Web	https://chicha.com.pe/	Cusco Restaurants – Estamos renovando nuestro Sitio Web	https://limbusrestobar.com/	https://bit.ly/3H9qnfk

Nota. Adaptado de restaurantes “chicha, cusco, limbus y calle del miedo”

Es menester precisar que según el estudio de Turismo Interno (2018) identificó que alrededor de 2.8 millones de peruanos viajaron a Cusco lo que representó el 6,3% del total de viajes dentro del Perú. Asimismo, el turismo receptivo en Cusco fue de aproximadamente de 1,7 millones de turistas no residentes en Perú representando al 39,5% del total de turistas extranjeros que visitó Perú, estos han sido provenientes de Estados Unidos, Chile, Argentina, Francia, Brasil, España, Canadá, Alemania, etc., y en el año 2019 el mismo estudio de Turismo Interno junto con Promperú mostraron que 2.68 millones de turistas extranjeros llegaron a Perú teniendo el principal motivo como viaje, recreación y el 0.66 millones llegó a Perú por negocios, identificando que en el 2018 y 2019 el primer y principal motivo de los turistas fue el de conocer, viajar y recreacional en el Perú, seguido de negocios.

3.3.1.3. Tacna

Tacna es la tercera ciudad más visitada del Perú por sus múltiples atractivos turísticos, culturales y platos típicos. Fue nombrada Ciudad Heroica del Perú por sus servicios distinguidos a la causa de la Independencia del Perú (municipalidad de Tacna, 2022). Por todas estas características y más será una de las sedes del “Restaurante Gourmet Sensaciones”. En esta ciudad, una de las competencias directas es “Uros Restaurant” que ofrece una propuesta elegante y distinguida con una variedad de comidas y bebidas de la cocina novo andina, presenta además un ambiente romántico, acogedor por su magia y mística. Uros Restaurant abrió sus puertas al público el 26 de junio de 2007 y actualmente el chef es el señor José Maguiña, el cual expone en sus platos una fusión culinaria con raíces ancestrales y equilibrio medioambiental, varias de sus presentaciones culinarias son en base a la piedra, lo cual los clientes lo celebran, no solo por la presentación sino también por el sabor, además los clientes comentan en la página de tripadvisor que la atención de parte del equipo de trabajo es muy buena por lo que tendrían un motivo más por regresar.

Otro competidor importante es “La plaza Bar y Grill”, quienes exponen una cocina peruana fusión con platos criollos y regionales, todo ello en un ambiente casual y fresco. Su carta ofrece platos estrellas elaborados con deliciosos ingredientes regionales, sumado a ello invita a sus comensales a disfrutar de sus promociones como desayuno buffet, buffet criollo todos los sábados, happy hour, parrillas y piscina. Su bar invita a disfrutar variedad de cocteles y macerados a base de ingredientes oriundos mostrados en coloridos y sorprendentes presentaciones como su bebida insignia: el Pisco.

“Muelle Sur”, es otro competidor importante en este sector, presenta una variada carta con especialidad en frutos del mar y comida criolla. Su chef Rafael Tragodara es un gran representante de su marca, quien participó en el concurso Maestros del Sabor. Además, según comentarios en la plataforma tripadvisor hacen referencia a la gran atención que reciben desde el chef, meseros, y hasta administrador quien siempre suele acercarse a las mesas a consultar sobre el servicio, platos con la finalidad de conocer la satisfacción del cliente.

Un cuarto competidor es “Medina's Restaurante” ya que brinda sus servicios culinarios con el Lema: “Una cocina que sabe a Perú”, con una excelente comida criolla de ayer, hoy y siempre, con entrañables recetas, amor por su gastronomía e incomparable sazón, todo ello gracias a la dirección y elaboración de singulares platos típicos (excelente presentación según clientes) del chef Luis Alberto Medina. Además, ofrece un amplio y agradable ambiente para varios eventos, así como una propuesta de cata de vinos por el bartender Jose, ver en la tabla cuatro:

Tabla 4:
Comparación de cuatro restaurantes gourmet en Tacna-Perú

Concepto	Uros Restaurant	La plaza Bar y Grill	Muelle Sur	Medina's Restaurante
Ubicación	Av Leguia 1105, Tacna. Ref Colegio Francisco Antonio de Zela	Av. Billingham 170, Tacna 23003 En Hotel Casa Andina	Los Alamos 1995, Tacna 23003 Perú	Av Jorge Basadre Grohmann 550 Av. Circunvalación Sur 550, Tacna
Chef	Jose Maguina	Shajidk Rocha Ugarte	Rafael Tragodara/ Alonso Becerra	Luis Alberto Medina
Datos del Chef	Chef ejecutivo con amplia experiencia	Egresado de Escuela de Gastronomía, Administración y Turismo (EGATUR) en Tacna Jefe de cocina y Chef principal de Casa Andina La Plaza Grill desde el 2017	Participó en concurso Maestros del Sabor	Chef ejecutivo con amplia experiencia
Tipo de Comida	Cocina Gourmet	Cocina peruana fusión con platos criollos y regionales en un ambiente casual y fresco.	Comida Marina	Peruana, Mariscos, Sudamericana
Premios	-	Traveller Choice 2021	Traveller Choice 2021. Forma parte de la guía de Promperu	
Precio por persona	S/ 110	S/. 111	S/. 156	S/. 80
Página Web	https://www.restauranteuros.com/nosotros.php#pe	https://www.casa-andina.com/es/restaurantes/tacna/la-plaza-bar-and-grill-casa-andina-select-tacna https://www.facebook.com/LaPlazaCASTacna/	https://www.muelleresur.com/ https://www.facebook.com/restaurantemuelleresur/	https://www.facebook.com/medinasrestaurantetacna/

Nota. Comparación de restaurantes en Tacna

3.3.2. Referentes internacionales

El restaurante Dans Le Noir, brinda una experiencia humana y sensorial, en la que los clientes se sumergen en la más absoluta oscuridad y son los camareros invidentes quienes les sirven y guían. Este restaurante es una cadena, su primer local está ubicado en Barcelona y en la actualidad tiene ocho años brindando este servicio innovador. Asimismo, cuenta con locales en Madrid, París, Londres, San Petersburgo (Rusia), Auckland (Nueva Zelanda) y Nantes (Francia), además planean abrir en Melbourne (Australia) y Burdeos (Francia).

Dans le noir tiene como propósito incluir en la sociedad a personas con discapacidad visual mediante la generación de empleo para esta población. Para ello, mantiene un convenio con la Organización Nacional de ciegos españoles - ONCE, siendo su aliado dado que se encarga de formar a los invidentes para que puedan formar parte del equipo de Dans le noir, ya que ninguno tiene experiencia.

Además, fue nominado en la premiación *Hot Concepts* en Europa en el año 2020 en la categoría de Fine Dining, reconocido por ser una cadena de Restaurantes de alta gama y por integrar al 50% en su planilla a personas con discapacidad visual en sus locales (Restauración, 2020).

El modelo de negocio propuesto en esta tesis es existente en restaurantes internacionales. A continuación, en la tabla cinco se muestran restaurantes o negocios inclusivos que presentan un modelo de negocio similar al de la presente tesis.

Tabla 5:
Comparación de tres Restaurants gourmet internacionales

Concepto	Dans Le Noir	Teatro Ciego	O Noir
Ubicación	Europa y África (Barcelona, Paris, Madrid, Londres, San Petersburgo, Auckland, Nantes, Melbourne y Burdeos)	Argentina	Canadá
Chef	Manu Núñez	-	-
Datos del Chef	Ganador de Top Chef 4	-	-
Tipo de Comida	Internacional	Argentina	Internacional
Premios	Hot Concepts 2020 – Fine Dining, Attestation excellence 2019, Gault & Millau 2019, Best Restaurants Paris, Recommended 2017 Petit futé.	Premio CILSA al arte inclusivo 2018, Declarado de Interés por la honorable Cámara de Diputados de la Nación	
Precio por persona	Experiencia 65 euros	Entrada 3,300 pesos argentinos	Experiencia 60 dólares
Página Web	https://www.danslenoir.com/es/	https://teatrociego.org/a-ciegas-gourmet/	https://www.onoirtoronto.com/

Nota. Adaptado de páginas Web de los Restaurants

3.3.3. Entrevista a referentes internacionales Dans Le Noir

Se realizó una entrevista a la dueña de la cadena de restaurantes Dans Le Noir, Mayté quien contó su experiencia al implementar su idea de negocio, inicialmente en Barcelona y en otros países.

Figura 30:
Entrevista a Maitté Sutto, dueña de la cadena de Restaurantes Dans Le Noir



Nota. Enlace de entrevista: <https://youtu.be/tQmfzIR02mU>

3.4. Definición de la solución al problema de negocio

Para el proceso de atención que tendrán los clientes se prevé la realización de un diagrama de frugalización, el cual comienza desde la reserva y culmina en la despedida del cliente.

Primero las personas realizarán su reserva a través de la página web y podrán verificar con la recepcionista al ingresar al local, una vez confirmada la reserva un personal con discapacidad visual los llevará a su mesa y se encargará de hacerlos vivir la experiencia.

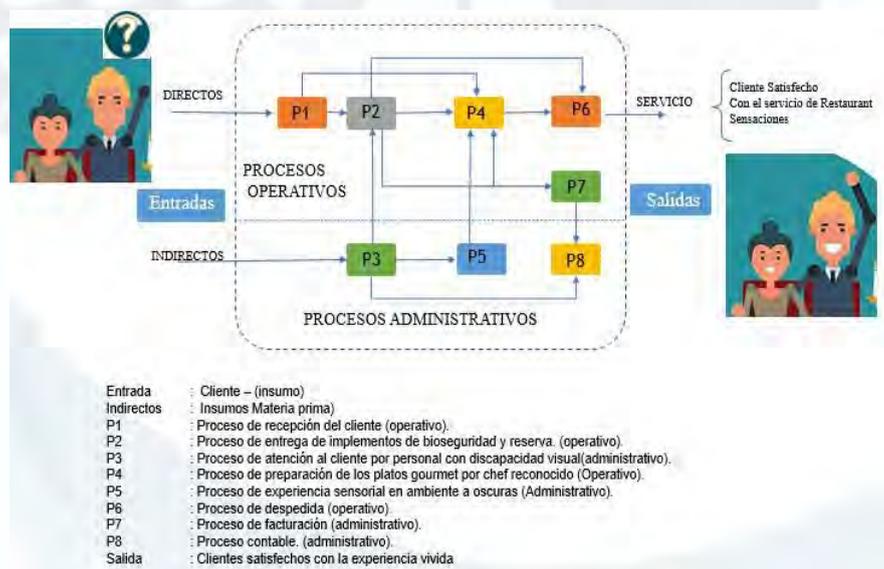
El ambiente al cual serán dirigidos los clientes donde podrán disfrutar de la experiencia, es cerrado y está dividido por unos cubículos de vidrio antisísmicos (por seguridad ante cualquier movimiento telúrico). Cabe recalcar que los ambientes son independientes por familia para poder prevenir el contagio del COVID 19. Llegado el momento de vivir la experiencia de comer a oscuras, las cortinas instaladas en el ambiente (cortina Black out) dejarán a oscuras la zona donde los clientes estarán ubicados, es este ambiente donde los jóvenes meseros con discapacidad visual podrán acercarse a entregarles sus platos y bebidas comentándoles paso a paso sin revelar el nombre del plato, además antes del término de la experiencia la chef principal se presentará ante los clientes de cada

cubículo, comentará sobre los platos preparados, además que al culminar la experiencia el mozo podrá jugar con las percepciones de los clientes, ya que preguntará ¿Qué creen que era, carne o pollo? Para así mostrar la imagen de los platos que consumieron, además podrán tomarse fotos en la experiencia, la cual podrán solicitar los clientes al retirarse y colocar un hashtag en las redes sociales compartiendo su experiencia.

El ambiente acondicionado para la experiencia sensorial es completamente seguro, ya que cuenta con cámaras de seguridad que constantemente se encuentran monitoreadas por personal especial y con visión infrarroja que puede verse en la oscuridad, para cualquier inconveniente que pueda suscitar con los comensales.

En la siguiente figura 31, se puede apreciar con detenimiento lo anterior mencionado a través de un mapa de frugalización.

Figura 31:
Frugalización proceso de atención



3.5. Discusión sobre la innovación disruptiva en la solución al problema de negocio

Los últimos avances tecnológicos que suceden en el mundo de hoy generan principalmente un aumento de productividad y facilitan de una manera muy efectiva la vida

de las personas. Sin embargo, dicho proceso trae como consecuencia el desplazamiento de los puestos de trabajo, por lo que el sector gastronómico se verá seriamente afectado con este proceso disruptivo (Marketing Directo, 2021). Para esto Restaurant Gourmet Sensaciones implementará tres aspectos fundamentales para mejorar la experiencia interpersonal con los consumidores:

- **Enfoque disruptivo en atención al cliente, genera interés en el usuario consumidor**

Restaurant Gourmet Sensaciones dirigirá su enfoque en perfeccionar la experiencia al cliente, trabajando constantemente para poder diseñar un valor añadido, reto a largo plazo que el resto de la industria gastronómica deberá de afrontar. Asimismo, deberá aplicar constantemente un marketing disruptivo, observando lo que la competencia realiza y a qué sector está atendiendo, para identificar falencias ajenas que permitan la mejora del restaurante.

El tipo de marketing que realiza Restaurant Gourmet Sensaciones es pensar “fuera de la caja”, ya que muy pocos negocios gastronómicos se atreven a lanzarse, y más aún en épocas críticas como la que actualmente se atraviesa, como es la pandemia Covid 19. La nueva tecnología digital y la sociedad hacen que los consumidores piensen y tomen caminos diferentes y para este nuevo entorno Restaurant Gourmet Sensaciones se encuentra preparado (Palacios, 2020).

En estos tiempos de crisis mucha gente no se atreve a salir a comer, porque prefieren quedarse en sus casas y esperar, ya que de cualquier manera no se ofrece nada nuevo en los restaurantes, no hay nada que le motive a salir. Ante esta situación, Restaurant Gourmet Sensaciones aplicará un marketing disruptivo y generará una idea de valor que consiste en brindarle una experiencia sensorial a través del disfrute de platos gourmet a la carta en la oscuridad, preparados por chefs de alto prestigio. Este disfrute despierta todos tus sentidos

menos la vista, genera inclusión social, trato digno a personas con discapacidad visual y el cliente degusta de una manera “diferente su paladar”, generando una experiencia única que el cliente nunca olvidará, ya que es abrumado por un cúmulo de Sensaciones que provoca una experiencia que quedará grabada en su mente durante toda su vida.

Restaurant Gourmet Sensaciones pone como prioridad a la publicidad en las redes sociales, donde imparte por medio de ellas nuevas estrategias y hace sentir a sus seguidores que estamos vigentes y presentes.

Hoy en día el mundo se encuentra en una situación sin precedentes, la economía parece haberse detenido, la industria gastronómica se encuentra en un proceso de metamorfosis, las calles ya no se encuentran llenas como solían estar. Sin embargo, el mercado sigue allí con las mismas necesidades (Palacios, 2021). Restaurant Gourmet Sensaciones conoce bien el segmento de mercado al que se va a dirigir, lo estudia y propone estrategias para que el cliente tome la iniciativa de poder salir de su hogar. El hecho de probar platos gourmet utilizando todos sus sentidos menos la vista, es una idea fascinante que motiva al cliente a querer salir de su zona de confort y poder degustar este nuevo servicio. Además, Restaurant Gourmet Sensaciones identificó que algo distinto e innovador debería de implementarse como un nuevo modelo de negocio, que consiste en la técnica del disfrute celestial de sabores, aromas y atención disruptiva.

- **Restaurante con perfil inclusivo a personal con discapacidad visual**

Restaurant Gourmet Sensaciones se adaptará a la crisis actual “pandemia” y a las habilidades diferentes de los trabajadores con discapacidad visual (Sutto, 2021).

Restaurant Gourmet Sensaciones afianzará la relación con los clientes que acuden a los locales, ya que el restaurante hará vivir una atención disruptiva, marcando una gran diferencia difícil de romper el lazo servicio y cliente. Logrará con este formato propiciar una integración ágil entre el comensal y el personal con discapacidad visual, en base al

entendimiento mutuo y cambio de roles. El ambiente a oscuras que se vivirá en la cena hará sentir a todos con las mismas dificultades, por lo tanto, se genera empatía con el personal discapacitado, viviendo juntos, tanto ellos como el consumidor final, el deleite y fiesta de aromas, olores y sabores inexplicables e inolvidables, logrando así una sinergia única nunca antes experimentada (Sutto, 2021). Restaurant Gourmet Sensaciones saca a flote la memoria olfativa de los consumidores, memoria que se encuentra escondida porque siempre predomina la memoria visual. Es complicado, pero vale la pena experimentarlos porque permitirá vivir lo que los trabajadores con discapacidad visual tienen que lidiar todos los días, descubrir habilidades perfectamente reemplazables, que no los hacen menos persona, si no los enaltece (Sutto, 2021).

- **Restaurant Gourmet Sensaciones permitirá interactuar con el comensal en un ambiente a oscuras.**

Restaurant Gourmet Sensaciones recibirá al cliente y antes de disfrutar la experiencia las luces se apagarán y se encontrarán tanto la familia como el trabajador con discapacidad visual en la sala, que será el encargado de traerle los platos a oscuras, en el momento de la experiencia los comensales podrán confundir los sabores, creer que es carne cuando realmente lo que consume es pescado, es normal sentir ese tipo de confusión, lo mismo pasará con los líquidos, es fácil confundir un sabor de infusión con una bebida oriunda de la selva con otros sabores. Al terminar la cena, se encenderán las luces y el acompañante que es un personal con discapacidad visual hará pasar al Chef quien les mostrará los platos y el comensal quedará asombrado con la maravilla de sensaciones que acaba de experimentar (Sutto, 2021).

Figura 32:
Experiencia sensorial



Restaurant Gourmet Sensaciones contará con el 50% de personal con discapacidad visual en sus locales. Por lo tanto, se utilizará el sistema braille con los trabajadores, este sistema sirve para orientarse, reconocer las cosas y lugares. Se encontrarán instalados en zonas estratégicas del restaurante (área de servicio, cocina, etc..). Dichos mapas serán desarrollados con impresión 3d, el cual permitirá al personal con discapacidad visual que puedan guiarse fácilmente por todas las instalaciones del restaurante sin ningún tipo de dificultad.

El mapa háptico tendrá el relieve suficientemente claro para que el personal con discapacidad visual pueda desplazarse de una manera óptima; éstos serán desarrollados por personal experimentado.

Además, los avisos en 3d con impresión braille se encontrarán ubicadas en zonas estratégicas: en la entrada del local y en el centro de las instalaciones; en la entrada del local se encontrará el aviso elaborado en aluminio que es el material más adecuado y el relieve es el idóneo para su correcta lectura. Los mapas hápticos de Restaurant Gourmet Sensaciones

tendrán alto relieve, serán elaborados con materiales no tóxicos, se tendrá mucho detalle en el tipo de letras, figuras y números, calidad y durabilidad (Persoltec, 2020).

3.6. Discusión sobre la escalabilidad en la solución al problema de negocio

El presente proyecto no busca ser una moda temporal conocida por ser socialmente responsable, ni tampoco por brindar trabajo a personas con discapacidad visual sino por mostrar el lado humano y consiente, fidelizando a los clientes. Para ello se aplicará el marketing sensorial, ya que según Castanyol (2014) comenta respecto a la importancia que tiene el generar nuevas relaciones con los clientes (directos e indirectos) mediante los sentidos del ser humano, con la finalidad de activar sensaciones que tengan mayor fortaleza que la parte racional a la hora de seleccionar un servicio, generando así la fidelización de clientes.

Además, para que el cliente viva una buena experiencia dentro del restaurante, se deberá ofrecer un ambiente ameno, así como se tendrá que hacer uso de redes sociales que permitan llegar a los clientes nuevos o antiguos, manejar una carpeta de clientes que visiten el restaurante continuamente, recompensándolos con beneficios, ofertas o darles invitaciones a eventos especiales. Es importante también la recopilación de información sobre ellos y crear una base de datos con sus nombres, correos electrónicos o sus números de teléfono.

Por otro lado, si bien es importante implementar un costo de adquisición de nuevos clientes para generar rentabilidad, también lo será al fidelizar a clientes ya existentes diversas plataformas que involucran a los clientes como parte del equipo, para ello es importante que los clientes directos y el equipo de trabajo tengan claro el objetivo principal de Restaurant Gourmet Sensaciones el cual será dar una lección de normalidad al experimentar un cena a ciegas, donde cobra valor otros sentidos poco usados, al dar una experiencia humana sensorial única.

Asimismo, para definir la escalabilidad de la propuesta en el emprendimiento Restaurant Gourmet Sensaciones se analizó desde dos perspectivas. La primera perspectiva evidencia la propuesta de valor diferenciada y en la segunda se desarrolla el lienzo ágil exo canvas, el cual permitirá mostrar los atributos y evoluciones que tiene la industria en la que se desenvuelve el presente proyecto.

El emprendimiento Restaurant Gourmet Sensaciones presenta una propuesta de valor que genera una experiencia sensorial única, donde los sentidos de los seres humanos toman mayor protagonismo, este proyecto permite sensibilizar, unir a las personas no por las capacidades físicas sino por cultura, gastronomía, respeto, amor al prójimo y al planeta.

Asimismo, el presente emprendimiento se considera escalable porque aporta positivamente a cinco de los diecisiete objetivos de desarrollo sostenible. Los primeros objetivos de desarrollo sostenible que se trabajaron en el presente proyecto son: 8, Trabajo decente y crecimiento económico; y el 10, Reducción de desigualdades, estos objetivos contribuyen con la problemática que enfrenta actualmente el Perú en referencia a los 1'550,196 peruanos con discapacidad visual, que usualmente perciben un sueldo menor al mínimo vital, ya que no encuentran oportunidades laborales y a pesar de que exista la Ley General de Personas con discapacidad, la cual condiciona a que estas personas puedan cobrar su pensión de la Oficina Nacional Previsional (ONP), siempre que el sueldo como trabajador no sea mayor que los sueldos mínimos vitales. Es decir, no mayor de S/1860.00 soles aun cuando el sueldo mínimo vital a la fecha es de S/930.00 soles. No obstante, esta ley no es del todo favorecedora para el millón de personas con discapacidad visual, ya que usualmente trabajan de manera informal (Congreso del Perú, 2020).

Por lo anterior mencionado, es que nace la idea del Restaurant Gourmet Sensaciones, el cual ofrece un impacto positivo laboral en el Perú, ya que el equipo de trabajo estará conformado por el 50% de personas con discapacidad visual y el otro 50% sin discapacidad

distribuido paulatinamente en sus locales ubicados estratégicamente en el Perú (Cusco, Lima y Tacna), esta unión de grupo permitirá el desarrollo de compañerismo, orgullo ante todas las familias de los trabajadores del restaurante y sobre todo empoderamiento, ya que los trabajadores podrán forjar una línea de carrera a través de la inclusión, siendo socios de las futuras franquicias. Este equipo de trabajo hará uso de sus capacidades, habilidades, destrezas y de la tecnología ofreciendo un servicio diferenciador y sensibilizador.

Es menester precisar que para el logro de esta escalabilidad se deberá contar con personal apto según los centros de rehabilitación de persona con discapacidad visual (Centro de rehabilitación de ciegos de Lima, CERCIL).

Para el desarrollo profesional y laboral de las personas con/sin discapacidad visual que trabajen en el Restaurant Gourmet Sensaciones y que deseen ser socios en las próximas franquicias deberán cumplir con un mínimo de condiciones, a lo que se llama “personas aptas”. Esto significa que deberán como mínimo haber demostrado durante los cinco años aspectos éticos más importantes considerados por la empresa, los cuales son: compromiso, honestidad, humildad, adaptabilidad y preocupación por las personas, indistinto de cuál sea la posición jerárquica del trabajador en la organización, o si se trata del cliente interno, externo o socios de la empresa. Este aspecto se considera importante ya que los beneficios económicos que se podrían obtener serían: menores gastos por rotación de personal, debido a que se tendrían personas más comprometidas e identificadas con la organización, el ahorro en horas hombre de las tareas de supervisión, incremento de la productividad del equipo de trabajo, mejor reputación de la marca corporativa, negociaciones más efectivas y transparentes, entre otros.

En consecuencia, esta preocupación y orientación por la gente que tendrá el Restaurant Gourmet Sensaciones debe ser genuina, aplicada en el desarrollo futuro del país, ya que promoverá ciudadanos con capacidades de liderazgo transformacional, que serán

abiertos al diálogo, confiables, tolerantes; tan así que su efecto multiplicador construirá instituciones comprometidas por el bien común del país y bienestar de las comunidades y sociedades.

En suma, para lograr esta iniciativa de parte de los trabajadores se aplicará el *storytelling*, ya que este modelo de comunicación busca tocar el lado sensible de la audiencia y captar su atención incentivando mantener conectado a los trabajadores con el compromiso de ser un posible emprendedor “socio de la franquicia del Restaurant Gourmet Sensaciones” (Kim & Kim, 2017; Simonetta, 2017). Esto será una ventaja de la empresa, porque promoverá un acercamiento con los colaboradores y generará fuertes vínculos, cohesionándose equipos y uniendo fuerzas.

Aunado a lo mencionado, el Restaurant Gourmet Sensaciones busca impactar social y medioambientalmente con el enfoque de tres objetivos de desarrollo sostenible, a través de la adopción de políticas eco amigables que contribuyan con el cambio climático, aumentando la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas (ODS 7, Energía asequible y no contaminante), además harán uso de la economía circular y un plan de gestión de residuos (ODS 12, Producción y consumo responsable), fomentando así el desarrollo de organizaciones sostenibles (ODS 11, Ciudades y comunidades sostenibles).

En adición, como estrategia internacional el Restaurant Gourmet Sensaciones busca llevar su concepto a países tales como Chile y Panamá, este interés se da a raíz de que estos dos países son las economías más sanas, inclusivas y desarrolladas de América Latina según estudios del Foro Mundial Internacional, 2018.

Figura 33:
Ranking países de América Latina más inclusivos según el Foro Económico Mundial, 2018



Nota. Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/12687/las-economias-mas-sanas-de-latinoamerica/>

El ranking mostrado evidencia a Chile como un país inclusivo accesible para personas con discapacidad. Según la publicación de Biochile (2018), evidencia que Chile cuenta con 850,000 mil personas con deficiencia visual de los cuales 80 mil aproximadamente no pueden ver por completo, a diferencia de Perú que cuenta con 1'550,196 (INEI, 2017). Además, las tendencias en Chile van desde el desarrollo de turismo inclusivo. A nivel económico según el FMI en el 2020 mencionó que el PIB per cápita de Chile es el más alto de Sudamérica y será en el 2023 \$ 18.607 mil. Por otro lado, en un informe de Google maps, 2020 comentó que en la pandemia los chilenos han preferido consumir comida peruana (Santander, 2021).

