



UNAPPEC
UNIVERSIDAD APEC

DECANATO DE TURISMO

Trabajo de grado para optar por el título de:
Licenciatura en Administración Turística y Hotelera
Mención: Alimentos y Bebidas

Tema:

**“ANALISIS COMPARATIVO DE EMPRENDEDURISMO
ENTRE UN FOOD TRUCK Y UN RESTAURANTE LOCAL.
SANTO DOMINGO, DISTRITO NACIONAL,
REPUBLICA DOMINICANA 2018-2019”**

Sustentantes:

Br. Julia Melissa López	2014-1378
Br. Melisa José Marte	2014-2139
Br. Leora Uribe Pichardo	2014-2938

Asesor:

Carlos Alberto Basilis Castillo

“Los conceptos expuestos en esta investigación son
de la exclusiva responsabilidad de su (s) autor (es)”

Santo Domingo, Distrito Nacional
República Dominicana
Marzo 2019

Tema:

**“ANALISIS COMPARATIVO DE EMPRENDEDURISMO
ENTRE UN FOOD TRUCK Y UN RESTAURANTE LOCAL.
SANTO DOMINGO, DISTRITO NACIONAL,
REPUBLICA DOMINICANA 2018-2019”**

TABLA DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	I
DEDICATORIAS	VII
RESUMEN EJECUTIVO	XI
INTRODUCCIÓN	XIII

CAPITULO I.

ASPECTOS INTRODUCTORIOS	1
--------------------------------------	----------

1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.2 Justificación o Importancia	2
1.3 Alcance delimitaciones y limitaciones.....	3
1.3.1 Alcance	3
1.3.2 Delimitaciones	3
1.3.3 Limitaciones.....	4
1.4 Formulación de objetivos de la investigación	4
1.4.1 Objetivos Generales	4
1.4.2 Objetivos Específicos.....	4
1.5 Marco Conceptual	5
1.6 Marco Metodológico	7

CAPÍTULO II.

LOS RESTAURANTES Y FOOD TRUCKS COMO TENDENCIA DE LA OFERTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.	11
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

2.1. Cronología del surgimiento de los restaurantes tradicionales y de los Food Trucks.	11
2.1.1. Historia de los Restaurantes Tradicionales.....	11
2.1.2 Historia de los Food Trucks.	14
2.2 Convergencia entre los restaurantes y Food Trucks.	18
2.3 Políticas y normativas necesarias para poder operar un establecimiento de alimentos y bebidas.	21
2.3.1 Registrar la marca.....	21
2.3.2 Inscripción en el Registro Nacional del Contribuyente.....	23
2.3.3 Documentos Constitutivos de la Compañía registrados por la Cámara de Comercio de la República.	25
2.3.4 Registro Sanitario del establecimiento emitido por el Ministerio de Salud Pública.	26
2.3.5 Licencia para optar por un establecimiento de Alimentos y bebidas.	27

2.4	Permiso en el Ayuntamiento del Distrito Nacional para la utilización del suelo.	29
2.5	Asentamiento de los establecimientos restauraneros en la Santo Domingo, Distrito Nacional.	30
2.5.1	Organigrama gerencial de los Food Trucks y Restaurantes tradicionales.....	30
2.5.2	Food Trucks	32
2.6	Instituciones que abogan por los derechos y deberes de los establecimientos de alimentos y bebidas en Santo Domingo.....	34
2.6.1	Asociación Dominicana de Food Truck.....	34
2.6.2	Ministerio de Turismo.....	35
2.6.3	Ministerio De Salud Pública (Laboratorio Nacional De Salud Publica)	36
2.6.4	Ministerio de Industria y Comercio.....	37
2.6.5	Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP)	37
2.7	Impacto de los establecimientos de alimentos y bebidas en el turismo de la ciudad de Santo Domingo.	38

CAPÍTULO III.

ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LAS EMPRESAS DE RESTAURANTES Y LAS EMPRESAS DE FOOD TRUCKS, COMO ALTERNATIVA DE EMPRENDIMIENTO..... 41

3.1	Inversión, ejecución y operación de los restaurantes vs los Food Trucks.	43
3.2	Comparación operativa entre los restaurantes y Food Trucks.....	43
3.2.1	Los Restaurantes Locales	43
3.2.2	Los Food Trucks	45
3.3	Análisis FODA en factibilidad de emprendimiento entre restaurantes y Food Trucks.	47

CONCLUSIÓN XV

RECOMENDACIONES XVIII

BIBLIOGRAFÍA..... XXI

ANEXOS

INDICE DE GRAFICOS

Figura no. 1. Diferencias entre los restaurantes y Food Trucks.	19
Figura no. 2. Similitudes entre las dos entidades.	20
Figura no.3. Organigrama Gerencial de un Restaurante.....	30
Figura no.4. Organigrama Gerencial de un Food Truck.	33
Figura no. 5. Sobre la inversión de los Restaurantes y los Food Trucks.....	42
Figura no. 6. Analisis FODA de los Restaurantes y Food Trucks (Fortalezas)	47
Figura no. 7. Analisis FODA de los Restaurantes y Food Trucks (Oportunidades).....	49
Figura no. 8. Analisis FODA de los Restaurantes y Food Trucks (Debilidades)	50
Figura no. 9. Analisis FODA de los Restaurantes y Food Trucks (Amenazas)	51

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, le agradezco a Dios por poder guiarme por el camino correcto y darme las fortalezas necesarias para poder superar todos esos obstáculos, los cuales, me han hecho más fuerte.

También quiero dedicarle esto a mis padres: **Agustina Marte y Leonardo López**, por haber estado a mi lado en todas mis decisiones, inculcarme valores, proveer amor y comprensión, animarme en aquellos momentos difíciles y además haberme subsidiado con los recursos necesarios también, recomendarme las mejores opciones para poder ser mejor persona.

A **Carlos Basilis**, nuestro asesor que estuvo con nosotras y nos guio en todo este transcurso. Además de estar pendiente en de nuestro pasos y siempre estar disponible para ayudarnos.

A **mis amistades** que estuvieron conmigo en todo el transcurso de mi vida universitaria, en las celebraciones y en las adversidades. Los cuales compartieron conmigo y me ayudaron en todo momento.

Por ultimo pero no menos importante, quiero agradecer a **Robert Valcin**, que además de nuestro asesor, nos ayudó mucho con su vasta experiencia.

Además de darnos las facilidades para poder decidir en donde deberíamos enfocar nuestra investigación.

Julia Melissa López

Agradezco primeramente a **Dios** mi todo poderoso, quien ha sido mi guía durante todo este proceso y ayudarme a culminarlo, por bendecirme enormemente por tener fuerzas para poder alcanzar mis metas y mis sueños.

A **Mis padres**: Felipe José y Emenegilda Marte, Madre por tu apoyo incondicional que me diste sin parar, por tu ayuda cuando más la necesite y tu amor que cada momento ha estado presente. Padre; por tu gran papel de padre, por tu apoyo incondicional y tus consejos.

A **Mis Hermanos**: Melina María y Júnior Félix por estar ahí cuando los necesite y ayudarme cuando más lo requería. Mi Amada hermana gracias por siempre estar a mi lado dándome apoyo y tu amor y darme la mano cuando lo necesite en este proceso.

A mis **compañeras de carrera** que se siempre pudimos contra toda tormenta durante estos meses y por siempre estar 6unidas y nunca separadas.

