



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

DECANATO DE TURISMO

Título

Análisis de los restaurantes de comida rápida “Tacos” y propuesta de creación de negocio en Santo Domingo, Distrito Nacional, Evaristo Morales 2013

Sustentantes:

María Alejandra Valdivia Garay	2003-1777
Madeline Yolaidy Arnao Coradin	2006-1921
Yasmín Margarita Melo Tejeda	2008-0125

Asesores

César Caracas Rivera, MGM
Manuel De Jesús Peña, MGP

Monografía para Optar por el Título de Licenciado en Administración de Hotelería y Turismo, Distrito Nacional, República Dominicana, 2013

Santo Domingo, D.N:

Abril, 2013

ÍNDICE

Agradecimientos	i
Dedicatorias	vii
Resumen	x
Introducción	xi

Capítulo 1. Los Restaurantes

1.0	Definición de los Restaurantes	1
1.1	Breve historia de los Restaurantes.....	4
1.2	Administración financiera del Restaurante	7
1.3	El Restaurante como Empresa.....	8
1.4	Tipos de Restaurantes	9

Capítulo 2. Restaurantes de comida rápida (Fast Food)

2.0	Breve historia de los restaurantes de comida rápida (Fast Food).....	12
2.1	Definición de restaurantes de comida rápida (Fast Food).....	15
2.2	Origen y evolución de los restaurantes de comida rápida (Fast Food).....	18
2.3	Impacto de los restaurantes de comida rápida en República Dominicana	20
2.4	Características de los restaurantes de comida rápida.....	24
2.5	Información general de los restaurantes Fast Food “Tacos” (mexicano) en Santo Domingo, Distrito Nacional.....	25
2.6	Clasificación de los restaurantes de Tacos en Santo Domingo.....	28
2.7	Análisis FODA de los Fast Food Tacos.....	30

Capítulo 3. Análisis de los Restaurantes de Comida Rápida en el Sector Evaristo Morales

3.0	Análisis del sector: Ventajas y Desventajas.....	32
-----	--	----

3.1	Definir análisis de nuestras posibles competencias	33
3.2	Cuadro comparativo de los restaurantes Fast Food ubicados en el sector Evaristo Morales con sus características.....	35
3.3	Benchmarking de algunos restaurantes de comida rápida mexicana	37
3.4	Análisis y tabulación de encuestas.....	39

Capítulo 4. Propuesta para la creación de un restaurante de comida rápida “Tacos”

4.0	Concepto de Negocio.....	56
4.1	Características del negocio	57
4.2	Descripción mercado objetivo: Consumidores	59
4.3	Estrategia de mezcla de marketing	60
4.4	Análisis FODA del establecimiento	72
4.5	Descripción de servicio y calidad a ofrecer	74
4.6	Logo del establecimiento.....	79

Conclusión	xiii
-------------------------	------

Recomendaciones	xvi
------------------------------	-----

Bibliografía	xviii
---------------------------	-------

Anexos:

Anexo #1: Anteproyecto.

Anexo #2: Modelo de Encuesta.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, gracias por esta bendición tan grande que me regalas, el poder graduarme de mi carrera tal como lo deseaba, por darme fuerza, capacidad suficiente y salud hasta el final.

Mi madre María Angélica Garay, gracias a ti mamita principalmente, porque me diste las fuerzas necesarias y siempre confiaste en mi desde el inicio de mi carrera, gracias por tu seguimiento, orientación, tu apoyo incondicional, tu fe y por formar parte durante toda la trayectoria de mi monográfico, el cual da un giro a mi vida.

Mi padre Jorge Valdivia, gracias por tu apoyo desde el inicio de mi carrera y hasta el final, por tu fe depositada en mi que terminaría mi carrera, lo logramos! Gracias!!

Mi novio Dr. Manuel García, gracias mi amor por tu apoyo, por darme fuerzas cuando lo necesitaba, por tu confianza depositada en que lo lograría y por tu gran ayuda que nos brindaste durante toda la investigación formando parte de este monográfico. Gracias!!

Mis abuelos Angélica Otani y Hugo Garay, gracias a ustedes mis viejitos a quien tanto los quiero y siempre mostraron interés durante la trayectoria de mi carrera y estuvieron hasta el final, confiando en mí y mi capacidad.

Mis asesores Manuel Peña y Cesar Caracas, gracias por su apoyo e interés que mostraron durante toda la trayectoria de la investigación de nuestro monográfico, siempre dispuestos a ayudarnos y dándonos nuevas ideas y alternativas, para mejorar nuestro trabajo final. Por su exigencia, lo cual nos ayudo mucho para mejorar y ponerle todo nuestro empeño, muchas gracias siempre lo recordaremos ya que ustedes fueron los principales personajes de nuestra carrera para finalizar!! Excelentes asesores!!



María Alejandra Valdivia Garay

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar le agradezco a **Dios** por haberme permitido cumplir esta gran meta en mi vida, por ayudarme a vencer cada obstáculo que se me presentó en el trayecto de toda mi carrera y permitirme seguir adelante.

A mi padre **Romer Arnaud Cornielle**, sin el no hubiera podido dar inicio a mi carrera, gracias por todos tus sabios consejos, siempre para bien y por cada sacrificio que realizaste para que pueda salir adelante en esta etapa; mi formación académica. Mi madre **Ivelisse Coradin Rodríguez**, la cual siempre estuvo hay firme, dándome todo el apoyo que necesite y mucho más que eso, gracias por siempre confiar ciegamente en mi.

A toda mi familia, desde mis hermanos, primos, tíos hasta mis abuelos, todos dispuestos para lo que yo necesitara y en todo momento, por tener sus buenos deseos hacia mí, demostrándome que contaba con su respaldo y por siempre haber creído en mí. Gracias Dios por haberme dado la gran familia que me diste.

A Daniel Hernández Valdez “Mi Padrino”, Quien me brindo su ayuda en el momento que más la necesitaba para seguir adelante en mi carrera profesional. Por tus buenos deseos y por haberme tenido presente, gracias por todo.

A mis amigas y amigos los cuales fueron de gran motivación para mi, les agradezco a todos por estar a mi lado en todo momento sin importar que bueno o malo sea y compartirlo conmigo. Por mantenerme siempre motivada en mis estudios y por esas palabras de aliento cuando más las necesito. Gracias por ser mis buenos amigos.

A la **Universidad Acción Pro-Educación y Cultura (UNAPEC)** por abrirnos sus puertas y permitirnos prepararnos y formarnos académicamente, por haber preparado ese equipo de profesores capacitados para que contribuyan en nuestra formación. Gracias a cada uno de ellos por sus enseñanzas.

Agradezco mucho a nuestros asesores **Cesar Caracas Rivera y Manuel Peña**, los cuales son excelentes asesores, desde el principio lo demostraron sirviendo de guía para que podamos hacer un trabajo Monográfico de calidad, por estar siempre firmes sacando lo mejor de nosotras y ayudándonos a dar la milla extra.

Por último pero no menos importantes a mis compañeras de monográfico **Yasmin Melo y María Alejandra Valdivia**, gracias por ser las buenas compañeras que son, por haber mantenido esa motivación hasta el final, por su entrega cien por ciento a la realización de nuestro monográfico, por dar lo mejor de cada una y por haberse convertido en buenas amigas para mí.



Madeline Y. Arnao Coradin

AGRADECIMIENTOS

A Dios antes que nada por la salud, por darme las fuerzas necesarias para seguir siempre adelante en mi carrera, aun en momentos de debilidad sentía la fortaleza de seguir con esta meta de estudios que culmina en este proyecto. A Dios siempre las gracias.

A mis padres **Altagracia Tejeda y Marcial Melo**, por haberme educado, por dar lo mejor de ustedes para que nunca me faltara nada, por sus consejos y por siempre confiar en mí y porque gracias a ustedes he llegado a la meta de mi carrera universitaria.

A mi Tía Carmen Tejeda por darme su apoyo, sus buenos consejos que me ayudaron bastante durante mi carrera universitaria.

A mis asesores de monográfico **Cesar Caracas Rivera y Manuel Peña**, por darnos su apoyo, ayudarnos en todo lo que fuera necesario, a corregir nuestros errores y aportarnos tantas ideas en esos aspectos que debíamos mejorar.

A mi novio **Samuel Elías**, por ser más que mi novio, mi amigo por tu gran apoyo y ayuda incondicional, formas parte muy importante durante todo este trabajo , gracias por tu presencia, por tu interés en que yo lograra culminar mis estudios, por siempre estar a mi lado aportando tus ideas. Gracias por tu gran ayuda.

Alba, más que una amiga fuiste como mi hermana, siempre agradeceré haber conocido tan bella persona, con grandes sentimientos y buenos deseos conmigo.

A mis compañeras de monográfico **María Valdivia y Madeline Arnao**, por orientar de la mejor manera y por hacer que desarrolláramos este trabajo de la mejor forma posible.

A mis grandes amigas **Luz María, Marina, Yajersy**, por siempre brindarme su linda amistad durante toda la carrera, a pesar de muchas dificultades en la universidad siempre sabían cómo seguir adelante, por siempre escucharme y estar ahí cuando más las necesitaba, siempre serán mis amigas.

A un gran amigo **Guillermo Pinales**, siempre estabas ahí escuchándome, en esos momentos difíciles dándome ánimos siempre, por darme tu apoyo sin importar cuál fuera la situación.

A mis hermanos **Jeffrey y Cristina**, por siempre darme la alegría los quiero mucho. A mis familiares, a todas aquellas personas, amigos, profesores y todos mis compañeros en la universidad que aportaron su ayuda, su presencia, sus consejos durante toda mi carrera universitaria y que participaron de este gran proyecto final. Gracias!!



Yasmin Melo Tejeda

DEDICATORIAS

Este monográfico se lo dedico a tres personas importantes en mi vida.

Principalmente a mi madre, quien supo apoyarme desde el inicio de mi carrera, quien me dio fuerza y animo cuando más lo necesitaba y sé que se orgullece de mi como ningún otra persona, por tu fe depositada siempre en que lograríamos juntas este sueño, este monográfico es nuestro porque si no fuera por ti no lo hubiera logrado.

Se lo dedico a mi padre, porque siempre espero ansioso este día y finalmente llego. Sé que este trabajo final de monográfico es un orgullo y deseo cumplido para ti.

También, quiero dedicárselo a mi pareja quien me apoyo y se involucro en este monográfico ayudándome cuando más lo necesitaba sin importar el día y la hora. Y por creer en mí que lograría llegar a la meta, se que te sientes muy orgulloso.

Finalmente a mis abuelitos, que desde siempre han depositado su confianza en mí, brindándome su apoyo y positivismo que llegaría este gran día.

María Alejandra Valdivia Garay

DEDICATORIAS

Dedico este Monográfico especialmente a mi madre, quien es para mí aparte de la mejor madre que Dios me pudo dar, mi mejor amiga, la persona más importante para mí, quien más quiero en la vida. A ti **Ivelisse Coradin Rodríguez**, a quien debo cada uno de mis logros y sueños realizados, que nunca te has separado de mi y siempre has caminado a mi lado, avanzando conmigo pero dándome toda la libertad para que sea yo misma, y sea quien forje mi propio destino, que decida como y quien quiero ser en la vida, apoyándome en todas mis decisiones, pero siempre guiándome por el buen camino para que yo pudiera ser quien soy hoy en día.

Te lo dedico a ti, porque sin ti no hubiera podido cumplir este gran logro, gracias por creer y confiar en mí en todo momento, por tu gran apoyo, Fortaleza y motivación no solo en esta etapa de mi vida sino en cada una de ellas, por darme ese empujoncito y mantenerte firme cuando era necesario.

Podría decir que nunca he sido muy expresiva pero no me cansaría de agradecerte todo lo que has hecho por mí, desde antes de darme la vida hasta entonces y sé que lo seguirás haciendo por siempre. Solo espero nunca defraudarte y que te puedas sentir orgullosa de mi. Así que simplemente Gracias por tu amor incondicional.... Te adoro Mamita!!

Madeline Y. Arnao Coradin

DEDICATORIAS

Papi, me llena de mucho orgullo dedicarte este logro final, resultado de años de muchos desvelos para llevarme a los viajes, de sacrificio y esfuerzo para que nunca me faltara nada. Eres más que mi fuente de inspiración, eres muy importante en mi vida, gracias a ti he logrado llegar a esta etapa casi finalizada. Gracias por siempre confiar y en todo momento creer en mí. Agradezco mucho a Dios que seas mi padre y que pude contar siempre con tu inmensa ayuda, por ti soy quien soy y aquí está el fruto del gran esfuerzo y dedicación que siempre tuviste en mí, sin ti esto no hubiera sido posible. Este monográfico es tuyo papi Te Amo muchísimo.

Mami, por ser más que una madre una amiga, por ser cariñosa, comprensiva. Por educarme en la forma que lo hiciste, por enseñarme siempre las cosas buenas. Gracias por siempre escucharme, darme los mejores consejos y por siempre haber estado conmigo en todo momento. Siento mucho orgullo que seas mi madre. Aunque a veces peleamos Te amo mucho y eres parte de este gran trabajo.

Yasmin Melo Tejeda

RESUMEN

Este trabajo monográfico se divide en cuatro capítulos. Donde principalmente hablaremos de los Restaurantes, su definición, su historia así como los tipos de restaurantes a nivel general; estos van a depender siempre de la gastronomía, del país, la clase social a quien va dirigido, entre otros. El segundo capítulo entramos más en materia donde abarcaremos todo lo relacionado a los Restaurantes de Comida Rápida, desde sus inicios, como ha evolucionado a nivel general y mundial, el impacto que han tenido en la República Dominicana y cuáles son sus características. En este capítulo también contaremos con la clasificación de los restaurantes mexicanos especializados en tacos.

En el tercer capítulo contaremos ya con un análisis de restaurantes de comida rápida en un sector específico de Santo Domingo, haremos un análisis del sector donde veremos cuáles son las ventajas y desventajas del mismo, también presentaremos un Benchmarking de nuestras posibles competencias y por último encuestaremos a 150 personas para analizar sus gustos y preferencias en cuanto a estos restaurantes.

Por último en el capítulo cuatro, ya en base a los resultados obtenidos a través de las encuestas haremos una propuesta de negocio para la creación de un restaurante, tomando en cuenta cada una de las preferencias del consumidor encuestado.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mercado de los restaurantes de comida rápida "Fast Food" se ha desarrollado de una forma impresionante en la República Dominicana, esto se debe a la incorporación de nuevas franquicias tanto nacionales como internacionales, estas marcas han ayudado a tener una competencia de mayor calidad.

Existen diferentes tipos de restaurantes a nivel general, como son los de tipo buffet, a la carta, restaurantes take away, restaurantes de comida rápida, entre otros; todos estos establecimientos cuentan con una gran variedad de servicios, el cual dependerá del gusto o preferencia del consumidor; así como también existen restaurantes de varias nacionalidades (italiano, mexicano, chino, etc.) y otros con especialidades de un solo tipo de comida como son, Pizzerías, taquerías, hamburguesas ,etc.

Los restaurantes a nivel mundial han logrado un gran auge y evolución debido a la creciente población. Estos no solo son utilizados para ir simplemente almorzar o cenar, si no también son para celebraciones (bodas, cumpleaños, bautizos, etc.), también como centros de reuniones, para asuntos de negocio entre empresarios.

En nuestro país los establecimientos de comida rápida son muy útiles y tienen un público variado, ya que por el corto tiempo que disponen la mayoría de las personas que trabajan, estudian o realizan ambas actividades a la vez, pueden

disfrutar de un desayuno, almuerzo o cena de una manera rápida, eficaz y completa.

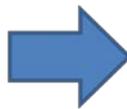
En la ciudad de Santo Domingo existen muchos de estos establecimientos, ya sean franquicias nacionales e internacionales, el cual en los últimos años han realizado una gran oferta a la demanda de los gustos y preferencias de los consumidores. Los restaurantes forman parte de una gran gama de servicios que el consumidor requiere para satisfacer sus necesidades.

Esta investigación tiene origen en la búsqueda de diferentes informaciones que avalen el desarrollo de una propuesta para la creación de un restaurante de comida rápida especializada en tacos (mexicano), ya que el sector que escogimos para la propuesta no cuenta con este tipo de establecimiento.

Nuestra investigación consta de una serie de informaciones donde damos a conocer todo lo relacionado a los restaurantes y sus diversos servicios y especialidades para cada uno de los gustos del consumidor. Finalmente el desarrollo de una propuesta para la creación de un restaurante de comida rápida “Tacos” en el sector Evaristo Morales.

Capitulo 1.

Los Restaurantes



1.0 Definición de los restaurantes

Un restaurante se define normalmente como un establecimiento en el que se sirven refrigerios o comidas. Existen muchos tipos de restaurantes, dependiendo del mercado al que se atiende (turismo de masa, familias, clientes con alto poder adquisitivo, etc.), del motivo temático (un restaurante de comida étnica o una casa de comida al estilo tradicional) como de la gama de productos (el tipo de menú y el número de platos que contiene ese menú), del tipo de servicio (servicio rápido/comida rápida o servicio completo) y del precio. Existen varias formas de clasificar los restaurantes. Según La National Restaurant Association Americana ha desarrollado, en colaboración con otras organizaciones, la idea de los concept groups (Grupos Temáticos).