Por el lado de Panamá se tiene alrededor de 370 mil personas con alguna discapacidad, siendo 87 mil personas con discapacidad visual. Asimismo, existen tendencias positivas de reconocimiento del pueblo panameño a la calidad de la gastronomía peruana, en adición se tiene el tratado de libre comercio desde el año 2012, el cual permite ingresar a nuevas inversiones peruanas en el campo de gastronomía peruana, hay una asociación de

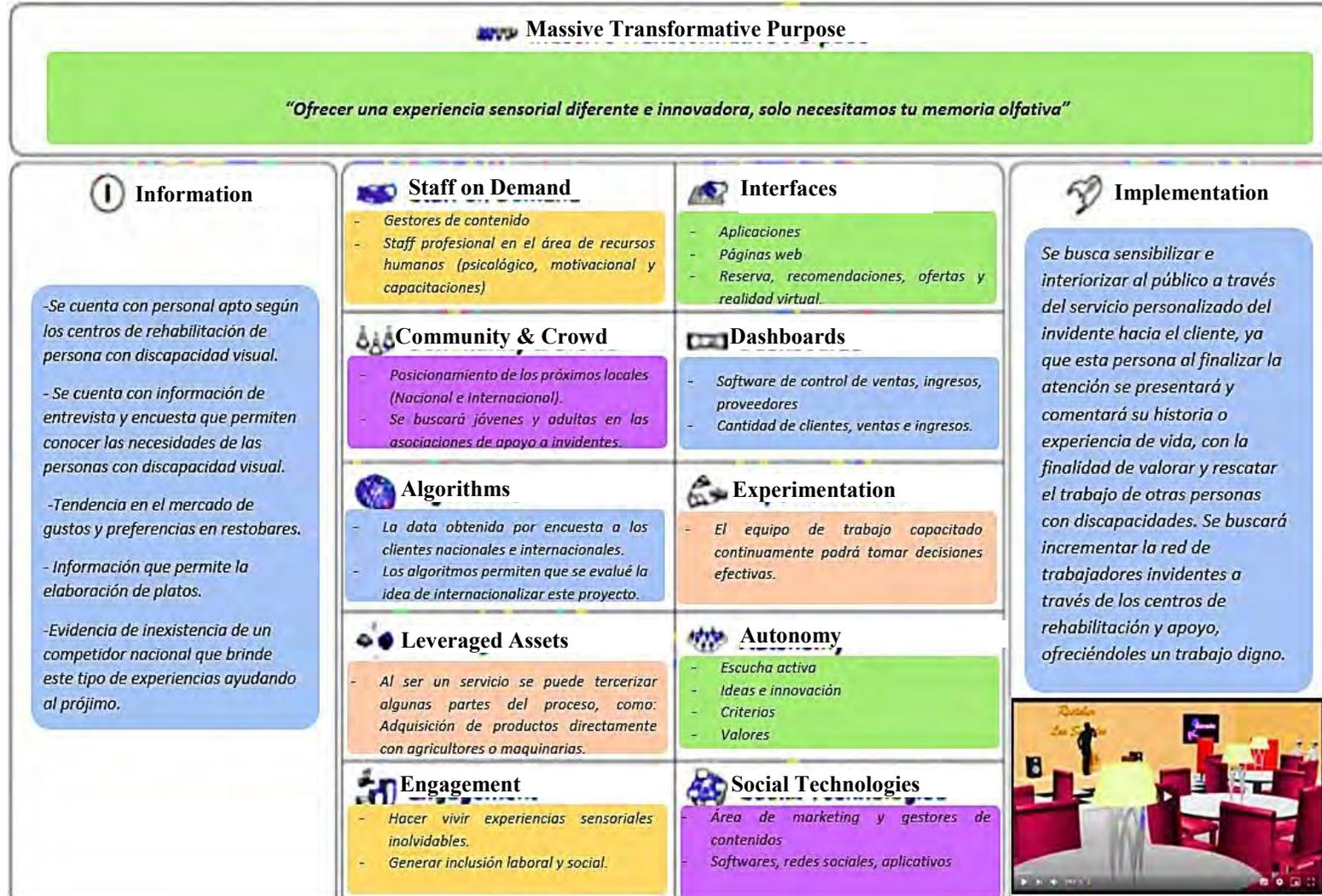
estudiantes y egresados universitarios que son capacitados constantemente para ingresar al mercado laboral, siendo las franquicias gastronómicas el sector más desarrollado y con gran competencias (La estrella, 2019).

Por lo anterior expuesto, Panamá y Chile están dentro de las primeras posiciones en países más inclusivos de Latinoamérica, con mayores ingresos per cápita y en los próximos años se prevé un crecimiento del PBI. Por lo tanto, podrían ser escenarios apropiados para desarrollar el modelo disruptivo propuesto del Restaurant Gourmet Sensaciones. Sin embargo, para poder liderar en mercado internacional se deberá medir el reconocimiento de la marca a través del “*brand awareness*” y también tendrá que hacer un estudio de posicionamiento considerando el lugar clave, ser un restaurante gourmet inclusivo, distintivo y deseable.

Por otro lado, se presenta al Lienzo Exo canvas, el cual aportará de manera positiva ya que se puede esbozar y mejorar de manera diligente los procesos y recursos que son necesarios en la creación del Restaurant Gourmet Sensaciones (Bello, 2020, Palao, 2016. p.18). La ventaja del presente lienzo es que empatiza con los *stakeholders* y el entorno para poder crear valor en la sociedad y desarrollar procesos flexibles que generen un desarrollo de negocio competitivo, esta metodología ágil permite “ir un paso más allá” para crear las condiciones necesarias, superar las expectativas de los clientes gracias a la flexibilidad del pensamiento.

Para un correcto uso del lienzo Exo canvas se debe dividir en diez atributos, las cuales permitirán que la empresa sea realmente escalable y medible, para ello se tiene una división de cinco particularidades exteriores e interiores llamados Scale e Ideas. A continuación, se muestra el Lienzo Exo canvas del Restaurant Gourmet Sensaciones y se procede con la explicación de cada atributo.

Figura 34:
Lienzo ExO Canvas



En los cinco atributos Scale se tienen:

a) Personal bajo demanda: Gestores de contenido para brindar respuesta y/o información de dudas a los clientes, mide la satisfacción del cliente. Se cuenta con staff profesional en el área de recursos humanos para la selección del personal con discapacidad visual y sin discapacidad, como brindar asesoramiento psicológico, motivacional y capacitaciones.

b) Comunidad y seguidores: A medida que los clientes aumenten o crezcan se procederá a evaluar estratégicamente el posicionamiento de los próximos locales a nivel nacional e internacional. Asimismo, se buscará jóvenes y adultos en las asociaciones de apoyo a invidentes que quieran laborar, que demuestren la capacidad de desenvolvimiento en los Restaurants Gourmet Sensaciones y sobre todo que tengan el compromiso de superar esta barrera social.

c) Algoritmos: La data obtenida por encuestas realizadas a los clientes permitirá conocer las mejoras en servicio, atención y comida para el crecimiento del restaurante. Además, los algoritmos de clientes internacionales, es decir turistas extranjeros permitirán que se analice o evalúe la idea de internacionalizar este proyecto.

d) Activos externos: Al ser un servicio se puede tercerizar algunas partes del proceso, como: Adquisición de productos directamente con agricultores y por la parte de mobiliaria no se cargaría con activos sino se tercerizaría por el estudio del valor y la depreciación, tales como alquiler de locales, maquinaria para procesar alimentos, etc.

e) Compromiso: La idea es apalancarse haciendo vivir experiencias sensoriales inolvidables, incomparables generando inclusión laboral y social con los amigos con discapacidad visual, que muchas veces no encuentran donde laborar o son discriminados. Además de tener el compromiso con el planeta a través de procesos que contribuyan al cambio positivo climático.

En los cinco atributos IDEA se tienen:

- a) Interfaces: Se creará aplicaciones y páginas web para que los clientes puedan visualizar su reserva, recomendaciones, ofertas y sobre todo que puedan ver la opinión o el diseño interior del restaurante gourmet de forma virtual, con la finalidad de que tengan una previsualización de la experiencia.
- b) Cuadros de mando: Al tener el software de control de ventas, ingresos, proveedores permitirá conocer o estar al tanto de la cantidad de clientes, ventas, ingresos, permitiendo además cambios oportunos en menús o similares.
- c) Experimentación: El equipo de trabajo muy aparte de estar capacitado continuamente podrá tomar decisiones efectivas según previa evaluación en la capacitación permitiendo que el personal actúe de inmediato ante un problema con el cliente, reduciendo el tiempo de espera o posibles molestias.
- d) Autonomía: El personal de servicio al tener contacto directo y continuo con los clientes tienen de su lado la información directa que vale más que una encuesta, ya que fueron los que escucharon las recomendaciones o vivieron la experiencia con el cliente, por ende, tendrán cierta autonomía en decisiones y además se aplicará la “escucha activa” con prioridad sus ideas, generando innovación. Para lograr una efectiva y eficiente autonomía es importante que el líder del equipo aplique la inteligencia emocional, ya que es básica para poder liderar a un equipo puesto que no sólo basta con tener a un directivo con un destacado coeficiente intelectual si no puede llegar a otras personas para cumplir con el objetivo de que cada integrante pueda tener autonomía.
- e) Tecnologías sociales: El área de marketing y gestores de contenidos tendrán el manejo y estudio de softwares, redes sociales, aplicativos con la finalidad de crear contenido amigable, ofertas que permitan incrementar clientes y además para una mejor experiencia con

el cliente interno, quienes manejarán un sistema de audio comunicación vía WhatsApp o algún software.

El lienzo Exo canvas desarrollado evidencia que para lograr todo lo mencionado se necesita de un líder transformacional, ya que este líder gestiona un cambio y transforma al equipo a través del entusiasmo, compromiso, involucra en las metas al equipo, los hace levantarse e ir a la acción, así como los estimula a crecer profesionalmente, a pensar rompiendo paradigmas (Behfar, Brett & Kern 2006). Restaurant Gourmet Sensaciones, busca generar influencia hacia la sociedad, por medio del comportamiento ético, con principios y valores.

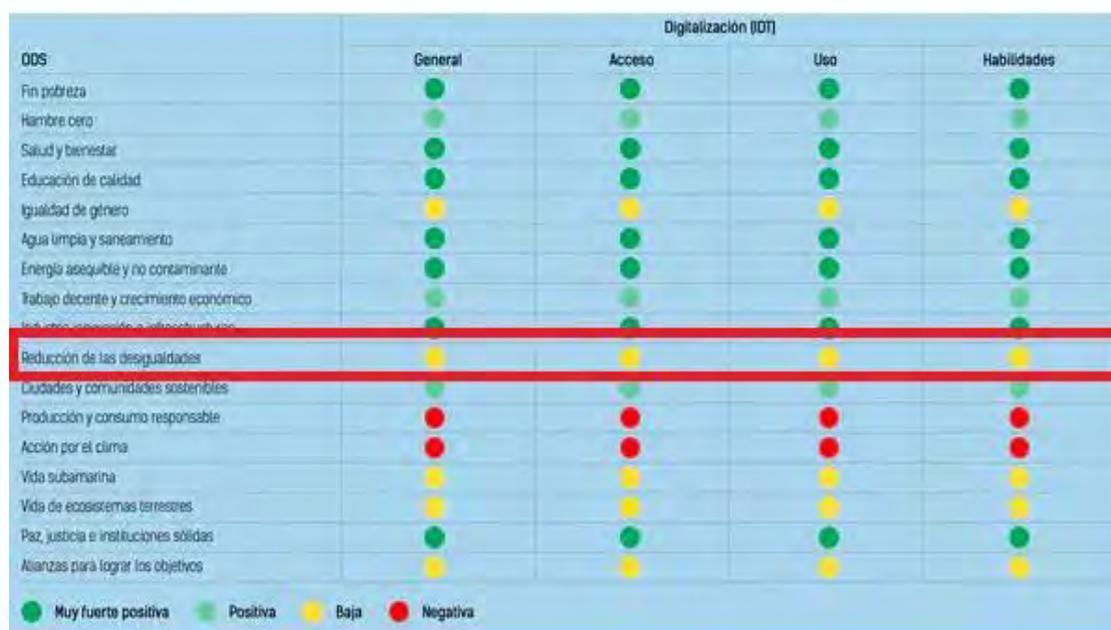
Es así como el presente proyecto no solo busca ser diferente por la tecnología que aplicará dentro de sus procesos de servicio sino por la forma de trabajo diferenciadora al romper el “status quo”, esto se refiere al estilo de trabajo que tendrán las personas con discapacidad visual y sin discapacidad al mostrar sus habilidades.

3.7. Discusión sobre la sostenibilidad en la solución al problema de negocio

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) han permitido que muchas empresas puedan trazarse una línea de trabajo para hacer frente a la emergencia climática por medio de diversas acciones que se desarrollan dentro de sus organizaciones (Cordech, 2021), a lo que la transformación digital constituye uno de los factores disruptivos que impactan fuertemente en el cumplimiento de los ODS. Así como los ODS contribuyen activamente con el medio ambiente, también reciben duro juicio, como la de no abarcar la necesidad de frenar el crecimiento de la población, por ejemplo: A su vez para el ODS 10 Reducción de las desigualdades, no se visualiza una asociación directa con los indicadores (IDT) Índices de Desarrollo de Tecnologías-Digitalización (The Conversation, 2020).

En la figura adjunta se puede observar la relación ODS y IDT la cual es baja tras un análisis estadístico.

Figura 35:
Objetivos de desarrollo sostenible e Índices de desarrollo de tecnologías-digitalización



Nota. Obtenido de: <https://theconversation.com/una-mirada-critica-sobre-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible->

Después de realizar un análisis social y medioambiental de los ODS se identificó cómo éstas impactan en el presente proyecto Restaurant Gourmet Sensaciones: Inclusión social y laboral (ODS10 Reducción de las desigualdades), la idea de negocio busca que las personas con discapacidad visual sean parte de la población económicamente activa y que sean beneficiadas con la contratación del 50% del personal con discapacidad visual.

Asimismo, generará un impacto ambiental (ODS12 Producciones y consumos responsables) desarrollando un plan de selección de desechos orgánicos e inorgánicos de forma mensual. Durante el primer año se logrará una alianza estratégica con dos empresas que busquen el cuidado del medioambiente fomentando el uso de utensilios de bambú en 10% cada año.

La energía asequible y no contaminante (ODS7) impactará en la sociedad gracias al presente proyecto, ya que reducirá el consumo de energía por medio del uso de paneles solares permitiendo el ahorro del 40% de energía en forma mensual. El proyecto considerará a la inclusión laboral y trabajo digno (ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico)

mediante la capacitación a las personas con discapacidad visual generando una baja en la tasa de informalidad que actualmente existe en el Perú y generará un crecimiento económico del PBI (Producto bruto interno) real per cápita.

Finalmente, el negocio genera un impacto en la calidad del aire y la gestión de desechos tóxicos (ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles) por medio de la reducción de emisiones de CO₂. Mediante la instalación de paneles solares, se estima una reducción de más del 700 mil gr. de CO₂ al mes, convirtiendo al Restaurant Gourmet Sensaciones en el primer restaurante inclusivo que se compromete a reducir anualmente la huella de carbono en el Perú.

3.8. Implementación de la solución al problema de negocio

Implementar el Restaurant Gourmet Sensaciones implica la adquisición de certificaciones, cumplimiento de normativas, protocolos y ejecución de correctos procedimientos.

3.8.1. Certificados y permisos requeridos necesarios

Restaurant Gourmet Sensaciones cumplirá con la norma sanitaria para restaurantes y servicios afines, NTS N°142-MINSA/2018/DIGESA-V.01, aprobada mediante la resolución ministerial N°822-2018/MINSA, aplicando principios generales de higiene (PGH), que comprende el programa de buenas prácticas de manipulación (BPM) y el programa de higiene y saneamiento (PHS) (DIGESA, 2018), además de lograr las certificaciones correspondientes:

a) Certificación SAP de Cumplimiento (CSC)

Restaurant Gourmet Sensaciones obtendrá la certificación **CSC** que es obligatoria para el cumplimiento de la norma sanitaria y el reglamento 37308-S que el Ministerio de Salud emitió el 2012 para el sector de servicios de alimentación al público (SAP), con el fin de regular las condiciones sanitarias que deben cumplir los restaurantes y las medidas que se

deben implementar para la manipulación y preparación de los alimentos y prevenir la contaminación minimizando el riesgo para la salud de la población (MINSa, 2012).

En junio del 2019 se publicó la ordenanza N° 386 /MDSM que regula la obtención de certificación SCS, allí se especifica los requisitos, beneficios ente otros (El peruano, 2019).

b) Certificación sanitaria del restaurante ¿Cómo y qué se requiere?

La calificación y certificación sanitaria de los restaurantes está a cargo de las autoridades sanitarias de cada municipio. Para que los locales del Restaurant Gourmet Sensaciones puedan ser calificados como “aceptables”, deben cumplir con un mínimo de 85% de criterios sanitarios evaluados en la “ficha de evaluación sanitaria para restaurantes y servicios afines” (MINSa, 2005).

Es importante que el Restaurant Gourmet Sensaciones cuente con un personal capacitado en manipulación de alimentos y el compromiso de capacitar al nuevo personal. Contar con programas de higiene y saneamiento como el plan operativo estandarizado de saneamiento (POES) y buenas prácticas de manipulación (BPM). Tener operativos los servicios higiénicos y baño para discapacitados. Dos evaluaciones microbiológicas consecutivas de alimentos de alto riesgo, contar con agua de calidad sanitaria, mantener una adecuada cadena de frío para los productos perecibles dentro del establecimiento.

c) Requisitos para los permisos sanitarios y medidas de salud:

Estructura Física: Restaurant Gourmet Sensaciones se encontrará alejado de cualquier foco de contaminación (150 m.), proliferación de insectos, zonas que desprendan polvo, humos, vapores, malos olores, etc. La infraestructura será sólida, resistentes a la corrosión, fáciles de limpiar y desinfectar, sólo el área de comedor será de materiales diferentes donde se mantendrá el buen estado de conservación e higiene.

La ventilación: Restaurant Gourmet Sensaciones contará con ventilación suficiente para evitar el calor acumulado excesivo, la condensación del vapor, el polvo y para eliminar

el aire contaminado. Asimismo, contará con campanas extractoras, ya que uno de los sentidos que se necesitará con mayor precisión será el olfato, es decir, los clientes en la oscuridad deberán desarrollar o utilizar sus sentidos (olfato, gusto, oídos y tacto) para poder identificar los alimentos que ingieren.

El abastecimiento y la calidad del agua: Restaurant Gourmet Sensaciones dispondrá de suministro permanente de agua potable y en cantidad suficiente para atender las actividades del servicio, además de tener un tanque de agua por posibles cortes de agua que lo soliciten las entidades pertinentes.

Evacuación de aguas residuales: Restaurant Gourmet Sensaciones contará con un sistema de evacuación de aguas residuales protegiendo el ingreso de roedores e insectos, diseñados para soportar cargas máximas, contará con trampas de grasa para evitar la contaminación del sistema de agua potable. El piso contará con un sistema de evacuación de aguas residuales que facilite las actividades de higiene.

Tratamiento de residuos Restaurant Gourmet Sensaciones contará con recolector y un ambiente destinado para este uso, diseñado para evitar el acceso de plagas y contaminación del alimento.

Servicios higiénicos y vestuarios: Se contará con servicios higiénicos fuera del área de manipulación de los alimentos y sin acceso directo a la cocina o al almacén, con buena iluminación y ventilación. Los servicios higiénicos serán implementados para un fácil acceso de los clientes con instrucciones el braille con rampa y diseño para discapacitados.

Cocina adecuada para certificados: La cocina del Restaurant Gourmet Sensaciones será ubicada próxima al comedor, con fácil acceso al área de almacenamiento de las materias primas, con un diseño que permita operaciones higiénicas, sin generar riesgos de contaminación cruzada y con la fluidez necesaria para el proceso de elaboración, desde la preparación previa hasta el servido. La distribución:

- Zona de preparación previa, próxima al almacén donde se limpiarán, pelarán y lavarán las materias primas que requieran estas prácticas.
- Zona de preparación preliminar como corte, picado y cocción.
- Zona de preparación final donde se concluirá la preparación, servido y armado de los platos o porciones para el consumo en comedor.

3.8.2. Evitar infracciones

El Restaurant Gourmet Sensaciones debe evitar infracciones por ello debe de realizar seguimiento y monitoreo constante a la infraestructura e instalaciones, debe de contar con áreas en buen estado de conservación e higiene en almacenamiento y de preparación de alimentos, contar con abastecimiento de agua potable adecuado, además de servicios higiénicos limpios y operativos.

Monitoreo en la preparación de alimentos, se deberá evitar que se realicen con productos alimenticios falsificados, adulterados, de origen desconocido, deteriorados, contaminados, con envase abollado, sin rótulo y/o con fecha de vencimiento expirada. Importante contar con equipos operativos que aseguren la cadena de frío, no almacenar alimentos con productos tóxicos, como detergentes, jabones, desinfectantes y otros de alto riesgo.

Cumplir con las reglas de manipulación de alimentos de higiene y hábitos personales. Evitar la manipulación de alimentos por personas que presenten signos visibles de enfermedad y otros riesgos.

3.8.3. Protocolo de seguridad del restaurante

Las personas que trabajan en el Restaurant Gourmet Sensaciones recibirán capacitación sobre cómo evitar o prevenir los peligros ante resbalones o caídas debido a los pisos mojados, derrames de ingredientes, obstrucciones o desniveles en el piso. Para evitar estos riesgos se deberá apilar los insumos de forma organizada para mantener los pasillos y las

áreas de producción libres de obstrucción, así mismo limpiar los derrames de inmediato y dar avisos a los demás compañeros de trabajo, contar con antideslizantes en los pisos, usar desgrasante para limpiar derrames de grasas como mantequilla derretida y aceites.

3.8.4. Organización (Perfiles y descripción de puestos)

En la Figura 36 se presenta el diseño del organigrama del Restaurant Gourmet Sensaciones, donde se considera las áreas de trabajo (junta directiva, administrador general, jefe de contabilidad, jefe de logística, jefe de personal, almacén de compras, cajeros, chef principal, asistentes de cocina, meseros, recepcionistas y las unidades tercerizadas, como seguridad, limpieza y mantenimiento).

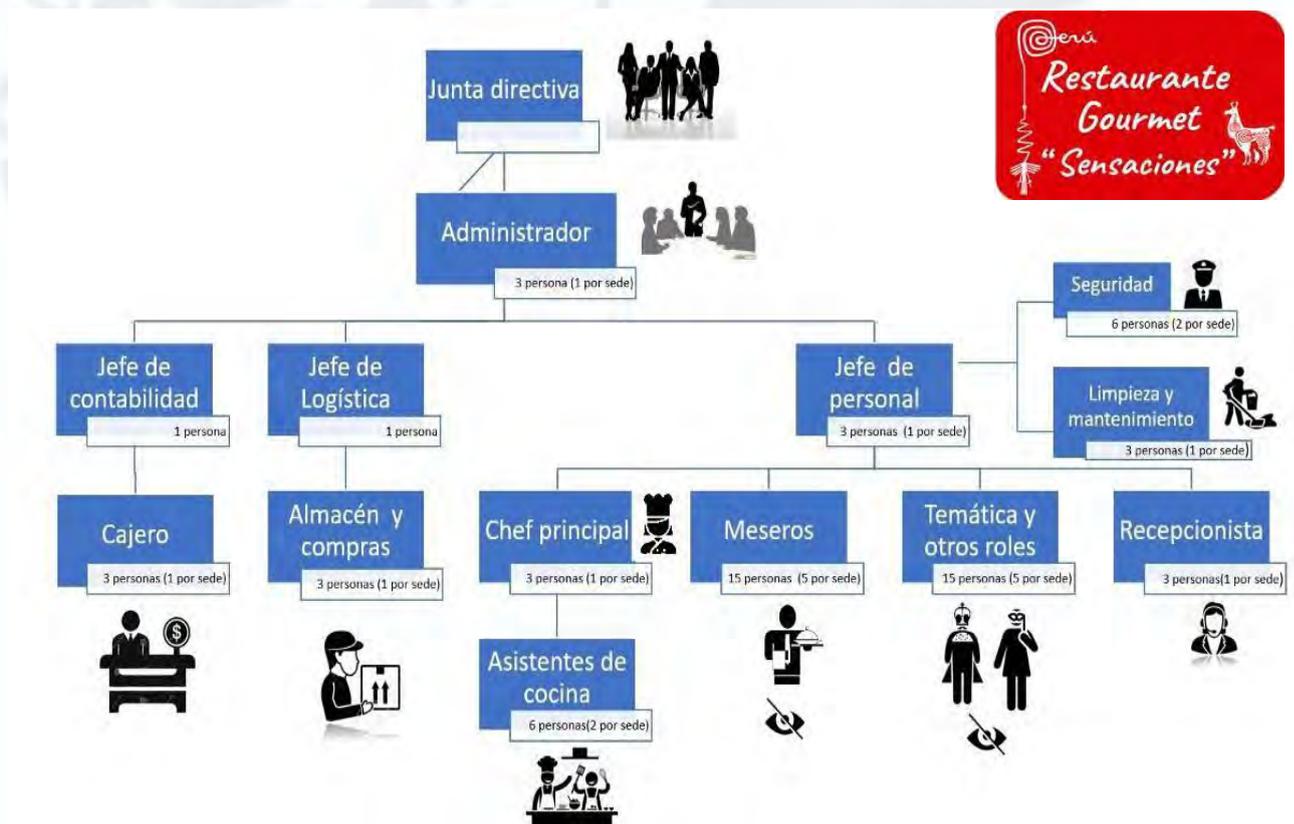


Figura 36:
Organigrama Restaurant Gourmet Sensaciones.

También se detalla los puestos de trabajo y roles que se desarrollaran en el Restaurant Gourmet Sensaciones:

Tabla 6:
Descripción de puestos

Rol	Descripción
Junta directiva	Responsable de la planeación, administración, tramites fiscales y legales, resolución de los conflictos y determinar el organigrama.
Administrador general	Lleva los registros de los insumos del restaurant, gestiona a los proveedores, verifica presupuestos, los productos, hace los pagos y las facturas, supervisar las operaciones, los procesos y funciones delegadas por la junta directiva.
Jefe de contabilidad:	Atiende el pago de todos los acreedores, supervisar los libros contables, prepara y monitorea los informes bancarios, declaración de impuestos, coordina el registro contable de las operaciones del Restaurant Gourmet Sensaciones.
Jefe de personal	Supervisa y coordina con los meseros, chef actividades diarias, mantiene el orden del salón (restaurante).
Almacén y compras	Se encarga de las ordenes de compras con los antiguos y nuevos proveedores, control de inventarios, abastecer las requisiciones de compras, el reporte para el área de contabilidad.
Chef principal	Responsable del orden y buen funcionamiento de la cocina del Restaurant Gourmet Sensaciones, supervisa los horarios, perfiles, imprevistos, actividades y pedidos, con conocimientos en alta cocina gourmet, aplica las buenas prácticas de manufactura (BPM) //Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (HACCP). Renovación de los menús cada cierto tiempo y así mantener el interés de los clientes, también realiza y verificar la preparación y presentación de los platos.
Asistentes de cocina 1 y 2:	Siguen las órdenes del chef principal, encargados del orden en la cocina, elaborar cada pedido, disposición del equipamiento y las materias primas, responsables del mise and place “puesta en sitio” de todos los insumos y suministros para la elaboración de las recetas.
Meseros:	Trabajadores con discapacidad visual, tomarán este rol, acompañarán a los clientes en toda la experiencia sensorial, logrando su satisfacción al punto de que quieran volver una y otra vez.
Recepcionista:	Da la bienvenida a los clientes, realiza las reservas solicitadas por correo electrónico o teléfono. Coordina con el equipo de restaurante.
Cajero:	Encargado de abrir/cerrar la caja, realizar el reporte de ingresos y egresos, llevar la contabilidad de ingresos diarios del restaurante, entregar el dinero a las empresas de valores o depósitos a banco.
Seguridad	Velar por la seguridad de cada local apoyándose de cámaras de seguridad.