A mi **Esposo** por estar a mi lado en cada paso que doy, por tomarme de la mano y nunca soltarme.

A Mi **Asesor** Carlos Basilis por nunca despreocupase por nosotras y nunca dejarnos solas en los momentos de dudas y confusión, por ayudar que esto se hiciera realidad.

A la **Universidad APEC** por dejar en mi un legado de aprendizaje que Aplícate en mi vida profesional y personal para siempre. A **Josefa Sena** por su gran ayuda, orientación y responder cualquier duda que podíamos tener para todos los procesos de la carrera.

Melisa Carolina José Marte

Primero que nada, quiero darle gracias a **Dios**. Diosito sabe muy bien todo lo que he pasado, él y yo tenemos una relación especial pero siempre lo tengo en mi corazón y lo llevo conmigo, gracias por siempre levantarme cuando aún ni yo misma pensé que podía, gracias por nunca soltarme.

A mis **familiares y amistades** por cada día estar conmigo en todos los momentos de mi vida, son una parte importante y les agradezco por nunca dudar de mí.

A **Carlos Basilis**, nuestro asesor estrella. Basilis gracias inmensamente, no tendré palabras para agradecerte, eres un gran maestro. Gracias por tomar este desafío junto con nosotras a pesar de las adversidades y por siempre estar disponible ante cualquier cosa.

A **Josefa Sena**, gracias por ser ese sol en el decanato, sin ti la universidad hubiese sido más difícil, gracias por siempre estar con una buena sonrisa escuchando nuestras solicitudes y reclamos.

A los **maestros en general**, gracias por sus enseñanzas y su tiempo, de cada uno me llevo un granito de arena y gracias a su vasta experiencia me capacité como la profesional que siempre quise llegar a ser.

A Juan por ayudarme a lo largo de mi investigación, por siempre insistirme a seguir adelante aun cuando ya no quería seguir y por vivir esta etapa conmigo.

Gracias por siempre levantarme y decirme que, si puedo, eres una gran persona. Siempre estaré agradecida.

A mis compañeras de carrera, chicas gracias infinitas, no fue fácil, pero si se puede. Julia, Melissa mis compañeras de tesis, ¡chicas lo hicimos!

Leora Uribe Pichardo

DEDICATORIAS

Le dedico la presente tesis a aquellas personas amantes a la cocina y al buen comer, que ansían emprender en el mundo restaurantero. Deseosos de desarrollar sus habilidades culinarias para deleitar a sus visitantes con sus platillos y al mismo tiempo poder ganar dinero en el área que les apasiona. Sin embargo, estos no están conscientes de la demanda actual. A base del siguiente trabajo, podrán meditar de qué manera querrán proyectar sus propuestas al público.

Julia Melissa López

A mi **“Dios”** porque sin él no podría haber alcanzado este sueño, por tus grandes bendiciones y tu amor infinito.

A **“Mis padres”** Felipe Jose y Emenegilda Marte por su amor, su apoyo incondicional que me han brindado siempre e iluminarme en cada paso que doy en la vida.

A **“Mis Hermanos”** Melisa Carolina y Junior Felix por ser soporte e inspiracion y por ser ejemplos para seguir.

A **“Mi Esposo”** por darme apoyo, ayuda y soporte incondicional cuando lo necesite.

A **“Mis Amigas y Compañeras de Estudio”** Leora Uribe, Julia Melissa por siempre estar y nunca buscar diferencias entre nosotras; Jazmín de la Rosa y Lainelys González por aclarar todas mis inquietudes y dudas, por siempre estar en momentos difíciles y siempre brindar su amor y su apoyo.

Melisa Carolina José Marte

A Dios porque sin el nada. Tus bendiciones son infinitas.

A mis padres **Yury Uribe y Mirelis Pichardo** porque sin ustedes no fuera quien son hoy en día, porque en base a sus esfuerzos me hicieron una mujer de bien y luchadora. Esta tesis se la dedico a ustedes, solamente como una pequeña muestra de lo que puedo lograr y porque todo sueño de un padre es ver a sus hijos convirtiéndose en profesionales. Mami, Papi adivinen que, lo hice, ¡lo logré!

A mi hermano **Emanuel Uribe**, por siempre apostar a mí y me ayudarme hasta cuándo ni yo misma podía conmigo. Eres una parte fundamental en mi vida, y aunque ahora no estemos cerca, cada día te siento bien cerquita de mi dándome ánimos para poder continuar y nunca rendirme, porque tú y yo no conocemos lo que es rendirse, el cielo es nuestro limite. Hermano querido, eres un modelo para seguir y siempre estaré agradecida de todo lo que hiciste y haces por mí.

A mis **abuelitas y abuelitos Mamá, Abuela Titina, Abuelo César** por siempre apoyarme y preocuparse por mí en cada momento, ¡ustedes son lo máximo! Y **abuelito Uribe (fallecido)**, porque eres ese angelito que siempre he sentido conmigo cuidándome, estas ganas de echar para adelante sé que una buena parte vinieron de ti.

A mis **primos y primas Stephanie, Joel, Helen, Heidy, Ginerys, Chelsie, Hailey, Warnito, Gabriela, Isabella, Daniela, Josecito, Emely** porque son mis estrellitas, siempre están ahí para mí y a mi **primo Havi (fallecido)** se lo mucho

que anhelabas verme lograr esto, espero que te sientas orgulloso de mi. Mi querido angelito.

A mis bellos **sobrinitos Lucas y Aiden** porque han traído alegría a la familia y son el regalito más lindo, llegaron en el momento justo. Siempre crean en ustedes y nunca se rindan.

A todos mis **tíos/as, a mi madrina Mayra y mi padrino Luis** por creer en mí. Son un pilar en mi vida.

A mi segunda madre **Tata**, por cada día motivarme a ser mejor persona y estar ahí para mi sin importar nada todos los días de mi vida. Eres incondicional. Se que Dios te tiene grandes cosas, tienes un corazón muy grande. ¡Tata, tu pilúa lo logró!

A **mis amigas**, que Diosito desde el día uno nos cruzó los caminos **Damilka y Yaritza**, chicas el camino fue largo, pero me siento orgullosa de demostrarles que pude hacerlo, sin ustedes la universidad no hubiese sido la misma, Momentos de todo tipo nos tocó vivir juntas, pero nuestra amistad pudo más que todo. Llevare esta experiencia en mi corazón por siempre. Siempre estaré agradecida de su amistad.

Simplemente ¡GRACIAS!

Leora Uribe Pichardo

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo de grado se fundamenta en la nueva demanda que tienen los nuevos estilos de establecimientos de comida rápida llamados Food truck, ya que se han vuelto lo más visitados mientras que los restaurantes locales tradicionales se han puesto en la situación de cada vez menos visitados, pero aun así no pierden la popularidad por las ventajas que este tiene a la hora de ofrecer un servicio.

Durante el proceso y desarrollo de la investigación se busca analizar la puesta en marcha de un restaurante local y un Food Trucks la cual tiene el objetivo de ver la factibilidad que tiene cada negocio en el mercado de Santo Domingo, República Dominicana.

Durante la investigación se muestra como ha ido evolucionando y como llegaron a lo que son el día de hoy dichos datos son relevantes para desarrollar propuestas gastronómicas nuevas. También se identificaron cada una de las cualidades históricas y gastronómicas que hacen evidencia a lo que son.