El segmento de servicio rápido se subdivide, teniendo en cuenta, sobre todo, el producto básico que se sirve, en grupos temáticos de pollo, Donuts, Comida Mexicana, Pizza, etc.

Los restaurantes de nivel medio están formados por siete grupos que son:

1. Restaurantes de Autoservicio

En este tipo de restaurantes los clientes van hasta el mostrador donde se encuentran todas las variedades de comidas en exposición, escogen los que les apetecen y pueden pagar por el servicio antes o después de comer, este tipo de restaurante no requiere un gran número de mesas. Existen dos tipos principales:

el Autoservicio en línea (in –line), tiene un único mostrador por delante del cual van pasando los clientes y eligen lo que quieren comer. El sistema de movimiento libre tiene varios mostradores, cada uno de los cuales se ofrecen alimentos diferentes, como platos calientes, bocadillos y sándwiches, ensaladas, postres y bebidas. (Jafari, 2002)

2. Establecimientos para comer en plan informal

Donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, patatas fritas, pizzas, pollo, tacos entre otros.

3. Establecimientos de estilo familiar

Sirve alimentos sencillos a precios moderados, accesibles a la familia. Su característica radica en la confiabilidad que ofrece a sus clientes, en términos de precios y servicio estándar. Por lo General, estos establecimientos pertenecen a cadenas, o bien, son operados bajo una franquicia consistente en arrendar el nombre y sistema de una organización. (BlogSpot, 2010)

4. Restaurantes de hotel

Son establecimientos de comida incorporados dentro del mismo hotel que ofrecen diferentes variedades de comidas y buffet.

5. Restaurantes asadores

Son establecimientos de comida, donde se especializan en una variedad de carnes asadas preparadas al carbón o a la parrilla únicamente.

6. Restaurantes de especialidad (mariscos, cocina étnica)

Estos establecimientos muestran en su carta una extensa variedad de su especialidad, ya sean mariscos, aves, carnes o pastas, entre otros posibles. Existe otro tipo de restaurante, que es fácil de confundir con el de especialidades como es el restaurante étnico, porque ofrece lo más sobresaliente o representativo de la cultura gastronómica de algún país, es decir, pueden ser mexicanos, chinos, italianos, franceses, etc.

7. Restaurantes de menú variado.

Los restaurantes a la carta tienen mayor variedad de platillos individuales, de modo que los clientes pueden elegir de acuerdo con sus apetitos y presupuesto. Los de menú ofrecen determinados platillos a precio moderado. (Ver fotos anexo) El segmento más alto tiene también grupos temáticos como los de comida informal, los llamados High-Check (con precios muy altos) y moderate Check (con unos precios más moderados), los de hotel, los de especialidad y los de menú variado. (Ver foto anexo)

Existe la clasificación alternativa que también se elaboró en Estados Unidos en el 1992. La tipología de los restaurantes reconoce el crecimiento y la importancia que han alcanzado las cadenas de restaurantes "multi-unidad". En esta clasificación se proponen cinco tipos de restaurantes, cada uno de ellos con características del menú y rasgos de funcionamiento peculiares que los distinguen de los demás.

Los tipos son: los puntos de ventas de servicio rápido, que ofrecen un precio bajo y rapidez; los restaurantes de nivel medio, que se basan en la variedad de comida que hay en el menú, así como la buena relación calidad-precio y la comida; los de nivel moderadamente alto que presenta un ambiente de servicio, flexibilidad y asumen una “declaración de principios” en cuanto a la moda y la decoración; los establecimientos de nivel realmente alto, que ofrecen una experiencia, un estilo y una atmósfera especial, y por último, los dedicados a la comida de negocios, basados en la buena localización y una relación calidad-precio aceptable. (Jafari, 2002)

1.1 Breve Historia de los Restaurantes

En su obra, Bachs (2003), afirma que “La historia de las empresas de servicios de alimentos se remonta a Egipto en el año 512 A.C., donde existen pruebas de la existencia de tabernas, que eran comedores públicos para hombres en los que servían menús limitados”.

De acuerdo a Tsuji (1991), posteriormente, “ En el siglo XVIII), aparecieron establecimientos de comidas y bebidas, donde se ofrecían un menú específico que era servir a cierta hora únicamente. El primer restaurante fue fundado por el francés Boulanger en el año 1765 utilizando la publicidad “Pasen todos los que tengan un estómago débil, yo lo restauraré”. No obstante se tienen datos de que el primer restaurante formal fue Grande Tabernas de Londres por Antoine Beauvilliers”.

Agregando, Bachs (2003), comenta que: “ A partir de la segunda guerra mundial el negocio de alimentos y bebidas creció como esfuerzo, debido a que la gente comenzó a comer fuera de su hogar con más frecuencia, conducta que ha seguido en aumento hasta nuestros días”. (Rodriguez E. , 2010)

Taberna Boulanger en el año 1765:



Menú Boulanger año 1765:

FRESH-BAKED PASTRIES

BREAKFAST BASKET *Serves approx. 10 people*
An assortment of croissants, Danish, and muffins arranged in a basket.
35.95 (3.75 each additional person)

LE BOULANGER BREAKFAST
10 person minimum
Your continental breakfast service includes fresh baked bagels and a selection of mini muffins, Danish, and croissants along with butter and jam. Coffee, tea, juice, milk, and fruit also included.
9.95 per person



BAGELS

BAGELS & CREAM CHEESE BASKET
Serves approx. 10 people
Includes an assortment of plain, poppy, sesame, everything, onion, Asiago cheese, multi-grain, or cinnamon raisin bagels. Includes individual servings of the following cream cheeses: plain, lite, chive and onion, and strawberry.
35.95 (3.75 each additional person)
(7.50 adds butter and jams)

COFFEE & TEA



Service for 6 - 8 people 15.95
Service for 25 - 30 people 44.95
Service for 50 - 60 people 89.95
Service for 100 - 120 people 159.95

Le Boulanger is proud to feature Tully's coffee. Our coffee service includes our House Blend and decaffeinated coffees. Assorted herbal teas are available.



BOX LUNCHES

GOURMET BOX LUNCH
Includes your choice of a LeBoulanger gourmet sandwich, fruit, potato chips, and a fresh baked cookie.
California Fresh • Eggplant • The Vegetarian • Turkey Cranberry
Le Grand Roast Beef • Classico • Country Classic • Albacore Tuna Salad • Smoked Ham & Swiss
9.25 per person

LE BOULANGER SANDWICHES
Serves approx. 10 people
A variety of Le Boulanger's gourmet sandwiches made on a selection of freshly baked breads.
69.95 (7.50 for each additional person)



CREATE YOUR OWN SANDWICH
Includes meat & cheese tray, a variety of fresh baked breads, and all condiments.
Large *Serves 20 people* 89.95 (7.50 each additional person)
Small *Serves approx. 12 people* 69.95 (7.50 each additional person)

HORS D'OEUVRE SANDWICHES
Serves approx. 10 people
Individual mini sandwiches served on assorted dinner rolls.
59.95 (7.50 each additional person)

ADDITIONAL DELICACIES

FRESH FRUIT PLATTERS *Serves approx. 10 people*
An array of seasonal fruits.
42.95 (3.95 each additional person)

BREAK TIME BASKET *Serves approx. 10 people*
An assortment of chocolate chip cookies, granola raisin cookies, peanut butter cookies, and white chocolate macadamia nut. Perfect for afternoon breaks.
19.95 (1.95 each additional person)

FRESH SALADS

All salads serve approximately 8 people or may serve up to 12 people as a side salad.



BLEU CHEESE SALAD
Fresh romaine lettuce topped with bleu cheese dressing, bacon, tomatoes, and Gorgonzola cheese.
42.95 (3.95 each additional person)

CLASSIC CAESAR SALAD
Fresh romaine with seasoned sourdough croutons, Parmesan cheese, and classic Caesar dressing.
42.95 (3.95 each additional person)

PRIMAVERA SALAD
Fresh spring mix with walnuts, dried cranberries, Gorgonzola cheese, and balsamic vinaigrette dressing.
42.95 (3.95 each additional person)

SPINACH AL FRESCO
Fresh baby spinach leaves tossed with bacon, mushrooms, tomato, hard-boiled egg, croutons, and sweet herb dressing.
42.95 (3.95 each additional person)

SIDE SALADS*

Serves approximately 12 people or may serve 16 people as a side salad.
PASTA SALAD
Rotelli pasta made with seasonal vegetables and olive oil dressing.
42.95 (3.95 each additional person)

POTATO SALAD
Made with mayonnaise, sour cream, and dill dressing.
42.95 (3.95 each additional person)

*Side salad orders require a 24 hour advance notice.

BEVERAGES

Coke, Diet Coke, Mr. Pibb, Sprite, Iced Tea	1.50
Calistoga Bottled Water, Calistoga Mineral Water	1.20
Lowfat, Vitamin D, Chocolate Milk	.85
16 oz. Fresh Squeezed Juices	2.85
12 oz. Nantucket Nectar Juice Cocktails	1.75
17.5 oz. Nantucket Nectar Juice Cocktails	2.05

1.2 Administración financiera del Restaurante

La administración financiera constituye una disciplina de carácter técnico y científico que permite desarrollar la habilidad de los dirigentes en el manejo de los negocios; mediante su aplicación se refuerzan sus objetivos empresariales. A ese efecto se puntualiza los siguientes aspectos:

1. Buscar las fuentes idóneas de financiamiento, acordes con los objetivos del restaurante.
2. Planear la estrategia a seguir en el manejo de dichas fuentes de financiamiento.
3. Allegarse los fondos “suficientes”, en las mejores condiciones posibles.
4. Colocar dichos fondos en uso efectivo y distribuirlos razonablemente.
5. Aprovechar dichos fondos.
6. Incrementar las utilidades.

Por tanto, la administración financiera del restaurante conjunta los objetivos empresariales con un manejo efectivo de los componentes de la actividad mercantil, ósea la relación que existe entre las diferentes áreas (mercadotecnia, producción, finanzas y recursos humanos) y la influencia que ejerce el medio circundante (proveedores, clientes, acreedores, fisco, etc.). (Garcia, 1998)

1.3 El Restaurante como Empresa

Para llevar un restaurante al éxito, es necesario que existan quejas, pero es necesario estar atento a ellas ya que si se recibe una queja es porque el cliente está insatisfecho, si no se atienden las quejas a tiempo el malestar perdurara en el ánimo del comensal.

Robert L. Desatnich, realizó una interesante investigación y detecto que el 96% de los clientes insatisfechos nunca se quejan del trato descortés o rudo que reciben y que el 90% de los clientes insatisfechos con el servicio recibido no vuelven a comprar o asistir al establecimiento y peor aún, cada uno de estos clientes descontentos relataran su experiencia negativa por lo menos a 9 personas. Y finalmente, 13% de los ex clientes descontentos contaran sus historias a más de 20 personas.

La diferencia de un restaurantero profesional y uno que no es profesional es la sensibilidad, sinceridad, actitud y habilidad. El gremio posee cualidades innatas, pero también existen muchas cosas que necesitan aprender; entre otras, el conocimiento de las relaciones con sus clientelas, para lo cual debe establecer un sistema de retroalimentación que le permita elaborar un inventario de habilidades de servicio y así, anticiparse a los deseos del comensal, es decir, estar siempre un paso delante de él. William B. Martin enumera las 5 necesidades básicas de quien asiste a un establecimiento de alimentos:

1. Atención personal.
2. Sentirse cómodo y relajado.
3. Pertenece.
4. Sentirse importante.
5. Reconocimiento.

Es importante que al fijar los objetivos de la empresa se tenga en mente que el servicio de calidad es una parte integral de la actividad gastronómica, no una extensión de la misma. Como dice Martin “Nada es más importante para un restaurante que los clientes; sin ellos, no podrían existir”.

Es esencial pues, para el éxito de un negocio, que los clientes estén satisfechos, este tipo de clientela no solo regresa, sino que atraen a sus amistades. (Garcia, 1998)

1.4 Tipos de restaurantes

- **Restaurante buffet**

Es posible escoger uno mismo una gran variedad de platos cocinados y dispuestos para el autoservicio. A veces se paga una cantidad fija y otras veces por cantidad consumida (peso o tipos de platos). Surgido en los años 70, es una forma rápida y sencilla de servir a grandes grupos de personas.

- **Restaurante de comida rápida (Fast Food)**

Restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, patatas fritas, pizzas, tacos, entre otros.

- **Restaurantes de alta cocina (gourmet)**

Los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa. El pedido es "a la carta" o escogido de un "menú", por lo que los alimentos son cocinados al momento. El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los platos que consume. Existen mozos o camareros, dirigidos por un Maître. El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos.

- **Restaurantes temáticos**

Son clasificados por el tipo de comida ofrecida. Los más comunes son según origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: La cocina italiana y la cocina china, pero también cocina mexicana, cocina japonesa, cocina española, cocina francesa, cocina peruana, cocina colombiana, cocina tailandesa, restaurantes espectáculo, entre otros.

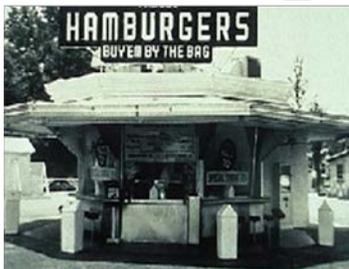
- **Comida para llevar (take away)**

Son establecimientos que ofertan una variedad de primeros platos, segundos, y una variedad de aperitivos, que se exponen en vitrinas frías o calientes, según su condición.

El cliente elige la oferta y se confecciona un menú a su gusto, ya que la oferta se realiza por raciones individuales o como grupos de menús. Dentro de los take away podemos encontrar establecimientos especializados en un determinado tipo de producto o en una cocina étnica determinada. Al igual que los fast food, la vajilla y el menaje que se usa son recipientes desechables. Un ejemplo son las rosticerías, los asaderos de pollos, etc. (Andrews, 2010)

Capítulo 2.

Restaurantes de comida rápida (Fast Food)



2.0 Breve historia de los restaurantes de comida rápida (Fast Food)

Gallego y Peylorón (1997) define “Fast Food” como: termino Ingles que define el sistema de producción y servicio de “comida rápida” en establecimientos adecuados que con una estrategia comercial muy definida, hace una oferta singular donde todo es importante (comida, local, decoración, material de servicio, uniforme de empleados, etc.). La hamburguesa ha sido la oferta clave del “Fast Food” aunque en los últimos años han aparecido otras ofertas que utilizan el pollo, pescado o platos autóctonos. Al amparo de esta tecnología de la producción y servicio del restaurante se ha introducido otras modalidades que trata de ampliar o variar las ofertas de comidas y bebidas del clásico “Fast Food”. (J.F., 1997)

Según Mcintosh, Goeldner y Ritchie (1999), “Las cadenas de comida rápidas gozan de buen éxito en parte porque limitan su menú, lo cual les da un mayor poder de compra, menos desperdicio y mas control de las proporciones y lo importante para el consumidor, costo de operaciones menores. Son libres en productividad laboral en la industria restaurantera. En la mayoría de las operaciones de comida rápida se usa papel y plásticos desechables; el costo de estos materiales lo compensan con creces el ahorro resultante por no proporcionar servicio regular y no emplear al personal necesario para lavar bajillas. Las operaciones de comida rápida también se benefician de las ventajas de la especialización; se ha convertido en especialista en platos del menú, simplificación del trabajo y sistema de operación”. (R.W., 1999)

De acuerdo a Roco & Vladimir (2001), estos restaurantes “Se distingue por presentar un servicio rápido, ofrecer una limitada selección de comida, servicios limitados y enfocarse en la preparación y entrega. Los restaurantes de comida rápida hacen uso de la comodidad, porque es un importante elemento en los restaurantes de comida rápida, muchos permanecen desde muy temprano hasta muy tarde”. (M., 2001)

Cuevas (2002), concluye que: “Mas que vender calidad y presentación, estos restaurantes venden rapidez y servicio. A ellas se les atribuye su penetración y gran crecimiento en el mundo, sin importar raza, nivel cultural o economía de los clientes”. (F., 2002)

En la Enciclopedia Británica (1985), se afirma que: “Durante los años 50 se inicio un cambio en los hábitos alimenticios, lo que dio un gran auge a este tipo de negocio. Para ese tiempo los integrantes de la generación denominada Babi Boom empezaron hacer adolescentes que trabajan dispuestos a gastar cada vez mayores proporciones de sus ingresos comiendo fuera; al mismo tiempo, surgió una marcada tendencia dirigida hacia la familia pequeña, permitiendo un aumento en la participación social de la mujer así como mayores oportunidades de trabajo fuera del hogar”. (Fast Food restaurant, 1985)

En las fuentes anteriores se continua relatando hechos sobre los inicios de este tipo de restaurantes al afirmar que: “Los primeros restaurantes de comida rápida

exitosos ofrecían un menú extremadamente limitado pero a finales de los años setenta la competencia y la creciente demanda por este tipo de servicio causó que se añadieran artículos de desayunos, postres y los tradicionales *combos* entre otros. Sin embargo, algunas obtuvieron gran éxito mediante la especialización, que ofrecían platos al estilo cafetería, con cortes de carnes económicos”.