Nota. Roles de cada integrante de la compañía.

(https://www.ehowenespanol.com/deberes-recepcionista-Restaurant-lista_454775)

3.8.5. Política de reserva y cancelación

El Restaurant Gourmet Sensaciones aplicarán las siguientes gestiones y condiciones de reserva, todo el equipo de atención del restaurante debe conocer las condiciones para las reservas:

- Las reservas se realizarán a través de la página y/o aplicativo web.
- Se informará al cliente sobre las ofertas, platos especiales, capacidad del local, entre otros y evitar inconvenientes que podrían culminar en reclamos o insatisfacción del cliente.
- Una vez hecha la reserva los clientes recibirán un correo electrónico confirmando la validez con toda la información correspondiente.
- Los operadores (recepcionistas) deberán de contactarse con los clientes una vez concretada la reserva, para saber si está satisfecho con el servicio prestado.
- Si el cliente desea modificar la fecha de reserva y el número de comensales, la petición será atendida cuando se realice con antelación de la hora concertada, y si existen plazas disponibles. El trámite será vía telefónica, se realizará de acuerdo a la disponibilidad y con días de anticipación.
- Se recomienda a los clientes puntualidad, las reservas tendrán 15 minutos de cortesía tras lo cual la reserva podría quedar cancelada.
- Si el cliente desea cancelar la reserva, esta será realizada aplicando una penalidad de 5% del costo total de la reserva.
- Si los clientes desean reservar grupos mayores a 8 personas, se deben de comunicar al restaurante para informar las ofertas y condiciones para grupos.
- Si no se encuentra disponibilidad para la fecha, hora y número de comensales deseado, se pueden apuntar en la lista de espera y/o ponerse en contacto con el Restaurant Gourmet Sensaciones.

3.8.6. Protocolos de bioseguridad

El Restaurant Gourmet Sensaciones aplicará todas las normas sanitarias obligatorias para restaurantes y servicios en tiempos de covid-19, cumpliendo con la resolución ministerial- N°208 - 2020/ PRODUCE, “Protocolo sanitario de operación ante el Covid-19 para restaurantes y servicios afines en la modalidad de tención en Salón” (PRODUCE, 2020).

Figura 37:

Protocolo sanitario en Restaurants

PROTOCOLO SANITARIO RM-N° 208-2020/PRODUCE – MODALIDAD DE ATENCIÓN EN SALÓN

Aforo 40% (ITSE)

AFORO
 CAPACIDAD MAXIMA
 PERSONAS

Equipos sanitarios



El personal de atención al cliente (bar, caja, despacho, etc.) debe mantener una **distancia de 2 metros** con el cliente, de no ser posible implementar barreras físicas (por ejemplo, pantallas o mamparas).



Instalaciones y servicios



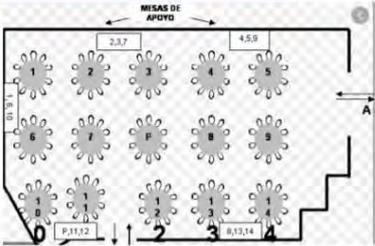
Señalizar las filas de espera respetando el distanciamiento social de al menos 1 metro.

◆ Distribución de mesas y clientes

- La distancia entre los bordes de las mesas del salón cuando los comensales se dan la espalda debe ser de 1.5 metros, de no ser posible esto, implementar separadores físicos.

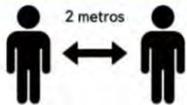


Distribución del salón



En las barras la distancia entre clientes solos o grupos familiares **debe ser de 2 metros**, de no ser posible esto, implementar separadores físicos. Las zonas de alto tránsito de personal y clientes como pasillos que facilitan el desplazamiento en el salón, deben ser de al menos 2 metros entre los bordes de las mesas del salón.

MANTENGA SU DISTANCIA POR FAVOR



Nota. Obtenido de:(DIGEMISA, 2020)

3.8.7. Carta Restaurant Gourmet Sensaciones

Restaurant Gourmet Sensaciones ofrece una biodiversidad de platos típicos innovadores, donde los comensales podrán disfrutar de un viaje culinario de costa, sierra y

selva. A continuación, la carta que se mostrará a los comensales después de haber disfrutado de los platos:

Figura 38:

Carta de entradas del Restaurant Gourmet Sensaciones



Perú *Restaurante Gourmet "Sensaciones"*

Nuestras Entradas / Our Starttes

1. Costa: Causa de pallares

2. Sierra: Blinis de cañihua con trucha

3. Selva: Cubos de atún bruleé y reducción agria de cocona

ET LU

Figura 39:

Carta de platos de fondo del Restaurant Gourmet Sensaciones



Perú *Restaurante Gourmet "Sensaciones"*

Platos de fondo / Bottom dishes

1. Costa: Cabrito de leche y espeso de loche

2. Sierra: Noisette de alpaca

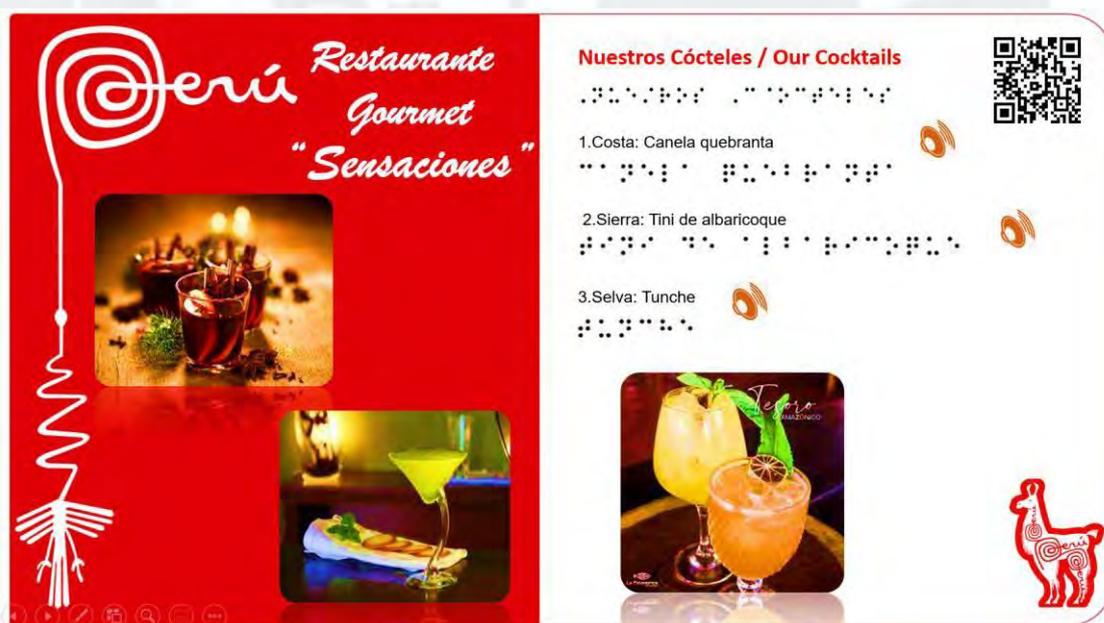
3. Selva: Gigotin de cordero

ET LU

Figura 40:
Carta de postres del Restaurant Gourmet Sensaciones



Figura 41:
Carta de cócteles del Restaurant Gourmet Sensaciones



3.9. Métricas que definen el éxito de la empresa

Las métricas que se presentarán a continuación son las consideradas para la realización del Restaurant Gourmet Sensaciones, las cuales estarán ubicadas en Lima, Cusco

y Tacna, para ello se explicará el motivo de decisión de los locales con porcentajes en asistencia continua de turistas nacionales e internacionales a los departamentos mencionado.

3.9.1. Implementación de la solución al problema de negocio

Según estudios de Promperú en los años 2017 y 2018 junto con Turismo In se identificó gustos y preferencias de los posibles clientes del Restaurant Gourmet Sensaciones. En principio, en el estudio de Turismo In y Promperú en el año 2018 comentan que de los 2,72 millones de turistas extranjeros que llegaron a Perú el 47% eran millennials, mientras que el 18% eran centennials, 18% eran generación x, 16% son baby boomers y el 1% generación silenciosa, de los cuales el 58% proviene de Latinoamérica, 19% son anglosajones, 17% europeos, 4% asiáticos y el 2% africanos, los cuales tienen como preferencia visitar tres destinos en el Perú tales como Lima, la cual recibió alrededor de 68% de turistas internacionales, así como Cusco un 51% y Tacna alrededor de 33% (ver figura 48); de los cuales sus motivaciones han sido conocer Machu Picchu, aprender sobre la cultura peruana, hacer tours gastronómicos peruanos, conocer más sobre la comida peruana, recorrer sitios históricos, etc. Asimismo, los turistas latinoamericanos buscan como mínimo conocer dos departamentos del Perú en un plazo de siete días, los anglosajones desean ir a tres departamentos del Perú en doce días y los europeos suelen conocer cinco departamentos del Perú en 19 días, por lo que el 37% busca hostel u hotel de tres estrellas, 36% se hospeda en hoteles de hasta 2 estrellas, 16% en hostel, 10% en camping, entre otros. Los turistas internacionales gastronómicos son un referente importante, así lo demuestra (PROMPERÚ, 2018) haciendo mención a los 80 millones de viajes internacionales con motivo gastronómico, donde Perú figura como uno de los destinos teniendo alrededor de 500 000 visitas internacionales solo por interés en la comida peruana. Este público, hace mención a los premios y reconocimientos que va consiguiendo Perú, los turistas gastronómicos chilenos consideran a la gastronomía peruana como uno de los mejores destinos de fusión, consideran

el reconocimiento de los chefs peruanos, en Ecuador reconocen a Perú por tener platos auténticos, en Colombia consideran que la relación de calidad y precio en la gastronomía peruana es buena y también reconocen a los chef peruanos como un referente, México y Brasil coinciden en que la comida peruana tiene una variedad de productos locales y naturales, así como Colombia valoran la relación de precio y calidad, además de que valoran los premios ganados por Perú en cuanto a la gastronomía, siendo todo lo mencionado razones por las que prefieren a Perú como un destino gastronómico, cultural. Además, esto se refleja en los turistas internacionales al buscar paquetes turísticos que incluyan viaje y experiencia gastronómica peruana, de los 500 000 turistas internacionales tienen motivaciones de alrededor de 44% conocer Machu Picchu, 41% conocer la historia y cultura de Perú, 11% probar comida peruana, 7% visitar Lima, 7% visitar Cusco.

Por lo que, en la presente tesis se hace énfasis en que el Perú tiene el reto de año a año mantenerse en los reconocimientos mundiales, a través de obtención de premios, una buena atención, una equivalente relación de precio calidad, innovación de platos, servicios, es aquí donde Restaurant Gourmet Sensaciones buscará lograr un papel importante en este público que valora la cultura, gastronomía y temáticas

Figura 42:
 Mapa de análisis de perfil de turista



Nota. Mapa obtenido de (Promperú, 2018)

3.9.2. Presupuesto asignado de turistas

El informe de Perfil del turista extranjero (PROMPERU, 2018) indica que en promedio un vacacionista gasta \$ 1013 monto superior a años pasados. Entre los vacacionistas que más gastan son provenientes de: Australia (US\$ 3930), Reino Unido (US\$ 2227), Bélgica (US\$ 2025), Holanda (US\$ 1919), y Rusia (US\$ 1887). Este aumento en el gasto fue principalmente impulsado por *centennials* y *millenials*, quienes presentaban un gasto promedio de US\$ 652 y US\$ 819; respectivamente en el año 2017.

Por otro lado, PROMPERÚ identificó que el gasto promedio de un turista anglosajón durante toda su estadía es de 2,092 dólares, por día tiene un gasto de 130 dólares. El informe también revela que el 99% realiza actividades de cultura durante su estadía como: Pasear por la ciudad, visitar parques y plazuelas y visitar sitios arqueológicos. Y a su vez realiza compras durante su estadía, que incluye visitar museos, realiza city tours, disfruta del buen comer, conociendo así las costumbres culinarias de cada ciudad donde se hospeda.

Es así que el gasto diario promedio fue de \$ 101, de este total se asigna un 23% a restaurantes y alimentación y un 28% en recreación.

Tabla 7:

Gasto diario promedio de turista vacacional

Tipo de turistas 2018	Gasto diario/ varios	Porcentaje asignado a restaurantes u alimentación	Porcentaje asignado a recreación	Aprox. en soles asignados diariamente
Turista vacacional	\$ 101	23% = \$ 23.23	28% \$20.28	\$ 50 = S/.200

Figura 43:

Gasto de vacacionista que compra servicios separados



Nota. Obtenido de (Promperú, 2018)

Por lo mencionado, las ciudades donde se abrirá el Restaurant Gourmet Sensaciones son: Cusco, Lima y Tacna. Para ello, es necesario determinado mobiliario a fin de funcionar eficientemente con un aforo de 700 personas y área de 450 m².

3.9.3. Inversión tangible:

La inversión tangible se presenta en la tabla ocho, para ello se presenta quienes lo conforman: aquellos equipos con la categoría de crecimiento, porque se utilizará para incrementar el nivel de ventas durante los cinco años de proyección del Restaurant.

Tabla 8:
Inversión tangible por cada Restaurant Gourmet Sensaciones

Equipo y maquinaria de cocina	Equipos e implementos del negocio	Mobiliario de oficina	Implementos para baños
Cocina a gas industrial	Mesas	Mueble ele	Inodoro
Horno para Restaurant	Sillas	sillas para escritorio	Lavatorio
Refrigeradora	Menaje	laptop y accesorios	Espejo
Procesadora de alimentos	Extintores	Armario	secador de manos
Batidoras	Reloj	lámparas escritorio	artículos de limpieza
Licuada Industrial	Televisor		Barra discapacitada
Lava vajillas industriales	Lámparas		
Plancha de acero inoxidable	caja registradora	Vehículo de reparto	
batería de cocinas	estrado para actuación	2 motos	
balanza para pesaje	manteles de mesa		
Dispensadores de bebidas frías	Karaoke para persona videntes y no videntes		
máquina para café expresso	Sillones		
ollas eléctricas para calentar sopas	Equipo de aire acondicionado		
sandwicheras industriales			
Máquina de moler carne			
Campana de extracción de humo según la norma UNE 100165			
Empacadoras al vacío			

Nota. Inversión tangible que necesitará implementar cada Restaurant Gourmet Sensaciones

- Resumen de inversión en tangibles sin IGV:

Resumen de inversión en tangibles por cada local considerados en Perú para

Restaurant Gourmet Sensaciones.

Tabla 9:

Inversiones tangibles por local

Rubro	Total
Equipo y maquinaria de cocina	241,457.01
Equipos e implementos del negocio	134,175.26
Mobiliario de oficina	314,701.20
Implementos para baños	103,564.00
Vehículo de reparto	15,775.32
Total	809,672.78

Nota. Inversiones tangibles por cada local del Restaurant Gourmet Sensaciones en Perú

3.9.4. Inversión intangible

Son aquellos que conducen a un gasto que generan un retorno a futuro, debe ser identificable, debe controlarse y debe generar un beneficio económico. A continuación, se listan los conceptos que componen la inversión intangible:

Tabla 10:

Componentes de inversión intangible por cada Restaurant Gourmet Sensaciones

Rubro	Total
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	-
Elaboración de minuta de constitución	200.00
Elaboración de escritura pública	300.00
Inscripción de la empresa ante SUNARP	300.00
Licencia de funcionamiento	450.00
Autorización de libros de planillas MTPE	150.00
Legalización de libros contables	350.00
Software del Restaurant (Ofimática)	6,500.00
Publicidad inicial del proyecto	15,000.00
Costos iniciales de instalación	5,000.00
(de cabecera durante 1era etapa proyecto)	5,000.00
Legal (abogados staff)	4,500.00
Gastos administrativos iniciales de operaciones	10,000.00
Total	47,750.00

Nota. Componentes de inversión intangible por cada local.

Resumen de inversión para la infraestructura del Restaurant Gourmet Sensaciones si la inversión se realiza en los tres locales:

Tabla 11:
Inversión de infraestructura

Rubro	Cusco	Lima	Tacna	Total
Costos Tangibles	809,672.78	809,672.78	809,672.78	2,429,018.34
Costos Intangibles	47,750.00	47,750.00	47,750.00	143,250.00
Implementación de local	788,452.22	788,452.22	788,452.22	2'365,357.66
Subtotal	1'645,875.00	1'645,875.00	1'645,875.00	4'937,625.00
Margen para cubrir excesos (5%)	86,625.00	86,625.00	86,625.00	259,875.00
Total	1'732,500.00	1'732,500.00	1'732,500.00	5'197,500.00

Nota. Inversión de infraestructura en los tres locales de Restaurant Gourmet Sensaciones

Inversión total de la infraestructura es de s/ 5,197,500.00 soles a que se necesitará para la implementación de los 3 locales (proyecto “Restaurant Gourmet Sensaciones”)

Tabla 12:
Inversión total de la infraestructura

Inversión Infraestructura = Inversión Tangible + Inversión Intangible + Implementación + Imprevistos				
5,197,500.00	=	2'429,018.34	+	143,250.00
			+	2'365,357.66
			+	259,875.00

Nota. Inversión total de la infraestructura Restaurant Gourmet Sensaciones

3.9.5. Inversión inicial

- Capital de trabajo

Está compuesto por los costos y gastos de: producción, operación y financieros. A estos costos y gastos se le extrae la Depreciación y Amortización, por no afectar esta afectación de los conceptos el saldo de la caja:

Figura 44:
Costos y gastos de producción, operación y financieros

Gastos diarios P+O+F=	1,600.00	Soles
26 días al mes, sin contar lunes	41,600.00	Mensual

En los 12 meses del año (1er año de vida) s/ 499,200.00 Anual

Tabla 13:
Inversión total

Inversión total = Capital de trabajo + Inversión infraestructura servicio (Act. fijo)		
5,696,700.00	=	499,200.00 + 5,197,500.00

Nota. Inversión total de los tres locales de Restaurant Gourmet Sensaciones

Como inversión total se necesitará un capital de trabajo que será asumido íntegramente por los socios, y será en efectivo. Se añade la inversión total de infraestructura para los 5 años.

3.9.6. Proyección de ventas

Para determinar la proyección de venta del modelo del negocio planteado se elaboró el mercado potencial del Restaurant Gourmet Sensaciones para luego asumir un objetivo de participación de mercado.

- Mercado potencial

La propuesta de negocio está dirigido a personas entre 18 a 55 años peruanos y extranjeros de los niveles económicos A, B y C que deseen vivir una experiencia sensorial con el goce de la cultura, gastronomía peruana, inclusión social y laboral de personas con discapacidad visual.

El perfil del turista extranjero 2018 (Turismo in, 2018) nos indica que más de 4 millones de visitantes llegaron al Perú en el año 2018. Entre las principales ciudades visitadas tenemos a Lima, Cusco y Tacna. Asimismo, menciona que el promedio de gasto diario de un turista por ocio y diversión se encuentra alrededor de los \$101 por persona.

Para determinar el mercado potencial se validó la correlación del PBI con la cantidad de turistas internacionales publicado en el compendio Estadístico Perú 2017 del Ministerio de Cultura (Ver Tabla 13).

Tabla 14:
Correlación PBI y Turismo Interno en Perú

Año	Variación % PBI	Variación % Turismo Interno
2020	-11.1	-0.61
2019	2.2	0.01
2018	4.0	0.13
2017	2.1	0.05
2016	4.4	0.06
2015	3.3	0.07

Nota Adaptado de “Reporte Técnico Nro. 005-2020-CF/ST” por Consejo Fiscal del Perú & “Compendio Estadístico Perú 2017” por Ministerio de Cultura Oficina General de Estadística, Tecnología de la Información y Comunicaciones. & “Situación Perú 2022” por BBVA Research.

La correlación entre estos dos indicadores es 0.99. Por lo tanto, al ser casi 1 se infiere que tienen una relación directa las variaciones de PBI con las variaciones del turismo en Perú.

Considerando las variaciones del PBI y el estudio mencionado se estima la cantidad de turistas que visitaran las ciudades donde se ubicará cada local de la cadena de restaurantes.

(Ver Tabla 14).

Tabla 15:
Mercado Potencial

(Expresado Nro. de turistas)

Departamento	2023	2024	2025	2026	2027
Cusco	1,569,738	1,608,982	1,649,206	1,690,436	1,732,697
Lima	3,097,051	3,174,477	3,253,839	3,335,185	3,418,565
Tacna	1,187,910	1,217,608	1,248,048	1,279,249	1,311,230

Nota. Adaptado “Perfil del Turista Extranjero 2018”. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU.

3.9.7. Mercado objetivo

La cadena de Restaurants gourmet Sensaciones contará con 3 locales a nivel nacional ubicados en Lima, Cusco y Tacna. El negocio se ha planteado el siguiente objetivo de participación de mercado por año.

Tabla 16:
Objetivo de Participación de Mercado

Concepto	2023	2024	2025	2026	2027
% participación de Mercado	1.0%	1.2%	1.5%	1.8%	2.0%

Nota. Objetivo de participación de mercado en los locales de Restaurant Gourmet Sensaciones

Asimismo, de la encuesta realizada a 150 personas se consideró el resultado de la cuarta pregunta ¿Asistirías a un restobar inclusivo cuya misión es reducir el porcentaje de desempleo de las personas invidentes, donde ellos puedan desenvolverse en diversas actividades? Donde el 95% de los encuestaron respondieron que Sí.

Tabla 17:
Mercado Objetivo - número de personas en cada ubicación

Departamento	2023	2024	2025	2026	2027
Cusco	14,913	18,342	23,501	28,906	32,921
Lima			29,422	36,189	46,367
Tacna				11,285	13,881
Total	14,913	18,342	52,923	76,381	93,169

Nota. Adaptado “Perfil del Turista Extranjero 2018”. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU.

3.9.8. Ticket promedio de consumo por persona

La cadena de Restaurants gourmet Sensaciones brindara una experiencia sensorial combinando la gastronomía, cultura peruana y oscuridad, con una explosión de sabores que llevaran al usuario a las mejores e inolvidables Sensaciones.

Los Restaurants de la cadena está dirigido a un público en general que desee experimentar sensaciones al comer a ciegas. Para determinar el ticket promedio por persona se realizó un benchmarking de precios (ver Tablas 2,3,4) en los restaurantes más concurridos en cada localidad asignando un plus por el servicio brindado por la cadena.

Tabla 18:

Precio promedio por persona según ubicación del local.

Ciudad	Cusco	Lima	Tacna
Precio por persona (incluye IGV)	S/180	S/ 230	S/150

3.9.9. Proyección de ingresos

Para calcular la proyección de ingresos se multiplica el mercado objetivo y el ticket promedio por persona. Como resultado la proyección de ingresos será:

Tabla 19:

Proyección de Ingresos 2023-2026 expresados en soles.

Concepto	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos sin IGV	2,208,534	2,729,748	10,379,241	15,324,780	18,457,528
Ingresos con IGV	2,606,070	3,221,102	12,247,505	18,083,241	21,779,883

3.9.10. Precios de servicios en restaurantes de Lima

Para determinar los futuros resultados de la cadena de Restaurant Gourmet Sensaciones se revisaron los Estados Financieros de 2 empresas del sector: la Asociación Cultural Brisas del Titicaca y Anticuchos del Perú SAC (nombre comercial Restaurant Panchita).

Del análisis de la información se puede inferir que el margen bruto de un restaurante que incluye un espectáculo dentro del servicio que presta se encuentra en torno al 20% sobre las ventas, mientras que un Restaurant que solo expende alimentos 40%. El modelo de negocio de Restaurant gourmet Sensaciones ofrece una experiencia de Sensaciones con la venta de alimentos de alta calidad, por lo que el margen bruto del negocio se encontrara en torno a 60% de las ventas.

Asimismo, ambos restaurantes analizados cuentan con gastos administrativos y de ventas que se encuentran en torno a 18% a 29%. sobre las ventas. En el caso de Restaurant Gourmet Sensaciones los gastos de ventas se estiman serán el 25% de la venta, debido a que el 50% de la planilla estará compuesto por personas con discapacidad visual y por la operación del negocio se requerirá mayor número de personas contratadas a fin de brindar un servicio integral y de calidad. Por otro lado, los gastos administrativos del negocio representaran el 10% de las ventas realizadas.

A continuación, se muestran los Estados de Resultados de los años 2015 – 2016 de la Asociación Cultural Brisas del Titicaca (Ver apéndice B) y los Estados de Resultados de los años 2016 – 2017 de Anticuchos del Perú SAC (Ver apéndice C).

Por otro lado, En el Perú existen otros restaurantes considerados por turistas nacionales e internacionales (los cuales fueron presentados a inicios del capítulo III de la presente tesis), por lo que se procederá a hacer un análisis de precios de los restaurantes

ubicados en Lima, Cusco, Tacna y algunos otros restaurantes extranjeros que tienen mayor afluencia, con la finalidad de mejorar la estrategia del Restaurant Gourmet Sensaciones.

En Lima el modelo de negocio del restaurante Central ofrece una experiencia culinaria el cual tiene un costo desde S/440 hasta S/565, la diferencia varía entre la cantidad de platos y bebidas, por otro lado, se encuentra el restaurante de Astrid y Gastón, donde los precios de la experiencia bordean desde los S/250 a S/450, asimismo, el restaurante Maído brinda experiencias culinarias de los S/220, hasta los S/369.

Tabla 20:

Precios de servicios en restaurantes de Lima

Concepto	Central Restaurante	Astrid & Gastón	Maído
Precio por persona	Experiencia Territorio en desnivel S/ 440. Creatividad del día S/455. Mundo Mater S/535. Creatividad del mundo S/ 565.	Platos a la carta. S/ 250 a S/ 450	Experiencia Nikkei S/369. Experiencia Veggie S/299. Maridaje S/220
Página Web	https://centralRestaurant.com.pe/	http://www.astridygaston.com/	https://maido.pe/

3.9.11. Precios de servicios en restaurantes de Cusco

El primer restaurante analizado en Cusco fue “chicha” cuyo dueño es Gastón Acurio y este restaurante ofrece platos, bebidas desde S/130. Por otro lado, se encuentra el restaurante “Green Point”, este local ofrece variedad de platos peruanos desde S/111. Además, el restaurante “Limbus” también ofrece la experiencia desde S/97. El último restaurante analizado fue el que tiene por nombre “la calle del miedo”, los precios van desde los S/80, ofrecen platos de comida innovadores como el “lomo salteado mar y tierra”.