Para el desarrollo de la investigación fue tomado con el tiempo de estudio del 2018- 2019, donde se ha visto que a lo largo del mismo ha ido en aumento el mercado de los Food Trucks y los restaurantes locales han disminuido.

La investigación consta de tres capítulos los cuales están estrechamente relacionados a los temas en esta problemática, entrelazados los restaurantes locales y los Food Trucks.

INTRODUCCION

En la República Dominicana existen diversos tipos de establecimientos de alimentos y bebidas. Los cuales, se dividen por el tipo y/u origen de aquellos productos que ofrecen al público. En estos destacan los restaurantes tradicionales, los bares y las cafeterías, que son muy comunes en los alrededores de la ciudad de Santo Domingo y que han tenido gran aceptación entre los consumidores, sin importar lo que ofrecen.

Actualmente, otro tipo se está destacando entre los consumidores dominicanos, estos son llamados "Food Trucks", que no son más que establecimientos andantes que venden comida en diferentes puestos en la calle, generalmente camiones donde el espacio interno es adaptado para instalar los equipos que ayudan a la preparación de los platos y que constituyen a algo parecido al sistema operativo de un restaurante tradicional a pequeña escala.

Los Food Trucks están en tendencia en este momento, por lo que está dejando a los restaurantes tradicionales a un lado. Lo que se quiere lograr en esta investigación, teniendo en cuenta que los dos tienen diferentes gestiones, inversiones y cantidad de mano de obra, es demostrar cual establecimiento de alimentos y bebidas es más rentable, si colocar un restaurante tradicional local u obtener un Food Trucks. Así mismo como ha sido su crecimiento, la demanda de

estos dos desde el 2018 hasta el 2019 y como estos a la vez causan un impacto en la ciudad de Santo Domingo, D.N.

A base de esta investigación, les demostraremos los datos necesarios para conocer cómo estos han sido más sustentables y de qué forma se puede saber cuál de los dos es más factible a la hora de emprender en un negocio de alimentos y bebidas.

CAPITULO I.

ASPECTOS INTRODUCTORIOS

1.1 Planteamiento del Problema

En la ciudad de Santo Domingo, existen muchos establecimientos de alimentos y bebidas, algunos ambulantes y los tradicionales que están posicionados en locales comerciales, pero también existen restaurantes sobre ruedas, por lo que sabemos que todos ellos juegan un papel fundamental en la actualidad y ayudan a resolver la alimentación en la vida cotidiana de muchas personas por la versatilidad que ofrecen.

Durante los últimos años el mercado de los restaurantes sobre ruedas ha tenido una alta demanda por lo que no se ha verificado si el mercado ha estado en vía de saturación, pero debido a la gran demanda podemos observar que dicho mercado está sobrepoblado. Además, que muchos desean emprender sus negocios de alimentos y bebidas con esta modalidad, ya que creen que es una manera más fácil de administrar, rápido y factible de que crear beneficios.

Lamentablemente, desconocemos la calidad y la higiene que se tiene al elaborar un servicio y manipulación de los productos que ofrecen los restaurantes sobre ruedas. Así mismo, de cuanto se debe de invertir para tener uno, o cuanto deben de esperar para obtener ganancias brutas o si es más factible montar un restaurante tradicional. Incluyendo si aquellos permisos y licencias que se deben

de aplicar antes de instalar cualquiera de los dos tipos negocio son parecidos o es que uno tiene más beneficios que el otro. Qué tipo de gestión de costos y gastos deben estos de implementar. Cuál de los dos tiene más oferta y demanda en la actualidad.

Por ello, la presente investigación suministrará las informaciones necesarias para que se conozcan los detalles sobre cómo dichos proyectos han ido creciendo, y que debemos tomar en cuenta sobre la rentabilidad y la sobre oferta que estos están teniendo en el mercado.

1.2 Justificación o Importancia

En el presente análisis investigaremos que resulta más rentable entre los Food Trucks y los restaurantes tradicionales en Santo Domingo, D.N., República Dominicana en un rango comprendido entre el 2018 -2019.

Los Food Trucks no son más que restaurantes móviles los cuales ofrecen una innovadora oferta en el mercado, dichos establecimientos se encuentran en cada rincón de Santo Domingo y en todo lo largo del país.

Mientras que los Restaurante no son más que establecimientos que brindan un servicio de diversos alimentos dependiendo de lo que quieran ofrecer a sus clientes y se encuentran en cada lugar de santo domingo y del país, al igual que los Food Trucks.

El mercado dominicano, desde hace años ha venido trabajando con estos tipos de restaurantes innovadores abiertos al público y beneficiando a la comunidad con sus extrovertidos sabores y creaciones.

Con esta propuesta se pretende llegar a profundizar, analizar, comprobar y verificar la rentabilidad de ambos y cuál de esas oportunidades es más práctica a la hora de colocar un negocio de alimentos. Evaluando a la vez la calidad e higiene que tienen estas dos opciones.

1.3 Alcance delimitaciones y limitaciones.

1.3.1 Alcance

El alcance de este proyecto comprende el análisis y la comparación de cual establecimiento de alimentos y bebidas tiene más demanda y de ser más rentable a la hora de emprender.

1.3.2 Delimitaciones

Esta investigación será realizada en Santo Domingo, República Dominicana. Haciendo énfasis en la rentabilidad de dicha modalidad y los restaurantes locales como se ha ido desarrollando a lo largo del tiempo desde el 2018-2019.

1.3.3 Limitaciones

Falta de conocimientos sobre la obtención de los equipos, permisos y gestiones de los Food Trucks.

Carencia de antecedentes sobre la demanda que tienen los Food Trucks.

Falta de disponibilidad de algunos de los profesionales de la muestra que será estudiada, debido al desinterés y/ o no desear compartir información de su infraestructura.

1.4 Formulación de objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivos Generales

Analizar y comparar la puesta en marcha de un Food Truck y un Restaurante local tradicional en Santo Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana.

1.4.2 Objetivos Específicos

Analizar teóricamente los Food Truck y los Restaurantes tradicionales locales.

Determinar las Características que tienen los Food Trucks y los Restaurantes.

Descubrir los reglamentos y pasos a seguir para la inicialización y puesta en marcha de los Restaurantes y Food Trucks.

Determinar el impacto que tienen ambas opciones en el mercado en la actualidad.

Identificar las debilidades de ambos establecimientos.

Identificar la sobredemanda que tienen los Food Trucks actualmente y como estos pueden afectar a los Restaurantes Tradicionales.

Elaborar una propuesta de mejora para ambas opciones.

Investigar aquellos detalles adquisitivos para emprender Los Food Trucks y Restaurantes.

1.5 Marco Conceptual

Oferta gastronómica: Son las que se refieren a los establecimientos del sector comercial o institucional, es lo que ofrecen al mercado. Clave esencial en la identidad de un restaurante. (Advisor, 2016)

Servicio: Es el soporte intangible que tienen los negocios y empresas para brindarle el producto al cliente.

Gastronomía: La gastronomía es el estudio del vínculo que existe entre los individuos, la comida y el medio ambiente. (Republic, s.f.)