Khan (1991), señala que: “La comida rápida es el segmento de la industria de alimentos que crece con mayor rapidez por la necesidad de servicios rápidos. Recientemente en el énfasis de estos alimentos están las hamburguesas, pollos fritos y tacos”. (M.A, 1991)

En el estudio realizado por Arias (2004), este afirma que: “La comida rápida incluye restaurantes que no se consideran convenientes para ocasiones especiales, ya que el concepto está basado en la rapidez del servicio que contradice al ambiente placentero que caracteriza los restaurantes finos. Por consiguiente, la limpieza de estos establecimientos es más importante que la decoración o la atmosfera. Muchas de las cadenas de comida rápida son populares por ofrecer calidad de los alimentos por poco dinero, adicionando un servicio rápido y deficiente. Este es el único segmento en el que cupones, juegos y otras promociones son utilizadas con muchas frecuencias”.

(L., Atributos de los restaurantes de comida rapida que influye en el consumidor para seleccionarla, 2004)

Ritzer (1996), en cambio, opina que: “En primer lugar, los establecimientos de comida rápida ofrecerán eficacia, ya que se da de la necesidad de comer, a un estado de satisfacción. Además de satisfacer esta necesidad, el autor menciona otros elementos importantes para satisfacer las expectativas de los consumidores como son: el “Drive- in”, la rapidez del servicio, lo previsible del servicio, que se debe a la estandarización de procedimientos y por último el control del mismo personal que labora en estos establecimientos”. (G., 1996)

Otro aspecto importante en la naturaleza de los alimentos que son ofrecidos, la gran mayoría de los diferentes tipos de productos finales que ofrecen los restaurantes de comida rápida, pueden consumirse directamente por medio de las manos, sin usar cubiertos.

2.1 Definición de restaurantes de comida rápida (Fast Food)

Los restaurantes de comida rápida (del inglés conocido también como Fast food), son establecimientos que sirven comida al momento, en forma rápida y eficaz mediante un precio asequible al público en general.

Los restaurantes de comida rápida ofrecen menús limitados que incluyen productos como hamburguesas, patatas fritas, perritos calientes, sándwiches de pollo, tacos, burritos kebabs turcos y gyros griegos, pizza, crepes, diversos alimentos preparados para comer con los dedos y otras opciones que resultan muy prácticas para los clientes que quieren una comida rápida.



Los pedidos se hacen en un mostrador situado debajo del menú con luz en el que se pueden ver fotografías a todo color de las comidas que se ofrecen en el local; los clientes tardan apenas unos minutos en recibir su comida, y tienen la posibilidad de comérsela dentro o fuera del restaurante.

Entre las características que comparten los puntos de venta de comida rápida, están el entorno limpio, la decoración sencilla pero a las ves agradable, un nivel de calidad del producto constante, los sistemas automatizados y servicio rápido.

Un gran número de los locales de comida rápida forman parte de sistemas de franquicias de grandes dimensiones como los de McDonald, Pala Pizza, KFC, Taco Bell, entre otros. (Jafari, 2002)

Cabe destacar que los restaurantes de comida rápida Fast Food, se caracterizan por poca utilización de la mano de obra y escaso requerimiento de espacio, necesitan de poco almacenamiento de alimentos congelados. El movimiento es tan grande que no es necesario mantener una reserva de alimentos preparados ya que todo lo que se elabora es para ser despachado en poco tiempo.

El menú es bastante reducido y es expuesto junto con los precios en pizarrones de colores lo cual contribuye al aumento de la eficiencia, rapidez y facilidad de control y calidad de los productos.

La industria de la comida rápida ha desarrollado durante los últimos años y busca la optimización de los sistemas y métodos de trabajo. Por lo tanto, el personal existente en cada establecimiento es entrenado para dar un mejor servicio y ofrecer al visitante de los mismos, todo lo que ellos deseen en el menor tiempo posible, contribuyendo con ello a un mejor desenvolvimiento operacional.

Los locales se ubican en sitios bien seleccionados, sus colores son característicos, tratan de mantener higiene, limpieza y brillantez. El precio por lo general es conveniente ya que la utilidad no depende de un alto margen de

unidad de menú, sino de un alto volumen de venta por unidad de restaurantes, por lo que es importante en cada una de las fases de operación. (Melendez, 2002)

2.2 Origen y evolución de los restaurantes de comida rápida (Fast Food)

El origen de la comida rápida da inicio a partir de la antigua Roma, donde se acostumbraba a servir, en puestos callejeros panes planos con olivas o el faláfel en el Medio Oriente. En la India se acostumbra desde muy antiguo a servir comida callejera, algunas pueden ser las pakoras, el Vada pav, el Papri Chaat, el Bhelpuri, el Panipuri y el Dahi Vada.

En 1912 se abre el primer automat en Nueva York, un local que ofrecía comida detrás de una ventana de vidrio y una ranura para pagar con monedas. El sistema ya existía antes en Berlín y en algunas ciudades de Estados Unidos como Filadelfia. La firma popularizó la comida para llevar bajo el eslogan "menos trabajo para mamá".

Luego con la llegada de los populares drive-through en los años 1940 en Estados Unidos período en el que se hace muy popular servir comidas sin necesidad de salir de un coche, el concepto "Fast Food" se instala en la vida de Occidente. Las comidas se sirven a pie de calle o en algunos países se ofrecen en locales comunes denominados Food courts. La hamburguesa se hace muy popular en la cocina estadounidense.

En Europa la comida rápida empieza durante las Guerras Napoleónicas cuando en el siglo XIX los mercenarios cosacos del Ejército Ruso en Francia solicitaban en los restaurantes que se les sirvieran lo antes posible, mencionando repetidas veces la palabra Bistró (en ruso es igual a rápido). Los restaurantes franceses Bistro quedaron con esta denominación a partir de entonces.

A mediados del siglo XX un empresario de la alimentación en Estados Unidos denominado Gerry Thomas comercializa por primera vez lo que se denomina comida preparada (TV dinner) con este invento, una persona sin mayores esfuerzos se encuentra en pocos minutos con un plato preparado en casa. Se hizo muy popular en los establecimientos de conveniencia y por esta razón se le conoce también al alimento preparado como alimento de conveniencia. A finales de los años 1990 empiezan a aparecer movimientos en contra de la 'Fast Food' y denuncian algunos aspectos acerca de la poca información, el alto contenido de grasas, azúcares y calorías de algunos de sus alimentos (aparece el término que hoy en día es conocida como comida chatarra o comida basura).

A comienzos del siglo XXI aparecen ciertas corrientes contrarias acerca de la comida rápida, algunos como el movimiento Slow Food nacido en el año 1984 (promovido por Joseph Bové) pone como sus objetivos luchar en contra de los hábitos que introduce la comida rápida en nuestras vidas. Aparecen documentales en los medios denunciando la situación como la película-documental más

relacionada con la hamburguesa Súper Size Me, dirigida y protagonizada por Morgan Spurlock (2004), en la que decide alimentarse únicamente de comida de los restaurantes McDonald's durante un mes entero. (Wikipedia, 2013)

2.3 Impacto de los restaurantes de comida rápida en República Dominicana

En la República Dominicana, los restaurantes de comida rápida comenzaron a incursionar en los años 70, con Kentucky Fried Chicken (KFC). Sin embargo, el escaso desarrollo económico del cual sufría el país hizo que en corto tiempo llegaran al fracaso en el mercado.



El resultado de esas experiencias fue un pesimismo con respecto a la viabilidad de los restaurantes de comida rápida en nuestro país. No obstante, a partir de finales de los 80, comienza una nueva oleada de inversiones en nuevos restaurantes de comida rápida. Contrario a lo ocurrido en los 70, esta vez los establecimientos tuvieron un desempeño mejor, debido al crecimiento de la clase media y el poder adquisitivo, los cuales eran impulsados por el mejoramiento de la economía tras salir de la crisis de los 80 y comienzos de los 90.

En la década de los 90 se instala en el país una serie de establecimientos dedicados de manera exclusiva al servicio de comida rápida. Contrario a las ocasiones anteriores esta vez el éxito ha acompañado al intento y sobre todo por primera vez han logrado establecerse en el país, como es el caso de los restaurantes de comida rápida:



Al ver los resultados obtenidos llegan a nuestro país nuevos establecimientos internacionales, como son:



Logrando una gran aceptación por parte de los consumidores; dando como consecuencia su visible expansión, abriendo nuevos establecimientos en diferentes puntos de la ciudad.

En la actualidad podemos encontrar en diferentes puntos de nuestro país una gran rama de variedad de restaurantes de comida rápida ya que han logrado un gran auge debido al ritmo de vida de las ciudades, más la integración de la mujer a las actividades productivas, ya es poco común que se coma en casa y mucho menos se prepare los alimentos de manera apropiada en los hogares. Debido a ello la gente recurre cada vez más a la comida rápida, integrándola a sus costumbres alimenticias.

El Mercado de la comida rápida en nuestro país ha experimentado una fuerte evolución en la transición de la década de los años 80 y 90. Sin embargo no ha sido hasta la entrada de un sin número de franquicias internacionales que el Mercado de la comida rápida o “Fast Food” ha alcanzado el alto nivel competitivo que le caracteriza debido precisamente al desarrollo alcanzado por el Mercado, la expansión geográfica de la ciudad de Santo Domingo, el desarrollo mismo de la Sociedad Dominicana entre otras muchas razones.

Con la llegada de los 90 se instala en el país una serie de establecimientos dedicados de manera exclusiva al servicio de comida rápida contrario a las ocasiones anteriores, esta vez el éxito ha acompañado al intento y sobre todo por primera vez, grandes cadenas internacionales han logrado establecerse en el país.

El éxito de la comida rápida están en los cambios que se han producido en las últimas décadas han implicado un crecimiento de la población en mas de millones

de personas. Esta población es joven y vive en su mayoría en la zona Urbana. Otro factor importante en el cambio de la sociedad dominicana en esta década es la gran cantidad de personas que realizan actividades informales de subsistencia y que permanece en la calle gran parte del día.

En común parte de los empleados y trabajadores informales hacen sus comidas del medio día fuera del hogar. (Rodriguez J. , 1997)

2.4 Características de los restaurantes de comida rápida

Presentaremos a continuación las características más relevantes de un establecimiento de comida rápida, en el cual podremos ver lo que nos diferencia de un restaurante convencional, tanto en su servicio, tiempo, presentación de las comidas, precio, infraestructura entre otros.

- Se le atiende con rapidez.
- Es de fácil acceso.
- Precios moderados.
- Manejan estándares en procesos, platillos, administración y operación.
- El establecimiento no requiere de mucho espacio pero debe ser higiénico y acogedor.
- Esta a opción del consumidor optar por los diferentes tipos de servicio como son: consumo en local, recogida en local y consumo en la calle o a domicilio, entrega domiciliaria.

- El gasto de mano de obra y el capital a invertir que se requiere es mínimo comparados a los establecimientos de restaurantes.
- No es necesario para el consumidor el uso de cubiertos.
- No es necesario la presencia de meseros ya que el pedido se recibe al instante.
- La variedad del menú son muy limitados y por lo tanto son más fáciles de manejar por los empleados sin experiencia. (2010)

2.5 Información general restaurantes de Fast Food “Tacos”

Los Fast Food “Tacos” inicia en la antigua Roma en puestos callejeros. Asimismo, en la India se acostumbraba desde años atrás a servir comida callejera, algunas pueden ser las pakoras, el Vada pav, el Papri Chaat, el Bhelpuri, el Panipuri y el Dahi Vada.

Los orígenes de la cadena se encuentran en Glen Bell, un veterano de guerra que en 1946 abrió un puesto de perritos calientes en San Bernardino (California). Meses después vendió el puesto y con el dinero obtenido alquiló un local donde montó Bell's Drive In, su primer negocio de comida rápida. En 1952 abrió una versión mejorada del establecimiento, con un menú basado en hamburguesas y perritos calientes. Sin embargo, la competencia de otras cadenas emergentes como McDonald's provocó un cambio en su modelo de negocio.

Sin embargo, la expansión por todo el país no se produjo hasta comienzos de los años 1960. Bell se asoció con cuatro empresarios vinculados a Los Ángeles Rams, equipo profesional de fútbol americano, que se habían mostrado interesados en el modelo especializado del restaurante. En 1958 los socios abrieron una cadena de restaurantes conocida como El Taco. Glen Bell vendió su participación en esa cadena en 1962, y con el dinero ganado abrió el 21 de marzo de ese año su primer restaurante propio en Downey (California), al que llamó Taco Bell.

Taco Bell registró un rápido crecimiento durante los años 1960, en pleno auge de la industria de la franquicia. En 1964 vendió su primera franquicia, y tres años después el grupo tenía 12 restaurantes propios y 325 franquiciador en todo Estados Unidos, con especial aceptación entre la comunidad inmigrante.

Entre los productos elaborados por la cadena sin relación con la comida mexicana tradicional se encuentra el Crunchy Wrap, un taco relleno con tortilla crujiente en su interior, y el Enchirito, un burrito con queso picante similar a la enchilada. En Estados Unidos se comercializa además la Mexican Pizza, un plato de carne de ternera cubierto por dos tortillas crujientes y que simula una pizza, rollos de queso y arroz.

En los Taco Bell de Estados Unidos no se venden papas fritas, aunque en los establecimientos de República Dominicana, Canadá, Costa Rica y España si se pueden conseguir.

Aunque Taco Bell tiene su sede en Estados Unidos, su presencia en el resto del mundo no es tan elevada como otras franquicias de Yum Brands como Pizza Hut o KFC. El primer local de la cadena fuera de EEUU se abrió en 1979 en Guam, y después comenzaron a abrirse franquicias en países de América Central. Además, algunas bases militares estadounidenses en el exterior contaron con sus propios restaurantes, a los que el resto de ciudadanos no podían acceder.

Existen franquicias de Taco Bell en más de 20 países. En Europa, el primer país con Taco Bell fue Reino Unido en 1986 y posteriormente se abrió un local en Múnich (Alemania). No obstante, el paso de la franquicia por el continente terminó a comienzos de los años 1990, cuando todos los locales cerraron.

La franquicia inició en 2008 un nuevo proceso de expansión por Europa a través de España, donde se abrieron cuatro locales en la Comunidad de Madrid. Posteriormente, se abrieron restaurantes en Islandia (2008) y Essex, Reino Unido (2010), y más recientemente en el Salvador (2011).

La cadena también intentó expandirse en el propio México en dos ocasiones, aunque no tuvo aceptación. La primera incursión tuvo lugar en 1992, cerrando a

los pocos meses después. Quince años después se abrieron dos locales en Monterrey, con cambios en el nombre de algunos productos. Sin embargo, éstos cerraron en enero de 2010 por no ser rentables. (Wikipedia, 2009)



2.6 Clasificación de los restaurantes de Tacos (mexicano) en Santo Domingo, Distrito Nacional

Aquí presentaremos todo los restaurante de comida mexicana que existe en Santo Domingo, Distrito Nacional, cada uno ubicado en distinto sectores, algunos están ubicados dentro de un centro comercial y otros de manera individual.

A través de este listado, podemos ver que no es tan amplio la cantidad de restaurantes que se especializan únicamente en comida mexicana en el distrito nacional a comparación de otros establecimientos como son: pizzas, hamburguesas o Fast Food de comida variada.

A todos estos restaurantes que mostraremos a continuación, será calificado como posibles competidores directos.



2.7 Análisis FODA de los Fast Food de Tacos

Luego de ver todo lo referente a los restaurantes de comida rápida a nivel nacional e internacional, así como informaciones acerca de los restaurantes de Fast Food especializado en tacos, preparamos un análisis FODA el cual utilizaremos para identificar cuáles son las fortalezas y debilidades así como las oportunidades y amenazas de estos restaurantes ya con información obtenida a nivel general en nuestra investigación.

Después de este análisis, podemos identificar y medir los puntos fuertes y débiles, ya que estos son de vital importancia para poder entender la viabilidad de estos restaurantes, con los resultados obtenidos podemos determinar, cuáles serian nuestras mejores estrategias a utilizar de manera más conveniente en nuestro proyecto de acuerdo a la situación actual de los restaurantes Fast Food tacos a nivel general.

Fortalezas

- Los productos son innovadores y variados
- Fácil de preparar
- Posee una buena mano de obra para el servicio con un tiempo record
- Se capacita a los empleados para la atención al cliente
- Un local sencillo, limpio y acogedor
- Todos los utensilios para uso de los clientes son desechables
- Todos los alimentos son Semi-Preparado

Oportunidades

- Asociados con mercados internacionales para exportar el producto
- A través de la satisfacción obtenida por los clientes, se podrá obtener el primer lugar en el mercado.
- Expandirse a otros mercados

Debilidades

- Baja participación en el mercado, siendo la empresa joven
- Alto precio de la materia prima
- Competencias con mas experiencias
- Poca publicidad

Amenazas

- Nuevas competencias con mejores precios
- No tener clientes habituales
- Materia prima sufra alza en sus precios
- Competencia desleal
- Clientes potenciales gasten en la competencia

Capítulo 3.

Análisis de los Restaurantes de Comida Rápida en el Sector Evaristo Morales



3.0 Análisis del sector: ventajas y Desventajas

A continuación desarrollaremos una breve reseña en la cual podremos ver las ventajas y desventajas para la posible creación de un restaurante Fast Food “Tacos” dentro de la Zona de Evaristo Morales.