Tabla 21:

Precios de servicios en restaurantes de Cusco

Concepto	Chicha	Green Point	Limbus	La calle del miedo
Precio por persona	S/ 130.	S/. 80	S/. 97	S/. 80
Página Web	https://chicha.com.pe/	<u>Cusco Restaurants – Estamos renovando nuestro Sitio Web</u>	https://limbusrestobar.com/	https://bit.ly/3H9qnfk

3.9.12. Precios de servicios en restaurante en Tacna

Para el departamento del Perú “Tacna”, se realizó una tabla 22, la cual demuestra el análisis de cuatro restaurantes. En primer lugar, se encuentra ubicado “Uros Restaurant” el cual se considera que podría ser una competencia directa para Restaurant Gourmet Sensaciones, ya que ofrece una propuesta elegante y distinguida con una variedad de comidas y bebidas de la cocina novo andina las cuales tienen un precio de alrededor de s/110.

Otro competidor importante sería “La plaza Bar y Grill”, quienes exponen una cocina peruana fusión con platos criollos y regionales por s/111. Así como “Muelle Sur”, es otro competidor importante en este sector, presenta una variada carta con especialidad en frutos del mar y comida criolla por s/106 y por último es “Medina's Restaurante” brinda sus servicios culinarios con el Lema: “Una cocina que sabe a Perú” desde s/80.

Tabla 22:

Precios de servicios en restaurantes de Tacna

Concepto	Uros Restaurant	La plaza Bar y Grill	Muelle Sur	Medina's Restaurante
Precio por persona	S/ 110	S/. 111	S/. 106	S/. 80
Página Web	https://www.restauranturos.com/nosotros.php#pe	https://www.casa-andina.com/es/restaurantes/tacna/la-plaza-bar-and-grill-casa-andina-select-tacna	https://www.muellesur.com/ https://www.facebook.com/restaurantemuellesur/	https://www.facebook.com/medinasrestaurantetacna/

<https://www.facebook.com/LaPlazaCASTacna/>

3.9.13. Precios de servicios en restaurantes internacionales

En el ámbito internacional se tienen a restaurantes tales como Dans Le Noir el cual ofrece experiencias desde los 65 euros, al teatro ciego donde los precios van desde los 3300 pesos y a Noir el cual cuesta aproximadamente 60 dolares. La diferencia entre los restaurantes presentados líneas arriba ubicado en Perú es que aquí si tienen como personal cooperativo a personas con discapacidad visual, además del cuidado de los utensilios, merma con la prioridad de un consumo responsable con la sociedad.

Tabla 23:

Precios de servicios en restaurantes internacionales

Concepto	Dans Le Noir	Teatro Ciego	O Noir
Precio por persona	Experiencia 65 euros	Entrada 3,300 pesos argentinos	Experiencia 60 dólares
Página Web	https://www.danslenoir.com/es/	https://teatrociego.org/a-ciegas-gourmet/	https://www.onoirtoronto.com/

3.9.14. Costos y gastos del modelo de negocio

Restaurant gourmet Sensaciones utilizara el sistema de costeo por órdenes de producción a fin de mapear todos los costos incurridos dentro del proceso de producción por recetas uniformes y con un patrón continuo.

Para determinar el costo de producción promedio por persona se realizó un prototipo del servicio a brindar de la mano con un chef profesional. Se elaboró el menú para 1 persona (entrada, fondo, postre y bebida) utilizando productos orgánicos y oriundos del Perú, dando como resultado S/ 105 soles.

Para determinar los gastos de ventas y administrativos se realizó un benchmarking de los Estados Financieros de dos restaurantes: Asociación Cultural Brisas del Titicaca y Anticuchos del Perú SAC (Panchita). Se observó que los gastos de ventas y administrativos de ambos oscilan entre 13% a 17%. No obstante, los gastos de ventas del proyecto se encontrarán en torno a 25% dado que la estrategia para fidelización se fundamenta con un plan de marketing digital agresivo.

A continuación, se detallan los costos y gastos estimados para los próximos 5 años.

Tabla 24:

Costos de producción, gastos de ventas y administrativos expresado en soles

Resumen	2023	2024	2025	2026	2027
Costo de					
Produccion	1,597,130	1,968,322	5,684,742	8,019,967	9,782,764
Total Gastos de					
Ventas	563,176	697,451	2,654,491	3,923,144	4,725,127
TotalGastos					
Administrativos	225,270	278,980	1,061,796	1,569,258	1,890,051
Total	2,385,577	2,944,753	9,401,029	13,512,369	16,397,942

3.9.15. Flujo de Caja Libre

Considerando la proyección de ingresos, la inversión, los costos y gastos ya mencionados se espera que en 5 años el valor actual neto del proyecto se encuentre en S/ 5'854,564 equivalente a \$1' 520,666. La tasa interna de retorno estaría en torno al 42%, importe que es mayor al WACC del negocio. Se recupera la inversión al 4 año de iniciado el proyecto.

Tabla 25:
Flujo de Caja Libre Restaurant gourmet Sensaciones

Detalle	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos	2,208,534	2,729,748	10,379,241	15,324,780	18,457,528
Costo de Producción	1,597,130	1,968,322	5,684,742	8,019,967	9,782,764
UTILIDAD BRUTA	611,404	761,426	4,694,499	7,304,813	8,674,764
Gasto de Ventas	563,176	697,451	2,654,491	3,923,144	4,725,127
Gastos Administrativos	225,270	278,980	1,061,796	1,569,258	1,890,051
EBITDA	-177,043	-215,005	978,212	1,812,412	2,059,586
Depreciación y amortización	47,586	47,586	95,172	142,757	142,757
EBIT	-224,629	-262,591	883,040	1,669,654	1,916,829
Impuesto a la Renta	-	-	-260,497	-492,548	-565,465
Depreciación y amortización	47,586	47,586	95,172	142,757	142,757
NOPAT	-177,043	-215,005	717,715	1,319,864	1,494,122
CAPEX -1'732,500			-1'732,500	-1'732,500	
PERPETUIDAD					12'357,518
FLUJO DE CAJA LIBRE	-177,043	-215,005	-1,014,785	-412,636	13,851,640

Tabla 26:
Valor actual neto, tasa interna de retorno, costo medio ponderado de capital

VAN	S/ 5'854,564
VAN	\$ 1'520,666
TIR	42%
IR/PI	4
WACC	9%

La inversión será cubierta en un 8% con aporte de capital y un 92% con financiamiento con el 7% de interés pagadero en 5 años. En consecuencia, la tasa interna de retorno para el accionista es 47.11% (Ver tabla 24, 25 y 26).

Tabla 27:
Capacidad de pago

Capacidad de pago	
Mediana de EBITDA	S/ 883,040
Cobertura	4
Intereses que podría cubrir	S/ 220,760
Tasa Banco	7%
Monto del Prestamo	S/ 1'593,900

Tabla 28:
Flujo de caja patrimonio

Flujo de Caja Patrimonio	2023	2024	2025	2026	2027	
+Flujo de caja libre	-177,043	-215,005	-1,014,785	-412,636	13,851,640	
+Desembolsos	- 1'593,900					
-Intereses	111,573	92,171	S/.71,412	S/.49,199	S/.25,431	
-Amortizaciones	277,164	296,566	S/.317,325	S/.339,538	-S/.363,306	
+Escudo Tributario	-	-	-	-	-	
	32,914	27,191	21,067	14,514	7,502	
Flujo de caja patrimonio	-1,593,900	178,781	146,542	-1,281,765	-717,489	13,506,263

TIR 47.11%

Tabla 29:
Cronograma de cuotas fijas

Cronograma de cuotas fijas	Saldo	Intereses	Amortizacion	Cuota
0	-S/.1,593,900			
1	-S/.1,316,736	-S/.111,573	-S/.277,164	-S/.388,737
2	-S/.1,020,170	-S/.92,171	-S/.296,566	-S/.388,737
3	-S/.702,844	-S/.71,412	-S/.317,325	-S/.388,737
4	-S/.363,306	-S/.49,199	-S/.339,538	-S/.388,737
5	S/.0	-S/.25,431	-S/.363,306	-S/.388,737

3.10. Métricas sostenibles que definen el éxito de la solución al problema de negocio

Las principales métricas que definirán el éxito de Restaurant Gourmet Sensaciones son las siguientes:

3.10.1. ODS 10 Reducción de desigualdades y ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico.

Restaurant Gourmet Sensaciones contratará el 50% de personas en planilla con discapacidad visual que es equivalente a 30 trabajadores, quienes gozaran de un trabajo decente y remunerado.

El sueldo propuesto para estas personas es S/1,500 soles mensuales (+61% que la remuneración mínima vital en el país para el año 2021).

Además, ellos obtendrían beneficios sociales que conllevan ser una persona dependiente en el Perú tales como acceso a seguro social de salud, seguro vida ley, fondo de pensiones, entre otros. En consecuencia, una de las métricas será el porcentaje de personas contratadas con discapacidad y la participación del gasto de planillas sobre el objetivo planteado. A continuación, el objetivo de ingresos sociales en los próximos 5 años (Ver tabla 27):

Tabla 30:
Ingresos sociales

Detalle	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos por sueldos	540,000	551,880	564,021	576,430	589,111
Pagos de contribuciones al estado (Essalud, ONP, Vida Ley)	243,000	248,346	253,810	259,393	265,100
Total, Ingresos sociales	783,000	800,226	817,831	835,823	854,211

Nota. Beneficios sociales que obtendrían trabajadores de Restaurant Gourmet Sensaciones

3.10.2. ODS 7 Energía asequible y no contaminante y ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles

Restaurant Gourmet Sensaciones usará como energía a los paneles solares. Para evaluar el costo/beneficio; en principio se estimó la cantidad de energía necesaria para el funcionamiento del local expresado en Kwh y valor monetario (Ver tabla 26).

Tabla 31:
Consumo de energía

Ciudades	Kwh al mes	Soles / Kwh	Soles
Lima	1,090	4	S/ 4,360
Cusco	1,090	4	S/ 4,360
Tacna	1,090	4	S/ 4,360
Total	3,270		S/ 13,080

Nota. Cantidad de energía necesaria para el funcionamiento del Restaurant Gourmet Sensaciones.

La inversión en paneles solares para los tres locales asciende a S/76,800. Los activos tienen una duración de 25 años (Ver tabla 32).

Tabla 32:
Inversión de paneles solares

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Soles
Paneles solares 200W 12V Policristalino Marca Era	120	500	S/ 60,000
Inversor Cargador 1000W 12V PWM 50 A Must Solar	6	800	S/ 4,800
Accesorios e instalación	6	2000	S/ 12,000
Total			S/ 76,800

Nota. Inversión en instalación y productos de paneles solares.

Los beneficios que se obtendrían son:

- Restaurant Gourmet Sensaciones sería amigable con el medio ambiente con un liderazgo verde.

- Causaría menos impacto al medio ambiente y reducir las emisiones de CO₂.
Teniendo en cuenta que la electricidad impacta en unos 430-450 gramos de CO₂/kWh, con el uso de paneles solares se espera reducir 763,200 gramos de CO₂ al mes.

- Generaría un ahorro importante en gastos, estimado de 40% en el consumo de energía eléctrica. Por lo tanto, el ahorro mensual de energía eléctrica asciende a S/5,232 soles que se traduce en recuperar la inversión en 1 año.

3.10.3. ODS 12 Producción y consumo responsable.

Para medir este objetivo se desarrollará un plan de selección de residuos dividido en orgánicos e inorgánicos.

Tabla 33:
Plan de residuos

Área de Abastecimiento	Residuos
Sección de recepción de la materia prima	Elementos inorgánicos: Envolturas de cartón, plástico, metal, madera y otros. Elementos orgánicos: Alimentos de rechazo, restos de frutas y vegetales, también hojas, ramas y otros.
Sección de preparación y cocción de alimentos	Elementos inorgánicos: Envolturas de alimentos empacados en plástico, metal, cartón u otros. Elementos orgánicos: Restos de comidas, cascaras (frutas, huevo, vegetales), restos de carnes, semillas, hojas.
Sección Comedor	Elementos inorgánicos: Tapas de botellas, sobres de salsas u otro aderezo. Elementos orgánicos: Restos de comida, alimentos no consumidos por los clientes.
Sección Sanitario	Elementos orgánicos: papel higiénico, papel toalla.

Nota. Plan de selección orgánico e inorgánico.

Se estima que el 21% de la cantidad de comida servida por plato termina como residuo orgánico, lo que se traduce en 350,000kg de residuos orgánicos generados en los próximos 5 años que a través de la alianza con Sinba serán reutilizados para la elaboración, comercialización de abono orgánico, como residuo tratado y convertido en alimentos para los animales.

Asimismo, según información del Sistema Nacional de Información Ambiental del Ministerio del Ambiente (2018), en el Perú se generaron 7'359,240 TN de residuos sólidos en el 2019, de los cuales el 50% se generaron en Lima y Callao. El indicador per cápita de residuos sólidos en Perú es 0,57 kg por habitante lo que se traduce en S/50,48 de gasto por habitante para la gestión de residuos. Asimismo, el presupuesto para eliminar estos residuos asciende a 276 soles por tonelada. Por lo tanto, esta gestión de residuos equivale a un ahorro para el estado peruano de S/170,000 al cabo de los 5 años objetivo que será planteado para el presente proyecto.

3.11. Modelo de monitoreo y evaluación del impacto esperado

3.11.1. Objetivos de la cadena/marco de resultados esperados

En la siguiente tabla se plantea la lista y evaluación de impactos en el crecimiento del Restaurant Gourmet Sensaciones con los ODS estudiados y los objetivos estratégicos (smart). Todo lo mencionado es realizado a través del análisis de impactos social y medioambiental de Restaurant Gourmet Sensaciones.

Tabla 34:

Análisis social y Medioambiental

Lista de impactos	Evaluación de los impactos en el crecimiento de la empresa	ODS (impactada)	Objetivos estratégicos SMART
Inclusión social y laboral	Con la idea de negocio se busca que las personas con discapacidad visual sean partícipes de la población económicamente activa en el Perú.	 <p>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p>	Contratación del 50% del personal con discapacidad visual anual.
Impacto Ambiental	Reducción y control de mermas. Reutilización de residuos. Uso de artículos biodegradables.	 <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	Desarrollar el plan de selección de desechos orgánicos e inorgánicos mensualmente. En el primer año lograr alianza estratégica con dos empresas que busquen el cuidado del medioambiente. Fomentar el uso de utensilios de bambú en 10% cada año.
Energía asequible y no contaminante	Aumentar el uso de energías renovables.	 <p>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p>	Uso de paneles solares que permitan el ahorro del 40% de la energía mensualmente.
Inclusión laboral y trabajo digno	Trabajo decente, e igualdad de remuneración. Creación de puestos de trabajo fomentando el crecimiento empresarial.	 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	Capacitar a las personas con discapacidad constantemente, así año a año bajaremos la tasa de informalidad que actualmente existe en este país. Generar un crecimiento económico del PBI real per cápita, brindándoles un contrato indefinido de trabajo después del 1er año de vida del proyecto.
Calidad del aire y la gestión de desechos tóxicos	Reducción de las emisiones de CO ₂ y huellas de carbono	 <p>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>	Reducir las emisiones de CO ₂ mediante la instalación de paneles solares en los 6 locales. Se estima una reducción de más de 700 mil gr de CO ₂ al mes. Convertir el Restobar en el 1er restaurant inclusivo que se compromete a reducir anualmente la huella de carbono en Lima Perú.

Nota. Impactos ambientales y sociales en el crecimiento del Restaurant Sensaciones con los ODS estudiados y los objetivos smart estratégicos

3.11.2. Medición y selección de los indicadores

En las siguientes tablas se da una justificación breve sobre los objetivos de desarrollos sostenibles. Asimismo, se comenta la medición de métricas y como potenciarlas:

Tabla 35:
ODS a potenciar

ODS	Breve justificación	Potencial para ser parte de la captura de valor de la empresa
Reducción de las desigualdades	Dar trabajo digno a persona con discapacidad visual, aumentar sus ingresos económicos.	Empresa responsable y preocupada por el futuro del país apoyando en la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad visual.
Energía Asequible y No contaminante	Utilizar energía natural (solar) como energía principal del restobar los sentidos.	Reputación al ser una empresa socialmente responsable.
Producción y consumo responsable	Usar productos biodegradables. Reutilización de residuos orgánicos.	Cuidado del medio ambiente, fomentar la economía circular en las empresas.
Trabajo decente y crecimiento económico	Brindar trabajo digno a las personas con discapacidad visual, valorarlos y considerar su potencial	Valorar las capacidades diferentes, propiciando el crecimiento económico en la sociedad.
Reducción de emisiones de CO2	Reducir su consumo hasta lo imprescindible, a su vez propiciar el consumo de energía renovable.	Empresa que se preocupa por la disminución de los gases de efectos invernadero responsable del calentamiento global.

Nota. Medición de métricas y potenciales a considerar en Restaurant Gourmet Sensaciones.

Tabla 36:
Identificación de objetivos y métricas

Descripción del proceso	Por qué ha sido seleccionado	KPIs en los que se evaluará el gran cambio
Contratación de personas con discapacidad visual	Porque alrededor del 1'550,196 peruanos (5% de la población del Perú) padece de discapacidad visual, los cuales no tienen acceso a una buena educación y pocas oportunidades laborales.	KPI= Número de personal contratado con discapacidad visual/ objetivo planteado por local
Ingresos generados por las ventas	Porque es necesario para que el negocio genere la rentabilidad esperada y que sea sostenible.	KPI= La facturación realizada/ proyección estimada
Gestión de recursos renovables y no renovables	Porque Restobar Los Sentidos busca ser un referente en responsabilidad social y medioambiental. Permite un ahorro de gastos en la organización. Porque desde el 2019 las emisiones de CO2 han crecido, Perú se encuentra en el puesto 131 de 184 países (el orden es de menos a más)	KPI= Energía utilizada/ total de energía (tiene que ser igual o menor al 60%)
Gestión de mermas en el sector gastronómico	Porque se desea enseñar buenas prácticas como organización. Trabajar con otras empresas como un equipo cohesionado, en busca de los mismos objetivos “uso eficiente a todos los insumos necesarios para la preparación de alimentos”.	KPI= Reutilizar los 350,000kg de residuos orgánicos generados. Cantidad de residuos utilizados/350,000kg de residuos
Dignificar el trabajo de las personas con discapacidad visual	Porque Perú es catalogado como el país más informal de América Latina con una tasa de 73% según INEI (2020), Restobar impulsa la economía brindando permanencia en trabajos dignos.	KPI= (personas con contrato indefinido discapacitado) / total de personal contratadas La empresa se compromete a subir en 3% año tras año.

Nota. Explicación de KPI seleccionado con su explicación.

3.11.3. Fuentes y herramientas de recopilación y análisis de datos

Restaurant Gourmet Sensaciones contará con un sistema de registro de información de ventas y clientes donde se almacenará información relevante para la medición y seguimiento de indicadores comerciales que apoyen a la gestión de la organización y toma de decisiones.

Asimismo, otras fuentes de información serán la página web y redes sociales, donde los clientes podrán dar sus opiniones a través de encuestas y foros. Del mismo modo, podrán acceder a promociones y ofertas validas en los locales. Será de vital importancia la gestión de los *community manager* para la recopilación de información y administración correcta de la misma en redes sociales y pagina web.

Las herramientas que se usarán para el análisis de datos son el Power BI, motor de base de datos (Oracle, SQL) y los paneles de visualización que permitirán conocer el avance de los indicadores de gestión conforme a la información recogida de los sistemas.

3.12. Plan de comunicación del Restaurant Gourmet Sensaciones

Para el presente proyecto “Restaurant Gourmet Sensaciones” se ha considerado importante establecer un plan de comunicación, ya que este permitirá una mejor gestión con los stakeholders, siempre que todos los involucrados sepan cuales son las metas y/u objetivos que se quieren lograr a corto y largo plazo obteniendo así valor compartido, generando éxito no solo a la organización sino a todos los involucrados.

3.12.1. Plan de comunicación interno y externo (para el conjunto de intereses)

Para el desarrollo del plan de comunicación de la empresa “Restaurant Gourmet Sensaciones” es necesario tener clara la situación actual, es decir la pandemia. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo (2019) comentó que el covid-19 ha generado que muchas empresas cesen actividades, aumentado así el desempleo, si antes de la pandemia existían personas con discapacidad visual que no tenían un trabajo pues ahora menos, ya que

muchas organizaciones buscan generar ingresos para ayer (de inmediato). Por lo anterior mencionado, las gestoras de esta idea tienen un compromiso de crear un trabajo digno, donde no se contraten personas con discapacidad visual por lastima sino por sus grandes habilidades y destrezas, las cuales ayudaran a que este emprendimiento sea socialmente responsable.

Los integrantes de Restaurant Gourmet Sensaciones (stakeholders) deberán tener el principal objetivo de buscar siempre un diálogo transparente y fluido, esto quiere decir: Restaurant Sensaciones tendrá que dar a conocer los planes, retos y metas que tiene, permitiendo así el compromiso de los proveedores y trabajadores. En ese sentido, la meta y el reto es ser conocidos no por tener 3 locales en Perú, sino por ser una empresa que genera valor compartido, que da oportunidad a 30 personas con discapacidad visual, que busca contribuir con el planeta. Para ello se deberá gestionar la comunicación en todas sus dimensiones, no solo comunicando lo positivo sino también lo negativo con la finalidad de mejorar y contribuir con empresas que también contraten a este sector poblacional.

En la actualidad se puede identificar la calidad de los recursos por medio de los indicadores, las métricas y así conocer el estado ambiental del entorno para evaluarlo con la finalidad de poner en marcha un plan de mejora (Roper, 2020).

Las normativas y herramientas que Restaurant Gourmet Sensaciones tiene como meta acogerse para poder estar alineado a las métricas ambientales internacionales son: ISO 14001 Gestión Ambiental, ISO 14045 (2012) Gestión ambiental de la ECOEFICIENCIA de sistemas productivos, ISO 26000 Materia Medio Ambiente y Ley 25.612 (2002) Gestión integral de residuos industriales y de actividades de servicios (PROESUS, 2019).

Restaurant Gourmet Sensaciones reconoce que es importante tener métricas puesto que generan un alto impacto económico, ambiental y social en la organización, ya que los grupos de interés por el cual se desarrolla se encuentran muy atentos se saber cómo

contribuye, ya sea positiva o negativamente a la sociedad en los aspectos ambientales y den un resultado financiero óptimo.

En el mercado actual es muy importante marcar la diferencia entre nuestros competidores en el sentido del aporte socio ambiental que la organización brinda a la sociedad, puesto que esto implica ganar o perder un contrato; se ha convertido en una buena técnica comercial para la generación de ingresos socioambientales.

El proyecto va de la mano de expertos y de una constante comunicación en la organización para poder volverse más sensible y poder identificar fácilmente las métricas ambientales, sociales y económicas y generar beneficios como: identificar cual es el grado de madurez de gestión de riesgos ambientales que tiene el proyecto; reconocer oportunidades de mejora constante que beneficien socialmente al proyecto; poder proyectar una buena imagen y respetable cultura en la organización y que ésta se proyecta a los grupos de interés y stakeholders; mejorar la reputación; aportar a la comunidad mediante la participación sensible y empática con acciones que permitan una mejora en su crecimiento social y ambiental (KPMG, 2021).

Dentro de los procesos que ha considerado Restaurant Gourmet Sensaciones para *realizar una métrica mensual, es la relación directa con los ODS.*

Tabla 37:
Métricas para medir la contribución con los objetivos de desarrollo sostenible

Descripción del proceso	Por qué ha sido seleccionado	KPIs en los que se evaluará el gran cambio
Contratación de personas con discapacidad visual	Porque alrededor del 1'550,196 peruanos (5% de la población) padece de discapacidad visual, los cuales no tienen acceso a una buena educación y pocas oportunidades laborales.	KPI= Número de personal contratado con discapacidad visual/ objetivo planteado por local
Ingresos generados por las ventas	Porque es necesario para que el negocio genere la rentabilidad esperada y que sea sostenible.	KPI= La facturación realizada/ proyección estimada
Gestión de recursos renovables y no renovables	<p>Porque Restobar Los Sentidos busca ser un referente en responsabilidad social y medioambiental. Permite un ahorro de gastos en la organización.</p> <p>Porque desde el 2019 las emisiones de CO2 han crecido, Perú se encuentra en el puesto 131 de 184 países (el orden es de menos a más)</p>	KPI= Energía utilizada/ total de energía (tiene que se igual o menor al 60%)
Gestión de mermas en el sector gastronómico	Porque se desea enseñar buenas prácticas como organización. Trabajar con otras empresas como un equipo cohesionado, en busca de los mismos objetivos “uso eficiente a todos los insumos necesarios para la preparación de alimentos”.	<p>KPI= Reutilizar los 350,000kg de residuos orgánicos generados.</p> <p>Cantidad de residuos utilizados/350,000kg de residuos</p>
Dignificar el trabajo de las personas con discapacidad visual	Porque Perú es catalogado como el país más informal de América Latina con una tasa de 73% según INEI (2020), Restobar impulsa la economía brindando permanencia en trabajos dignos.	<p>KPI= (personas con contrato indefinido discapacitado) / total de personal contratadas</p> <p>La empresa se compromete a subir en 3% año tras año.</p>

Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones

4.1. Conclusiones

- Según información de INEI 2017 en el Perú la tasa de empleabilidad de personas con discapacidad es de 23.8% con un ingreso promedio mensual de S/792.90. Por lo que se considera que la inclusión laboral de personas con discapacidad visual es limitada, y no es buena.
- A pesar de que existen normativas vigentes como la Ley General de la persona con discapacidad N° 29973 la cual debiera permitir la inclusión laboral de las personas con discapacidad visual, esta no es acatada por la mayoría de las empresas.
- Las personas con discapacidad visual desarrollan el sistema háptico a un nivel superior que una persona sin discapacidad, además según investigaciones citadas en la presente tesis comentan que las personas con discapacidad visual tienen capacidades culinarias para trabajar en la industria gastronómica, así como desenvolverse en el campo de atención al cliente y a su vez ser guías de un grupo de personas, ya que ellos tienen muy desarrollada la capacidad para trasladarse en la oscuridad evitando obstáculos y captan a la perfección cualquier pedido o solicitud que se les indique, ya que desarrollan aún más la sensibilidad o agudeza de los demás sentidos. Es por ello que la presente propuesta de negocio presenta al primer y único Restaurant Gourmet Sensaciones en el Perú.
- La aplicación de las metodologías ágiles en las distintas etapas de la elaboración del presente proyecto permitió conocer, analizar a los posibles clientes, concluyendo así que para poder diferenciar a Restaurant Gourmet Sensaciones de los competidores se deberá brindar no solo una imagen de inclusión laboral sino también de compañerismo, igualdad de oportunidades, líneas de carrera que permitan a los trabajadores seguir creciendo

profesionalmente. Asimismo, se buscará el incentivo del uso de productos eco-amigables, etc.