Comida rápida: Es un estilo de comida que por lo general es barata y se prepara de manera rápida y cómoda. (Licata, 2017)

Food trucks: es un anglicismo para referirse a la gastroneta o camión restaurante. Es un vehículo grande preparado para elaborar y vender comida callejera. (Trabajo, 2017)

Restaurante: Un restaurante es un comercio que se caracteriza por servir distintos platos para consumo de sus clientes. También es posible consumir aperitivos o tomar bebidas de modo individual en el mismo. (Larousse gastronomico , 2009)

Street Food: en español “comida de la calle”, se prepara al momento y de manera artesanal, se vende directamente en la calle, y habitualmente se ofrece desde camionetas o caravanas. (Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus, 2019)

Mobile Catering: es un negocio donde se vende comida preparada en algún tipo de vehículo. A veces se utilizan Food Trucks, carritos de comida, stands de comida. También son utilizados como proveedores en casos de emergencia, ya sean desastres naturales u otras causas. (Futuretech, 2019)

Foodie: son las personas que tienen una afición con la comida y con la bebida y que consumen estas no porque tengan hambre sino por pasatiempo. (Significados, 2017)

Establecimientos Gastronómicos: Son todos aquellos establecimientos cuya actividad está relacionada con la producción, servicio y/o venta de alimentos y bebidas para consumo.

Clúster: Hace referencia a un conjunto o cumulo. (Significados, 2018)

1.6 Marco Metodológico

Delgado, Esteban (2015), en su investigación Las franquicias de comida rápida. Se proponen que los restaurantes norteamericanos especializados en comida rápida especialmente hamburguesas han mostrado un crecimiento y expansión envidiables. Para ello, el autor se basa en explicar más detalladamente la influencia que ha tenido cada una de ellas en nuestro país basándose en agregar datos significativos de los mismos. La conclusión a la que llegaron fue que al observar la estrategia de expansión de las tres principales franquicias de restaurantes de comida rápida se destaca el hecho de que se concentren en la capital, Santiago y en pocas localidades turísticas o terminales aéreas, por el número de locales en el país, McDonald's se ubica como la tercera franquicia en su especie. Sin embargo, esa empresa es el número uno en el mundo y la marca de comida rápida más conocida. Publicado en Periódico El Dinero.

Quero Diaz, L., Pagán Matos, R. y Díaz Rivas, M. (2014) en su investigación Diseño de un plan de negocios para la creación de un restaurante de comida rápida baja en calorías y grasas, año 2014. Se proponen diseñar un plan de negocios de un restaurante de comida rápida saludable para aquellas personas con poco tiempo que no quieren descuidarse con su alimentación. Para ello los investigadores realizaron un análisis de su mercado potencial para conocer sus gustos a través de encuestas y entrevistas. La conclusión a la que llegaron fue que este tipo de negocios era rentable ya que el ritmo de vida de los trabajadores de hoy en día les impide elaborar sus alimentos en casa y tienden a consumir grandes cantidades de comida de la calle, sin embargo, muchos optan por una oferta rápida y que se pueda disfrutar en el momento, por lo que también se considera agradable al público, como idea innovadora gracias a ese valor agregado. Publicado en Biblioteca Fidel Méndez Nuñez/ UNAPEC, Distrito Nacional, República Dominicana.

Mejía, M. (2017) en su investigación La alcaldía busca actualizarse para apoyar el auge de los Food Trucks. Se propone presentar la normativa 9/2012 del Ayuntamiento del Distrito Nacional que establece que los interesados en ejercer el comercio en las vías y espacios públicos deben tener una licencia emitida por la Alcaldía. Para la venta de alimentos y bebidas, corresponde recibir una evaluación, calificación y no objeción por parte del Ministerio de Salud Pública. Además, si usan gas o cualquier otro medio para generar calor, deben aportar una certificación del Cuerpo de Bomberos. Para ello utilizan el método de

observación e informativo hacia los vendedores. La conclusión a la que llegaron fue capacitar a los vendedores de Food Trucks con el Instituto de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) para fines de que obtengan su licencia sanitaria y regularlos. Publicado en Periódico Diario Libre.

González, G. (2018) en su investigación El origen de la cocina dominicana. Se proponen presentar la gastronomía dominicana como el resultado de una mezcla de sincretismo étnico-cultural indígena, español y africano. Esos platos típicos que son iconos de nuestra cocina han recibido aportes también de varios grupos de inmigrantes como los canarios, los negros esclavos traídos por los franceses en el siglo XVII, los negros libertos de Estados Unidos del siglo XIX, los cubanos y los puertorriqueños, los cocolos, los braceros haitianos, los árabes y turcos, los judíos sefardíes, chinos, japoneses y de hasta los húngaros. Para ello utilizan el método de explicativo. La conclusión a la que llegaron fue durante una exposición, el Sr. Troncoso compartió con los presentes curiosos datos de la cocina de tradición de nuestro país, de la que decía está llena de reseñas folclóricas. Publicado en el periódico Diario Libre.

Escasus, C. (2015) en su investigación Los Food Trucks ruedan en Santo Domingo. Se proponen que en los últimos años ha estado invadiendo las calles de las principales ciudades del mundo es sin dudas el concepto de los Food Trucks y la ciudad de Santo Domingo (República Dominicana) no escapa a ella. Para ello utilizan el método comparativo. La conclusión a la que llegaron fue la

explicación de varias características de los Food Trucks y comparaciones entre algunos reconocidos. Publicado en A Fuego Alto.

La palabra restaurante fue utilizada por primera vez a mediados de los años 1700s, esta describe lugares públicos que ofrecían a las personas la opción de comer sopa y pan sin tener que prepararlos por su propia cuenta (Powers y Barrows, 2006); sin embargo a través del tiempo, el concepto de restaurante ha venido evolucionando, por lo que hoy según la Enciclopedia de Turismo: Hotelería y Restaurantes (2007, p.617), un restaurante es considerado como aquel “establecimiento público donde, a cambio de un precio, se sirven comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local”.

Morfín (2006), asegura que además de realizar un cobro por los alimentos y bebidas consumidos, también se debe cobrar por el servicio prestado, ya que la finalidad de este tipo de lugares no sólo consiste en ofrecer productos, sino también atención y servicio a los clientes que visitan el establecimiento.

Por esto se puede decir, que los restaurantes son entidades que tienen como principal objetivo la preparación de alimentos para ponerlos a disposición de la persona que desee comprarlos, mientras exista de por medio una relación de servicio, por mínima que sea, hacia las personas que los frecuenten.

CAPÍTULO II.

LOS RESTAURANTES Y FOOD TRUCKS COMO TENDENCIA DE LA OFERTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.

2.1. Cronología del surgimiento de los restaurantes tradicionales y de los Food Trucks.

Desde la antigüedad, la idea de brindar alimentos fue surgiendo poco a poco debido a los desplazamientos que solían realizar los comerciantes y la necesidad de estos de alimentarse en el transcurso del recorrido, lo cual, lo hacían a través de intercambios. A raíz de esto surgió la idea de poner establecimientos oficiales de comida.

2.1.1. Historia de los Restaurantes Tradicionales.

Un restaurante es aquel establecimiento comercial donde se ofrece una oferta gastronómica de alimentos y bebidas, donde el comensal selecciona lo que gusta consumir con el fin de ingerir lo que guste con la constancia de un pago. El término “restaurante” se utilizó por primera vez en Francia, pero, no es hasta el 1765 nace el primer restaurante, el cual tenía un concepto totalmente distinto a las posadas existentes de la época y establecimientos de comida, su éxito fue increíble y a partir de entonces comenzaron a surgir numerosos establecimientos restauranteros. Este concepto surge debido a que, para la época, viajeros se desplazaban de un lugar a otro y en base de la aceptación de

algunos intercambios recibían alimentos y estancia en posadas, esta situación fue totalmente aprovechada por los comerciantes para vender los alimentos que ellos mismos preparaban.