Es muy importante tomar en cuenta estos puntos, porque mientras el cliente recibe más beneficios para su comodidad y satisfacción, mas fidelidad recibiremos de parte de ellos.

Usualmente cuando contamos con escasa competencia directa, ubicación céntrica y sobre todo una zona segura, es un buen punto a nuestro favor, como es el caso de nuestra zona donde ubicaremos.

Pero cabe resaltar que un factor de suma importancia son los parqueos, los cuales son escasos en nosotros, ya que el parqueo será compartido con los clientes de Pala Pizza.

Ventajas:

- No existe restaurante de Fast Food especializado únicamente en Tacos.
- Evaristo Morales posee una ubicación comercial.
- Cerca de una vía muy transitada con fácil acceso.
- Buen poder adquisitivo.
- Tenemos un público masivo de cualquier sector.

Desventajas:

- Competencia indirecta en el mismo sector (Pala Pizza)
- Competencia directa en los alrededores (Taco Bell)
- Poca aceptación del público en general
- No poder cubrir las expectativas
- La competencia en otras especialidades de Fast Food

3.1 Definir análisis de nuestras posibles competencias

En la zona de Evaristo Morales no existe de manera directa un competidor Fast Food especializada únicamente en tacos, pero cabe destacar que contaremos con un posible competidor muy visitado por el público llamado “Pala Pizza”.

Aunque todos estamos claros que Pala Pizza solo se especializa en pizza o pasta, tal como su nombre lo menciona, cuenta con dos tipos de platos mexicanos que son los wrap y una variedad de tacos desde el más sencillo hacia el más completo. (Ver cuadro 3.2)



Cabe destacar que Taco Bell será nuestro competidor directo ya que está ubicado en Piantíni próximo a nuestro sector. Taco Bell siendo una cadena reconocida a nivel mundial fue el primero en posicionarse en República Dominicana. No solo se especializa únicamente en tacos sino en otras variedades más (ver cuadro 3.2) cuenta con una gran aceptación del público en general.

También existen otros restaurantes de comida rápida mexicana como son entre ellas: La vecindad, Los 3 Mariachis, El Agave, etc., aunque no son nuestros competidores directos por no estar ubicados cerca de nuestro sector, vale mencionar que cuentan con un menú variable, aunque la mayoría no ofrece dentro de sus servicios bebidas mexicanas exquisitas a excepción del Agave y otros . (Ver cuadro 3.3)



3.2 Cuadro comparativo de los restaurantes Fast Food ubicado en el Sector Evaristo Morales con sus características

Existen dentro del Sector Evaristo Morales Restaurantes de comida rápida, aunque no tienen la especialidad en comida mexicana, son restaurantes que dentro de su menú ofrecen la variedad de estos platos como los tacos, burritos, quesadillas entre otros y se convierten en nuestros posibles competidores, en el cuadro siguiente explicamos los servicios que ofrecen así como también las características para poder conocer más y enfatizar en los productos que harían la diferencia de nuestro negocio con la competencia (ver cuadro en la página siguiente).



	Kentucky Fried Chicken (KFC)	Burger King	Pala Pizza
Características	<p>Está especializada en el pollo frito, piezas de pollo crujientes que se preparan mediante un proceso de fritura a presión.</p> <p>Normalmente se comercializan varias unidades en cajas o cubos, y además del pollo tradicional original existen otras variantes como pollo extra crujiente y asado a la parrilla.</p> <p>Junto al pollo frito, hay otras variantes como alitas de pollo, sándwiches, hamburguesas, burritos y <i>fingers</i>.</p>	<p>El Whopper y el Big King son sus productos principales; le siguen las ensaladas y comidas con pollo.</p> <p>Debido a la demanda de clientes durante las primeras horas del día, se incorpora el menú de desayunos</p> <p>En el 2000 la compañía decidió ampliar su oferta y creó un menú vegetariano</p>	<p>Su elaboración consta sólo con tomates frescos, sin salsa de pizza, siguiendo la receta de los ancestros italianos quienes hacían la pizza en hornos de arena y ladrillos con leña.</p> <p>A medida que Pala Pizza fue penetrando al mercado introdujo la pizza con la salsa, a petición del gusto de sus clientes.</p>
Productos	<p>Original Recipe Chicken (Receta Original de Pollo)</p> <p>Extra Tasty Crispy TM Chicken (Pollo Crujiente)</p> <p>Pop Corn Chicken. (Pollo Crujiente, tipo picadera)</p> <p>Twister (Tortilla Caliente con Pollo Crujiente, lechuga y mayonesa)</p> <p>-Coronel's Crispy Strips TM (Tiras/Fajitas empanizadas de Pollo Crujiente)</p> <p>-Hot Wings TM (Alitas de pollo sazonadas con un sabor picante)</p>	<p>-DESAYUNOS (Combo French Toast, Croissant Wich Queso, etc.)</p> <p>-WHOOOPER (Doble Whooper, Whooper Jr., etc.)</p> <p>-POLLO (King Pollo, Chicken Tenders, etc.)</p> <p>-FRITURAS (Papas, Aros de Cebolla, Cheesy Tots.)</p> <p>-KIDS MEAL (Kid Hamburgers y Kid Tenders.)</p> <p>-ENSALADAS (Ensalada Cesar, Wrap Cesar, etc.)</p> <p>-POSTRES (Pastel de Manzana)</p>	<p>ENTRADAS (Bruschetta)</p> <p>-ENSALADAS (Ensalada Cesar)</p> <p>-CAPRICETTY (Tomates Frescos)</p> <p>-TACOS y WRAPS</p> <p>-HAMBURGERS</p> <p>- PIZZA Y PIZZA TOMATES FRECOS</p> <p>-CALZONES Y PASTAS</p> <p>-POLLO (Pechuga de Pollo a la Cordon Blue)</p> <p>POSTRE (Brownie a la moda)</p>

3.3 Benchmarking de algunos restaurantes de comida rápida mexicana

Hicimos un benchmarking tomando como ejemplos tres posibles competidores ubicados en diferentes sectores cada uno de ellos, sin relación ni cercanía alguna a nuestra zona de Evaristo Morales.

A través de este cuadro comparativo donde presentaremos sus diversas características y especialidades de cada uno de ellos, nos ayudará como ejemplo, para profundizar lo que hace falta y no mantenernos en una monotonía en el servicio a ofrecer, marcando así la diferencia y poder ser un mercado altamente competitivo de los restaurantes de comida rápida mexicana (ver cuadro en la página siguiente).



	Los 3 mariachis	El Agave	La vecindad
Características	<p>El restaurante los 3 Mariachis es una tradición mexicana.</p> <p>En su moderno ambiente se pueden probar ricos tacos, nachos, quesadillas, ensaladas y burritos, que se destacan por la originalidad de sus presentaciones, entre ellas la de su Burrito Bowl.</p> <p>Cabe destacar que a diferencia de los demás restaurantes, el comensal puede elegir los ingredientes a su gusto.</p>	<p>En el Agave servimos una gran variedad de platillos típicos mexicanos elaborados en casa.</p> <p>Respetando las recetas y el sabor original de cada región de México.</p> <p>La decoración de El Agave se basa en los colores de la bandera mexicana han servido de inspiración para la decoración de nuestros platillos.</p>	<p>La Vecindad es el lugar perfecto para disfrutar de los mejores tacos con el puro sabor mexicano y las más finas y delicadas presentaciones.</p> <p>Por eso en la Vecindad somos los tacos artesanales.</p> <p>En las paredes del local se encuentran los murales en los que se representan a personas y personajes famosos de México (la vecindad del chavo del ocho).</p> <p>La comida es típica mexicana, como las que preparan en los rancheritos y carritos de comida en cualquier ciudad de México.</p>
Especialidades Y Bebidas	<ul style="list-style-type: none"> -Combinados (Chimichanga a la barbacoa y de pollo) -Chicharronada (Gorditas, cielito lindo, queso fundido, etc.). -Acompañante (Guacamole, queso fundido, salsa roja mexicana, etc.). -Ingredientes (Guacamole, salsa verde de tomillo, crema agria, etc.). -Los tradicionales (Tacos, Nachos, Burritos y quesadillas). - Agua -Margaritas -Jugos Naturales -Refrescos -Cerveza -Ice Tea 	<ul style="list-style-type: none"> -Las Botanas (Tamal, coctel de camarones, nacho agave, etc.). -Tacos y algo más (Taco de pastor, taco de bistec, taco barbacoa, etc.). -Fajitas (Arrachera y Pollo). -Enchiladas. -Flautas. -Carnita Agave -Ensaladas y sopas -Agua -Margaritas -Jugos con o sin Alcohol -Refrescos -Cerveza -Jugo de lima -Tequila -Otros 	<ul style="list-style-type: none"> -Ensalada (Mixta con pollo) Queso fundido (Natural, chorizo, champiñón, etc.). -Nuevos vecinos (La chilindrina, tostadas Veracruz, chavo especial, etc.). -Sincronizadas (Pollo, Filete de Res, pastor, etc.). -Tacos (Pollo, chuleta, chorizo, etc.) -Quesadillas, fajitas y flautas -Artesanales (Taco, cochinita - Agua -Margaritas -Jugos y malteadas -Refrescos -Cerveza

3.4 Análisis y tabulación de las encuestas

A continuación presentamos las encuestas realizadas a 150 personas. Utilizamos el método de muestra No Probabilísticos por Juicio, ya que este tipo de muestra se utiliza cuando no se necesita mucha precisión para la investigación. El muestreo por juicio es una forma de muestreo por conveniencia, en el cual los elementos de la población se seleccionan con base en el juicio personal del investigador, porque considera que son representativos de la población de interés.

Basado en Juicios personales como lo plantea este tipo de muestra Tomamos en cuenta la cantidad de habitantes del Sector Evaristo Morales y por eso escogimos una cantidad considerable para la muestra, considerando que no todos los encuestadores podían ser de ese sector ya que fuimos a diferentes centros comerciales ubicados en el mismo. Ya realizadas las encuestas y con resultados obtenidos, podremos ver claramente que tan efectivo sería nuestra propuesta de creación de un restaurante de comida rápida especializada en tacos en el sector, si el mismo sería oportuno y rentable de acuerdo a los diferentes gustos del consumidor y la preferencia que estos demandan en el mercado.

Modelo de la Encuesta

ENCUESTA

Muy buenas, somos estudiantes de la carrera de Administración Turística y Hotelera de la Universidad APEC. Estamos realizando una encuesta con fines de evaluación para nuestro monográfico para determinar la creación de restaurantes de comida rápida de Tacos en el sector de Evaristo Morales, Santo Domingo en el año 2013.

Nombre:

Sexo:

1. ¿Con qué frecuencia sueles comer fuera de casa?

- a) Diario
- b) Interfirió
- c) Fin de semana
- d) Mensual

2. ¿Por qué Prefiere visitar los establecimientos de comida rápida?

- a) Por estilo de vida
- b) Vivir solo
- c) Comodidad
- d) Cercanía al trabajo
- e) Otros_____

3. ¿De qué manera prefiere usted consumir el servicio?

- a) En el establecimiento
- b) A domicilio

4. ¿Le interesaría que los establecimientos de comida rápida ofrezcan nuevos productos con frecuencia?

- a) Si
- b) No

5. ¿Cuál es tu comida rápida favorita?

- a) Hamburguesas c) Tacos e) Pollo frito
b) Pizzas d) Hot Dog f) Empanadas

6. ¿Qué busca en un establecimiento de Fast Food de Taco (mexicano)?

- a) Variedad en la comida y b) Combos atractivos d) Infraestructura atractiva
bebida c) Excelencia en el servicio e) Otros_____

7. ¿Con qué frecuencia visitas un restaurante de comida rápida tacos (Mexicano)?

- a) Siempre c) Poco
b) A menudo d) Nunca

8. ¿Cuándo deseas ir a un Fast Food (Mexicano) ¿donde suele ir?

- a) Taco Bell c) Los 3 Mariachis e) Otros_____
b) Tacos del Sol d) Don Nacho

9. ¿Cuándo se dirige a un establecimiento de Fast Food tacos (mexicano), ¿Que comida suele pedir?

- a) Tacos c) Nachos e) Otros_____
b) Burritos d) Fajitas

10. ¿Cree usted interesante la propuesta de un nuevo restaurante de fast food taco (mexicano), ubicado en la zona de Evaristo Morales?

- a) Si b) No c) Tal ves

11. ¿Cuál es tu bebida favorita mexicana?

a) Tequila

b) Margarita

c) Agua de Lima (Mojito)

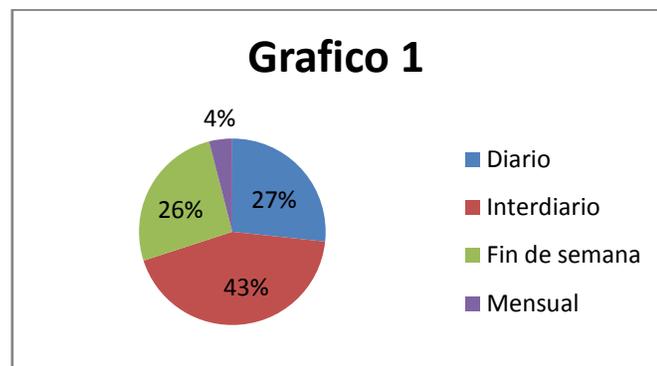
d) Otros_____

Tabla 1

Frecuencia con que el usuario como fuera de su casa.

Variable	Resultado	Porcentaje
Interdiario	65	43%
Diario	40	27%
Fin de Semana	39	26%
Mensual	6	4%
Total	150	100%

Fuente: Datos obtenidos de entrevista realizada



Fuente: Tabla #1

1. Aquí podemos observar la frecuencia con que las personas comen fuera de casa, **43% Interdiario, 27% Diario, 26% Fin de semana y 4% Mensual**. Esto se debe al ritmo de vida que hoy en día llevamos, sea por la universidad, trabajo, placer, de paso, etc.

Tabla 2

Razón por el cual los usuarios visitan los establecimientos de comida.

Variable	Resultado	Porcentaje
Comodidad	75	50%
Por estilo de vida	30	20%
Cercanía del trabajo	25	17%
Vivir Solo	20	13%
Otros	0	0%
Total	150	100%

Fuente: Datos obtenidos de entrevista realizada



Fuente: Tabla # 2

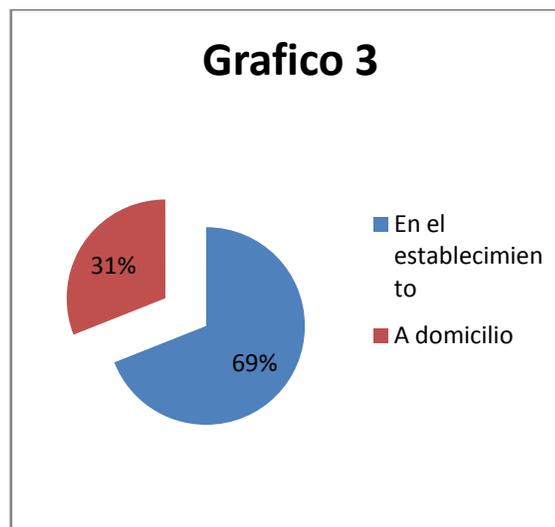
- El **50%** prefiere visitar un establecimiento de comida rápida por la **Comodidad**, siguiendo de un **20% por el estilo de vida** ajetreada que se lleva, un **17% por cercanía al trabajo** y un **13% por vivir solo**.

Tabla 3

Preferencia de los usuarios al consumir en los establecimientos de comida.

Variable	Resultado	Porcentaje
En el establecimiento	103	69%
A domicilio	47	31%
Total	150	100%

Fuente: Datos obtenidos de entrevista realizada



Fuente: Tabla #3

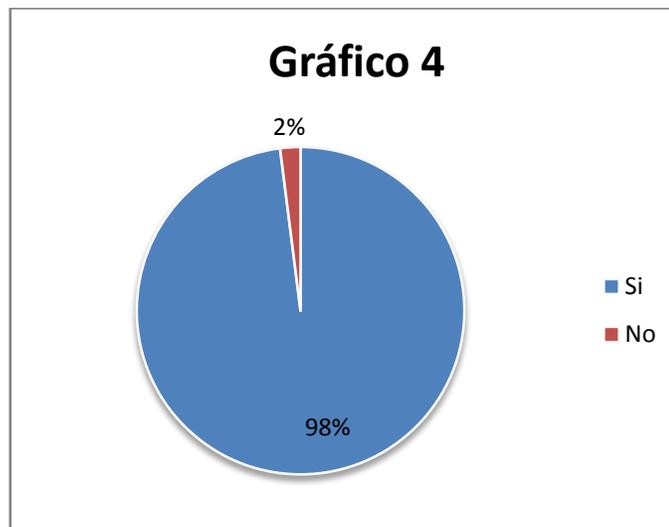
- De las 150 personas encuestadas, el **69%** prefiere comer **En el establecimiento** ya que le queda de camino, por el ambiente o servicio rápido para servir y el otro **31% A domicilio** por que les facilita no salir de su casa para ir a buscar comida o cuando están en una reunión social o por el simple hecho que es más cómodo.