- La propuesta de negocio tiene como objetivo, que la experiencia dentro del establecimiento sea siempre novedoso y confortable para los stakeholders (trabajadores, proveedores y clientes,) con una cultura de innovación en todos los procesos.
- El modelo de negocio permite que el trabajador tenga una línea de carrera a largo plazo, por ejemplo, iniciar con el rol de mesero y en un futuro pueda ser el gerente de una sede o dueño de algún local de Restaurant Gourmet Sensaciones.
- La propuesta de negocio se desarrolla aplicando 5 de los 17 objetivos de desarrollo sostenible ya que tiene como misión lograr un impacto positivo en la sociedad y medio ambiente a través de acciones que se midan con indicadores de gestión y que se detallen en el informe de sostenibilidad de la empresa. Se pueden resaltar el ODS 10 Reducción de desigualdades y ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico ya al dar empleo a personas con discapacidad visual en 50% de la planilla permite generar ingresos sociales por más de 1 millón y medio de soles al año.
- En el presente proyecto de negocio innovador en el Perú, es importante precisar la relevancia del valor que tiene para sus colaboradores el clima laboral y la oportunidad de desarrollo, sobre todo para quienes tienen cierta discapacidad, en ese sentido, el solo hecho de tener la oportunidad de pertenecer a la PEA (población económicamente activa), ya es un logro para este grupo de ciudadanos que por años han sido rezagados en las oportunidades laborales.
- La propuesta de negocio propone un liderazgo transformacional, inspirador y de trabajo en equipo donde todo el personal se sienta motivado a lograr sus objetivos, sintiéndose parte de un grupo humano que fomenta un cambio en la sociedad, dado que el restaurante realizará sus operaciones con conciencia social y responsabilidad medio

ambiental en aras de lograr una sociedad sostenible y adecuada para las futuras generaciones.

- La industria gastronómica siempre ha encontrado la forma de salir en medio del caos, como puede ser en el caso de la pandemia COVID 19, una crisis financiera o un desastre natural. Una idea disruptiva inmediata siempre servirá como un catalizador para la generación de un buen cambio.



4.2. Recomendaciones

- La presente investigación invita a las empresas privadas y del estado a empatizar, investigar y reconocer las habilidades de las personas con discapacidad para lograr el incremento de la inclusión laboral e inserción de estas personas a la economía peruana.
- El uso de las metodologías ágiles en las empresas debería ser de manera constante para lograr identificar los cambios ante entornos VUCA (volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad).
- Se deberá alinear los modelos de negocio a los objetivos de desarrollo sostenible, ya que permitirá que las próximas generaciones cuenten con un planeta más limpio, con recursos naturales y menor desigualdad en oportunidades.
- Para mantener la vigencia de una propuesta de negocio es importante la aplicabilidad del océano azul, benchmarking, investigación de mercado, capacitaciones constantes para todos los empleados y el uso de las tecnologías.
- La constante capacitación, el prolijo cumplimiento de las obligaciones sociales y un idóneo clima laboral es esencial, para que todos los colaboradores se sientan comprometidos con el proyecto de Restaurant gourmet Sensaciones. Asimismo, se recomienda tener jornadas de integración que permitan unir a los colaboradores entre sí, conociendo más de la realidad personal de cada uno de ellos.
- Para lograr una cultura colaborativa en las organizaciones es importante la buena gestión de liderazgo, esta deberá ser diferente e innovadora, también deberá aplicar estrategias de gestión de personal con la escucha activa e inclusiva, que una al equipo y los haga sentir parte de un cambio extraordinario en la sociedad.

Referencias

- Antonakis, J. (2004). On why “Emotional Intelligence” will not predict leadership effectiveness beyond IQ or the “Big Five”: An Extension and Rejoinder. *Organisational Analysis* 12(2), 171-182.
- APEIM (2020) Niveles Socioeconómicos 2020. *Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados*. Recuperado de <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2020/10/APEIM-NSE-2020.pdf>
- Arnould, E. & Price, L. (1993): «River magic: Extraordinary experience and the extended services encounter», *Journal of Consumer Research*, vol. 20, n° 1, pp. 24-45.
- BBC. (2021). Pía León: 7 ingredientes y mezclas inesperadas de la peruana elegida como la mejor chef mujer del mundo en 2021. *BBC News Mundo*.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-5809430>
- BBC. (2021). Pía León: 7 ingredientes y mezclas inesperadas de la peruana elegida como la mejor chef mujer del mundo en 2021. *BBC News Mundo*.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-5809430>
- BBVA Research (2022). Situación Perú 1T22. Publicado el 21 de enero 2022.
- Bello, E. (2020). ¿Qué es ExO Canvas? Los 10 atributos de una organización exponencial. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/exo-canvas-organizacionexponencial/>
- Bergamino Varillas, J. P. (2018). Discapacidad visual, competencias y empleabilidad en el Perú. *Revista De Ciencias De La Gestión*, 3, 84–108.
<https://doi.org/10.18800/360gestion.201803.004>
- Bergamino, J. (2013). Oportunidades Laborales en el sector masoterapia para personas con discapacidad visual: El caso Agora Perú (Tesis para título profesional). Recuperada de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/5265>
- Biochile, (2018). Radiografía a la visión en Chile: 850 mil con deficiencias y 80 mil ciegos. Sitio Web de:

<https://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/chile/2018/10/11/radiografia-a-la-vision-en-chile-850-mil-con-deficiencias-y-80-mil-ciegos.shtml>

Brett, J., Behfar, K., & Kern, M.C. (2006). Cómo gestionar equipos multiculturales. *Harvard Business Review América Latina*, 84(11), 76-83.

Carballo, R., Moreno-Gil, S., León, C., & Ritchie, J. (2014). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuadernos de Turismo*, (35), 71-94.

Cardona Sanchez, M., Muñoz Sanchez, O., & Vélez-Ochoa, C.I (2019). *Industrias Creativas y Culturales*. Universidad Pontificia Bolivariana.

Castanyol, Casals, E., (2014). Marketing sensorial: comunicación a través de los sentidos. *COMeIN - Revista de los estudios de ciencias de la información y comunicación*, 38.

Coderch, Isabel. (2021). Qué son los ODS y cómo tu Restaurant puede contribuir a ellos Sitio Web: <http://telosirvoverde.com/blog/que-son-los-ods-Restaurant/>

CONADIS. (2021). Resolución de Presidencia N° 004-2021-CONADIS/PRE. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/conadis/normas-legales/1479612-004-2021-conadis-pre>

Congreso de la República. (2001). Ley que establece la atención preferente a las mujeres embarazadas, las niñas, niños, los adultos mayores, en lugares de atención al público. LEY N° 27408 Obtenido de <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/27408.htm#:~:text=Disp%C3%B3ngase%20que%20en%20los%20lugares,ser%20atendidas%20y%20atendidos%20preferentemente.>

Congreso de la República. (2019). Ley 4276 para fortalecer y complementar los derechos de la información y comunicación de las personas discapacitadas. Obtenido de https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL0427620190503.pdf

- Congreso del Perú, 2020. Asociación coordinadora regional de defensa de los derechos humanos de las personas con discapacidad - Ica ACORDEH PCD – Ica partida SUNARP n°11123429 Obtenido de:
https://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2020/InclusionSocialDiscapacidad/files/pedidos_ciudadanos/201111
- Consejo de ministro. (2001). Ratifican la Convención Interamericana para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra las Personas con Discapacidad. DECRETO SUPREMO N° 052-2001-RE. Obtenido de
<http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/ds/052-2001-re.htm>
- Consejo Fiscal (2020). Análisis del Marco Macroeconómico Multianual 2021-2024. *Reporte Técnico N.º 005-2020-CF/ST* (pp. 6). Recuperado de <https://cf.gob.pe/wp-content/uploads/2020/10/RT-MMM-2021-2024-VERSION-FINAL.pdf>
- Cortez, I. & Cisterna, K (2015). *Beneficios de la inclusión, una perspectiva organizacional*. Aha! Global Consulting.
- CPI (2019) Perú: Población 2019 *Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública SAC*. Recuperado de
http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf
- Csikszentmihalyi M. (1975): «Beyond boredom and anxiety: The experience of play in work and games», en Jossey-Bass Publishers: San Francisco
- Cuevas, M., Villate, M. & Torres J. (2014) Diseño de un modelo de estructura organizacional que permita incluir a la población en situación de discapacidad a través de sus capacidades y habilidades tanto trabajadores como clientes en el sector de Restaurants (Revista de Investigación). Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.11839/740>
- Curioso Vilchez, I. (2014). *Visualizando lo invisible: experiencias subjetivas de personas adultas con discapacidad visual* (Tesis de maestría). Recuperada de
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/5631>

- 50 Best (2016). Latin America's 50 Best Restaurants. Sitio Web de <https://www.theworlds50best.com/stories/News/latin-america-50-best-restaurants-2016-the-list-in-pictures.html>
- 50 Best (2019). Latin America's 50 Best Restaurants. Sitio Web de <https://www.theworlds50best.com/latinamerica/en/list/1-50>
- 50 Best (2020). Latin America's 50 Best Restaurants. Sitio Web de <https://www.theworlds50best.com/stories/News/latin-americas-50-best-restaurants-2020-list-in-pictures.html>
- 50 Best (2021). La mayor cocinera del mundo 2021, patrocinada por Nude Glass. Sitio Web de <https://www.theworlds50best.com/awards/best-female-chef>
- Dans le noir?, *la experiencia de comer a oscuras guiado por invidentes* (2017). Recuperado el 3 de septiembre 2017, de <https://www.efe.com/efe/espana/gente/dans-le-noir-la-experiencia-de-comer-a-oscuras-guiado-por-invidentes/10007-3368641>
- Delgado, N. & Moscoso, J. (2018). *Diseño Interior Inclusivo para personas con Discapacidad Visual* (Tesis de grado). Recuperada de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8038>
- DIGEMISA. (2020). Norma sanitaria Restaurants Obtenido de: http://www.digesa.minsa.gob.pe/Orientacion/NORMA_SANITARIA_RESTAURANTS_SERVICIOS_AFINES_TIEMPOS_COVID-19.pdf
- Digesa. (2018) Resolución ministerial. Obtenido de: http://www.digesa.minsa.gob.pe/NormasLegales/Normas/RM_822-2018-MINSA.pdf
- Disan. (2022). Las tendencias de consumo para el 2022. Obtenido de:
- El Comercio. (2020). Coronavirus en Perú: El 60% de invidentes se quedó sin ingresos debido a la pandemia. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/coronavirus-en-peru-el-60-de-invidentes-se-queda-sin-ingresos-debido-a-pandemia-noticia/?ref=ecr>

- El peruano. (2019). ORDENANZA N° 386 Ordenanza que regula la obtención de certificación del cumplimiento de los principios generales de higiene para Restaurants y servicios afines. Obtenido de:
<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ordenanza-que-regula-la-obtencion-de-certificacion-del-cumpl-ordenanza-no-386mdsm-1791492-1/>
- ENEDIS (2012) *Primera Encuesta Nacional Especializada sobre Discapacidad 2012*
 Instituto Nacional de Estadística e Informática.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib1171/ENEDIS%202012%20-%20COMPLETO.pdf
- Enric-Francesc O. (2016). *Indicadores de Evaluación Cualitativos y Cuantitativos* Sitio Web:
<https://blog.grupo-pya.com/indicadores-de-evaluacion-cualitativos-y-cuantitativos/>
- Escorcía L. (2013). Plan de Negocios para la creación de un Restaurant en el que se cene en total oscuridad y en el que los meseros sean personas con discapacidad visual en la ciudad de Bogotá (Tesis para título profesional). Recuperada de repositorio.uniandes.edu.co
- Falcón, R. (2018). Condición laboral de las personas con discapacidad visual en Lima Metropolitana-2018 (Tesis de Título profesional). Recuperada de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/39121>
- Fernando Palacios (2020). Marketing Disruptivo para Restaurants. Recuperado a partir de [Marketing Disruptivo para Restaurants » Soy.Marketing](http://MarketingDisruptivo.com)
- García Aguado J, Sánchez Ruiz-Cabello FJ, Colomer Revuelta J, Cortés Rico O, Esparza Olcina MJ, Galbe Sánchez-Ventura J, Mengual Gil JM, Merino Moína M, Pallás Alonso CR & Martínez Rubio A., 2016. Valoración de la agudeza visual. *Pediatría Atención Primaria*. 2016;18(71):267 –74. http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1139-76322016000300019&lng=es&tlng=es
- Gastroeconomy (2015), Directorio con los 10 mejores Restaurants del mundo. Recuperado de <https://www.gastroeconomy.com/2015/06/directorio-con-los-10-mejores-Restaurants-del-mundo/>

- Gougoux, F., Zatorre, R. J., Lassonde, M., Voss, P., & Lepore, F. (2005). A Functional Neuroimaging Study of Sound Localization: Visual Cortex Activity Predicts Performance in Early-Blind Individuals. *PLoS Biology*, 3(2), e27.
<https://doi.org/10.1371/journal.pbio.0030027>
- Grandhotelier. (2019). Deberes y funciones de un mesero de Restaurant. Obtenido de:
<https://grandhotelier.com/wp-content/uploads/2019/08/Deberes-y-funciones-de-un-mesero-de-Restaurant.pdf>
- INEI (2019). *Estimaciones y Proyecciones de Población Nacional, 1950 – 2070*. Boletín Demográfico N° 38. Recuperado de
https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1665/index.html
- INEI. (2015). *Perú Caracterización de las Condiciones de Vida de la Población con Discapacidad, 2015* Instituto Nacional de Estadística e Informática.
<https://www.conadisperu.gob.pe/observatorio/estadisticas/peru-caracterizacion-de-las-condiciones-de-vida-de-la-poblacion-con-discapacidad-2015/>
- INEI. (2017). *Perfil sociodemográfico de la población con discapacidad, 2017*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado de
https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1675/libro.pdf
- INEI. (2017). *Perú Caracterización de las Condiciones de Vida de la Población con Discapacidad, 2017* Instituto Nacional de Estadística e Informática.
https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1591/libro.pdf
- Jerez, M. (2019). *Capacidades sensoriales, actitud parental ante la discapacidad y habilidades comunicativas en jóvenes sordociegos* [Tesis de maestría. Pontificia Universidad Católica de Colombia]. Repositorio Creative Commons.
<https://core.ac.uk/download/pdf/232127578.pdf>

- Jimenez, L, Mocha, J., Nuñez, C. & Rivera, D. (2019) Valoración de habilidades y destrezas en las personas con discapacidad visual para la inserción laboral. *Revista FIPCAEC*.
<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i4.130>
- Kim, H. & Kim, T. (2017). Emotional Intelligence and Transformational Leadership: A review of empirical studies. *Human Resource Development Review* (16)4, 377 – 393
- KPMG. (2021). *La importancia de la medición de impactos* Sitio Web:
<https://home.kpmg/mx/es/home/tendencias/2019/01/true-value-la-importancia-de-medicion-de-impactos.html>
- Laestrella, 2019. La Diplomacia Gastronómica del Perú en Panamá. Obtenido de:
<https://www.laestrella.com.pa/cafe-estrella/gastronomia/150318/peru-panama-diplomacia-gastronomica>
- López, D., & Peñalosa, M. (2021). Relación entre la actitud ambiental y la compra de productos socialmente responsables en los consumidores de Medellín, Colombia. *SCIELO*, 22(1), 1–17. <https://doi.org/10.22267/rtend.202102.152>
- Luna, G. & Montes, T. (2017) Inclusión Laboral de personas en condición de discapacidad física en el sector servicios (Call centers) (Tesis para Maestría) Recuperada de:
https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/886/ARA-Spa-2017-Inclusion_laboral_de_personas_en_condicion_de_discapacidad_fisica_Trabajo_de_grado.pdf;jsessionid=00561FDB628ECEE8528A14DD36520CEE?sequence=1
- Maitte Sutto (2021). Entrevista implementación de Restaurant a ciegas, paso a paso.
 Recuperado a partir de (22) Entrevista Dans Le Noir - YouTube
- Marketing directo.com (2021). Disrupción en la cocina: así serán los Restaurants del futuro.
 Recuperado a partir de Disrupción en la cocina: así serán los Restaurants del futuro | Marketing Directo
- Medina, I. (2018). La revolución premiada. *El país*.
https://elpais.com/elpais/2018/05/24/estilo/1527199073_846924.html

- Mendiola Romero F. (2019) Inserción Laboral de las personas con discapacidad en la Municipalidad de Carabayllo. (Tesis para Maestría). Recuperada de:
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/41847>
- Mendoza, Z. (2019). *El control de costos y gastos en los Restaurants y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Anticuchos del Perú S.A.C. – “Panchita”* (Tesis de grado). Recuperada de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/2288>
- MIMP. (2012). *LEY N° 29973 GENERAL DE LA PERSONA CON DISCAPACIDAD*.
<https://www.mimp.gob.pe/webs/mimp/herramientas-recursos-violencia/contenedor-dgcvg-recursos/contenidos/Legislacion/Ley-general-de-la-Persona-con-Discapacidad-29973.pdf>
- MINEDU. (2003). Ley General de la Persona con Discapacidad LEY N° 27050. Obtenido de http://www.minedu.gob.pe/files/266_201109141525.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2018). Movimiento Turístico en Lima. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR_Lima_2018.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021). Presentación de la Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2021-2023. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/1736556-presentacion-de-la-estrategia-nacional-de-reactivacion-del-sector-turismo-2021-2023>
- Ministerio de Cultura – Oficina General de Estadística, Tecnología de Información y Comunicaciones (2019). *Compendio Estadístico Perú 2017* (pp 1402 - 1404). Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1483/cap22/cap22.pdf
- Ministerio de Cultura (2018) *I Encuesta Nacional Percepciones sobre Diversidad Cultural y Discriminación Étnico-racial* IPSOS Public Affairs
<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-03/percepciones-sobre-diversidad-cultural-y-discriminacion-etico-racial.pdf>

Ministerio de Salud. (2005). Norma sanitaria para el funcionamiento de Restaurants y servicios afines resolución ministerial N° 363-2005/MINSA. Obtenido de : http://www.munives.gob.pe/WebSite/infor-meta20/NORMA%20SANITARIA%20PARA%20EL%20FUNCIONAMIENTO%20DE%20RESTAURANTS%20Y%20SERVICIOS%20AFINES%20%20RESOLUCIO N%20MINISTERIAL%20363-2005%20MINSAsfunc_Restaurants.pdf

Ministerio de Salud. (2012). Resolución Ministerial 308-2012 Minsa. Obtenido de : http://www.digesa.minsa.gob.pe/norma_consulta/RM-308-2012.pdf

Ministerio del Ambiente. (2018). *En el Perú solo se recicla el 1.9% del total de residuos sólidos reaprovechables*. <https://sinia.minam.gob.pe/novedades/peru-solo-se-recicla-19-total-residuos-solidos-reaprovechables>

Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo. (2021). *Información de mercado de trabajo en Perú a raíz del Covid 19*. <https://www2.trabajo.gob.pe/promocion-del-empleo-y-autoempleo/informacion-del-mercado-de-trabajo/>

Ministro de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción. (2001). Actualizan las normas técnicas NTE U.190 “Adecuación urbanística para personas con discapacidad” y NTE A.060 “Adecuación arquitectónica para personas con discapacidad” Resolución ministerial N° 069-2001-MTC-15.04 Obtenido de <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/rm/069-2001-mtc-15-04.htm>

Mora J. (2019). Sistema de mobiliario de cocina para personas con discapacidad visual a la mano (Tesis para título profesional). Recuperada de <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/889>

Municipalidad de Tacna (2022). Historia. Sitio Web de: <https://www.munitacna.gob.pe/pagina/sf/tacna/historia>

Munive, G. (2020). Centro Educativo para invidentes y débiles visuales en San Juan de Lurigancho (Tesis de Título profesional). Recuperada de <http://hdl.handle.net/10757/653215>

Obtenido de: <http://inversiondeimpacto.net/wp-content/uploads/2019/06/Manual-de-M%C3%A9tricas-e-indicadores-PROESUS.pdf>

OMS. (2020). Discapacidad y salud. Organización Mundial de la salud. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health>

OMS. (2021). Ceguera y discapacidad visual. Organización Mundial de la salud. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/blindness-and-visual-impairment>

OMS. (2021). *Ceguera y discapacidad visual*. Organización Mundial de la Salud. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/blindness-and-visual-impairment>

ONPE. (2002). Resolución Número: N° 341-2002-J/ONPE. Obtenido de <https://www.onpe.gob.pe/modMarco-Legal/Resoluciones/N341-2002-J.pdf>

ONU. (2020). *Covid-19 y los derechos de las personas con discapacidad: directrices*. Naciones Unidas Derechos Humanos Oficina de alto comisionado. https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Disability/COVID-19_and_The_Rights_of_Persons_with_Disabilities_SP.pdf

Onzaga, Y. & Vásquez, C., (2020). Producción sonora, entretenimiento para personas con discapacidad visual (Tesis de Título profesional). Recuperada de <http://hdl.handle.net/10554/5542>

Ordóñez, C. (2013). *La inclusión educativa de los estudiantes con necesidades educativas especiales, en sector norte de la Ciudad de Quito desde 2008 hasta 2012*. [Tesis de maestría, Universidad Politécnica Salesiana] Repositorio DSPACE <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6399/1/UPS-QT04861.pdf>

Osores, R., Pérez-Saavedra, S., Faustino-Sánchez, M., Vértiz-Osores, J., & Alain, L. (2019). *Tecnología de la Información y Comunicación en estudiantes del nivel primario en el marco de la educación inclusiva en un Centro de Educación Básica Especial*. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 146-164.

doi:<http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.266>

Palao, F. (2016). Prólogo. En *Organizaciones Exponenciales*. Madrid: Bubok Publishing S.L.

Persoltec (2020). Mapas hápticos Braille, lo mejor del Wayfinding en Guadalajara

Recuperado a partir de Mapas hápticos Braille, lo mejor del wayfinding en

Guadalajara. - Publibace Señalización | Impresión Digital y Señalética

Poma, R. (2018). “Condición laboral de las personas con discapacidad visual en Lima Metropolitana-2018” Obtenido de

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/39121>

Presidencia de la república, (2001). Reglamento de la Ley General de la Persona con Discapacidad Decreto supremo N°003-2000-PROMUDEH Obtenido de

<http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/ds/003-2000-promudeh.htm#:~:text=DECRETO%20SUPREMO%20N%C2%BA%20003%2D200%2DPROMUDEH&text=CONSIDERANDO%3A&text=%2D%20Aprobar%20el%20Reglamento%20de%20la,integrante%20del%20presente%20Decreto%20Supremo>

PRODUCE. (2020). Resolución Ministerial N°208-2020-PRODUCE. Reanudación de actividades económicas en materia de Restaurants y Servicios Afines en la modalidad de atención en salón con aforo al 40%, excepto bares; aprueban Protocolo Sanitario, y dictan otras disposiciones. Obtenido de:

<https://www.gob.pe/institucion/produce/normas-legales/818555-208-2020-produce>

PROESUS (2019). Manual de métricas e indicadores para emprendimientos sustentables

PROMPERU. (2018). *Perfil del turista extranjero. Turismo en cifras*. Turismo in.

https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_41_PERFIL%20DEL%20TURISTA%20EXTRANJERO%202018_compressed.pdf

[s_41_PERFIL%20DEL%20TURISTA%20EXTRANJERO%202018_compressed.pdf](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_41_PERFIL%20DEL%20TURISTA%20EXTRANJERO%202018_compressed.pdf)

PROMPERU. (2018). *Perfil del turista extranjero gastronómico. Turismo en cifras*. Turismo in. <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Sitio/Descargar?url=~/Uploads/secciones/covid/1111/Turismo%20Gastron%C3%B3mico.pdf>

Restauración news. (2020). *Dans le noir gana el #HotConcept20 al Fine Dining*. <https://restauracionnews.com/dans-le-noir-hot-concept-fine-dining/>

Röder, B., Kusmierk, A., Spence, C., & Schicke, T. (2007). Developmental vision determines the reference frame for the multisensory control of action. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 104(11), 4753-4758
<https://doi.org/10.1073/pnas.0607158104>

Ropero, Sandra (2020) Indicadores Ambientales, tipos y ejemplos. Obtenido de: <https://www.ecologiaverde.com/indicadores-ambientales-que-son-tipos-y-ejemplos-2759.html>

Sabando, S. (2016) *Inclusión educativa y rendimiento académico. Relación entre el grado de inclusión y el rendimiento académico en las escuelas públicas de primaria de Cataluña*. [Tesis de doctorado, Universidad de Barcelona]
http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/402901/DSSR_TESIS.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Sánchez A., (2020). *Inserción socio - laboral de las personas con discapacidad en la Región de Murcia. Análisis sociológico para la intervención social (Tesis para doctorado)*. Recuperada de <http://hdl.handle.net/10201/99832>

Sánchez, F. (2021). *Premios Internacionales de la gastronomía peruana*. Fidel Sanchez. <https://fidelsanchezalayo.com/premios-internacionales-gano-gastronomia-peruana/>

Santander, 2021. Herramientas y recursos para ayudar a tu empresa a expandirse globalmente. Sitio Web de: https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/chile/politica-y-economia?url_de_la_page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Fchile%2Fpolitica-y-economia&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser

- Simanca, F., Blanco, F., Carreño, P., & Cifuentes, C. (2018). El desarrollo de competencias en los nuevos entornos de aprendizaje. *Revista Avenir*, 2(1), 1-10. Recuperado a partir de <https://fundacionavenir.net/revista/index.php/avenir/article/view/22>
- Simonetta, C. D. (2017). Ética y liderazgo: la neutralidad no existe. *Ciencias Administrativas*, 5.
- Sinba. (2020). *Nuestro planeta tiene un problema de basura y los humanos lo hemos creado*. Sinba. <https://sinba.pe/>
- Statista, 2018. Rankin de países de América Latina más inclusivos según el Foro Económico Mundial, 2018. Sitio Web de: <https://es.statista.com/grafico/12687/las-economias-mas-sanas-de-latinoamerica/>
- Stevens, A. & Weaver, K. (2005). Auditory perceptual consolidation in early-onset blindness. *Neuropsychologia*, 43(13), 1901-1910. <https://doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2005.03.007>
- The Conversation (2020). *Una mirada crítica sobre los objetivos de desarrollo sostenible*. Sitio Web de: <https://theconversation.com/una-mirada-critica-sobre-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-138430>
- Tragaldabas. (2017). *Dans le Noir? Una cita a ciegas*. Tragaldabas profesionales. Sitio Web de: <https://www.tragaldabasprofesionales.com/dans-le-noir-madrid/>
- Ugarte, B. (2010). Falsos mitos sobre los ciegos (Blog Infociegos). Obtenido de: info@infociegos.com
- Umeres, L. (2011). *Análisis y Evaluación del Plan de igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad*. Aportes de la Gerencia Social para mejorar las políticas de discapacidad en el Perú. [Tesis de maestría. Pontificia Universidad Católica del Perú]. Red Iberoamericana de Expertos en la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad. http://repositoriocdpd.net:8080/bitstream/handle/123456789/67/Tes_AguilaUmeresL_M_AnalisisEvaluacionPlan_2011.pdf?sequence=1

- UNESCO. (2014). *Ciudad del Cusco Patrimonio Cultural*. Patrimonio cultural y turismo sostenible. <https://catedraunesco.usmp.edu.pe/2018/08/21/ciudad-del-cusco-patrimonio-cultural/#:~:text=La%20ciudad%20del%20Cusco%20fue,la%20agricultura%20y%20la%20artesan%C3%ADa.>
- UNSTATS. (2020). *Marco de indicadores mundiales para los Objetivos de Desarrollo Sostenible y metas de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Marco de indicadores mundiales para los Objetivos de Desarrollo Sostenible y metas de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. https://unstats.un.org/sdgs/indicators/Global%20Indicator%20Framework_A.RES.71.313%20Annex.Spanish.pdf
- Ureña Sebastián (2019). *Invisibilizados. Discriminación hacia los invidentes de Lima* (Tesis de Título profesional). Recuperada de <http://doi.org/10.26439/ulima.tesis/10234>
- Vélez, V. (2015). *Educación inclusiva para personas con discapacidad en la provincia de buenos aires. un estudio de caso a partir de las representaciones sociales de los actores educativos de la escuela santa julia en tigre*. [Tesis de maestría, Universidad Flacso, Argentina] Repositorio Flacso Andes <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/9563/2/TFLACSO-2016VVP.pdf>
- Vilcanqui, Y. (2017). *Autonomía, seguridad y movilidad desde el punto de vista de la persona en condición de discapacidad visual en la ciudad de Lima* (Tesis de grado). Recuperada de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9393/VILCANQUI_YUREMMY_MOVILIDAD_DISCAPACIDAD_VISUAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vilela, C. (2019). *La política de estado de equidad y justicia social y su influencia en la inclusión social de las personas con discapacidad de la Oficina Regional de Atención*

a la Persona con Discapacidad. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]

Repositorio César Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46492/Vilela_VCR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villarreal Fuentes, M.; Guzmán Lechuga, A.; Jaime Cepeda, M., 2017. Taller de plástica experimental para invidentes "Manos Mágicas". *Cultura Científica y Tecnológica*, [S.l.], n. 61, apr. 2017. ISSN 2007-0411. Disponible en:

<<http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/1627>>.