No es hasta 1873 cuando realmente esta nueva idea se comienza a extender en el resto del mundo. A mediados de esta fecha, se establecieron las primeras grandes cadenas de restaurantes por los señores F. Harvey y J. Thomson.

Numerosos restaurantes fueron naciendo a lo largo del tiempo por lo que llegó un momento donde surgió la necesidad de crear escuelas para la capacitación de personas que trabajaran en este tipo de establecimiento. Hoy en día es uno de los negocios más amplio y prósperos del mercado en cualquier país y en el cual, sigue teniendo una gran demanda de parte de los comensales y turistas que visitan el destino.

En la República Dominicana tenemos la costumbre de comer por lo menos una vez al día, dentro de las tres comidas, en la calle. Por el ritmo de vida acelerado que llevamos fueron surgiendo establecimientos que suplen alimentos y bebidas para el consumo de los comensales.

Uno de los restaurantes más antiguos del país data del 1954, cuando abrió sus puertas por primera vez y se logró mantener por 62 años brindando un magnífico servicio. El restaurante El Vesubio, muchos lo conocían por la popular ubicación donde se encontraba. A su vez, justo un año después, abrió sus puertas el

Restaurante Vizcaya, que al sol de hoy mantiene su operación y su calidad. Para la fecha en la que se inauguraron dichos restaurantes no era muy común salir a cenar y frecuentaban personas con cierto status en la sociedad. Este último se ha sabido mantener en el mercado hasta el sol de hoy.

Los restaurantes han ido pasando por un proceso de cambio e innovación a lo largo del tiempo. Un restaurante en pleno siglo XXI no tiene las mismas costumbres o tradiciones que un modelo de restaurante durante la edad media.

Los restaurantes en aquel tiempo servían más para complacer las necesidades de los comerciantes a través de un intercambio, no fue hasta después de la Segunda Guerra Mundial que dichos establecimientos comenzaron a intercambiar dinero por comida y es aquí donde se le da paso a la venta de los alimentos. Las tendencias eran nulas, porque simplemente lo que buscaban era alimentar a las personas que iban de paso, sin ningún lujo ni cierto nivel de calidad. Si embargo, hoy en día, se ha ampliado significativamente las variedades y opciones que tienen para ofrecernos. Los restaurantes se clasifican por tenedores, siendo 5 la puntuación más alta y se dividen por el tipo de comida que ofrecen, como, por ejemplo: tipos de restaurantes italianos, mexicanos, dominicanos, fusión, entre otros... El nivel de calidad que deben de tener para poder estar y competir en el mercado es deslumbrante.

Algunas nuevas tendencias que dan paso a la modernidad en la gastronomía son: cocina fusión y la cocina molecular. (Editores, 2006)

2.1.2 Historia de los Food Trucks.

Los Food Trucks, palabra anglosajona utilizada para referirse a un camión que ofrece comida, el cual se desplaza en diferentes puntos de una ciudad o estado, estos suelen ser itinerarios y trabajan en cualquier lugar donde exista demanda, como ferias, eventos deportivos, campus, zonas empresariales o bases militares.

Se puede decir que alrededor del siglo XIX, con el surgimiento de las grandes ciudades en Japón, este concepto ya estaba establecido con pequeños carritos que vendían sushi. Estos vehículos también fueron factibles durante la Segunda Guerra Mundial en las bases militares del Reino Unido, cuando los soldados notaron que trasladar los alimentos en camiones a los soldados era más práctico y cómodo que crear infraestructura en las zonas donde estaban desplazados. Gracias al intercambio cultural que había en esos tiempos, fueron de ayuda para que en los años cincuenta, las calles de New York vieron rodar las primeras heladerías de calle (ambulantes) y ya en los setenta, y con el crecimiento de la economía y la oportunidad de nuevos proyectos de emprendimiento, nació el concepto comercial de Food Truck en New York, San Francisco y Miami.

Los “Trucks” fueron evolucionando en el siglo XX, tanto así que, en el año 1936, la marca Oscar Mayer empezó a elaborar sus camiones de comida con forma de salchicha y en el año 1950, iniciaron a operar los primeros camiones de helado.

Estratégicamente los camiones que venden perros calientes se colocan en frente de los alojamientos de los estudiantes de las principales universidades de Estados Unidos, como Yale, Harvard, Princeton y Cornell, llamando a estos carritos “dogwagon”.

Fue en los inicios del siglo XXI fue cuando se destacaron los negocios de comida servida en camiones, cuando algunos cocineros de California, Estados Unidos, que cambiaron el concepto hacían restaurantes itinerantes con platos más elaborados, difundiendo su localización en las redes sociales, esto ayudo a llamar clientela , ya para el año 2004 se había creado el Vendy Awards, concurso en donde se premia los mejores camiones de comida, y para el 2014, se estrena una película que narra la historia de un ex empleado chef que decide emprender un negocio de venta de comida ambulante, titulada “Chef”.

Es en este siglo cuando la tendencia de los Food Trucks comienza a expandirse por toda América y el resto del mundo, ampliando su cartera de clientes cada vez más, ya está se le suman los concedores y/o amantes de la comida, “foodies” quienes curiosos de tener una experiencia con los Food Trucks, se aventuran y lanzan a las calles en busca de los mejores de todo el mundo.

En República Dominicana este nuevo concepto de vender alimentos no se hizo esperar, fue básicamente en el 2015 cuando los primeros camiones comenzaron a aparecer con la llegada de Felipe Vergara el cual emigró a la República Dominicana desde Venezuela. Buscando una forma secundaria de generar dinero, comenzó a vender comida en la avenida 27 de febrero desde una cocina móvil instalada en su vieja furgoneta. Tiempo después, a este venezolano le resultó más conveniente rentar un espacio en un parqueo privado en la misma vía.

“Se pensó en hacer el área de un Food Court de un centro comercial, pero a nivel de Food Trucks. Es una forma de emprender nuevos negocios cuando uno tiene pocos recursos económicos”, (Vergara, 2017).

El lugar terminó planteado término organizándose, con reglas gastronómicas e identificándose como Food Trucks Town. Así mismo cada noche, cuando el parqueo designado no era usado para las actividades cotidianas, se llena de comensales.

La propuesta que encontrarás en estos parques se concentra en exquisitos la creación y comercialización de diferentes platos. Estos espacios suelen ofrecer: servicio de seguridad, agua y electricidad, servicios sanitarios, parqueo, mesas y sillas. (RIVERA, 2017)

Estos según (Redaccion, 2018) se ha incrementado la preferencia de instalar vehículos gastronómicos que preparan desde comida callejera (platillos los cuales comenzaron sus negocios) a platillos gourmet. La circunscripción el Distrito Nacional es el sector del país que tiene más negocios de esta índole, que por lo general operan en un horario nocturno ofreciendo sus servicios en diferentes puntos alrededor del país, haciendo su publicidad y compartiendo sus localizaciones en las redes sociales.

La comida callejera siempre ha tenido mucho auge a nivel mundial. En Estados Unidos desde el siglo XIX este tipo de negocios ha ido evolucionando y se han vuelto esenciales para el público. No es hasta a partir del siglo XXI empezó a tener su boom en todo el mundo.