Tabla 4

Interés de los usuarios por nuevo productos y ofertas en los establecimientos de comida.

Variable	Resultado	Porcentaje
Si	147	98%
No	3	2%
Total	150	100%

Fuente: Datos obtenidos de entrevista realizada



Fuente: Tabla #4

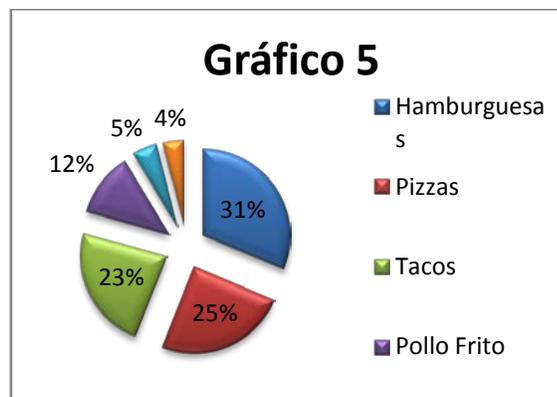
4. Aquí pudimos observar que el **98%** desean que los establecimientos de comida rápida ofrezca nuevos productos innovadores, ya que la mayoría se caracteriza por lo misma presentación de menús o combos y el **2% No** ya que no es de su preferencia o gusto y acuden muy raras veces a estos establecimiento.

Tabla 5

Comida preferida por los usuarios.

Variable	Resultado	Porcentaje
Hamburguesas	47	31%
Pizza	37	25%
Tacos	35	23%
Pollo Frito	18	12%
Hot Dogs	7	5%
Empanadas	6	4%
Total	150	100%

Fuente: Datos obtenidos de entrevista realizada



Fuente: Tabla #5

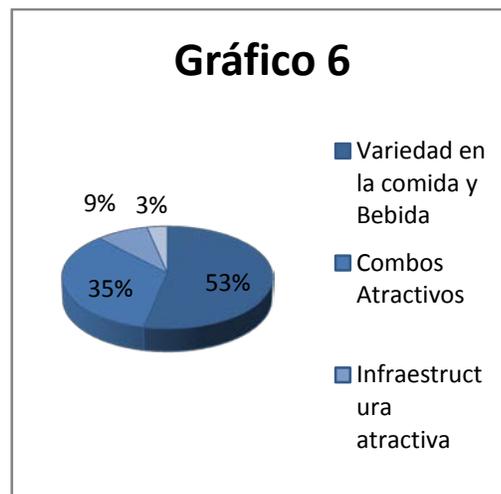
5. No podemos negar que las **hamburguesas** es la comida favorita por la mayoría, alcanzando un **31%** , seguido a esto son las **Pizzas con un 25%** , los **Tacos 23%** , **Pollo frito 12%**, los **Hot Dog con un 5%** y **4% empanadas** .

Tabla 6

Características que buscan los usuarios al momento de elegir un establecimiento o (fast food de taco mexicano).

Variable	Resultado	Porcentaje
Variedad en la comida	80	53%
Combos Atractivos	52	35%
Infraestructura atractiva	13	9%
Excelencia en el servicio	5	3%
Total	150	100%

Fuente: Datos obtenidos de entrevista realizada



Fuente: Tabla #6

6. El **53%** busca **Variedad en las comidas y bebidas** esto se debe a que en la mayoría de los fast food no encontramos muchas veces gran variedad o nuevos productos así también las bebidas se caracterizan por lo mismo, el **35%** escogió por **Combos atractivos** ya que suele ser las mismas compañías siempre, **9%** opto por la **Infraestructura atractiva** y por último el **3% excelente servicio**.

Tabla 7

Frecuencia con que los usuarios visitan un establecimiento o (fast food de taco mexicano).

Variable	Resultado	Porcentaje
A menudo	100	67%
Poco	30	20%
Siempre	15	10%
Nunca	5	3%
Total	150	100%

Fuente: Datos obtenidos de entrevista realizada



Fuente: Tabla #7

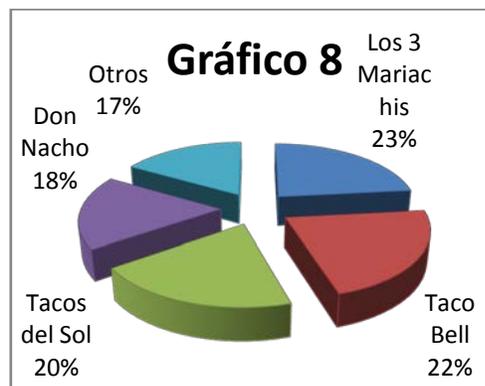
1. Pudimos observar que el **67%** de las personas encuestadas **A menudo** degustan de un plato mexicano, el 20% lo hace en **Pocas** ocasiones, **10% Siempre** estas personas son fijas en un establecimiento y **3% Nunca**.

Tabla 8

Preferencia de los usuarios al momento de elegir un (fast food de taco mexicano).

Variable	Resultado	Porcentaje
Los 3 Mariachis	35	23%
Taco Bell	33	22%
Tacos Del Sol	30	20%
Don Nacho	27	18%
Otros	25	17%
Total	150	100%

Fuente: Datos obtenidos de entrevista realizada



Fuente: Tabla #8

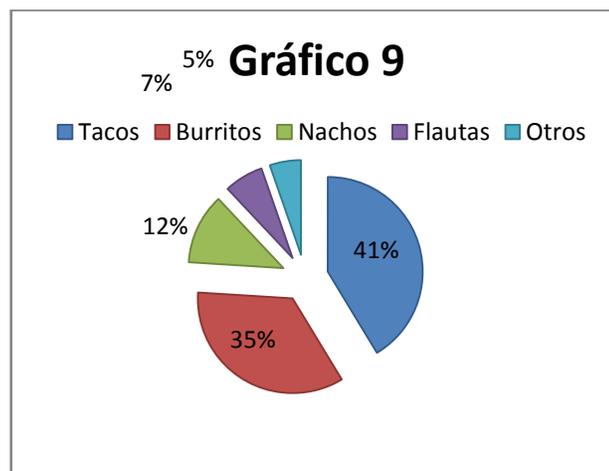
1. Entres las opciones escogidas de restaurante de comida rápida mexicana para saber la preferencia del consumidor, pudimos ver que esta de primero con un 23% **Los 3 Mariachis** esto se debe por su variedad que presenta en sus salsas para escoger al gusto del consumidor mientras **Taco Bell** obtuvo un **22%** caracterizándose porque cada cierto tiempo saca al mercado nuevos productos atractivos aunque su calidad es muy artificial y son calificados como tacos americanizados no típico mexicano. El **20%** **Tacos del Sol** ya que sus productos son muy caseros y típico mexicano, pero carece de promoción, **Don Nacho** con un **18%** presenta combos atractivos a muy buen precio pero mayormente está ubicado en Molls o plazas, por último el **17%** escogió **Otros** por preferencia propia.

Tabla 9

Preferencia de los usuarios al momento de ordenar un plato mexicano.

Variable	Resultado	Porcentaje
Tacos	62	41%
Burritos	52	35%
Nachos	18	12%
Flautas	10	7%
Otros	8	5%
Total	150	100%

Fuente: Datos obtenidos de entrevista realizada



Fuente: Tabla #9

9. Entre las opciones de comida mexicana que se dio a escoger en la encuesta, la que mas preferencia obtuvo fue con un **41% Tacos**, típico y conocido por todos, **35% Burritos** siguiendo de un **12%** con **Nachos**, **7% Flautas** y **5% Otros** como son fajitas, quesadillas, etc.

Tabla 10

Interés de los usuarios por la apertura de un nuevo restaurante fast food (mexicano) en la zona del Evaristo Morales.

Variable	Resultado	Porcentaje
Si	141	94%
No	6	4%
Tal Vez	3	2%
Total	150	100%

Fuente: Datos obtenidos de entrevista realizada



Fuente: Tabla #10

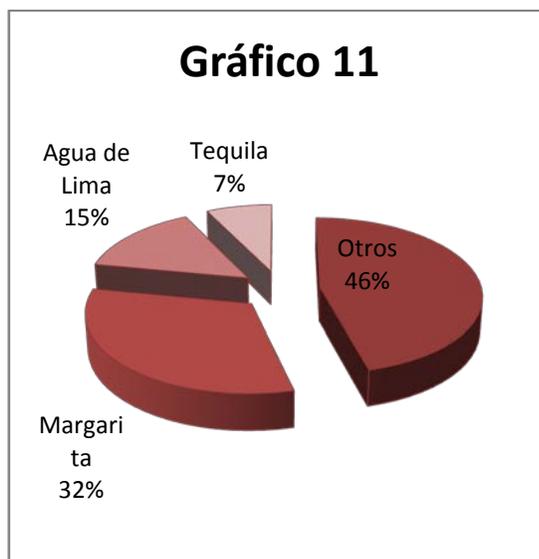
10. El **94% Si** cree interesante la propuesta de un restaurante fast food tacos (mexicano) en la ubicación de Evaristo Morales, mientras que un **4%** escogió como respuesta **No** ya que no es de su interés o gusto y el **2%** opto por un **Tal vez**.

Tabla 11

Preferencia de los usuarios al momento de ordenar una bebida y/o bebida tipo mexicana.

Variable	Resultado	Porcentaje
Otros	69	46%
Margarita	48	32%
Agua de Lima	22	15%
Tequila	11	7%
Total	150	100%

Fuente: Datos obtenidos de entrevista realizada



Fuente: Tabla #11

11. Entre las bebidas mexicanas favoritas el **46%** optó por **Otros** (Piña colada, cerveza, etc.). con un **32% Margaritas**, **15% Agua de Lima (Mojito)** y un **7% Tequila**. Con esto vemos que tan importante sería la colocación de bebidas en nuestro menú y cuales incluiríamos con más frecuencia.

Análisis final

Hemos realizado los estudios de mercado pertinente para poder ver la viabilidad de un restaurante Fast Food "Tacos" (mexicano) en la zona de Evaristo Morales y los resultados arrojados han sido positivos con una aprobación de 94%. Ahora podemos tener una mejor visión de cuáles son las necesidades y expectativas de los usuarios dentro del área de concepción, de esta forma nos veremos obligados a brindarle lo esperado.

Los resultados indican que los restaurantes de tacos no son los de mayor preferencia sin embargo ocupa el tercer lugar con un 23% de las 6 opciones que mostramos, esto se debe a que no existe en los restaurantes de comida rápida "Tacos" (mexicano) una variedad en las comidas y bebidas a ofrecer según el 53% de los encuestados, esto puede cambiar y ese es nuestro objetivo principal, lograr que los consumidores puedan hacer de los tacos uno de sus platos preferidos al momento de elegir un lugar de comida rápida para comer.

Según los resultados vemos que tan frecuente y acostumbrado están los habitantes a visitar y comer en los restaurantes de comida rápida, ya sea por diversas razones. El mismo va cada vez en aumento, debido al ritmo ajetreado de vida que llevamos hoy en día, sea por trabajo, estudio o simplemente carecen de tiempo para ir o preparar la comida en casa, ellos prefieren dirigirse a un restaurante de comida rápida.

Otro punto sorprendente fue la gran mayoría de encuestados expresaron la necesidad de nuevos productos y nuevas variedades en los platos y en el servicio que ofrecen en los Fast Food existentes.

Un 94% acertó, en que sería factible la apertura de un nuevo restaurante Fast Food mexicano en el sector Evaristo morales, por otro lado dentro de las opciones de platos mexicanos que presentamos a los encuestados, escogieron entre sus favoritos los tacos con un 41%, seguido por los burritos con un 35% y el resto ocupan un porcentaje más bajo. Ya visto todos estos detalles a preferencia de los posibles consumidores, hemos determinado que necesitan un servicio diferente e innovador en cuanto a la variedad de nuevos menús y bebidas, para una mejor propuesta de negocio que llenen sus expectativas y que pueda ir más allá de lo siempre visto en este tipo de restaurante.

Capitulo 4.

Propuesta para la creación de un restaurante de comida rápida “TACOS”





4.0 Concepto de Negocio

Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer bienes o servicios a otras personas. Negocio es una actividad comercial o social que se ha pensado y que se desea desarrollar. Es una herramienta que nos permite organizar y planificar las actividades que debemos realizar para lograr las metas de nuestra empresa cooperativa.

Una empresa es una organización que pretende obtener una utilidad ofreciendo los bienes y servicios que desean sus clientes. Las empresas satisfacen las necesidades de los clientes.

Los bienes son los productos tangibles que fabrican las empresas. Los servicios son los productos intangibles que ofrecen las empresas y que ni se pueden tocar ni guardar el futuro de los negocios. (Rene Garay, Edición del milenio)

Pero también, un negocio consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción (por ejemplo, una fábrica de muebles), comercialización (por ejemplo, una tienda de repuestos de autos o una distribuidora) o prestación de servicios (por ejemplo, una restaurante o un taller de mecánica), que beneficien a otras personas.

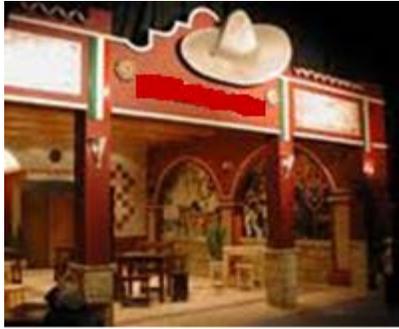


Una empresa es una organización o un individuo que pretenden obtener una ganancia ofreciendo productos que satisfacen las necesidades de las personas. Un producto es un bien, un servicio o una idea que tiene características tangibles e intangibles que proporcionan satisfacción y beneficios. La utilidad, la meta básica de las empresas, es la diferencia entre el costo por fabricar y vender producto y lo que un cliente paga por él. (Hirt, 2010)

4.1 Características del negocio

Nuestro restaurante de comida rápida “Tacos” (mexicano), no solo se caracterizara por su buena calidad en servicio y su amplia opciones de combos, menús temáticos, variedad de bebidas y postres, si no que ira mas allá nuestra imaginación en cuanto al diseño interior y nuestro personal altamente calificado desde el chef. Hasta los empleados de limpieza, nuestro establecimiento presentara las siguientes características:

- Su diseño exterior e interior será atractiva e innovador ya que será al estilo netamente mexicano. En su interior, contara con una variedad de decoraciones típicas como son: Sus textiles coloreados colgado de la pared como también los sombreros típicos, banderines mexicanos, en las paredes encontraremos caricaturas de los mariachis (Los panchos), las mesas serán rusticas hechas de madera como también el área de pedido y caja, decorados con manteles tejidos a colores, pondremos música de los panchos como boleros. (Ver imagen en la próxima página)



Diseño exterior

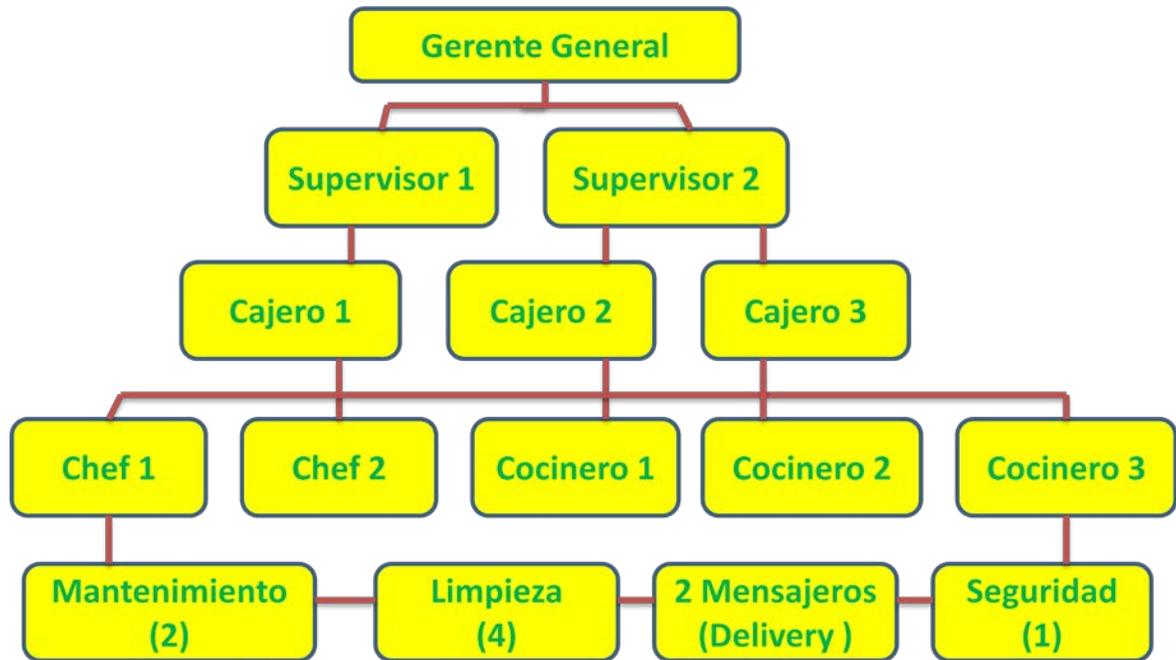


Diseño interior

- Los uniformes de los empleados, irán acorde con el establecimiento, los empleados llevaran puesto un sombrero de charro, polo shirt blanco con el logo, pantalón y zapatos negros.
- Incluiremos Delivery a Domicilio.
- Contaremos con dos baños, uno para damas y otro para caballeros.
- Seguridad externa.
- Nuestro restaurante estará abierto a partir de las 12 del medio día hasta las 11p.m. de lunes a jueves y los fines de semanas desde las 12 del medio día hasta las 1 a.m.
- Contaremos con dos cajeras de lunes a jueves y los fines de semana con tres.
- Personal de mantenimiento y limpieza el cual se le dará un seguimiento estricto con un formulario de reportes.