Zurdo Sánchez, M. (2015). *La Ceguera y la Baja Visión: Implicaciones en el Desempeño de las Actividades de la Vida Diaria* (Tesis de maestría). Recuperada de

<http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/14283/TFM-M253.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Apéndices

Apéndice A: Entrevistas

Entrevista N°1:

Datos personales

- Nombre // edad // sexo // distrito // hijos
 - Luis Omar Sánchez Bobadilla, 26 años, Villa el Salvador, 0 hijos.
- ¿Qué le motiva a usted en su día a día? ¿Cuáles son sus anhelos y metas?
 - Salir a adelante, ayudar a mis padres económicamente y no ser una carga.
- ¿Qué le hace sentir orgulloso? ¿Qué le hace sentir avergonzado?
 - Luchar cada día, poder trabajar. Anteriormente, si me sentía muy avergonzado de salir a las calles cuando perdí la vista, sentí vergüenza que las personas me ayuden en la calle y yo no sé los pida. Esperaba el carro y de la nada me daban dinero.
- ¿Cuál es su rutina diaria, fines de semana? ¿Tiene algún emprendimiento? ¿Actividad laboral? ¿Dónde aprendiste eso?
 - Sábado y domingo estoy con mi familia o a veces salgo con mi enamorada. Iba a iniciar un centro de terapia, pero con la pandemia ya no pude, se presentaron algunos gastos en mis padres y su salud, ahora trabajo en un centro de terapia, pero no gano lo mismo, porque se ha reducido el aforo, las personas tienen miedo de ir. Estudie en el instituto Carrión un año, luego en la cruz roja de camino del inca.
- ¿Con quién vives en tu hogar?
 - Vivo con mis padres y dos hermanos.
- ¿Cuál es su experiencia cuando sale a la calle? ¿Cómo se siente?
 - Inseguro, por ejemplo, hace poco me paso algo muy triste, Sali del trabajo 8pm, estaba esperando mi carro y un chico de la nada me hincó el cuello con un cuchillo y se fue, eso me hizo dar cuenta que nadie está seguro en las calles y que existe la discriminación, tuve miedo, pero una señora me limpió la herida, llegue a casa mi familia también me curo, fui a poner la denuncia.
- ¿Quiénes son tus amigos? ¿Forma parte de algún grupo con quienes compartes experiencias?

- Ahora, son los compañeros de trabajo, ya que por la pandemia no puedo reunirme con mis otros amigos. Con mi chica también salgo, ella tiene 26 años.
- Por la coyuntura ¿Cuáles son los cambios que has percibido en tu día a día? ¿Como has pasado esta etapa de pandemia?
 - Al principio, asustado, temeroso, he sentido que no cambia nada, existen reglas de reducir el aforo en los carros, pero subo y las personas están paradas, es más no ceden el asiento reservado.
- Si le concediera un deseo, o la oportunidad de cambiar algo, cuando sale de su casa para trabajar o realizar alguna actividad ¿Cuál sería ese cambio?
 - Pediría volver a ver y recuperar mi visión, cambiar de carácter. A veces me falta motivarme a mí mismo, tengo muchos deseos, pero tengo temor de seguir el siente pase.
- Coménteme alguna experiencia buena y segura que haya pasado y que le haya impactado mucho.
 - Saber que fuera de mi casa existe un mundo, porque cuando perdí la visión estuve 4 años encerrado, sin querer salir ni hacer nada. Tenía miedo salir, pero mis padres me apoyaron, me llevaron a un centro de rehabilitación con jóvenes que padecían lo mismo y entendí que aún estoy vivo, debo agradecer por aun estar con mi familia. Perdí la vista por un tumor, lo tengo desde pequeño, pero recién a los 13 años mis padres se dieron cuenta y ya era muy tarde.

Entrevista N°2:

Datos personales:

1. Nombre // edad // sexo // distrito // hijos
 Andreina Pérez, 21 años, mujer, vive en Surquillo. Es de Venezuela: Caracas
 No tiene hijos, pero le encantaría tener 2 hijos.
2. ¿Qué le motiva a usted en su día a día? ¿Cuáles son sus anhelos y metas?
 Me motiva mi familia, ya que no los tengo en Perú (ellos están en Venezuela), tengo dos años viviendo en Perú. Salí de Venezuela para ayudarlos económicamente, también vine para buscar un mejor futuro, ellos están tranquilos que aquí me vaya mucho mejor que en Venezuela. Vine a Perú con mi novio y suegra. Mis sueños y metas sería regresar a mi país, es cierto que económicamente me va bien, pero me es un poco difícil acostumbrarme, sobre todo estar sin la familia. Me gustaría seguir ahorrando, volver a Venezuela y aperturar un centro de masajes terapéuticos porque en Perú aprendo sobre la terapia, en un masaje puedes detectar algún problema de columna y los puedes mejorar (cervicalgia, lumbalgia). En Venezuela cuando existen estos problemas, las personas buscan a los médicos y los médicos solo te recetan medicina, inyecciones, ayuda, pero la terapia es una medicina alternativa.
3. ¿Qué le hace sentir orgulloso? ¿Qué le hace sentir avergonzado?
 La crianza que he recibido de mis padres ha hecho de mí una persona de bien. No existe algo que me haga sentir avergonzada.
4. ¿Cuál es su rutina diaria, fines de semana? ¿Tiene algún emprendimiento? ¿Actividad laboral? ¿Dónde aprendiste eso?
 Entre semana salgo de mi casa a las 9:20 am, voy al trabajo terapia de 10 am a 8pm, los pacientes conversan mucho, me cuentan sus emociones. Luego voy a casa, ayudo a cocinar. 10pm a 11pm voy a dormir. Los sábados y domingos aprovecho para salir, caminar un poco. Aprendí a dar masajes terapéuticos en Venezuela en un instituto de invidentes, pero aquí en Lima-Perú he mejorado mis técnicas.
5. ¿Con quién vives en tu hogar?
 Vivo con mi suegra y novio, nos llevamos bien, no es siempre fácil vivir con la suegra, pero hemos aprendido a tolerarnos y llevarnos bien.
6. ¿Cuál es su experiencia cuando sale a la calle? ¿Cómo se siente?
 Me siento tranquila, me ayuda mucho que hay líneas guías en las aceras. En Surquillo conozco bastante bien mi ruta (Av Angamos), siempre hay gente que ayuda y uso el

aplicativo Lazarillo (aplicativo para invidentes, te da la ubicación actual y te indica que posibles negocios hay a tu izquierda o derecha, puedes escribir la dirección y te indica; lo malo de este aplicativo no menciona lugares actualizados.

7. ¿Quiénes son tus amigos? ¿Forma parte de algún grupo con quienes compartes experiencias?

Mis compañeros de trabajo y mis amigos de Venezuela (conversamos por whatsapp).

8. Por la coyuntura ¿Cuáles son los cambios que has percibido en tu día a día? ¿Como has pasado esta etapa de pandemia?

Usar mascarilla, no tocarme la cara, la higiene. Para nosotros los invidentes es muy complicado, porque nuestros ojos son las manos (vas a comprar y ya no puedes tocar las cosas que vas a comprar y eso es bastante tedioso).

9. Si le concediera un deseo, o la oportunidad de cambiar algo, cuando sale de su casa para trabajar o realizar alguna actividad ¿Cuál sería ese cambio?

Regresar a mi país con mis ahorros y estar con mi familia.

10. Coménteme alguna experiencia buena y segura que haya pasado y que le haya impactado mucho.

Muchas cosas, hacer amigos muy rápido, poder trabajar, no tener malas experiencias. Perdí la visión de nacimiento, glaucoma congénito (existencia de anomalías que provocan un aumento de la presión interna del ojo, dañando al nervio óptico, órgano encargado de transmitir la información visual al cerebro, y que se suele dar en los primeros meses de vida del niño).

Entrevista N°3:

Datos personales

1. Nombre // edad // sexo // distrito // hijos

Mi nombre es Alejandro, tengo 1 hijo de 3 años, su nombre es José Adrián. Vivo en Surquillo. Perdí la vista cuando tenía 18 años por un golpe, desprendimiento de retina. Me encontraba estudiando cuando tuve este accidente. Los primeros 3 años estuve en rehabilitación, luego inicié un emprendimiento con bicicletas.

2. ¿Qué le motiva a usted en su día a día?
¿Cuáles son sus anhelos y metas?

Mis metas son crecer profesionalmente, actualmente trabajo y dicto clases particulares. Mi meta más adelante es tener

un instituto para capacitar en masoterapia, quiropraxia, reflexología, shiatzu, tengo 18 años realizando masajes

3. ¿Qué le hace sentir orgulloso? ¿Qué le hace sentir avergonzado?

Soy técnico en fisioterapia, estudie en diferentes institutos. Me siento orgulloso de lo que he logrado hasta el momento a pesar de mi discapacidad. Tuve la oportunidad de trabajar en una ONG haciendo labor social, gracias a mi especialización pude capacitar a muchas personas a nivel nacional durante 2 años.

Me siento avergonzado cuando subo a los autobuses y las personas creen que subimos a vender algo o a pedir limosna cuando sólo quiero movilizarme. La gente me dá monedas y me siento avergonzado por eso.

4. ¿Cuál es su rutina diaria, fines de semana? ¿Tiene algún emprendimiento? ¿Actividad laboral? ¿Dónde aprendiste eso?

Me levanto temprano, voy al mercado. Compro todo lo necesario para mi hijo. A las 9y30am estoy en el trabajo hasta la noche. Los fines de semana paso los días con mi hijo hasta que abra los cursos talleres los domingos de 9am a 1pm.

Mi meta a largo plazo es generar un instituto.

5. ¿Con quién vives en tu hogar?



Vivo con mi familia y mi hijo.

6. ¿Cuál es su experiencia cuando sale a la calle? ¿Cómo se siente?

Cuando sales a la calle las personas creen que sales a vender algo o pedir limosna y eso es bastante incómodo.

7. ¿Quiénes son tus amigos? ¿Forma parte de algún grupo con quienes compartes experiencias?

Tengo varios amigos y grupos de whatsapp que trabajamos en lo mismo y que tienen la misma discapacidad.

8. Por la coyuntura ¿Cuáles son los cambios que has percibido en tu día a día? ¿Cómo has pasado esta etapa de pandemia?

La pandemia nos ha afectado muchísimo, hay días que estamos “pasando moscas” tenemos que realizar campañas de comunicación y publicidad. Más de 4 meses sin laborar, la situación es complicada. Estábamos a punto de perder nuestro local, a dios gracias tenemos familiares que nos prestaron dinero.

9. Si le concediera un deseo, o la oportunidad de cambiar algo, cuando sale de su casa para trabajar o realizar alguna actividad ¿Cuál sería ese cambio?

Existen muchas cosas para cambiar como infraestructura mejorar accesos a lugares. Las personas con discapacidad tenemos un carnet de conadis, el estado según el nivel de discapacidad te coloca en una categoría, pero considero que no debería ser así ya que la persona ya tiene una desventaja frente a alguien que ve.

10. Coménteme alguna experiencia buena y segura que haya pasado y que le haya impactado mucho.

Este trabajo me ha permitido conocer a muchas personas conocidas en el medio como políticos, artistas, etc. Un día conocí a Verónica Linares, Gunter, Dr Mario Moreti, etc. Cuando te llaman para realizar masajes a domicilio tuve la oportunidad de conocer personas conocidas en el medio.

Tuve una experiencia mala que me impacto mucho, se dio cuando estuve tratando a una persona quien convulsionó, fue una situación difícil felizmente estudié primeros auxilios y pude ayudar a esta persona.

Entrevista N°4:

1. Nombre // edad // sexo // distrito // hijos

Lucía Victoria Valenzuela Escobar, teléfono 985421061, 44 años, 3 hijas, vive en Chorrillos con sus hermanos, madre.

2. ¿Qué le motiva a usted en su día a día? ¿Cuáles son sus anhelos y metas?

Es masajista terapéutica a domicilio (no tiene un local), necesita trabajar para mantener a sus 3 hijitas, es más el atender a domicilio permite que ella se organice y tenga tiempo con sus hijas. Su esposo también trabaja, pero considera que no es la misma atención del padre que una madre. Estudió con varios profesores en la Cruz Roja en Surco, se capacitó mucho con Julio Llocota en CERCIL (centro de rehabilitación de ciegos en Lima) y con Gutiérrez en CERCIL, es necesario hacer muchos cursos, ya que les permite actualizarse. También hizo cursos en la Unión Nacional de Ciegos. El motivo para salir adelante de su día a día son sus hijas y ella misma. Se considera una persona fuerte, le gusta afrontar los retos diarios. Sus metas y anhelos ahora son sacar adelante a sus hijas. Su hija mayor ya terminará la secundaria y desea que tenga una profesión.

3. ¿Qué le hace sentir orgulloso? ¿Qué le hace sentir avergonzado?

Le hace sentir orgullosa su familia, sus hijas ya que se están formando con valores. A pesar de su discapacidad visual siente que sí se puede salir adelante con una familia.

A veces hay personas que sienten vergüenza por pedir un favor, o sentir que las otras personas no quieren ayudarte (cruzar la pista, tomar el carro, etc.) Ejemplo: Una vez pidió que la ayuden a tomar el carro y la persona no la ayudó, la ignora. En la calle siente que la miran demasiado, tiene miedo por la delincuencia, pero se siente orgullosa cuando llega al destino.

4. ¿Cuál es su rutina diaria, fines de semana? ¿Tiene algún emprendimiento? ¿Actividad laboral? ¿Dónde aprendiste eso?

Tiene muchos amigos (as), lamentablemente por la pandemia ya no pueden salir. Sin embargo, por whatsapp mantienen su amistad, Facebook, llamadas. Antes salían en grupo de invidentes, se han perdido, pero llegaron al lugar donde querían, compartían comida. Tiene problema de invidencia desde hace 23 años, fue poco a poco la pérdida de visibilidad, después que tuvo su primera hija comenzó a perder la vista, al poco tiempo perdió por completo la visión. La pandemia le da ansiedad, escuchar las noticias, las muertes, ella tiene hipertensión, cuando nació su hija la mayor (7 meses) y quedó con la presión alta.

5. ¿Con quién vives en tu hogar?

Vive con su esposo, madre, hijas, hermanos y cuñados. Les dio COVID, pero superaron, todos están bien.

6. ¿Cuál es su experiencia cuando sale a la calle? ¿Cómo se siente?

Inseguridad, miedo por la delincuencia. Siente miradas, discriminación. Hay personas que no quieren ayudar a cruzar la pista.

7. ¿Quiénes son tus amigos? ¿Forma parte de algún grupo con quienes compartes experiencias?

Si, antes salía con su grupo de amigos invidentes.

8. Por la coyuntura ¿Cuáles son los cambios que has percibido en tu día a día? ¿Como has pasado esta etapa de pandemia?

Pasa más tiempo con sus hijas, pero siente pena por las muertes y personas enfermas. Extraña salir con sus amigos o sus hijas, comer helado.

9. Si le concediera un deseo, o la oportunidad de cambiar algo, cuando sale de su casa para trabajar o realizar alguna actividad ¿Cuál sería ese cambio?

Recuperar la visión, ver a sus hijas correr, ver el SUNSET, vive por chorrillos y recuerda que era lindo. Quiere ver el rostro de sus hijas.

10. Coménteme alguna experiencia buena y segura que haya pasado y que le haya impactado mucho.

La experiencia bonita, el poder ser madre, es lindo.



Entrevista N°5:

Datos personales

1. Nombre // edad // sexo // distrito // hijos
Elizabeth Estefania Reyes Hernandez 36 años vivo en Barranco tengo 2 hijos de 5 y 9 años: Mariana y Gonzalo.
2. ¿Qué le motiva a usted en su día a día? ¿Cuáles son sus anhelos y metas?
Me motivan mis hijos. Mis metas es contar con un trabajo estable, sueldo fijo para poder cubrir mis necesidades. Me gustaría estudiar y promover el trabajo para las personas con discapacidad.
3. ¿Qué le hace sentir orgulloso? ¿Qué le hace sentir avergonzado?
Me siento orgullosa por mi fuerza, la actitud que tengo, constancia, perseverancia, lo comunicativa que soy. Me molesta la falta de solidaridad y oportunidad que existe para las personas con discapacidad visual. Hay un gran desinterés de la sociedad para insertarnos.
4. ¿Cuál es su rutina diaria, fines de semana? ¿Tiene algún emprendimiento? ¿Actividad laboral? ¿Dónde aprendiste eso?
De lunes a sábado trabajo aquí desde las 10:00am hasta las 8:00pm. El domingo paso tiempo con mis hijos. No tengo un emprendimiento personal, pero estoy buscando oportunidades para poder sobreponerme de esta pandemia. No somos muchas personas con discapacidad, pero si con muchas necesidades y el estado no nos apoya. Considero que podemos realizar actividades como locución, teleoperadoras, ejecutiva de call center, etc. Las personas invidentes podemos utilizar lectores de pantalla para desempeñarnos en cualquier labor.
Me gustaría aprender reflexología para poder colocar un emprendimiento de masajes.
5. ¿Con quién vives en tu hogar?
Vivo con mis padres, mis hermanos y mis hijos.
6. ¿Cuál es su experiencia cuando sale a la calle? ¿Cómo se siente?
En lo personal me he topado con personas que me han apoyado mucho. Considero que las pistas y veredas no están adecuadas para personas con discapacidad visual. Yo me ubico porque conozco las rutas, pero existen muchas cosas que hacer
7. ¿Quiénes son tus amigos? ¿Forma parte de algún grupo con quienes compartes experiencias?

Tengo amigos fuera muy pocos viven cerca. Casi no salgo con amigos.

8. Por la coyuntura ¿Cuáles son los cambios que has percibido en tu día a día? ¿Cómo has pasado esta etapa de pandemia?

He percibido más orden. Por lo que escucho hay más limpieza dentro de los buses. El covid-19 ha ayudado mucho a la naturaleza, se ha desintoxicado. Eso considero que es algo positivo.

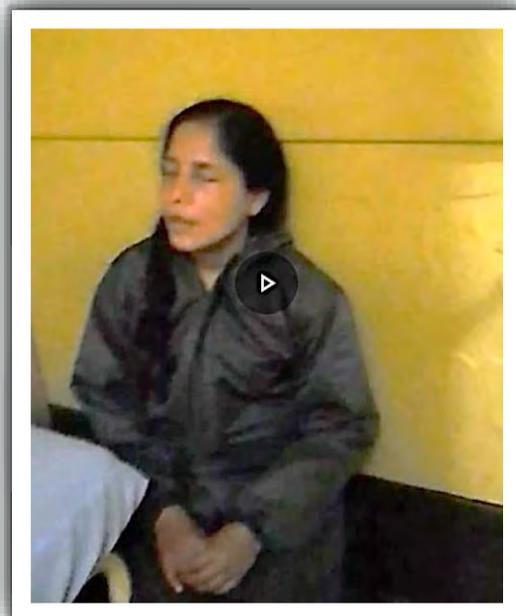
9. Si le concediera un deseo, o la oportunidad de cambiar algo, cuando sale de su casa para trabajar o realizar alguna actividad

¿Cuál sería ese cambio?

Más oportunidades de trabajo.

10. Coménteme alguna experiencia buena y segura que haya pasado y que le haya impactado mucho.

No me ha tocado vivir una experiencia bonita. La vista la tuve hasta adolescente y durante ese tiempo mi casa fue una guardería donde aprendí muchas cosas sobre crianza de niños lo que me ayuda a criar ahora a mis hijos a pesar de esta discapacidad.



Entrevista N°6:

Datos personales

1. Nombre // edad // sexo // distrito // hijos

Mi nombre es Lisbeth Salazar Pancallano, tengo 42 años, vivo en el distrito de Surquillo, tengo mi familia ya formada, tengo un pequeño de 3 años, con el tema de la invidencia casi 9 años.

Yo nací de niña con catarata congénita, desde que nací he estado en hospitales y operaciones con respecto a la catarata, miopía, estrabismo, pero a los 15 años me pudieron operar y parar la catarata, nací con el ojo izquierdo viendo, el ojo derecho no, es un ojo perezoso así le dicen, me he realizado solo con el ojo izquierdo y gracias a rayo láser he podido realizar toda mi educación, inicial

primaria, secundaria y nivel superior, soy una persona super preparada, tengo dos carreras superiores, y ser masajista sería la tercera la que actualmente estoy ejerciendo, 15 años me ayudaron con el tema de la catarata pero a los 17 años en el transcurso de la universidad me detectaron un glaucoma consecuencia de tener cataratas, el glaucoma es una enfermedad de presión ocular alta, existe un líquido que debe de circular por un conducto acuoso, cuando ese conducto se obstruye se dice que uno tiene glaucoma, que normalmente le da a las personas mayores de 60 años de mil personas a uno le puede dar esta enfermedad como me dio a mí.

Al comienzo mi mamá me apoyaba mucho con los controles, pero cuando uno es joven 17 años en la universidad, te crees el dueño del mundo y dices no mamita no me hecho esas gotas, no me va a pasar nada, yo no voy a ser cieguita le decía a mi mamá y así iba pasando el tiempo los años y no tenía los cuidados necesarios, si sentía que veía menos pero no le tomaba importancia, pero si terminé mi primer carrera, soy química farmacéutica y después estude educación , estude en la universidad Garcilaso de la



Vega las dos carreras y acabé las dos carreras con buena visión pero con el transcurso de los años en ejecución de mis dos carreras mi visión empezó a bajar y un día que estaba ejerciendo la docencia enseñando a niños de tres años recogí un rompecabezas y cuando me volví a levantar se 'puso todo oscuro de un momento a otro entonces me senté y me asusté y cuando mi visión volvió a la normalidad ya no era con la intensidad que tenía bajo un 80% y allí empezó el declive de mi baja visión, ya no pude seguir trabajando con niños, tuve que dejar mis trabajos, pasé por un proceso de depresión, en el años 2007 me rehabilité en el colegio Luis Braille, no me gustaba pero lo tuve que hacer y a la par empecé a estudiar terapias alternativas y hasta ahora tengo nueva años un poco más de ser invidente y el mundo no se acaba.

2. ¿Qué le motiva a usted en su día a día? ¿Cuáles son sus anhelos y metas?

En realidad, mi mayor motivación es mi pequeño mi José Adriano, él es todo, el abarca todo mi ser, todos mis sueños mis anhelos; no pensé ser madre porque en mi enfermedad el medico me dijo que lo mío era de nacimiento y que mis hijos iban a nacer con mi mismo problema , cuando me casé hice un pacto con mi esposo de no tener hijos, pro van pasando los años y sientes que algo te falta y uno piensa trabajo tanto y para quien trabajo o a quien voy a dejar todo, así que un día fui al mi médico de cabecera y es así que decidí embarazarme y es lo mejor que pude haber hecho, es lo que em motiva, el escuchar a mi hijo, levantarme al lado de mi osito y tan solo escucharlo y oírlo decir ¡Hola mamá!, eso me alegra, por ello mi sueño es crecer más como profesional como persona , ser luz para los demás y que mi hijo se sienta orgullosos de su mamá y de su papá.

3. ¿Qué le hace sentir orgulloso? ¿Qué le hace sentir avergonzado?

Me hace sentir orgullosa es ser una hija de Dios, gracias a él me pude levantar y rehabilitar, fue difícil en la época que perdí la visión, pero gracias a Dios y a mi familia pude superarlo, me siento orgullosa además d estar donde estoy y es gracias a Dios y por mis compañeros de trabajo, mi esposo que es una excelente persona, mi hijo. Cuando perdí la visión pensé, quien se va a fijar en esta cieguita y feíta, pero cuando conocí ya Dios y lo tomé en mi vida e hice las paces con él me empecé a ver hermosa preciosa una princesa porque Dios dice que somos sus princesas, entonces decidí darme una oportunidad con un propósito que la gente voltee a mirarme porque tengo que ser luz y motivación para muchas personas.

4. ¿Cuál es su rutina diaria, fines de semana? ¿Tiene algún emprendimiento? ¿Actividad laboral? ¿Dónde aprendiste eso?

Mi rutina de lunes de sábado, bueno soy ama de casa, soy mamá, soy empresaria, soy amiga, soy jefa, siento que tengo muchos hijos en el trabajo con todos mis compañeros. Me levanto en las mañanas, espero que la nana llegue a casa para dejarlo con mi hijo, organizo los almuerzos y los desayunos con la nana, mi esposo se va temprano a trabajar, llego a mi trabajo entre las 10 a 10:30 aprox. Toso el día estoy en el trabajo de masajes, hasta las 7:30. Llego a casa en la noche tiro el celular, me baño me desinfecto y a dedicarnos al osito, hasta que llegue su papá, compartimos los juegos, cenamos juntos en familia, a las 10:30 máximo todos a dormir. Los domingos que no se trabaja nos dedicamos por completo a nuestro hijo el osito, nada de amigos, nada de celulares.