Anteriormente los food trucks eran básicamente camiones que llevaban productos de panadería puerta a puerta mientras las amas de casa se quedaban en casa preparando los alimentos. De aquí surge la idea de camiones que venden comidas a cambio de un beneficio económico. Actualmente la gastronomía y oferta gastronómica que ofrecen es excepcional, tomando en cuenta las innovaciones culinarias del mercado. (Aythami Pérez, 2015)

2.2 Convergencia entre los restaurantes y Food Trucks.

Desde que el los Food Trucks han aparecido a en el mercado y los restaurantes locales, han sido afectados de una forma u otra por esta nueva competencia. Aunque estos tienen muchas semejanzas en su estructura y gestión, de la misma forma tienen muchas diferencias los cuales, hacen especiales a cada uno de ellos.

Existen muchas diferencias entre un Restaurante y un Food Trucks, en el siguiente cuadro comparamos las más importantes y significativas.

Figura no. 1 - Diferencias entre los restaurantes y Food Trucks.

<p>Establecimientos de Alimentos y Bebidas.</p>		
	<p>Food Trucks</p>	<p>Restaurantes</p>
<p>Diferencias</p>	<p>Al estar al aire libre pueden abarcar más espacio y así mismo más público.</p>	<p>Solo tienen una cierta capacidad de persona en su local comercial y es limitado.</p>
	<p>Utilizan equipos profesiones, pero en cantidad y tamaños más pequeños, ya que su espacio para cocinar es más pequeño.</p>	<p>Necesitan tener la cocina muy bien equipada para elaborar todo lo que ofrecerán.</p>
	<p>Estos suelen ser más informales a la hora de servirle al cliente. Sus mesas y sillas son de plástico y son al aire libre.</p>	<p>suelen ser un poco más costosos ya que ellos te ofrecen comodidad es decir tales como: Aire acondicionado, música de ambientes, camarería, etc.</p>
	<p>Tiene que ser más ingenioso a la hora de agregar un platillo nuevo para hacerlo atractivo a todo público.</p>	<p>Tienen la opción de ir agregando platos nuevos a sus menús dependiendo de cómo sea su cliente.</p>
	<p>Estos son móviles, es decir se pueden trasladar de un lugar a otro sin ningún problema. No necesita optar por comenzar otro vehículo, sino que puede llegar a cualquier lugar que haya un número de personas.</p>	<p>Estos son estáticos, es decir son establecimientos que para alcanzar más público deben abrir otro establecimiento.</p>

Fuente: Análisis comparativo de los restaurantes y Food Trucks. Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de artículos, libros e informes referente al área gastronómica.

A medida va pasando el tiempo nos damos cuenta como el mercado y las ofertas gastronómicas van creciendo en el país, pero muchas veces no sabemos diferenciar qué ventajas tiene cada tipo de establecimiento o que similitudes tienen entre sí. En el cuadro a continuación, hacemos referencia a dicha información.

Figura no. 2 -Similitudes entre las dos entidades.

<p>Similitudes</p> <p>Son centros de comidas y bebidas de distintas variedades. Ambos pueden ser creadores de marcas de alimentos. Son de emprendimiento accesibles dependiendo de que tan grandes quieran ser, pero siendo de una pequeña inversión puede crecer y ser de los mejores y de los más grandes. Estos establecimientos buscan satisfacer las necesidades del cliente Optan por el mismo mercado familiar</p> <p><u>Las obligaciones diarias Son Revisadas de la misma forma:</u></p> <p>Número de empleados por turno, es decir que cada personal tendrá un turno y un puesto asignado para que el trabajo sea más fluido y no haya inconvenientes a la hora de trabajar.</p> <p>Revisión de la Calidad de la comida, se busca que la comida sea excelente tanto en paladar, como en visión.</p> <p>Pasos para la revisión del mantenimiento y limpieza del establecimiento.</p> <p>Tener en cuenta los días de fiestas y feriados nacionales, en esos días tiene más oportunidades de ventas y pueden estar preparados para la cantidad de público que esperan.</p> <p>Son establecimiento que buscan nuevas ideas para alzar la gastronomía que representan.</p>

Fuente: Similitudes de los restaurantes y Food Trucks. Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de artículos, libros e informes referente al área gastronómica

2.3 Políticas y normativas necesarias para poder operar un establecimiento de alimentos y bebidas.

Al momento de colocar un establecimiento de alimentos y bebidas, en nuestro país, es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Registrar la marca
- Inscripción en el Registro Nacional del Contribuyente
- Documentos constitutivos de la compañía registrados por la Cámara de Comercio de la Republica.
- Registro Sanitario del establecimiento emitido por el Ministerio de Salud Pública.
- Licencia para optar por un establecimiento de Alimentos y Bebidas.

2.3.1 Registrar la marca

El primer paso para poder operar un establecimiento de alimentos y bebidas es de registrar la marca en la ONAPI (institución encargada en velar por la propiedad intelectual de la marca), para que así no suceda ningún problema con la idea de la marca. Según (Morillo, 2017) la marca que se va a registrar puede ser FIGURATIVA (que contiene sólo imágenes, dibujos, etc), MIXTA (que contiene componente denominativo y gráfico), o TRIDIMENSIONAL (cuando los productos o empaques, tengan su aspecto característico), dependiendo de qué manera quiere registrar la marca, los requisitos y precios pueden varias, pero se

debe proceder una carta a la institución, donde se disponga las siguientes informaciones:

- Nombres y apellidos completos del solicitante y gestor.
- Domicilio donde reside.
- Número de teléfono y correo electrónico.
- Denominar como será la dimensión de la imagen.
- Enumerar los productos o servicios que desea proteger con la marca solicitada e indicar las clases internacionales a las que pertenecen.
- Una descripción del diseño que desea registrar.
- Copia de la cédula de identidad, pasaporte o RNC.
- En caso de ser necesario, deberá anexarse un poder de representación.
- El diseño impreso, en dimensiones no mayor de 15 cm x 15 cm, a color.

El costo del servicio puede variar dependiendo del tipo de marca que sea de su preferencia. Al momento, el costo puede llegar de RD\$ 4,117 y para que obtenga su publicación se deberá pagar de RD\$ 971.00 a RD\$ 2,059.00. Además de esperar 15 días laborables para poder obtener la respuesta a la solicitud. (Legal, 2013)

2.3.2 Inscripción en el Registro Nacional del Contribuyente

Después de tener la marca registrada es necesario que el establecimiento de Alimentos y Bebidas debe de inscribirse al Registro Nacional del Contribuyente (RNC, 2018) que no es nada más que un número de identificación de los contribuyentes en sus actividades fiscales que se utiliza como control de la administración para dar seguimiento que sus derechos y deberes se cumplan. Estos pueden hacerlo de dos maneras:

Virtual:

- Ingresar a la Oficina Virtual ubicada en el menú superior.
- En el menú Inscripción, seleccionar la opción Personas Físicas, completar el formulario que le aparecerá en la pantalla y presionar el botón Enviar Documento.
- Aparecerá en la pantalla el siguiente aviso: "Está seguro de enviar el documento", debe presionar el botón OK.

El registro a través de Oficina Virtual será efectivo en un tiempo aproximado de 24 a 48 horas laborables.

Presencial:

- Tener el Formulario de Declaración Jurada de Registro y Actualización de Datos de Personas Físicas RC-01 llenado y firmado.
- Copia de la Cédula de Identidad y Electoral del solicitante o el pasaporte (en caso de ser extranjeros) de ambos lados.
- Copia del certificado del nombre comercial emitido por ONAPI (aplica en caso de poseer nombre comercial).
- Copia de la Cédula de Identidad y Electoral del representante de ambos lados (en caso de que un tercero sea el que realice la solicitud).
- Copia del Certificado del Registro Mercantil (si lo posee).