- Presentaremos un organigrama de la empresa los cuales estarán incorporados



- Nuestro perfil para los empleados como son gerentes, supervisores y Chef tendrán que poseer título universitario, para los cajeros termino de carrera o estar estudiando los ayudantes de cocina así como también el personal de seguridad haber terminado el bachiller.

4.2 Descripción mercado objetivo: Consumidores

Según el estudio realizado en la zona donde estará ubicada nuestra propuesta de negocio y de acuerdo a las estadísticas de la población de habitantes en el Sector Evaristo Morales, podríamos enfocarnos en dos tipos de clases: Clase media – media alta, ya que este sector se caracteriza por ser una de las zonas exclusivas de Santo Domingo.



Pero, no por esta razón debemos solo enfocarnos en estos dos tipos de clase mencionadas anteriormente, ya que estaremos ubicados en una zona muy céntrica, transitada y comercial; por esta razón debemos aprovechar que nuestro proyecto de restaurante de comida rápida especializado en tacos (mexicano) vaya dirigido para toda clase de público en general; sin importar la edad, sexo y clase social.

Cabe destacar que nuestro blanco de público será dirigido a los jóvenes, ya que el restaurante se caracterizara por ofrecer grandes innovaciones atractivas, sujeta a disposición del cliente.

4.3 Estrategia de mezcla de marketing

Producto:

Para nutrirnos de que tanto las personas conocen nuestro producto y que porcentaje de inclinación tiene por esto, hicimos las encuestas, las cuales nos arrojaron una información de gran importancia, ya que nos especificaron cuales productos conocen los posibles consumidores, cual tipo de producto han probado, cuales tipos les gustaría volver a comer, cual variedad estaría dispuesto a comprar, etc.

Nos dimos cuenta de que al público le hace falta un establecimiento de comida mexicana rápida especializada en tacos en el sector de Evaristo morales por la



razón que no existe ninguno. Nos decían que en sus alrededores solo venden Hamburguesas, pizzas, variedad de pollos fritos y que como opción adicional ofrecían dentro de su menú sin ser su especialidad los tacos y wrap.

Lo más cercano a la zona para dirigirse a degustar un Fast Food de taco a un cómodo precio es Taco Bell, pero así como cuenta con una gran variedad de público, podemos observar a través de los resultados de las encuestas que hay otros que califican que la calidad del alimento es muy artificial (como es la carne), la salsa poca variedad y nada natural, el tamaño y el contenido es muy pobre, para el precio al cual lo venden.

Por lo tanto, nosotros sí le ofreceremos todas esas demandas pedidas por nuestros posibles consumidores, brindándoles calidad y variedad al mejor precio.

La Plaza

Nuestro establecimiento de comida rápida se encuentra ubicado en una avenida muy transitada a toda hora, conocida y comercial.

Av. Churchill # 802, Evaristo Morales, Santo Domingo, Distrito Nacional. Estamos al lado de Pala Pizza.



El precio a ofrecer al público será casi igual o mayor que la competencia, esto se debe a que nuestros productos tienen mayor elaboración y varían según la disponibilidad económica del cliente para su consumo, ya que ofertaremos diferentes tipos de combos, platos individuales, bebidas típicas entre otros.

Menú a proponer para el restaurante de comida rápida “Tacos”

Nuestra presentación de menú se divide en 5 tipos: Especialidad de la casa “Tacos”, combos solitario, combos en compa, combos festivos y platos clásico, sin contar la variedad de bebidas que presentaremos a continuación.

1- Especialidad de la casa “Tacos”

Aquí presentaremos nuestra especialidad que son principalmente los tacos, donde contaremos con una variedad de ingredientes para seleccionar, tanto para personas vegetarianas o que cuidan de su salud, como tacos con carne 100% natural.

- **Tacos de pollo vegetariano** (hecho de carne de soya blanca o gluten, tomate, lechuga, hongo, queso y guacamole)
- **Tacos de res vegetariano** (carne de soya natural, tomate, lechuga, hongos, queso y guacamole)
- **Tacos mi vieja** (escoge tus ingredientes a tu gusto, carne de res/pollo/cerdo)
- **Tacos órale** (clásico taco mexicano, carne con chili, queso, lechuga, tomate, frijol y guacamole)



- **Tacos ijole** (con salsa pizza, peperoni, maíz y lechuga)
- **Tacos crunch buffalo** (carne de pollo con empanizado picante, tomate, queso danés, lechuga)

****Todos los tacos llevan a opción del cliente, la salsa de su gusto, como son salsa picante, pico de gallo, honey mustard.***



2- Combos para solitarios

Este tipo de combo, son personales, todos irán acompañados de una bebida de su elección las cuales están en el menú, (todas las bebidas con excepción los refrescos, agua y jugos naturales, tendrán un costo de 90 pesos adicional al costo asignado) algunos combos contarán con papa fritas mexicana o nachitos adicionales.

Combo 1: Tacos de pollo/res vegetariano + papas fritas mexicano +bebida)

Combo 2: Taco clásico + bebida

Combo 3: Quesadilla + papa fritas mexicano + bebida



Combo 4: Burrito Cron'k + bebida

Combo 5: Fajitas salteadas + nachitos + bebida

Combo 6: Nachos con salsa de pico de gallo y carne molida de res + bebida

Combo 7: para chamacos: taquitos clásicos + papitas fritas a lo mexicanito + pudin de postre + jugo natural + una cajita de colores y libro para colorear

**La masa de taco puede ser blanda o dura*

**Tanto el servicio de los tacos, como el burrito son de 2 unidades por combo*

**Las quesadillas es de una unidad de masa grande partido en 4*

**Burrito cron'k, es un burrito normal solo que lleva incorporado dentro una masa crujiente de flauta*

**Las fajitas salteadas son de res/pollo/cerdo con ají morrón y cebolla salteada*

3- Combos en compa

Este combo es ideal para dos personas o en grupo, las bebidas al igual que el combo uno se podrá seleccionar del menú.

Combo1: 6 unidades de tacos clásicos + 2 bebidas + un servicio de papas fritas mexicano extra grande

Combo 2: 2 unidades de burrito crunch grande + 2 bebidas + 2 servicios de nachitos

Combo 3: 2 fajitas + 2 bebidas

Combo 4: Un servicio de nachos peq. + Quesadilla partida en 4 + 2 tacos + 2 bebidas



****Todos vienen con salsa a tu elección, picante, pico de gallo y honey mustard***

****El burrito crunch son de pollo crujiente picante***



4- Combos festivos

¿Estás próximo a tu cumpleaños?... ¿Y no sabes qué hacer?... Qué esperas ven a disfrutar con tus amigos y familiares tu cumpleaños en nuestro establecimiento, que nosotros nos encargaremos que la pases rebien al estilo mexicano guey!

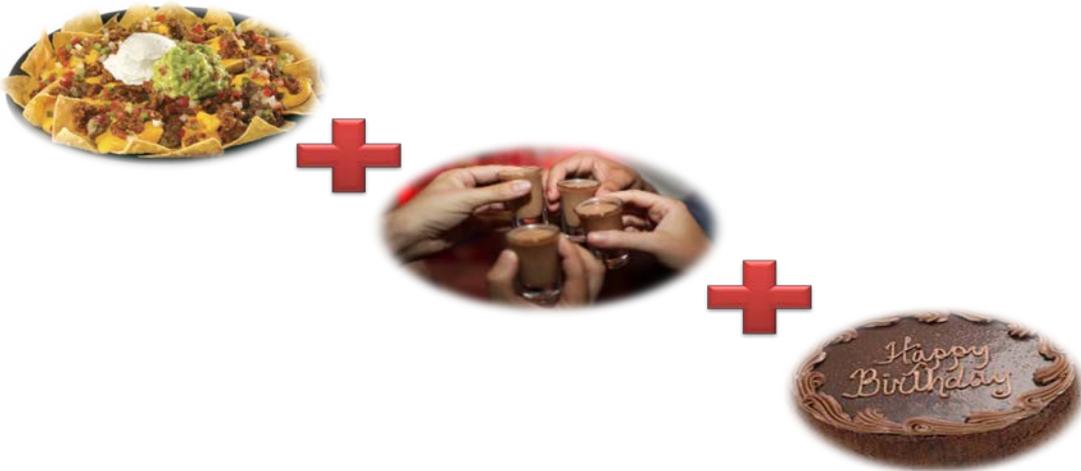
Nosotros te regalaremos en tu día:

- ❖ Servicio de nachos grande con salsa de pico de gallo y carne molida de res, como entrada. (La cantidad de platos para los nachos a entregar dependerá de cantidad de personas que haya)
- ❖ Como brindis te daremos un servicio de shots dulce para cada uno de tus invitados



- ❖ Te daremos un bizcocho de 1 Lbs. de chocolate o vainilla, para cantarte tus mañanitas

****Esto solo aplica para mayores de 18 años de edad y para 8 invitados en adelante***



5- Platos clásicos

Tacos clásicos	Quesadillas
Burritos	Enchiladas
Fajitas	Chalupa
Flautas	Papas fritas mexicano
Nachos	Jalapeño



Bebidas:

Refrescos	Malteadas de diferente sabores
Jugos naturales	Chelas (cerveza)
Agua	Margaritas de limón, fresa, chinola y menta
Jugo frozen	Mojito



Postre

Contaremos con 3 variedades de postre fijo, como son helados con frutas, cheesecake y flan de leche.



Nuestro posible costo fijo y variable y la ganancia estipulada

El costo que pueda adquirir cada uno de nuestros combos, platos, bebidas y postres a ofrecer a nuestros clientes dependerán tanto de los costos fijos como variables, así como del porcentaje de ganancia estipulado para la empresa, que en este caso sería un margen de un 25% para el primer año.



Costos fijos	Costos variables	Margen de Ganancia %
Energía eléctrica	Materia prima	25%
Agua potable	Materiales de limpieza	
Nómina de empleados	Material gastable	
Alquiler del local	Mantenimiento de maquinarias o equipos	
Inmuebles	Publicidad	
Equipos		
Utensilios de cocina		

Promoción

- Haremos promoción de temáticas mexicanas atractivas.
- Realizaremos ofertas de los productos en períodos de tiempo limitado.
- Realización de: Flyers y posters.
- Utilizar medios de comunicación.
- Vía Internet
- vía telefónica
- Revista social
- Boca en boca

A continuación presentaremos nuestra propuesta para el flyer promocional y logo del restaurante Fast Food “Tacos” (mexicano). Ver página siguiente.



FLYER:

Ven a conocer nuestro nuevo

Fast food "Tacos"

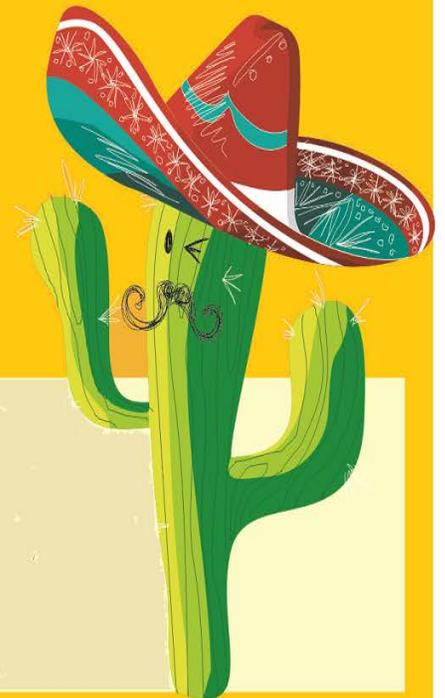
(Mexicano)



Ven !! animate a probar nuestra especialidad en tacos y la gran variedad de combos que te ofrecemos en comida mexicana, así como bebidas típicas a precio comodo:

*Tacos a tu gusto
Tacos vegetarianos
Bunitos
Flautas
Quesadillas
Otros*

*Margaritas
Agua de limos (mojito)
Tequila (variedad de sabores)
Jugos Naturales
Batidas
Otros*



Ubicacion:
Av. Churchill # 802, Evaristo Morales
Santo Domingo, D.N
TLF: 809-532-5200

Web: www.tacosmex.com.do



www.facebook.com/tacomexicano



4.4 Análisis FODA del establecimiento

Después de haber realizado un análisis FODA podemos decir que contamos con las herramientas necesarias para poder instalar un restaurante de Fast Food Tacos, el cual pueda llenar las expectativas de los usuarios o consumidores de este tipo de restaurante.

Con este análisis podemos poner en práctica nuevas estrategias para el buen funcionamiento de nuestra propuesta de negocio con el que pretendemos proyectar buenos resultados para la aceptación de nuestros clientes. También con este análisis logramos estudiar el ambiente interno de la empresa y el entorno que nos rodea y poder marcar posibles acciones exitosas en nuestra organización.

Reconocemos que existen algunos puntos a favor y otros que debemos trabajar para que en vez de ser debilidad se puedan convertir en fortaleza. Sabemos que nuestra apertura y futuro éxito provocara la incorporación de nuevos restaurantes de Fast Food en el área sin embargo sabemos que podemos fidelizar a nuestros consumidores mediante el buen servicio brindado y la calidad tanto de nuestros empleados como de nuestros productos.

Fortaleza:

- No existe un establecimiento de fast food taco en esta área
- Ubicación estratégica
- Mejor calidad



- Precios accesibles
- Variedad de productos
- Servicio rápido
- Personal capacitado

Oportunidades:

- Apertura de nuevas sucursales en distintos puntos de la ciudad
- Ser el líder en el mercado a nivel nacional
- Introducción de nuevos productos a ofrecer
- Posibilidad de repartir a domicilio

Debilidades:

- Nuevo en el mercado
- Poco capital para comenzar
- Presupuesto limitado para publicidad
- Infraestructura (poco espacio físico)
- Poco espacio para parqueo

Amenazas:

- Ingreso de nuevos competidores con mejores precios y locales cercano al nuestro
- Queja de los clientes
- No lograr la cantidad de clientes deseados



4.5 Descripción de servicio y calidad a ofrecer

Viendo que en el sector de Evaristo Morales no existe una buena variedad de Fast Food, optamos por darle una nueva opción de innovación en este sector del mercado, decidiendo hacer un proyecto de un restaurante de comida rápida de tacos (mexicano). Tenemos un flujograma de servicios que detallaremos más adelante en la próxima página

Nuestra calidad en el servicio al público consumidor a ofrecer será único a comparación de otros Fast Food de tacos o mexicanos, ya que contaremos con un software CRM (Customer relationship management) incorporado, de esta manera nos facilitara el contacto y seguimiento a nuestra clientela y obtener una gran demanda.

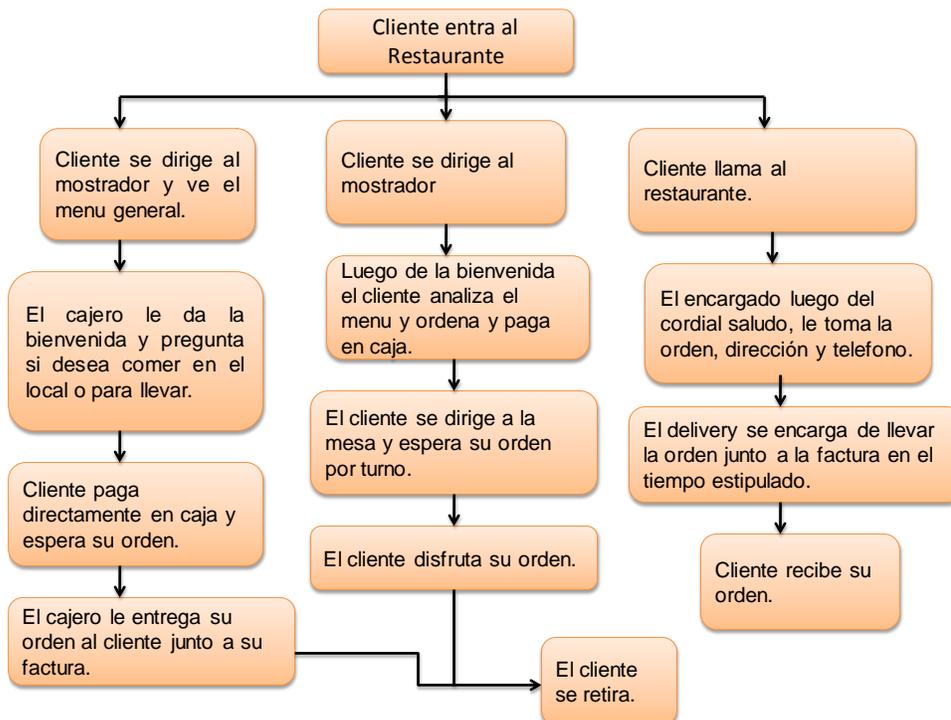
A través de este software podremos ver sus datos personales (nombre, fecha de cumpleaños y teléfonos), sus requerimientos, quejas, saber lo que le gusta, que tan a menudo consume en nuestro restaurantes entre otras. Con la ayuda de estos datos el supervisor mantendrá un contacto directo con los clientes para ofrecer nuestros nuevos combos, platos temáticos, nuevas especialidades de la casa y llamar con días de anticipación a su cumpleaños para invitarlos a celebrar junto a sus amistades en el restaurante de comida rápida “Tacos” (mexicano).