Si mi emprendimiento de la empresa de masajes, con dos sedes, creo que las mujeres tenemos ese empuje de avanzar un poco más, ese empuje. Esto inicio por que un día yo me canse de trabajar en un lugar de masajes donde nos trababan bien, nos ponían muchas trabas y un día me puse a pensar, ¿Será tan difícil poner un centro? y fue así que me inicie. Con mi esposo cuando aún éramos enamorados empezamos en un mercado en Surquillo solo sábados y domingos, pasamos luego aun centro comercial y con el tiempo la sede 2.

No ha sido fácil en nuestra condición ha sido muy difícil avanzar.

Mi esposo es una persona pausada, pasiva, emprendedor pero muy reservado. Yo soy aventada, avezada, me gusta intentar cumplir el objetivo que estoy pensando, al inicio motivé a mi esposo, al inicio no quiso, entonces le dijo, bueno si no quieres tu lo haré yo sola y voy a poner un letrero y voy a poner se busca y así fue que lo motivé hasta llegar donde estamos.

5. ¿Con quién vives en tu hogar?

Cuando decidí juntarme con mi esposo, decidimos vivir solos lejos de la familia, al inicio los dos solos y ahora los tres con mi hijito, solo los tres y la ayuda diaria de una nana, en horario de trabajo.

6. ¿Cuál es su experiencia cuando sale a la calle? ¿Cómo se siente?

Soy bien práctica, antes de la pandemia iba y volvía del trabajo en taxi, no porque no me gustara usa transporte público, sino porque me gusta invertir bien el tiempo, porque el tiempo para mi es valioso, pasar tiempo con mi bebe y el traslado rápido al trabajo, pero si me he subido a una combi pocas veces antes de pandemia, ahora nos

encontramos en coyuntura, estamos en época de pandemia y me subo en autobuses y me tengo que pelear con los choferes de la combi, y como ahora me dicen mis amigos, que ahora soy una persona de carne y hueso, me dicen que me he vuelto terrenal, porque ahora ya no uso taxi. Ahora me voy por las veredas, me peleo con los huecos, piso popo de perro, me choco con las rejas.

Yo soy muy gruñona y siento mucho los obstáculos, hay mucha gente que piensa que pueden hacer lo que quiera en la calle o no te ayuda y siento que hay mucha insensibilidad, y muchos o quieren que uno lo agarre, entonces como me va a ayudar a cruzar, pero bueno. Me subo a una combi pago mi pasaje, me siento a veces muy incómoda, porque me dejan lejos de mi paradero, hay mucha indolencia, egoísmo, te miran lástima, la gente piensa que por estar ciego reaccionan, uy no te acerques, uy es contagioso, uy pobrecito mira cómo se quedaron, entonces, mi día a día es pasar obstáculos desafíos, gente que no te quiere recoger, choferes que te cierran la puerta en la cara, por todo eso antes era super gruñona, pero ahora pienso , bueno si no quieres abrirme la puerta ya otro me la abrirá, porque la vida no está para hacerte mal tiempo, sino quiere bueno , va vendrá otro a recogerme.

7. ¿Quiénes son tus amigos? ¿Forma parte de algún grupo con quienes compartes experiencias?

Comparte mi entorno laboral como si fueran mis hijos, entonces, estoy atrás de ellos, loas niño, los aconsejo, los resondró, soy como la mamá gallina. Son mis hijos y mis patas. Hay fibras de amor en mi corazón, para escucharlos a ellos, cuando pasan por equis problemas. Mi entorno familiar muy cercana con mis 02 hermanas, mis cuñados, mis sobrinos. Tengo muchas amistades que no tienen esta dificultad.

8. Por la coyuntura ¿Cuáles son los cambios que has percibido en tu día a día? ¿Como has pasado esta etapa de pandemia?

El tema laboral se paralizó por 4 meses, en el rubro de masajes fue muy castigado, al retorno laboral se tuvo que cambiar e implementar todo tipo de protocolos de seguridad en desinfección de manos de calzado, de calzado, en materiales de desinfección, pistolas para desinfección directa, mamelucos productos faciales, mascarillas, gorros, con una inversión no planificada. La coyuntura golpeó muy duro, pero muchos pacientes de masaje nos han apoyado económicamente por lazos de amistad para

compartir con todo el equipo de trabajo y se ha compartido con todos pensando como grupo como una familia.

9. Si le concediera un deseo, o la oportunidad de cambiar algo, cuando sale de su casa para trabajar o realizar alguna actividad ¿Cuál sería ese cambio?

Me lanzaría al congreso para cortar algunas cabezas, ha existido gente con discapacidad en el congreso que solo han visto su lado lucrativo han visto el bienestar social de su gente con discapacidad en el Perú, que lograron ese puesto pintando flores y promesas y a la hora de la hora solo pensaron en ellos, el egoísmo, el yo, no se acuerdan de su entorno, me gustaría cambiar el modo de pensar desde la cabeza del estado, desde el presidente, consejo de ministros, porque si todo comienza desde la cabeza, es como el Papá que da el ejemplo, la cabeza da el ejemplo y todo empieza a tornarse bien pero si estamos entre coimas entre plata, entre lavado de activos, en tema de los discapacitados estamos al último o en el olvido y así coloquemos una bandera blanca nunca llega la ayuda, nunca. Muchos la estamos pasando mal porque la cabeza el padre la presidencia no piensa en el pueblo en los discapacitados, solo piensan en ellos y ellos no tiene necesidad y no ven a la gente que pasa necesidad, el cambio de gobierno debería hacerlo la gente que ven el día a día y así cambiaríamos esta sociedad, todo viene del pensamiento.

10. Coménteme alguna experiencia buena y segura que haya pasado y que le haya impactado mucho.

Uno de los primeros eventos fue cuando empezamos juntos a trabajar en una carpita de masajes con mi esposo en un mercadito de surquillo, fue un evento wow; un par de cieguitos, porque así nos llamaban las personas, que hacíamos un par de cieguitos armando una carpa que tienen sus palos sus techo, nadie se acercaban ayudar solo se les escuchaba murmurar, demoramos más de dos horas armando la carpa y al comienzo nadie venía a pero yo seguía fuerte, entusiasmada a jalar gente pero mi esposo metido en la carpa, avergonzado porque él vivía en surquillo, pero yo le decía sal, pero el vergonzoso porque él vivía en surquillo y decía me van a reconocer pero al final tuvo que salir y así perdió el miedo, eso fue uno de los mayores entusiasmo que tuve por que empezamos sábado y domingo y así cada fin de semana, hubo situaciones en que la gente te tira plátanos, los perros se orinan, la gente del mercado botaba agua cochina fuera de la carpa, no nos querían. Otro evento importante fue cuando pasamos con el negocio a un centro comercial, eso fue wow estamos en un centro comercial, con todos

los ahorritos empezamos este emprendimiento, con un número de Ruc, con boletas y todo y los dos trabajábamos juntos.

El otro momento fue pasar a un local propio, un lugar más grande con más cabinas es como si naciera hijos y los vemos crecer. Estos tres momentos fueron a nivel laboral. Lo mejor que me ha sucedido es cuando decidí ser mamá, eso si es que realmente me llana, creo que todo lo demás queda un poco opacado o a medias porque ser mamá es lo mejor, es la mejor profesión que la valga, decidí ser mamá a pesar de mi discapacidad porque sabía que no era fácil, sabía que sería un poco complicado porque yo me embaracé a los 38 años, con los miedos de que mi bebé podría venir con limitaciones quizá como yo, mi embarazo fue pésimo, me volví muy antisocial, cambio mi carácter, no hablaba con nadie, no trabajé, creo que fue una depresión pre parto, pero esa emoción fuerte de ser mamá es inexplicable, el sentir al bebe , el que se dé vueltas, en una sensación espectacular, entonces como persona empresaria me realicé, como mujer me casé, no hay nada que pueda impedir que una persona se desarrolle o logre cosas, la persona que no se desarrolla que se da por vencido es la persona que no le da la gana porque no lucha por miedo por temor, cuando uno quiere conseguir tiene que luchar.

Para mi ser farmacéutica al inicio no fue fácil antes en mi época de estudiante yo no hacía tesis llevé un ciclo más pero igual tenía que pasar por el jurado, una doctora que no estaba de acuerdo que yo me gradúe, ella decía que una ciega no debía graduarse y para mí “buena suerte” me tocó ella como jurado, pero no le di el gusto, eran 4 jurados y ella me quiso revolcar con una pregunta pero le miré fijamente a los ojos y le respondí, luego el jurado completo deliberó y el voto fue unánime me aprobaron y cuando me encuentro en el colegio químico con ella me dice como está doctora Herrera, que orgullo para mí.

La especialidad de educación lo hice con mi mamá, en esa época mi visión era más delicada mi madre me ayudó en esa carrera, pero es claro entonces que no hay lucha que uno no puede hacer, siempre lo que uno se ponga como meta, pensar que siempre habrá obstáculos pero patéalas, patéalas a la izquierda a la derecha, sigue de frente mira para todos lados, se muy sigilosa y desconfiada, no entregues todo a una persona es poco a poco, primero los dedos, las manos, el bazo y así poco a poco.

Un consejo para todos y que siempre comento a los chicos, todo de pende del pensamiento, lo que tu pienses. Lo conviertes en palabras, las palabras en actos, los actos en hábitos y tu habito forma tu carácter. Así tiene que ser ese es el orden para poder progresar.



Entrevista N°7:

Datos personales

1. Nombre // edad // sexo // distrito // hijos

Patricia Quispe Marticorena, tengo 41 años, soy madre de una hija de 15 años, vivo en San miguel, actualmente tengo un enamorado desde hace muchos años, no es el padre de mi hija, estuve casada por muy corto tiempo

2. ¿Qué le motiva a usted en su día a día? ¿Cuáles son sus anhelos y metas?

Mi motivación diaria es apoyar a mi familia, sobrevivir en este mundo que para todos está siendo muy complicado sobre todo en estos últimos meses, pero mi motivación diaria es apoyar a mis padres, sacar adelante a mi hija, y estar bien vivir de la mejor forma posible cada cosa por más pequeña que sea cada momento que se pueda disfrutar en familia eso me hace muy feliz. Entre mis metas y anhelos es tener un hogar como familia, ese es mi proyecto.

3. ¿Qué le hace sentir orgulloso? ¿Qué le hace sentir avergonzado?

No soy mucho de sentirme avergonzada, pero algo que si me puede malograr el día es cuando me siento frustrada, cuando intento hacer algo y no puedo o cuando me demoro mucho para hacer algo, no sé cuándo necesito ser más ágil, más rápido y por el problema visual me demoro o no puedo hacerlo eso si me si me hace sentir frustrada y definitivamente mal y por unas horas me puede malograr el día.

4. ¿Cuál es su rutina diaria, fines de semana? ¿Tiene algún emprendimiento? ¿Actividad laboral? ¿Dónde aprendiste eso?

Hasta antes de la pandemia trabajaba en un call center de un banco, mi rutina era me despertaba a la 5:30 am y me alistaba hacía ejercicio por 40 min me preparaba para el trabajo, prepara el desayuno para mi hija, yo prefería tomar desayuno en la oficina, porque con el tráfico horrible invertía como una hora y media en el transporte , una vez en mi trabajo recién tomaba desayuno descansaba, trabajaba desde las 9 am hasta las 7 de la noche, con intermedio para almorzar , al final del día retornaba a casa conversar y revisar las tareas de mi hija hablar con mi mamá sobre la salud de mis padres. Los fines de semana hacer ejercicios en la mañana hacer compras con mi hermano para la semana, salir con mi hija y mi pareja, o solo con mi pareja. Salir con los amigos la familia cumpleaños o de paseo o en verano a la playa, siempre tratando de socializar.

5. ¿Con quién vives en tu hogar?

Vivo con mis padres, mi hermano menor y mi hija ese es mi entorno, son todas las personas con quienes vivo y comparto mi día a día.

6. ¿Cuál es su experiencia cuando sale a la calle? ¿Cómo se siente?

Si me siento insegura en el sentido de los peligros que uno afronta en las calles un 50% insegura porque a veces tengo un poco de temor de pedir ayuda, he tenido malas experiencias al pedir ayuda a algunas personas o en situaciones que se han ofrecido a ayudarme, en este sentido por ejemplo, he querido pasar una pista al ir a mi trabajo en el centro de Lima y quería pasar una pista complicada y una persona se ofrece a ayudarme, pero entre que vamos conversando, caminando empiezan a hacer preguntas un poco invasivas, como ¿Qué hago? ¿A qué me dedico? ¿Cuántos años tengo?, preguntas innecesarias cuando yo solo quiero cruzar de un extremo a otro nada más, en verdad pasa de todo, yo no sé si tanta preguntadera es para distraerme y robarme o que, si después me pueden seguir o cosas así me hacen desconfiar, u otras preguntas como ¿Qué te ha pasado por qué no ves? ¿Qué enfermedad tienes? A veces voy con el tiempo justo para llegar a trabajar o algún compromiso y de pronto me llenan de preguntas me hacen sentir incómoda y la verdad a veces no se cuenta con el tiempo ni la disposición de dar explicaciones a desconocidos, esas son las experiencias que he tenido, felizmente de este tipo de experiencia me ha tocado un 10% y Dios es grande y muy buenas que equilibran esta situación, hay personas que sin tanta investigación te ayudan en lo necesario.

7. ¿Quiénes son tus amigos? ¿Forma parte de algún grupo con quienes compartes experiencias?

Mi entorno familiar es pequeño mi padres, mi hermano, mi hija, mis tías que son mayores y nos frecuentamos poco porque vivimos en distritos muy alejados, pero si tenemos un grupo de WhatsApp donde todos nos comunicamos con la familia casi todos los días, me preocupo por ellos porque son mayores, me llevo por lo general bien con toda la familia, me considero la engreída de todos, siempre me han tratado con mucho cariño en la familia por parte de mi madre. Tengo muchos amigos en el entorno de personas de invidentes que comparten la discapacidad, también tengo amigos del trabajo que no tiene esta discapacidad y en íntegro muy bien he tenido la suerte de conocer buenas personas, me llevo muy bien con la familia de mi pareja, me íntegro super bien, todos son personas muy amables y accesibles y nos llevamos muy bien, compartimos juntos, salimos con mucha frecuencia y por otro lado amigos que he ido

conociendo en los estudios y la amistad a trascendido más, considero que conozco a muchas personas, no considero amigos a todos porque hay diferentes grados de amistad pero si conozco mucha gente trato de integrarme he tenido mucha suerte en ese punto.

8. Por la coyuntura ¿Cuáles son los cambios que has percibido en tu día a día? ¿Como has pasado esta etapa de pandemia?

Si ha surgido algunos cambios por la coyuntura, el primer cambio es el aislamiento, en mi casa vivimos la cuarentena estrictamente desde que empezó desde marzo hasta que se acabó, no salíamos para nada, mi hermano y yo salíamos solo cuando era necesario, una vez a la semana, o cada 15 días ha hacer compras y regresábamos, siempre salíamos solo los dos para hacer las compras, vivimos cerca de Tottus solo cruzando la pista y esta era mi rutina. Ahora he notado que estamos más distanciado de la familia físicamente, pero me siento más cernada de los familiares, pero siento que tengo mas tiempo de conversar con ellos por teléfono por WhatsApp, estamos más comunicados a través de la tecnología. En relación con el desplazamiento me ha costado un poco al salir en agosto, me chocó mucho el estar pendiente de las señalizaciones para mantener la distancia social en las colas, a veces no me doy cuenta de las señales eso si a veces me tiene un poco tensa, aunque hay personas que te dicen señorita o señora debe pararse aquí , muy amables ellos, pero hay otros que empiezan a gritar, algo así como : No, allí no es la cola, respete la distancia, expresiones así pero de manera exaltada, sin querer te perturba pero claro a veces uno no se da cuenta, a veces cuando voy a comprar a la farmacia y no poder acercarse mucho al mostrador y claro con la mascarilla ya no se entiende bien cuando uno habla le pido un producto y no es cucha bien o el precio esos son los cambios que he podido notar.

9. Si le concediera un deseo, o la oportunidad de cambiar algo, cuando sale de su casa para trabajar o realizar alguna actividad ¿Cuál sería ese cambio?

Si me concedieran un deseo pediría menos indiferencia, que las personas sean más empáticas porque he notado que por eso las cosas se complican tanto para las personas con discapacidad que necesitamos apoyo y para los adultos mayores, es muy triste y lamentable y para los niños mismos como estamos expuestos a tantos peligros a que algo malo nos puede pasar o está pasando, simplemente quienes están cerca y porque no nos conocen o porque no somos parte de su familia o de su entorno pues ignoran la situación, nadie se quiere complicar o nadie quiere perder su tiempo ayudando a otros lo ven de esa forma , a veces notas que la gente está pasando muy rápido cuando te

desplazas a tu trabajo, todos queremos llegar al trabajo y por lo general entramos a la 8 o 9 de la mañana y hay personas pasan de lo más rápido o pasan por tu lado viendo que necesitas cruzar o acelerar el paso como ellos pero nadie es capaz de tomarte de la mano o ayudarte a pasar en ese momento personas que ven que la necesidad está llí pero no se detienen, yo noto allí la indiferencia.

10. Coménteme alguna experiencia buena y segura que haya pasado y que le haya impactado mucho.

Sobre qué experiencia he tenido que haya sido bonita, vamos tengo 41 años he tenido varias experiencias bonitas más de una en realidad, les voy a contar una que me hizo sentir muy bien y fue más de una vez , es una experiencia con mi trabajo, en el mi área de Call center hay un programa de incentivos para colaboradores, consistía en una maqueta de logros que se evaluaba por mes y te daban premios, vales de consumo o millas para canjear premios a cambio de cumplir con esa maqueta de desempeño para los colaboradores, inicialmente a todos nos pareció super complicado cumplir con esa maqueta por que faltaba que llegaras dos veces tarde en el mes y ya estaba descalificado ya no podías participar, tenías que tener un numero de atención de llamadas exitosas más de mil al mes para que te consideren también y tuve la suerte de ganar como 5 veces en un año un incentivo de eso y un reconocimiento a tu trabajo a tu esfuerzo y cumplir con una maqueta tan complicada y destacar en todo el call que era un 50 personas por grupo, para mí fue super especial ir a la premiación, he ido a la premiación esas cinco veces a recibir mi pin y todo la ceremonia , eso me encantó me hizo sentir super bien.

Entrevista N°8:

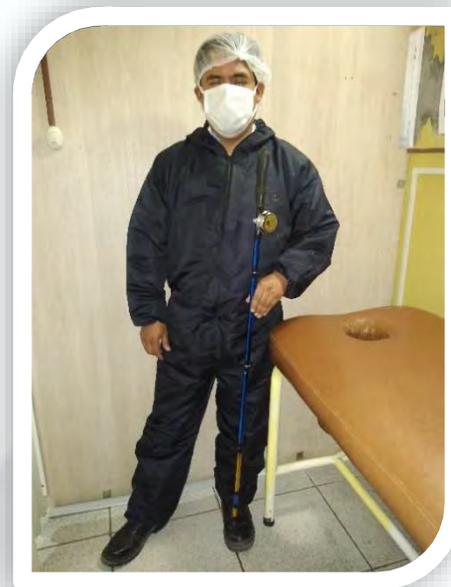
Datos personales

1. Nombre // edad // sexo // distrito // hijos

David Chirinos, de 37 años, del signo capricornio, su cumpleaños es el 4 de enero, vive en el distrito de Lima, soltero, sin hijos.

2. ¿Qué le motiva a usted en su día a día? ¿Cuáles son sus anhelos y metas?

Me motiva principalmente mi madre, mis hermanos, que por el momento no están trabajando, todo da vueltas en esta vida, así como hoy les doy la mano, ellos me la darán en el futuro. Mi hermana tiene 18 años y está con sus estudios virtuales para terminar su 5to año de secundaria, mi otro hermano está esperando que baje un poco la pandemia para poder retomar, por el temor. David es el hermano mayor.



3. ¿Qué le hace sentir orgulloso? ¿Qué le hace sentir avergonzado?

Me siento temeroso, por ejemplo, cuando es de noche y quiero cruzar la pista y no encuentro a personas que me ayuden, por eso es que a mi bastón le puse un parlante para que así haga bulla y me puedan prestar atención. Y me siento orgulloso por la crianza que mi mamá me ha dado que a pesar de que tengo mi ceguera me crío como una persona que, si ve, siempre cuidándome, pero como un chico que si ve.

4. ¿Cuál es su rutina diaria, fines de semana? ¿Tiene algún emprendimiento? ¿Actividad laboral? ¿Dónde aprendiste eso?

De lunes a sábado me levanto a las 6am, salgo de mi casa a las 8 am para llegar aquí a las 9.30am, me dedico a trabajar hasta las 8.30 pm, llego a mi casa, llego a cenar, y de allí me alisto para acostarme. Y los domingos me levanto a las 9am, estoy con mi celular, chateando, o aprendiendo algunas canciones en you tube porque yo tengo guitarra y se tocar la guitarra, y me acompaña mi teclado que tiene sonido de percusión, me gusta la música. Aprendí a tocar guitarra en un instituto en el 98 cuando tenía 18 años, había talleres, entonces yo aprendí a tocar allí a tocar guitarra, no soy un experto,

pero me gusta tocar, me ayuda mucho los tutoriales de youtube. Allí también aprendí un poco de pintura que también me gusta. Últimamente hacía mis exposiciones de mis cuadros En el instituto donde aprendí a pintar, yo vendía mis cuadros, antes de esta pandemia, en diciembre donde había teatro, y afuera yo podía exponer mis cuadros. En ese tiempo yo ya era fisioterapeuta.

Yo comencé a estudiar fisioterapia entre el 2012 y 2013 y ya comencé a trabajar desde el 2014, anteriormente me dedicaba más a la pintura, pero ahora lo he dejado por el trabajo de fisioterapia. Mis lienzos los tengo guardados.

Tengo mi nombre artístico para mis cuadros: Manual Siesa.

5. ¿Con quién vives en tu hogar?

Vive actualmente con su madre y sus dos hermanos menores que él

6. ¿Cuál es su experiencia cuando sale a la calle? ¿Cómo se siente?

Me levanto con muchos ánimos de trabajar en las mañanas, con nuevas energías para hacer mis terapias y cuando llego a la casa llego muy agotado, ceno y de frente me voy a dormir. El mundo de los discapacitados o invidentes es el 95% parecido al de ustedes, porque, así como trabajamos también nos divertimos, tenemos nuestras fiestas, nuestras reuniones. Yo hacía mis fiestas e invitaba a toda mi familia cercana y amigos cercanos y mis amigos se quedaban hasta el día siguiente. Cuando nosotros salimos de trabajar por ejemplo un sábado nos vamos a comer una chifa todos juntos. En otros trabajos un día domingo nos íbamos a un parque zonal, para pasarlo juntos.

Lo bueno es que en mi día a día hay gente que te ayuda a cruzar las pistas, te ayuda a subir a los carros, hay otras personas que parece que ellos fueran los invidentes porque no te pasan la voz. Hay otras personas que te agarran del brazo, o te agarran de la ropa, porque tienen nervios, te quieren ayudar, pero son nerviosas.

7. ¿Quiénes son tus amigos? ¿Forma parte de algún grupo con quienes compartes experiencias?

Cuando caminamos en grupo los invidentes siempre hay uno que ve más que los otros y es el que va adelante y guía, pero cuando estoy solo uso el bastón y debo de estar 100% atento a lo que hay a tu alrededor, normalmente salgo solo. Mi condición de ceguera es entre residuo visual y baja visión. Y cuando hay mucho sol me afecta y me gusta ponerme en la sombra. Si se dan cuenta mis ojos parece que veo, pero en realidad no veo porque los que tiene problemas visuales interno el problema no es externo y no afecta a tus ojos, cuando el problema es externo es donde se nota el ojo blanco. Mi problema es interno, es el nervio óptico, la retina, mi problema es de nacimiento.

8. Por la coyuntura ¿Cuáles son los cambios que has percibido en tu día a día? ¿Como has pasado esta etapa de pandemia?

En mi caso estamos más comunicados por medio del Facebook, nos saludamos y conversamos, quien falleció, por ejemplo, siempre estamos en contacto y a la vez tenemos un poco de temor y nos hace

preocuparnos más por los que se encuentran alrededor, nos hace dar más importancia a la vida a la amistad y también a la familia. La ropa y el dinero es importante pero no es la base. Yo he dejado de trabajar 4 meses y no pensaba trabajar hasta febrero, pero me llamaron y dije porque no, si llevo todo lo necesario para protegerme creo que no pasará nada.



9. Si le concediera un deseo, o la oportunidad de cambiar algo, cuando sale de su casa para trabajar o realizar alguna actividad ¿Cuál sería ese cambio? *Deseo que la gente tenga más amor al prójimo*, porque hay gente que desea pasar la pista y pasan de largo y de 10 personas 1 te hace caso. En forma personal no me he puesto a pensar, pero me gustaría pintar en colegios de jardín, los paisajes en los colegios de niños.
10. Coménteme alguna experiencia buena y segura que haya pasado y que le haya impactado mucho.

Como tengo un poco de visión, cuando era niño me enseñaron a manejar bicicleta, pero debe de ser un lugar donde no haya nada de gente, me gusta y me demoré mucho en aprender, no porque tenga cierto retardo, sino porque uno tiene que vencer el temor. Si un niño que no es ciego se demora un mes en manejar bicicleta, una persona con ceguera se demorará aún más porque es un proceso de vencer el miedo y ganar confianza. Y al vencer ese temor te vuelve más seguro y más hábil. Aprendí a los 7 u 8 años a manejar.

Entrevista N°9:

Datos personales

1. Nombre // edad // sexo // distrito // hijos

Mi nombre es Lucero Castillo, tengo 26 años, no tengo hijos, vivo en Villa El Salvador,

2. ¿Qué le motiva a usted en su día a día? ¿Cuáles son sus anhelos y metas?

Siempre pienso en mi familia y poder ayudarlos en lo que yo pueda, y también a mis compañeros los quiero seguir motivando porque no ve gusta ver a mis compañeros tristes y darles como se dice una pastillita de alegría. Yo pienso que los problemas de otras personas son menores a los problemas que yo tengo. Mi familia es muy unida y los problemas que hay en casa siempre lo compartimos entre nosotros y lo resolvemos entre nosotros, por eso yo digo siempre debo de apoyar a los demás porque eso es bueno y si no puede ser económicamente, motivarlos sería aún mejor ¿no?

Si estas en un ambiente donde hay mucha tensión (porque yo lo siento), el ambiente está muy cargado y tú quieres ayudar a aligerar esa tensión es difícil. Yo siento cuando alguien está triste, te quiere decir algo, pero le da vergüenza.