Estos requisitos pueden ser depositados en el Centro de Asistencia al Contribuyente (CAC) de la sede central o en el área de información de la administración local más cercana.

2.3.3 Documentos Constitutivos de la Compañía registrados por la Cámara de Comercio de la República.

Es indispensable tener documentos registrado por esta entidad, a la hora de optar por una licencia en el Ministerio de Turismo de la República. Para ello, se necesitan:

- Copia Estatutos Sociales de la compañía vigente.
- Copia Acta Asamblea General Constitutiva.
- Copia Lista de Suscriptores y Estado de Pago de las Acciones.
- Lista de concurrentes a la Asamblea General Constitutiva de la compañía.
- Copia Certificado de Registro Formal de Nombre Comercial de la compañía y/o razón social vigente. Éste debe ser expedido por la Oficina Nacional de La Propiedad Industrial (ONAPI).
- Copia Registro Nacional de Contribuyentes (RNC)
- Copia recibo de pago de la Dirección General de Impuestos Internos constancia de haber pagado los impuestos correspondientes por concepto de constitución de compañía.

- Copia Acta última Asamblea General Ordinaria Anual registrada de conformidad con lo establecido en los Estatutos Sociales. Debe incluir la correspondiente nómina de concurrentes. Debe estar registrada por ante la Cámara de Comercio de la República.
- Certificado del Registro Mercantil (es el sistema que le permite matricular las personas físicas o morales que realizan actos de comercio, modificar y renovar los libros comerciales) que esté vigente. El cual, puede tener un costo entre RD\$ 2,000.00 a RD \$ 2,500.00, si es una entidad pequeña y de la manera que preferirá, hacer la constitución. (Camara de Comercio, 2018)

2.3.4 Registro Sanitario del establecimiento emitido por el Ministerio de Salud Pública.

Es la función del Estado de la República, con ayuda del Ministerio de Salud Pública, velar por la salud de sus ciudadanos y visitantes, así regulando aquellas actividades destinadas a la elaboración, registro e importación y exportación de alimentos y bebidas que serán consumidos por esto.

Según el Decreto no. 528-01 (Ministerio de Salud Publica , 2001) el Departamento de Control de Riesgos en Alimentos y Bebidas es una rama creada por el Ministerio que se responsabiliza en garantizar que los alimentos que se consuman en el país sean sanos, inocuos y libres de contaminación,

asimismo de garantizar que los establecimientos que lo ofrezcan estos servicios lo cumplan.

Para poder registrarse en el Ministerio de Salud, se deberá llenar un informe donde se presente la empresa (su nombre, ubicación, RNC), una breve descripción de la misma, y nombrar todos los platos y bebidas que serán elaborados en el establecimiento, asimismo como su elaboración y almacenamiento. Este deberá ser enviado a la entidad, para su que su registro pueda ser aceptado. Este servicio es completamente gratuito. Además, de que la entidad que solicite deberá de aceptar visitas que le hará la entidad a el establecimiento.

2.3.5 Licencia para optar por un establecimiento de Alimentos y bebidas.

Es de suma importancia, poder adquirir una licencia validada por el Ministerio de Turismo de la República Dominicana (Ministerio de Turismo, 2016), en esa forma evitar que la misma entidad pueda clausurar el establecimiento de alimentos y bebidas.

Con esta licencia, se le autoriza a una entidad operar bajo la modalidad de restaurantes, cafeterías, bares o discotecas a aquellos interesados en operar en el sector turístico; el cual estará decretado bajo una resolución, donde las dos partes deberán de estar de acuerdo.

Para que esto sea posible, es necesario:

Dirigir una instancia al Ministro de Turismo solicitando la correspondiente autorización para operar donde indique informaciones generales (número de teléfono, ubicación, nombre del establecimiento) del establecimiento y como desea operarla. Esta instancia debe de estar firmada por el presidente de la compañía y/o por su representante debidamente acreditado con sus copias cédulas de identidad y electoral.

Los certificados de No-Antecedentes Penales, original y vigente del representante legal y del presidente de la compañía.

Copia del certificado definitivo del Registro formal del Nombre Comercial del establecimiento despachado por la Oficina Nacional de La Propiedad Industrial (ONAPI).

Documentos Constitutivos de la Compañía registrados por ante la Cámara de Comercio de la República.

Copia Registro Nacional de Contribuyentes (RNC.)

Copia recibo de pago de la Dirección General de Impuestos Internos

Certificado del Registro Mercantil Vigente.

Registro Sanitario del establecimiento emitido por el Ministerio de Salud Pública.

Presentar una carta o menú de las diferentes comidas y bebidas con sus respectivos precios, así como de cualquier otro servicio que pueda ofrecer.

Haber estado reconocido por los Inspectores del Ministerio de Turismo, en una visita de inspección.

Copia recibo de pago del Ministerio de Turismo por concepto de obtención de la autorización de operación correspondiente. En caso de pagar a través de cheques éste debe estar certificado a nombre del Ministerio de Turismo.

2.4 Permiso en el Ayuntamiento del Distrito Nacional para la utilización del suelo.

Este permiso es una certificación para que se pueda utilizar un territorio en el país. Estos permisos pueden ser divididos dependiendo el tipo de uso que se dará.

Para poder conseguir esos permisos se necesitan:

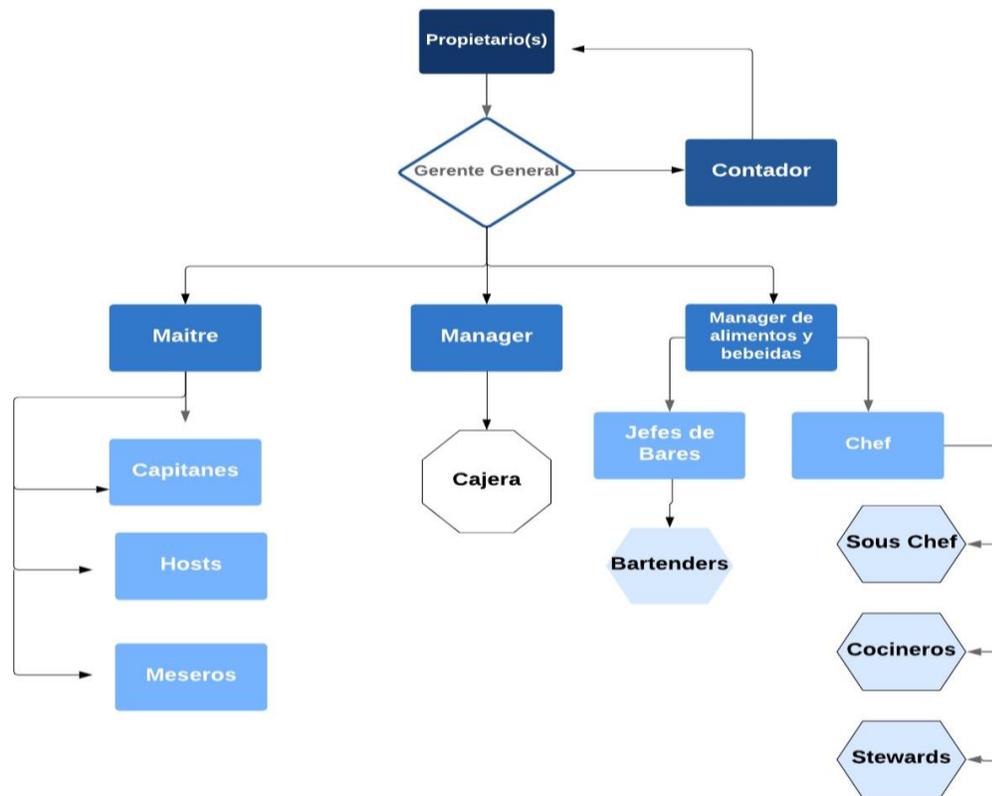
- El Formulario de Solicitud con datos completados.
- Copia del título de propiedad de ambos lados
- Copia del Plano del lugar o negocio.
- Plano de localización del uso de suelo.
- Certificación emitida por la Dirección de Recaudación del ADN de que se encuentra al día en el pago de sus servicios o tributos municipales.