Ver la posible propuesta de software CRM, para el seguimiento de nuestros clientes, en la página siguiente luego del flujograma de servicios.



Flujograma de servicios de nuestro restaurante

Este es un flujograma de servicios, en el que tendremos tres posibles opciones, el cual siempre dependerá del gusto del consumidor, basándonos en que nuestra propuesta es la creación de negocio de un restaurante de comida rápida, el cliente tiene la opción tanto ir al restaurante comprar para llevar o ir al restaurante y comer en el mismo establecimiento como también llamar y hacer su orden por teléfono y pedir envío por delivery.





Software CRM

Sistema de Seguimiento de Contactos - Licencia FULL

Archivos Módulos Estad...

Codigo del supervisor

Frecuencia con que vienen A consumir

Cod.Activo

Razón Social

General

Notas

Comerciales

Productivos

Productos

Nombre del cliente

Celebracion de cumpleaños

Aqui anotaremos Lo que consume El cliente

Domicilio

Direccion

Info. Del empleado

Cod Activo

C.U.I.T.

Atributos del cliente

Origen

Categoría

Vendedor

Temporario

Alta

12/09/2008

Telefonos

(1)

(2)

(3)

(4)

(5)

Interno

Fax

Directo

Datos del Contacto

Cargo

Email del cliente

Por otro lado, cabe destacar que aunque nuestra especialidad fuerte sean los tacos, también ofreceremos una gran variedad de comida rápida mexicana como son: Burritos, nachos, enchiladas, flautas, tortas, etc., ya que es del gusto de la mayoría de las personas, no podemos dejar de lado la gran variedad de bebidas a presentar como son: (las margaritas, agua de lima, tequila novedosos con



variedad de sabores, cervezas, jugos, malteadas, etc.) De excelente calidad y muy buenos precios para el sector donde se aplicara el proyecto.

Otros puntos a reflejar de nuestro restaurante de comida rápida “Tacos” (mexicano) es:

- Contaremos con tacos vegetarianos hechos de vegetales y carne de soya e ingredientes 100% natural y con masa integral.
- También con tacos temáticos para niños y servidos de manera que sea fácil al comer.
- Los ingredientes a utilizar principalmente las carnes serán de primera calidad
- Nuestra preparación y presentación de nuestros platos serán al estilo mexicano



Para nuestro público juvenil ofreceremos diversas variedades atractivas de combos hasta para la celebración de cumpleaños como son:



- Gran variedad de combos a escoger con diferentes precios
- Tendremos noches de margaritas incluyendo uno de nuestros platos
- Combos especiales para cumpleaños
- La atención al cliente y orientación, será de primera ya que contaremos con un personal altamente capacitado y entrenado
- Control de tiempo record a cumplir de los empleados para el servicio y la entrega.
- Los proveedores a escoger serán altamente calificados y conocido a nivel nacional e internacional.





4.6 Logo del establecimiento

La imagen que escogimos para nuestro logo, es ideal para el restaurante de comida rápida que ofreceremos, ya que representa nuestra especialidad de comida y del país de origen del mismo.



CONCLUSIÓN

Actualmente los aspectos culturales y socio-económicos no implican necesariamente en que empresas internacionales o nacionales no puedan realizar sus operaciones, ni tampoco realizar esfuerzos mercadológicos para lograr sus fines en franquicias internacionales que se han establecido en nuestro mercado ofertando sus productos como es el caso de Taco Bell, KFC, Pala Pizza entre otros.

El hecho de que existan diferentes franquicias internacionales y nacionales tiene una significación sin precedente para el que hacer mercadológico, basándose en las condiciones históricas, socio-económicas que se están dando.

El potencial de mercado para un restaurante de comida rápida especializado en tacos es sumamente grande y atractivo por la variedad de servicio y la gran mayoría de restaurantes especializados en Tacos en Santo Domingo carecen de diversificaciones, ofreciendo solo los mismos productos y servicios.

Ahora nuestra propuesta para creación de un restaurante de comida rápida "Taco"(mexicano) en el sector de Evaristo Morales, presenta características definidas e innovadoras para enfrentar los retos competitivos de nuestros posibles competidores directos, sean cercano o lejano al sector.

En el caso de los restaurantes de comida rápida en República Dominicana siempre tuvo un gran auge debido a la apertura de establecimientos de comida rápida internacional en nuestro país y se ha mantenido debido a las necesidades

de los consumidores y por la el motivo que estos tienen de comer fuera de casa por la forma de vida de mucho de los consumidores.

Esto lleva a que en la actualidad hayan surgido de manera sorprendente la apertura de Restaurantes de comida rápida en muchas especialidades, dándoles a los clientes la opción de elegir a su gusto y preferencia de estos restaurantes.

La aceptación del mercado objetivo acerca del restaurante de comida rápida mexicana “taco”, fue positivo según la investigación del mercado que realizamos y también por los resultados arrojados en las encuestas, a través de esto determinamos que es factible la creación de dicho negocio en el sector de Evaristo Morales ya que no existe un restaurante especializado en Tacos, por tal razón sería muy rentable.

Con los resultados de las encuestas realizadas pudimos ver que los tacos no fueron la primera opción a escoger de los encuestados a nivel general, siendo la preferida por la mayoría las hamburguesas, esto se debe según los encuestados a que no existe un restaurante de tacos con decoraciones innovadoras al estilo mexicano y que ofrezca una variedad de platos y bebidas a escoger, por esto seguimos adelante con nuestra propuesta de restaurante mexicano, el cual marcará la diferencia a nivel nacional.

Sin embargo este tipo de restaurantes de fast food “Tacos” no está saturado en el mercado nacional como otros, existe dos puntos importantes a favor nuestro y es que, los restaurantes mexicanos ya existentes no se encuentran ubicado dentro

del sector seleccionado y otro punto sería, que según lo que observamos en los restaurantes de comida mexicana, son muy convencionales o comunes, no poseen variedades en sus menús ni en el servicio, siendo pocos atractivos al público.

Por todas estas razones concluimos que es necesario un cambio tanto en la fachada externa, interna y sus decoraciones, proponiendo un estilo diferente, modernos pero a la vez rústico en su decoración interna e innovador, adaptándolo a la cultura mexicana. Así el cliente podrá percibir el ambiente y la decoración del establecimiento, sintiéndose como en México. Los platillos a ofertar serían caseros, tradicionales y a la misma vez con algo de creatividad, en cuanto a los empleados estos estarán capacitados para brindar el mejor servicio para que el consumidor se sienta a gusto y como si estuviera en un restaurante en la misma ciudad de México.

RECOMENDACIONES

Visto que nuestra propuesta de creación de un Restaurante de comida rápida “Tacos” sería ubicado en el sector de Evaristo Morales lugar céntrico y comercial, tenemos las siguientes recomendaciones para mantener y atraer la atención de los clientes, así como también que nuestro negocio sea tan rentable como lo esperado, tanto por los habitantes de dicho sector u otros públicos en general.

- Hacer uso de vallas publicitarias, en distintos puntos estratégicos del sector, que a simple vista el cliente sepa, que ofrece nuestro restaurante así como su ubicación y teléfono.
- Tener un personal encargado de regar flyers en diferentes lugares, así como centros comerciales, casas y empresas.
- Uso de medios publicitarios a través de internet o redes sociales como son: Facebook, Twitter, Correos electrónicos masivos, Boletines, Prensa escrita, entre otros.
- Crear una Página Web propia de nuestro restaurante, donde el cliente pueda tener acceso al menú que tenemos, las ofertas, los combos diarios, las actividades que ofrecemos tanto para jóvenes y adultos, el menú infantil y todo lo relacionado en cuanto a servicio y variedad a ofrecer, contando también con informaciones acerca de nuestro restaurante.
- Diseñar nuevos combos innovadores cada 60 días.

- Hacer uso del sistema CRM siempre, para mantener actualizado la cartera de clientes con sus datos personales y así crear una fidealización del cliente hacia nuestro restaurante.

BIBLIOGRAFÍA

Paginas Web

- (2010, Junio 2). Retrieved Marzo 03, 2013, from <http://egliasanguchito.blogspot.com/2010/06/la-comida-rapida-y-sus-caracteristicas.html>
- Andrews, S. (2010, Octubre 13). *Wikipedia*. Retrieved Febrero 28, 2013, from <http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante>
- *BlogSpot*. (2010, Abril 4). Retrieved Marzo 18, 2013, from <http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html>

Libros

- F., C. (2002). *Control de Costos y gastos en los restaurantes*. Colombia.
- *Fast Food restaurant*. (1985).
- G., R. (1996). *La McDonalizacion de la sociedad*. Barcelona.
- Garcia, C. D. (1998). *El Restaurante como empresa*.
- Hirt, G. A. (2010). *Introduccion a los negocios*.
- M., R. (2001). *Hospitality Today an Introduction*. Estados Unidos.
- M.A, K. (1991). *Concepts of foodservice operations and managment*. Nueva York.

Tesis

- L., A. (2004). *Atributos de los restaurantes de comida rapida que influye en el consumidor*. Mexico: Tesis no Publicada, universidad de las Americas Puebla.
- L., A. (2004). *Atributos de los restaurantes de comida rapida que influye en el consumidor para seleccionarla*. Mexico: Tesis no publicada, universidad de las Americas Puebla.
- Melendez, E. A. (2002). *Comportamiento del Consumidor ante el mercado de Comida Rapida*. Santo Domingo: Universidad O&M 2002
- Rodriguez, E. (2010). *Tesis: Plan de negocio para la instalacion de un restaurante popular, caso "Pica Pollo Japones"*. Santo Domingo

Diccionarios y Enciclopedias

- J.F., G. (1997). *Diccionario de Hosteleria*. Mexico.
- Jafari, J. (2002). *Enciclopedia del Turismo*. 2002.
- R.W., M. (1999). *Turismo: Planeacion, administracion y perspectiva*. Colombia.
- *Rene Garay*. (Edicion del milenio).

ANEXOS.-

Anexo #1: ANTEPROYECTO

UNIVERSIDAD APEC
UNAPEC

CURSO DE MONOGRAFICO DE EVALUACION FINAL
EVALUACION DE LAS PROPUESTAS
ENERO ABRIL 2013

TITULO : ANALISIS DE LOS RESTAURANTES DE COMIDA RAPIDA "TACOS" Y PROPUESTA DE CREACION DE
NEGOCIO EN SANTO DOMINGO, DISTRITO NACIONAL, EVARISTO MORALES, 2013.

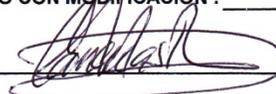
MODULO : ESTRATEGIA DE VENTA DEL PRODUCTO TURISTICO

PROFESOR (A) : LIC. CESAR CARACAS - LIC. MANUEL PEÑA

AUTOR : MARIA ALEJANDRA VALDIVIA GARAY | MADELINE ARNAO CORADIN
YASMIN MARGARITA MELO TEJEDA

MATRICULA : 20031777 | 20061921 | 20080125 | AREA TURISMO

APROBADO : _____ APROBADO CON MODIFICACION :

RECHAZADO : _____ FIRMA : 

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL PROFESOR : _____

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL COORDINADOR EJECUTIVO : _____

OBSERVACIONES :

PROFESOR, EXPLIQUE LAS RAZONES POR LAS QUE USTED APROBO CON
MODIFICACIONES O RECHAZO:

- No veo definición del problema ni nada de "Tacos"
- Modificar y mejorar ciertos aspectos.
- Falta más información en la justificación metodológica.
- En el mismo periodo quien lo describe e igual que el conceptual. (Formato APA).
- Agregar evidencia en los talleres.
- Modificar el contenido programático del Monográfico.



DECANATO DE TURISMO

Título

Análisis de los restaurantes de comida rápida “Tacos” y propuesta de creación de negocio en Santo Domingo, Distrito Nacional Evaristo Morales 2013

Sustentantes:

María Alejandra Valdivia Garay	2003-1777
Madeline Arnao Coradin	2006-1921
Yasmin Margarita Melo Tejeda	2008-0125

Asesores

Manuel de Jesús Peña
César Caracas

Anteproyecto de la monografía para Optar por el Título de Licenciado en Administración de Hotelería y Turismo, Distrito Nacional, República Dominicana, 2013

**Santo Domingo, D. N.
Febrero 2013**

1. SELECCIÓN DEL TÍTULO Y DEFINICIÓN DEL TEMA

2.a) Selección del título:

Análisis de los restaurantes de comida rápida “Tacos” y propuesta de creación de negocio en Santo Domingo, Distrito Nacional, Evaristo Morales 2013.

2.b) Definición del tema:

Sus huellas más remotas podrían llevarnos a la antigua Roma, donde se servían panes planos con olivas, en puestos callejeros. También podría situarnos en Medio Oriente, donde se ofrecía el clásico faláfel, muy popular hoy en día. Pero los antecedentes de la comida rápida, tal como la conocemos hoy, se pueden fijar en algunos hitos que no tienen más de un siglo y medio de antigüedad.

Uno de los más importantes hechos ocurrió en 1912, en Nueva York, con la apertura del primer Automát. Un local dentro de la cadena de restaurantes donde la comida era distribuida por máquinas automáticas. Y aunque este sistema ya existía en Alemania y otras ciudades de EE.UU., como Philadelphia, ésta fue la primera empresa que popularizó la comida para llevar.

Años más tarde, en la década de los 40, comenzaron a masificarse los Drive In, esos típicos lugares para comer de las películas de los años 50.

Después de esto, empezaron a surgir una serie de lugares similares y empresas

que comenzaron a ampliar sus negocios. Hasta que en 1948, los hermanos Richard y Maurice McDonald abrieron en California el primer restaurante de la cadena del payaso, que ya contaba con el servicio de drive-in.

Una de las características más llamativas de este local era su forma, que permitía ver a los clientes las instalaciones de la cocina y cómo se preparaban los alimentos. Por otro lado, su económico menú, que incluía hamburguesas, papas fritas, batidos, bebidas y pasteles.

Hoy en día debido al ritmo de vida de las grandes ciudades, más la integración de la mujer a las actividades productivas, ya es poco común que se coma en casa y mucho menos se prepare los alimentos de manera apropiada en los hogares. Debido a ello la gente recurre cada vez más a la comida rápida, integrándola a sus costumbres alimenticias. (Wikipedia, 2010)

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los restaurantes de comida rápida conocidas como Fast Food desde 1902 en su mayoría se han enfocado en presentar una variedad de menú servidos de manera individual al igual que los precios (No Combos), como son: Hamburguesas, sándwich, tacos, hot dog, pizzas, entre otros.

A medida que fueron creciendo estos restaurantes de comida rápida y obteniendo excelentes resultados y acogida a nivel mundial incrementando así los clientes, algunos restaurantes decidieron tomar otra forma de servicio y calidad, dando un

cambio radical, enfocándose solo en un tipo de comida con rapidez en el servicio. La evolución de estos restaurantes de comida rápida se ha visto muy competitiva y debido a eso han tenido la necesidad de promover nuevas ofertas y una gran variedad de platos conocidos como Combos, para que de esta manera generen una ventaja competitiva antes sus más fuertes competidores.

Por esta razón nos hemos enfocado en la propuesta para la creación de un Restaurante de Comida Rápida “Tacos”, en el Sector de Evaristo Morales, considerando ésta como una zona céntrica, transcurrida y comercial.

Otro punto a destacar en el sector es que solo existe en el Sector de Evaristo Morales tres Restaurantes de Comida Rápida ubicado de manera individual (no dentro de un centro comercial) tales como: Burger King, Pala Pizza, KFC, entre otros cuyas especialidades no son los tacos.

De esta manera seremos los primeros y únicos en la creación de un nuevo negocio enfocado en los Tacos pero incluiremos todo tipo de comida rápida mexicana.

Debido al este planteamiento nos hacemos las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál fue el primer restaurante de comida rápida en República Dominicana?
- ¿Cómo ha evolucionado los Restaurantes de comida rápida en República Dominicana?

- ¿Cuáles Restaurantes Fast Food mexicano, existe en Santo Domingo, Distrito Nacional?
- ¿Cuáles serian sus ventajas y desventajas del sector de Evaristo Morales?
- ¿Existe en el Sector Evaristo Morales un Restaurante de comida Rápida especializado en Taco?
- ¿Sería factible un negocio de comida rápida especializado en Taco en sector de Evaristo Morales?

4. OBJETIVOS GENERALES

4.a) Objetivo General:

Analizar los Restaurantes de Comida Rápida “tacos” y propuesta de creación de negocio en Santo Domingo, Distrito Nacional Evaristo Morales 2013.