Con las palabras uno se da cuenta cómo se siente la persona, esto sucede porque desarrollamos otro tipo de sentidos.

3. ¿Qué le hace sentir orgulloso? ¿Qué le hace sentir avergonzado?

Me hace sentir más orgullosa cuando ayudo a más personas por medio de la fisioterapia a bajar su estrés, relajándolos, que se sientan tranquilos.

Mi hermana nació cuando yo tenía 15 años, y no la llegué a conocer, porque mi enfermedad se dio a los 12 años, perdí la visión por la meningitis viral, fiebre alta de un sábado para un domingo ya había perdido ambos ojos, a veces me gustaría ver su carita, pero no puedo, eso me da mucha tristeza. Lo bueno es que solo pasa algunas veces. Mi familia también me hace sentir muy orgullosa, el saber que nos apoyamos mutuamente.

4. ¿Cuál es su rutina diaria, fines de semana? ¿Tiene algún emprendimiento? ¿Actividad laboral? ¿Dónde aprendiste eso?

Me levanto, molestar un rato a mis hermanos, a mi mamá y de allí mi mamá me embarca en una moto y nos vamos hacia el paradero a tomar el carro, y esperamos como 10 minutos el carro, ella me embarca y vengo solo a mi trabajo, tengo la misma ruta y además yo distingo un poco las luces, la meningitis que me dio no me daño el 100% de mis ojos, como te comento puedo ver algunas luces, percibo colores y sombras, con el

lado izquierdo veo mejor., tengo amigos que trabajan y no tienen nada de visión. Tú visión se puede ir agravando también.

Los domingos me levanto tarde, me voy a conversar con mi hermana y de allí me voy a la cocina con mi mamá, a veces ayudo a lavar los servicios, pelar las papas, etc.

Y en la pandemia aprendí a cocinar.

Yo estudié computación, pero no lo ejercí, después estudié masajes, en el Instituto Raimondi que queda en Wilson, dos años y medio, y también llevé el curso de fisioterapia.

Me motivó mucho mi enamorado el aprender y a continuar.

Con mi enamorado íbamos a formar nuestro propio negocio, empezando en un mercado haciendo masajes, pero la pandemia nos arruinó todo.

5. ¿Con quién vives en tu hogar?

Vivo con mis hermanos y mi mamá, soy la segunda hermana de 4 hermanos, dos hombres y dos mujeres, el mayor tiene 29 años y el que me sigue tiene 23 y la última tiene 12 años, ella es la engréida. Cuando ella nació yo siempre estuve con ella, y ahora ella siempre está al lado mío.

6. ¿Cuál es su experiencia cuando sale a la calle? ¿Cómo se siente?

Cuando transito me siento tranquila, siempre siento que estoy acompañada, no física pero espiritualmente siento que me cuidan, pero a veces pasa que alguien se molesta, sobre todo los cobradores porque en el carro no la dejan con cuidado al bajar del carro. A veces el chofer le dice al cobrador que me ayude a cruzar la pista y a tomar mi moto y algunos lo hacen, pero otros no.

Les cuento que me gusta caminar rápido y a veces no me doy cuenta y me caigo, pero gracias a DIOS no me pasa nada grave. Me ha pasado que cuando camino rápido me he tropezado con las mallitas amarillas que dejan los de construcción, y si no fuera por las mallitas me hubiera caído al fondo, pero el bastón siempre va adelante, ellos impiden que nos caigamos o tropezar. El bastón es una gran ayuda.

No me gusta que las tiendas pongan todas sus cosas en la vereda, ya que nos impide caminar y no podemos pasar con ligereza.

7. ¿Quiénes son tus amigos? ¿Forma parte de algún grupo con quienes compartes experiencias?

Salgo con mis amigas, nos gusta salir a cenar, o a pasear, nos hemos ido a la casa del jefe que vive en Chíncha a pasear todo el equipo.

Me siento muy incluida en un grupo en la sociedad.

Tengo un amigo que también tiene ceguera pero que no lo han llevado a ningún centro de rehabilitación, y ellos se sienten excluidos de la sociedad, porque su familia tiene una manera muy diferente de criarlos, le dicen solo transita por tu casa, afuera te puedes caer o te puede pasar algo, su familia es muy inconsciente y muy sobre protectores.

A veces me ha pasado que cuando estoy cruzando la pista se me acercan señores y me dicen 'hijita como puedes andar solita por las calles, quédate en tu casa, te puede pasar muchas cosas, ¿Cómo? tu familia te deja salir', yo le digo que puedo hacerlo bien, lo único que no puedo es ver. Yo no debo de depender siempre de mi familia.

La persona que me motivo a salir fue mi mamá a los 15 años me inscribió en un centro de rehabilitación, nuestra asistente social del hospital nos había recomendado.

Mi padrastro no quería que estudie, pero mi mamá me apoyo hasta el último.

Mi padrastro después se dio cuenta que era lo correcto.

A veces mi mamá se va a la sierra y me deja sola con mi hermanita, ellos confían en mi y eso me motiva de sobremanera.

8. Por la coyuntura ¿Cuáles son los cambios que has percibido en tu día a día? ¿Como has pasado esta etapa de pandemia?

A mi parecer ya no hay borrachos en las calles, y los ruidos que siempre había ya no los escucho, siento más seguridad y prevención.

9. Si le concediera un deseo, o la oportunidad de cambiar algo, cuando sale de su casa para trabajar o realizar alguna actividad ¿Cuál sería ese cambio?

Desaparecer la pobreza, las enfermedades, y contar con los mejores equipos para que puedan ayudar a las personas que lo necesiten.

Se debería de cambiar esas personas que piden monedas en la calle y que teniendo sus brazos, piernas y todos los sentidos deberían de ponerse a trabajar, eso cambiaría.

En conclusión, hay personas que teniéndolo todo se deprimen tanto que no ven las bendiciones que Dios les dio. Eso me da indignación.

10. Coménteme alguna experiencia buena y segura que haya pasado y que le haya impactado mucho.

-Cuando nació mi hermana

-Cuando conocí a mi enamorado

-Cuando empecé a estudiar y me di cuenta que puedo hacer tantas cosas con mi incapacidad)

-Cuando nació mi sobrino (hijo de mi hermano el tercero).



Entrevista 10:

Asociación Yo soy tus ojos

Director Victor Espinoza

1. Nombre // edad // distrito // hijos

Víctor Espinoza Paredes

32 años

Pueblo Libre

No tiene hijos



2. ¿Cómo surgió la idea de la creación de yo soy tus ojos?

Surgió con la intención de poder ayudar a nuestros amigos con discapacidad visual. Se creo agosto 2015, pero la ayuda con la discapacidad visual en el deporte se estaba dando en el 2005, había otras personas que ayudaban desde el 2003. La idea surgió para poder canalizar esta ayuda a través de una asociación. Esta idea nació junto con tres personas.

Yo en el año 2005 era voluntario en la sala para invidentes de la biblioteca nacional y ahí conoció a Roberto Camargo, atleta invidente que le contaba como corría, luchaba por sus sueños, como viajaba, como llego a participar en campeonatos siendo ciego.

Víctor practica atletismo desde los 15 años y desconocía que las personas con discapacidad pueden hacer otras cosas, ya que la sociedad piensa que el tener discapacidad implicar incapacidad. Roberto Camargo le permite conocer a muchas personas y desde ahí comenzó a apoyar a los invidentes, pero no era nada organizado, el buscaba involucrar a las empresas que hacen las carreras. Gracias a los contactos y el Networking conoce a Domingo y Jose Manuel, dos jóvenes que ya tenían los contactos en Perú ranners (empresa o grupo de corredores más grande del Perú que producen eventos, carreras pedestres, maratonés) y conocían empresas privadas.

Antes de la fundación no había un apoyo real ¿de dónde conseguíamos ligas? ¿Cómo hacemos? Esta organización permitió que las cosas sean más organizadas, tienen certificados y donaciones, equipos de voluntarios, las redes sociales permiten que lleguen a más público.

En estos cinco años han tocado puertas, para buscar sponsors, han tenido apoyo de SPORADE, peru ranners, fundación telefónica, powerede, Municipalidad de Lima,

milo, san Fernando, OSIPTRAN, han apoyado muchas empresas y el apoyo se consigue con los voluntarios. Ya que la asociación tiene a los deportistas con discapacidad visual y por otro lado a los guías voluntarios. Para ser guía voluntario se debe cumplir con requisitos y una previa organización. Es decir, se forman por comisiones donde un grupo se encarga de la parte organizacional, otra organización busca auspicios, sponsors, otra comisión se encarga del deporte, gracias a la organización llegaron a la Municipalidad de San Isidro por contactos, esta municipalidad los apoyaba cediéndoles el uso del Complejo deportivo que queda en la av. El ejercito sin pagar. Podían entrenar martes y jueves de 7 a 9pm.

La misión y visión de la Asociación Yo Soy Tus Ojos están vinculadas al deporte y la inclusión social, mediante el deporte. Han hecho campañas de sensibilización, colaboración como parte de la responsabilidad social empresarial. Es un nicho que falta explotar.

Hemos hecho actividades interactivas, porque muchas personas no saben ni se ponen a pensar como una persona con discapacidad visual se divierte o se recrea, como hacen para tomar un bus o caminar. Contamos testimonios de vida, hay mucho por hacer. Ojo: esto es un voluntariado, no se nos paga y a los jóvenes no se les cobra, todo lo que recibimos tenemos que transformar en canasta de víveres. En esta pandemia los jóvenes la están pasando mal.

Han viajado a carreras en provincia (Cusco, Tacna, Huancavelica, Junín, etc.) con jóvenes discapacitados desde Lima, en provincia también hay carreras, hemos ido para dar un mensaje, ya que el deporte y la discapacidad visual en lima esta en pañales, en provincia los casos son más fuertes, hay mayor discriminación. Han encontrado trabas en Municipalidad Provinciales ya que les decían que ellos no podían participar, se van a caer, se van a golpear. Existe mucha ignorancia, son discapacitados no incapacitados.

3. ¿Considera que existe apoyo del gobierno en la inclusión de los invidentes en el deporte inclusión social?

El ente responsable de la discapacidad en el Perú es el CONADIS (El Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad). La percepción de los discapacitados es nula, no se sienten representado por este órgano, no trabajan de forma

directa. Ministerio de la Mujer y poblaciones vulnerables, no se ven acciones claras. La Asociación es independiente, y el apoyo del gobierno es muy pobre.

4. ¿Qué les motiva a ellos en su día a día? ¿Cuáles son los anhelos y metas que tienen?

Cuando comenzaron a involucrarse con los jóvenes empiezan a conocerlos, muchos no han tenido oportunidad de hacer deporte en años, tienen chicos en promedio 17-18 hasta 25 años. En el colegio no han tenido la oportunidad de hacer deporte, ya que los profesores les decían no te quédete ahí o desde la familia (tienen miedo o vergüenza). La mayoría viene con 0 experiencia en deporte, cuando ellos lo descubren los motiva el mejorar, ir a competencia, correr carreras de 5km, 20km, medio maratón un maratón. Les apasiona el deporte, demuestran que si pueden y sentirse orgullosos.

5. ¿Cuál es la experiencia que tienen en la calle para hacer deporte o movilizarse?

La discapacidad visual implica un rango que va desde la ceguera total hasta la baja visión, en la asociación tienen chicos que no ven nada y que ven poco pero que sí necesitan ayuda, tienen personas que desde que nacieron no ven, jóvenes que por algún accidente perdieron la visión o jóvenes que están perdiendo la visión por alguna enfermedad. Los chicos que han visto y que quieren correr, saben que hay mucho riesgo, baches, bicicletas, motos, carros. Por ende, necesitan un guía. La base de su formación es la confianza que debe haber entre el guía y la persona con discapacidad, ya que el guía se convierte en sus ojos, por ello el nombre de la asociación. Todos los que llegan a la escuela pasan por un proceso de inducción (3 a 4 semanas), entrenan en una pista plana atlética y ahí toman confianza en la Municipalidad de San Isidro, ambos corren el guía tiene polo fosforescente y van unidos por una cuerda (el guía dice bache, rompe muelle, etc.). Cuando los entrenadores ven que ya están listos, los invitan a una carrera de calle, donde hay más obstáculos, más gente, por ello es importante la inducción.

6. Por la coyuntura ¿Cuáles son los cambios que has percibido? ¿Como han pasado esta etapa de pandemia?

Desde que comenzó la pandemia pensamos que solo eran dos semanas, no hemos podido entrenar, en junio el gobierno autorizo el deporte, pero uno de los requisitos es que haya un metro y medio de distancia. Pero para guiar a una persona con discapacidad la cuerda mide 30 cm, hay un riesgo de que estén cerca y por ahí no cumplen con la norma. No están haciendo entrenamiento, porque las personas con discapacidad visual son vulnerables ya que tienen contacto con muchas superficies, ejemplo: el bastón está en contacto con el piso (hay contaminación en el piso, la gente escupe, etc.), para subir

al bus debes tocar, cuando debes cruzar alguien debe ayudar (hay mucha cercanía). Quisieron reunirse por zoom, lo cual se dieron cuenta de otra realidad, no todos tienen la capacidad de pagar un teléfono post pago o internet, suena fácil pasar el link, pero para tener esa aplicación debes descargarla y no todos los celulares de los jóvenes tienen memoria para ellos.

El aplicativo zoom consume muchos datos. Aparte, la mayoría de los chicos con discapacidad visual dependen de sus familias ya que no pueden trabajar para lo que están preparados, ellos tenían que vender caramelos, masajes, ahora en la pandemia sentimos más depresión, desmotivación, dificultad acceso a la tecnología, desmotivación propia que no pueden trabajar. Hay jóvenes que han acabado su carrera profesional, pero no pueden trabajar. No los llaman (abogados, marketeros, publicistas) las empresas buscan pagar la deuda, las empresas no están preparadas para incluirlos, recibirlos. Ellos aceptan subempleos, piden moneda a jirón de la unión, se ha hecho una idea de las personas con discapacidad visual son buenos masajistas, pero tienen más habilidades, no hay oportunidades para capacitarse. Las empresas prefieren pagar la multa que contratar o tener una persona con discapacidad, la discapacidad más fácil que incluir son personas sordas, en cambio las personas ciegas o en silla de ruedas implica mucho más, ponerle un software especial, no hay una fiscalización real.

7. ¿Qué habilidades blandas desarrollan más los jóvenes con discapacidad visual?

En el mundo de las personas ciegas son buenas para las artes, ejemplo: Andrea Bocelli, Stevie Wonder, José Feliciano, entonces tienen muchas habilidades para la música, tocan percusión (tienen buen oído), catadores de vino, whiskey (desarrollan más otros sentidos), tienen experiencia como teleoperadores, el derecho, en el 2020 hay unos scanners donde pasas el libro y automáticamente puedes tenerlo audible.

Las personas con discapacidad visual son muy resilientes, ¿Cómo haces para alistarte? si a ti te cuesta una hora alistarte o tomar el bus a ellos les cuesta el triple.

8. Si les concedieran la oportunidad de cambiar algo ¿Cuál sería ese cambio?

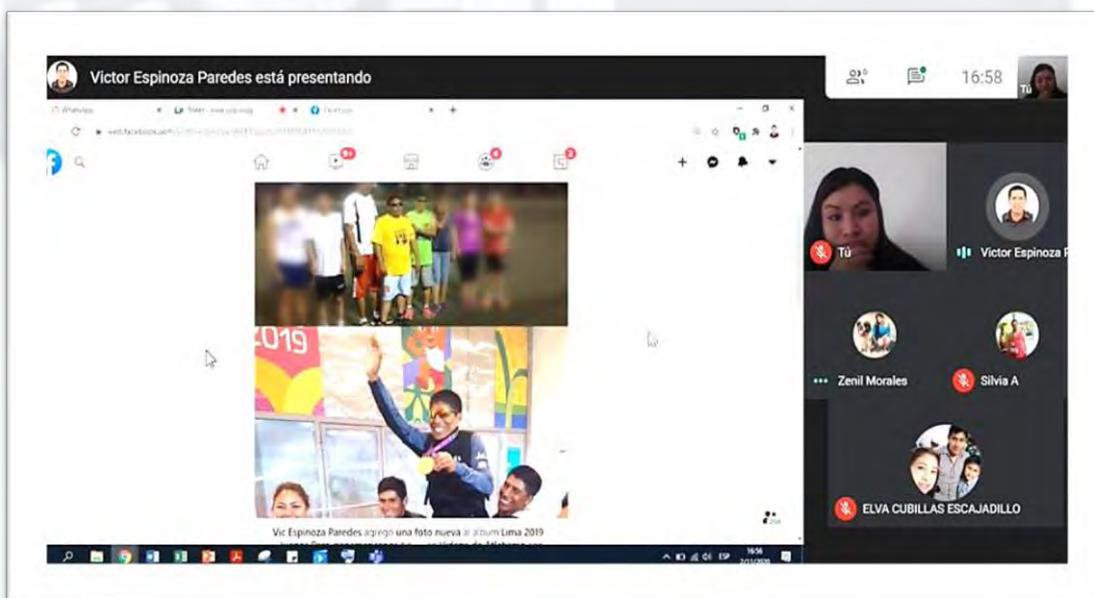
Ellos pueden estudiar, trabajar, mandar un correo, mandar audios por whatsapp, los jóvenes en el grupo de whatsapp mandan canciones, audios, afortunadamente ese medio te da la posibilidad que su tecnología es inclusiva, en el Perú está un poco lento, cambiara la visión de las personas, enseñar desde niños que un discapacitado puede

hacer las cosas al igual que tú, no lo veas con pena. El cambio sería la inclusión social. Si un aplicativo adapta su tecnología porque nosotros los seres humanos no podemos.

9. Experiencia Motivadora

Hay muchas experiencias, en el 2015 recibieron a Rosbill Guillen trabajaba en una mina informal donde perdió la vista ya que exploto una dinamita cerca de él, en su camino de rehabilitación, ya que cuando uno queda ciego debe pasar por una rehabilitación social para volver a reinsertarse (lenguaje braille, como ubicarte con cuerdas, tiempo, día, noche, etc. (CERCIL Centro de rehabilitación de ciegos de lima). Este joven llega a CERCIL y le dicen que sería bueno que vaya a Yo soy tus ojos para hacer deportes, mide 1.60 y pesaba 95 kilos, cuando todos los vieron inconscientemente pensaron que no podía correr, Sin embargo, este joven encontró tanta pasión en el deporte que entreno a conciencia el 2017-2018, llego a los juegos panamericanos y obtuvo la medalla de oro.

¿Cuánta probabilidad hay de que gane un joven discapacitado visual que mide 1?60 y pesaba 95 kilos gane los juegos panamericanos? Rosbill Guillen



Luis Sandoval también fue formado en Asociación Yo Soy Tus Ojos y obtuvo medalla de plata en los juegos panamericanos 2019



Es un orgullo que el club genere este tipo de jóvenes, también hay jóvenes que tienen sus emprendimientos, ellos tienen sueños y luchan por ellos.

10. Coménteme alguna experiencia buena y segura que haya pasado y que le haya impactado mucho personal.

El tío abuelo de Víctor Espinoza, director de Asociación, yo soy tu ojo, tenía diabetes un grado avanzado lo que generó que perdiera la visión, desde pequeño no entendía porque su abuelo tenía ojos azules, porque le tocaba su rostro, porque le pedía que le lea una noticia o que le cuente lo que ve en la calle, todo eso recuerda de niño y siente

esa tristeza, siempre se quedó con esa duda a los 7 años. Fue una de las motivaciones por la que surgió esta idea.

11. ¿Las personas con discapacidad tienen límites en los deportes?

Cualquier deporte no pueden, el beisbol para ciegos (te pones un casco con radar que se escucha el sonido del acercamiento de la pelota) sería un deporte interesantísimo, snowboarding para ciegos con un software especial. El trabajo es como adaptas el deporte para personas con discapacidad visual.

12. Inclusión en el deporte a las personas con discapacidad

Nosotros buscamos incluir a todos, pero depende, por ejemplo: alguna vez llego una persona sorda, ciega. Ahí nosotros no estamos con la capacidad de poder ayudar, nos falta capacitarnos, el joven solo se dio cuenta que no podía seguir. Pero usualmente, hacemos llenar una ficha a los jóvenes ya que tenemos un manual de derecho y deberes que todos debemos cumplir. Un joven llego con una válvula en el cerebro, entonces si sucedía alguna caída nosotros íbamos a tener la responsabilidad, al final termino yéndose porque era muy peligroso. Tenemos un código de ética incluido en el proceso.

13. Cantidad de jóvenes con discapacidad y guías en la Asociación yo soy tus ojos

Desde la fundación 2015 hasta la actualidad cuentan con 60 guías voluntarios activos, deportistas 32. Activos porque asisten a reuniones, constante comunicación. Pero personas con discapacidad visual beneficiadas son 120, pero sucede que el trabajo no les permite ir constantemente, o algunos viajan, se lesionan, pero las puertas siempre están abiertas para ellos. Por lo general tienen más voluntarios que chicos con discapacidad.

14. Regalo más apreciado que ellos recibirían las personas con discapacidad

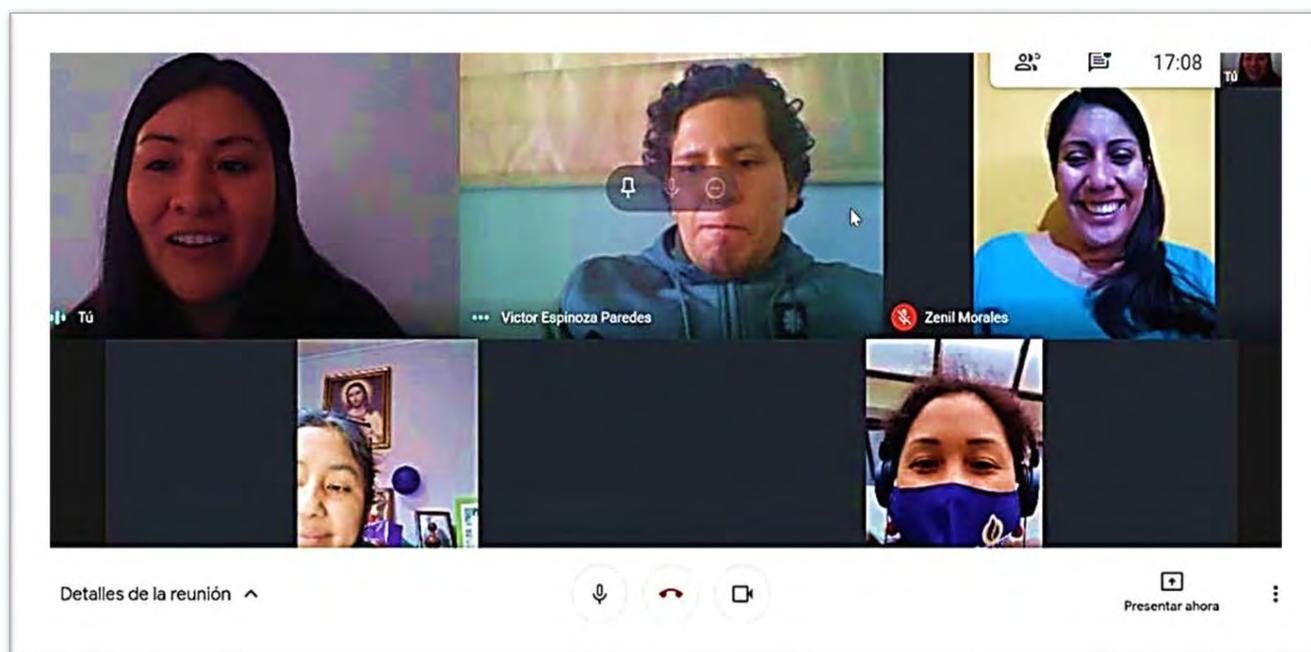
Ellos quieren que se les respeten, incluso en la calle, están parados en la calle y la gente les dice *toma hijito tu propinita, los ayudan a cruzar la pista y los jalonean como si fueran animales*. Lo correcto es dar el codo, o cuando las personas les *dicen uy tu eres cieguito, siéntate aquí y no hagas nada*, ellos no son incapaces, la palabra discapacitado es un adjetivo calificativo, estás diciendo que esa persona no es capaz para hacer las cosas.

La palabra correcta es Persona con discapacidad o una persona que ve menos. No se les dice personas con habilidad especial y no se les dice así (habilidad especial es volar y ellos no vuelan). El respeto y la dignidad no tiene precio.

Entrevista vía Zoom

Director Victor Espinoza “Asociación Yo soy tus ojos”

<https://www.youtube.com/watch?v=PA0DWh36JsQ>



Apéndice B: Estados Financieros Asociación Brisas del Titicaca

ASOCIACION CULTURAL BRISAS DEL TITICACA			
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016 Y 31 DE DICIEMBRE 2015			
(Expresado en Soles)			
INGRESOS OPERACIONALES			
Ventas Netas	16	13'228,519	13'335,508
Ingresos Diversos	17	236,295	70,371
Total, Ingresos		13'464,815	13'405,878
Costo de Ventas	18	(10'655,414)	(10'792,998)
Total, Costos		(10'655,414)	(10'792,998)
UTILIDAD BRUTA		2'809,400	2'612,880
Gastos Administrativos	19	(2'206,318)	(2'227,098)
Gastos de Ventas	20	(193,749)	(169,169)
UTILIDAD OPERATIVA		409,333	216,612
Ingresos Financieros	21	8,129	11,875
Gastos Financieros	22	(7,414)	(9,112)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO		410,047	219,375

Nota. Obtenido de “El Costo Laboral y los Estados Financieros de la Asociación Cultural Brisas del Titicaca Año 2016” por V. Baradales, D. Gomez, L. Milla. Tesis de grado.

Apéndice C: Estados Financieros Anticuchos del Perú SAC

ANTICUCHOS DEL PERU SAC			
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES			
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016 Y 31 DE DICIEMBRE 2017			
(Expresado en Soles)			
INGRESOS OPERACIONALES			
Ingresos de actividades ordinarias	21	19'069,008	16'248,870
Costo de Ventas	22	(6'000,077)	(5'274,921)
UTILIDAD BRUTA		13'068,931	10'973,949
Gastos de producción	23	(5'168,529)	(4'416,979)
Gastos Administrativos	24	(2'551,279)	(2'140,899)
Gastos de ventas y distribución	25	(2'464,513)	(2'113,073)
Otros ingresos operativos	19	524,401	261,710
Otros gastos operativos	27	(620,717)	(1'348,980)
UTILIDAD OPERATIVA		2'781,294	1'215,728
Gastos Financieros	28	(265,104)	(351,477)
Diferencias de cambio neto	29	(1,228)	(55,463)
RESULTADO ANTES DE IMPUESTO		2'514,962	808,788
Impuesto a las ganancias		(644,462)	(151,603)
RESULTADO NETO EJERCICIO		1'870,500	657,185

Nota. Obtenido de “El Control de costos y gastos en los Restaurants y su incidencia en la Rentabilidad de la empresa Anticuchos del Perú SAC – Panchita” por S. Mendoza, Tesis de grado.