4.b) Objetivos específicos:

- Determinar cuál fue el primer restaurante de comida rápida en República Dominicana.
- Determinar cómo ha sido la evolución de los restaurantes de comida Rápida en República Dominicana.
- Mencionar los restaurantes de Fast Food mexicano en Santo Domingo, Distrito Nacional.
- Mencionar las ventajas y desventajas del sector de Evaristo Morales.
- Determinar si existe un restaurante de comida rápida en el sector Evaristo Morales

- Analizar la factibilidad de un negocio de comida rápida en el sector Evaristo Morales

5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

5.a) justificación Teórica:

Los establecimientos de (Fast-Food) se caracteriza porque el espacio no es necesario que sean amplios, sino limpio y acogedor, ya que es decisión del cliente quedarse a comer en el local, su coche o su casa. Los gastos de mano de obra son bajos comparados con los establecimientos que ofrecen más servicios. Las variantes del menú son muy limitadas y por lo tanto, son más fáciles de manejar por los empleados sin experiencias. (Rodriguez J. , 1997)

Otro punto a resaltar sería que en la mayoría de los establecimientos de comida rápida no hay camareros, tampoco servicio de mesa, aunque si suele haber personal encargado de recoger y limpiar las mesas preparándolas para los nuevos comensales, y las personas deben hacer una fila para pedir y pagar su comida, que es entregada al instante.

Los fast-food están de moda, pero fundamentalmente, son el reflejo de una sociedad que se esfuerza por progresar y caminar a la velocidad del mundo desarrollado, en un mercado cada vez más competitivo, abierto y abocado hacia la calidad total que marca las directrices de estos tiempos. (Jaquez, 1997)

5.b) justificación Metodológica:

Aquí detallaremos según el censo realizado en el 2011 y publicado por la oficina Nacional de Estadística la cantidad de personas que habitan en el sector de Evaristo Morales, también como la variedad de restaurantes de comida rápida existente.

Sector Evaristo Morales	
Categorías	Casos
Hombre	5,333
Mujer	6,517
Total	11,850

Fuente: **Oficina Nacional de Estadística**

A través de este cuadro estadístico de los habitantes del sector Evaristo Morales como el cuadro presentado de los Restaurantes que hay en dicho sector podemos analizar la carencia que presenta de un Fast Food de Tacos. Siendo hoy en día un plato apreciado por todos nosotros.

Estando una vez establecido nuestra propuesta de negocio en Evaristo Morales nuestro competidor fuerte seria Taco Bell ubicado en la Churchill sector Piantini, ya que los demás Fast Food de Tacos están ubicados dentro de un Blue Mall y muchas veces nos es incomodo buscar parqueo dentro de un mal mientras que si uno se dirige directo al restaurantes de comida rápida en este caso Taco Bell el cual está ubicado de manera independiente y es más fácil.

Pero nos diferenciamos de Taco Bell en muchos aspectos

- La presentación de los alimentos
- La calidad de los alimentos serán distintos ya que todo será casero (la masa, la carne) las salsas y jugos 100% natural.
- La cantidad a servir

Sería satisfactorio la implementación.

Según el estudio de campo realizado en el sector de Evaristo Morales, detallamos los Restaurantes que están ubicados en el dicho Sector.

Restaurantes en el sector de Evaristo Morales	
KFC	TANINO PIZZERIA
PALA PIZZA	CASA DE LA PAELLA
BURGUER KING	PIZZA IL FORNO
MOFONGO	<i>DENTRO DE SUPERMERCADO LA SIRENA:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>POLLOS VICTORINAS</i> <i>PIZZARELLI</i>
OCCEAN BEFF	
AZAFRAN	
LA CASSINA	
FABRIAN DELICATESE	

Nuestros competidores más cercanos se encuentran:

Restaurante en el sector de Piantini (Posibles competidores)
TACO BELL
T.G.I. FRIDAYS
OUTBACK
HOOTERS
<i>DENTRO DE BLUE MALL</i> <ul style="list-style-type: none">• <i>CHILIS</i>• <i>LOS 3 MARIACHIS</i>• <i>EL CHURRO CHARRO</i>• <i>EMPAREDADOS</i>• <i>ROSALINDA</i>• <i>WENDYS</i>

5.c) Justificación Práctica:

Debido a la información obtenida podemos concluir que es de gran beneficio continuar con la propuesta de creación de un Restaurante de Comida Rápida especializada en Tacos, ya que sería el único y de gran innovación para el público consumidor de dicho Sector.

6. TIPO DE INVESTIGACIÓN

En nuestra presentación haremos uso de la investigación descriptiva porque analizaremos tanto las cualidades como los atributos del objeto de estudio.

7. MARCOS DE REFERENCIA

7.a) Marco teórico:

De acuerdo a Tsuji (1991), posteriormente, “ En el siglo XVIII), aparecieron establecimientos de comidas y bebidas, donde se ofrecían un menú específico que era servir a cierta hora únicamente. El primer restaurante fue fundado por el francés Boulanger en el año 1765 utilizando la publicidad Pasen todos los que tengan un estomago débil, yo lo restaurare. No obstante se tienen datos de que el primer restaurante forman fue Grande Tabernas de Londres por Antoine Beauvellers”.

Cuevas (2002), concluye que: “Mas que vender calidad y presentación, estos restaurantes venden rapidez y servicio. A ellas se les atribuye su penetración y gran crecimiento en el mundo, sin importar raza, nivel cultural o economía de los clientes”. (F., 2002)

En los últimos años los sectores comerciales, estudiantes de distintas universidades y empleados se han beneficiado de los restaurantes de comida rápida. Ya que este servicio se caracteriza porque brinda la facilidad de que puede ser tanto de consumo local como entrega domiciliaria.

El concepto comida rápida (del inglés conocido también como Fast food) es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados (generalmente callejeros)

En la actualidad los tacos se han extendido mundialmente como un tipo de

comida rápida, y por motivos mercadotécnicos, son usualmente confundidos con otros estilos gastronómicos. (Taringa, 2008)

Los tacos son un platillo de origen mexicano que consiste en una tortilla (de maíz o de harina) enrollando diversos tipos de carnes. Es una receta fundamental, pero con múltiples variaciones, ya que los tacos se pueden rellenar con una infinidad de guisos. Se come directamente con las manos y suele ir acompañado con salsa verdeo salsa roja, por lo general, pero así mismo se puede acompañar con cualquiera de los infinitos tipos de salsas crudas o cocidas y aderezos propios de la cocina mexicana tradicional. El taco, como cualquier otra manifestación de cultura culinaria de México está directamente asociado a los ingredientes utilizados en cada región geográfica del país. (Wikipedia, 2008)

Por tal razón, gracias a estos avances en lo que son los servicios de comida rápida existe una gran demanda de restaurantes en el Distrito Nacional, por tal motivo es nuestra inquietud realizar un análisis de los restaurantes de comida rápida para la creación de negocio en santo domingo en el sector de Evaristo morales, logrando así captar las necesidades los consumidores en cuanto a calidad, servicio y precios.

7.b) Marco Conceptual:

Restaurante: Es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar. (Andrews, Wikipedia, 2007)

Comida rápida: Comida preparada y servida en un corto período de tiempo; los alimentos acostumbran a estar previamente procesados y con gran cantidad de conservantes. (Doctissimo, 2013)

Servicio: Es empoderarse de la necesidad de un cliente hasta que este llegue al punto de estar satisfecho.

Calidad: El logro de la calidad externa requiere proporcionar productos o servicios que satisfagan las expectativas del cliente para establecer lealtad con el cliente y de ese modo mejorar la participación en el mercado.

Comparar: Examinar la semejanza o diferencia que existe entre dos o más cosas.

Tacos: Son un platillo de origen mexicano que consiste en una tortilla (de maíz o de harina) enrollando diversos tipos de carnes (bistec, chorizo, etc.). Es una receta fundamental, pero con múltiples variaciones, ya que los tacos se pueden rellenar con una infinidad de guisos. (Wikipedia, 2008)

Competidores:

Los competidores de una empresa existente o nueva pueden ser directos o indirectos. Esta clasificación está enfocada al mercado de referencia, ya que algunas empresas pueden, y de hecho ofrecen, productos y/o servicios capaces de satisfacer las mismas necesidades del consumidor, y tales productos pueden ser completamente diferentes.

7.c) Marco espacial:

Este estudio de trabajo se llevará en Santo Domingo, enfocándonos en el Sector de Evaristo Morales, Distrito Nacional.

7.d) Marco temporal:

Este estudio será comprendido durante el periodo 2013.

8. MÉTODOS, PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS

8.a) Métodos:

Los métodos que utilizaremos en nuestra investigación son: método de análisis y deductivo; ya que por medio de estos identificaremos que en el sector de Evaristo morales carece de un restaurante de comida rápida especializada en tacos y por tal razón se creará la propuesta de dicho restaurante.

8.b) Procedimientos:

Para la elaboración de este estudio realizaremos encuestas para la obtención de información para la propuesta de creación de un nuevo restaurante de comida rápida en tacos situado en Evaristo Morales.

8.c) técnicas.

Encuestas: Utilizaremos como técnica la encuesta ya que se le harán al público en general de Evaristo Morales.

9. TABLA DE CONTENIDO

Agradecimientos

Dedicatorias

Resumen

Introducción

Título

Capítulo 1. Los Restaurantes

- 1.0 Definición de los Restaurantes
- 1.1 Breve historia de los Restaurantes
- 1.2 Administración financiera del restaurante
- 1.3 El Restaurante como empresa
- 1.4 Tipos de Restaurantes

Capítulo 2. Restaurantes de Comida Rápida (fast-food)

- 2.0 Breve historia de los restaurantes de comida rápida (Fast Food)
- 2.1 Definición de restaurantes de comida rápida (Fast Food)
- 2.2 Origen y evolución de los restaurantes de comida rápida (Fast Food)
- 2.3 Impacto de los restaurantes de comida rápida en República Dominicana
- 2.4 Características de los restaurantes de comida rápida
- 2.5 Información general de los restaurantes Fast Food “Tacos”
- 2.6 Clasificación de los restaurantes de Tacos (mexicano) en Santo Domingo
- 2.7 Análisis FODA de los Fast Food Tacos

Capitulo 3. Análisis de los Restaurantes de Comida Rápida en el Sector

Evaristo Morales

- 3.0 Análisis del sector: Ventajas y Desventajas
- 3.1 Definir análisis de nuestras posibles competencias
- 3.2 Cuadro comparativo de los restaurantes Fast Food ubicados en el sector Evaristo Morales con sus características
- 3.3 Benchmarking de algunos restaurantes de comida rápida mexicana
- 3.4 Análisis y tabulación de encuestas

Capitulo 4. Propuesta para la creación de un restaurante de comida rápida

“Tacos”

- 4.0 Concepto de Negocio
- 4.1 Características del negocio
- 4.2 Descripción mercado objetivo: Consumidores
- 4.3 Estrategia de mezcla de marketing
- 4.4 Análisis FODA del establecimiento
- 4.5 Descripción de servicio y calidad a ofrecer
- 4.6 Logo del establecimiento

Conclusión

Recomendación

Bibliografía

Anexos

10. FUENTES DE INFORMACIÓN

10.a) Fuentes primarias:

- Encuestas

10.b) Fuentes Secundarias:

- Uso de tesis
- Monográfico
- Páginas Web
- Libros

10.c) Bibliografías:

5.0 <http://www.taringa.net/posts/info/2387936/breve-historia-de-la-comida-rapida.html>

6.0 <http://es.wikipedia.org/wiki/taco>

7.0 <http://es.wikipedia.org/wiki/restaurante>

8.0 <http://salud.doctissimo.es/diccionario-medico/comida-rapida.html>

9.0 <http://es.kioskea.net/contents/qualite-indroduction.php3>

Garcia, C. D. (1998). *El Restaurante como empresa*.

F., C. (2002). *Control de Costos y gastos en los restaurantes*. Colombia.

Anexo #2: Modelo de Encuesta

Muy buenas, somos estudiantes de la carrera de Administración Turística y Hotelera de la Universidad Apec. Estamos realizando una encuesta con fines de evaluación para nuestro monográfico para determinar la creación de restaurantes de comida rápida de Tacos en el sector de Evaristo Morales, Santo Domingo en el año 2013.

Nombre: Victoria Espinal

Sexo: Femenino

1. ¿Con qué frecuencia sueles comer fuera de casa?
a) Diario c) Fin de semana
b) Interdiario d) Mensual
2. ¿Por qué Prefiere visitar los establecimientos de comida rápida?
a) Por estilo de vida c) Comodidad e) Otros _____
b) Vivir solo d) Cercanía al trabajo
3. ¿De qué manera prefiere usted consumir el servicio ?
a) En el establecimiento b) A domicilio
4. ¿Le interesaría que los establecimientos de comida rápida ofrezcan nuevos productos con frecuencia?
a) Si b) No
5. ¿Cuál es tu comida rapida favorita?
a) Hamburguesas c) Tacos e) Pollo frito
b) Pizzas d) Hot Dog f) Empanadas
6. ¿Qué busca en un establecimiento de Fast Food de Taco (mexicano) ?
a) Variedad en la comida y bebida c) Excelencia en el servicio e) Otros _____
b) Combos atractivos d) Infraestructura atractiva
7. ¿Con que frecuencia visitas un restaurante de comida rapida tacos (Mexicano) ?
a) Siempre b) Poco
c) A menudo d) Nunca
8. Cuando deseas ir a un fast food (Mexicano) ¿donde suele ir ?
a) Taco Bell c) Los 3 Mariachis e) Otros _____
b) Tacos del Sol d) Don Nacho
9. Cuando se dirige a un establecimiento de fast food tacos (mexicano),¿Que comida suele pedir?
a) Tacos c) Nachos e) Otros _____
b) Burritos d) Fajitas
10. ¿Cree usted interesante la propuesta de un nuevo restaurante de fast food taco (mexicano), ubicado en la zona de Evaristo Morales?
a) Si b) No c) Tal ves
11. ¿Cuál es tu bebida favorita mexicana ?
a) Tequiila c) Mojito
b) Margarita d) Otros _____

Anexo #3: Fotografías

Restaurante de Autoservice



Establecimiento para comer en plan informal (fast food)



Establecimiento de estilo familiar



Restaurante de hotel



Restaurante asadores



Restaurante de especialidad



Restaurante de menú variado

Light Food	Price	Steak, BBQ and Grill	Price	Rice Combo	Price	Appetizer	Price
French Fries	12	Burger Steak	28	BQ Chicken/Beef Rice	45	Seasoned Chicken Claw	35
Chowling	13.5	Chicken Steak	33.5	BQ Ribs Rice	55	Yummy	15
Chicken Mando	16	Sirloin Steak	38.5	Ongler Beef Rice	40	Oyster	15
Chicken Wing	18						
Spring Roll	18	BBQ's Chicken Wings	27.5				
Fried Prawn Bread	21.5	BBQ's Chicken Grill	29.5	Fried Rice		Beef, Chicken and Seafood	
Calamary	22	BBQ's Ribs	39.5	Chicken Fried Rice	25	Stir-fried Vegetables	17
Appetizer Platte	40	Chicken Satay	22.5	Seafood Fried Rice	28	Sapo Tahu	27
		Chicken Skewers	31.5	Tuna Fried Rice	25	Angon Tahu	25
Solid and Sandwich		Beef Skewers	34.5	Ala Bagan Fried Rice	25	Special Nufflate	35
Fruit Salad	18	Chicken / Beef Steamer	30	Horvaton Fried Rice	30	Margarine Sauce Spiced / Prawn	37
Potato Salad	9.5					Sweet and Sour Chicken/Prawn	35
Chicken Salad	22.5	Pasta		Noodle		Sweet and Sour Carp Fish	30
Tuna Salad	22.5	Spag/Fry, Marinara	28	Fried Noodle/Rice Noodle/Kenyahow	17	Salt n Chili Chicken / Spiced	25
Chester Salad	23.5	Spag/Fry, Tuna Chili	28	Noodle/Rice Noodle/Kenyahow Soup	17	Blackpepper Beef / Chicken	25
Vegetable Sandwich	18	Spag/Fry, Bolognaise	30.5	Javanese Fried Noodle	12	Lemon Sauce Chicken	27
Chicken Sandwich	25	Indonesian Food		Spicy Bagan Noodle	27	Fried Dough Carp Fish	25
Tuna Sandwich	25	Sate Ayam / Bagan	25	Noodle Sanyam	20		
Club Sandwich	27	Fried Chicken	15	Pattay	27	Vegetable	
		Chicken Satay	32	Tuna Kenyahow	25	Water Spinach Garlic	15
Soup		Grill Chicken	32			Water Spinach Chicken/Beef/Seafood	25
Green Asparagus/Corn/Mushroom	20	Chicken Curry (int. real)	27			Bean Sprout Garlic	15
Chicken Soup	28	Hot Tempel	25			Bean Sprout Water Spinach Chicken	32
Masaman Chicken Soup	29					Green Bean Garlic	15
Tan Yam Oving	30					Green Bean Water Spinach Chicken	25
Rib Soup	33.5					Pakchay Garlic	15
Oxoid Soup	42.5					Pakchay Chicken/Beef/Seafood	32
Fried Oxoid Soup	49.5					Bread Garlic	15
						Spiced Chicken/Beef/Seafood	35