2.5 Asentamiento de los establecimientos restauranteros en la Santo Domingo, Distrito Nacional.

Todas las empresas para poder operar correctamente y tener un buen desempeño a lo largo de su tiempo de vida en el mercado, deben tener bien clara su división empresarial y que función realizara cada integrante.

2.5.1 Organigrama gerencial de los Food Trucks y Restaurantes tradicionales.

Figura no.3 – Organigrama Gerencial de un Restaurante



Fuente: Organigrama de un restaurante. Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de artículos, libros e informes referentes al área gastronómica

Según la división para operar adecuadamente un restaurante se divide en:

- Propietario
- Gerente General
- Contador
- Maitre
- Manager
- Manager de alimentos y bebidas
- Capitanes
- Hostes
- Meseros
- Cajera
- Jefe de Bares
- Bartenders
- Chef
- Sous Chef
- Cocineros
- Stewards

Como podemos observar, los restaurantes tienen un modo de gestión muy amplia ya que consiste en diferentes áreas que hay que abarcar para así ofrecer el servicio. En la presente, les presentamos cómo se maneja un restaurante

ordinario, el cual tiene un propietario que es el que invierte, le da forma al restaurante y acepta cualquier cambio que haya que hacer. Después está el Gerente General que es el delega las funciones, realiza evaluaciones en sus subalternos, desarrolla metas para cada periodo y le informa al propietario de lo que sucede en el negocio, normalmente el propietario y el gerente general son la misma persona. Después del Gerente General, nos encontramos los directores de las diferentes áreas del establecimiento, los cuales se encargan de reportar situaciones, cambios y/o circunstancias que puedan suceder. En el área de servicios nos encontramos el Maitre, que se encarga de velar que los meseros, hosts y capitanes estén en su lugar, ejecutando sus labores. Así mismo, como el director de alimentos y bebidas que crea los presupuestos, menús que se ofrecerán y dirige la cocina y el bar si es que el establecimiento lo tiene. Por último, tenemos el manager, que además de analizar los presupuestos y administrar el dinero y reportárselo al contador, que analizara si hay ganancias y pérdidas, para así reportárselo al Gerente General y al Propietario para la toma de decisiones.

2.5.2 Food Trucks

Se puede apreciar que los Food Trucks son más sencillos de gestionar, ya que no es un complejo tan amplio como el de un restaurante y las responsabilidades no son tantas. Como un mínimo, solo se necesita un encargado de cocina que se encargue de cocinar los alimentos, un encargado de caja para recibir el

dinero y recibir las órdenes y un ayudante general, que se puede encargar de cualquier imprevisto que puede ocurrir en el establecimiento, de la limpieza del lugar o asistir al encargado en cualquier inconveniente que pueda ocurrir. Todos ellos, se reportan al encargado general y como es un conjunto pequeño es fácil tener comunicación entre ellos, para cualquier necesidad y/o inconveniente.

Figura no.4 - Organigrama Gerencial de un Food Truck.



Fuente: Organigrama de un Food Trucks. Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de artículos, libros e informes referente al área gastronómica.

Los Food Trucks, así como los restaurantes, también necesitan de una estructura adecuada para poder desarrollar sus funciones de manera prospera.

Según la división para operar adecuadamente un Food Trucks es la siguiente:

- Encargado general
- Encargado de Cocina

- Encargado de caja
- Ayudante General

2.6 Instituciones que abogan por los derechos y deberes de los establecimientos de alimentos y bebidas en Santo Domingo

Existen instituciones que abogan por que los establecimientos de alimento y bebidas cumplan con sus deberes y por sus derechos y así mismo para cumplan las normativas establecidas para el mismo.

2.6.1 Asociación Dominicana de Food Truck

Nace la idea en el 2016, (negocios, 2018) cuando unos compañeros eran recientes en el negocio de los Food Trucks y vieron las necesidades y el potencial que tenían los negocios y decidieron crear asociación para dar apoyo a quienes lo



necesitan y así de la misma manera combatir las adversidades logran incorporarse en octubre del 2016, reciben el apoyo de parte de del vice ministro de industria y comercios los cuales le ha dado apertura gratuitas para los que forman parte del mismo.

Esta institución está compuesta por propietarios de Food Trucks y tráiler de comida. El objetivo de este es figurar la promoción, protección, regulación, intermediación, comunicación y educación para el gremio.

Cuenta con diversos comités, los cuales tiene que cumplir ciertos requisitos:

- El comité de proyectos especiales.
- Administración y Asuntos fiscales.
- Comité de calidad y seguridad.
- Responsabilidad laboral y educación permanente. (El acento, 2019)

2.6.2 Ministerio de Turismo



Ministerio de Turismo

Orientar de conformidad con las regulaciones al respecto, el diseño y construcción de todas las obras de infraestructura que requieran el desarrollo de los distintos proyectos Turísticos.

Se encarga de entregar la licencia para establecimientos de expendio de Alimentos y Bebidas

Sustituir por esto: Autorización mediante una resolución que autoriza a operar bajo las modalidades turísticas de restaurantes, cafeterías, bares o discotecas a todas las personas interesadas en operar en el sector turístico. (Turismo, 2017)

2.6.3 Ministerio De Salud Pública (Laboratorio Nacional De Salud Pública):



Es una institución creada por el estado dominicano para responder la necesidad que tiene la sociedad de tener el control y vigilancia sobre los productos y servicios que ayudan a mejorar y mantener las condiciones de salud de la República Dominicana

entre ellos se encuentran los alimentos y medicamentos comercializados en todo el territorio nacional. (Ministerio de Salud Pública , 2001)

Este se encarga de los establecimientos de alimentos tengan un control lo que lo que es la higiene para evitar enfermedades transmitidas por lo alimentos y que pueden ser provocados por la mala práctica de los utensilios y por el mal lavado de los equipos utilizados para la misma.

La misma cumple con su tarea haciendo visitas al establecimiento y haciendo una revisión de esta y así renovar la licencia que le otorga. (Ministerio de salud Pública, 2014)

2.6.4 Ministerio de Industria y Comercio:



El Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes tiene sus inicios en el origen mismo de la república. Su

misión de fomentar el desarrollo sostenible de la productividad de la industria y comercio y la MIPYMES, mediante la formulación y aplicación de políticas públicas. (Ministerio de Industria y Comercio, 2018)

Con la ayuda del viceministro tiene ayuda directa de cualquier inquietud o de cualquier tema vinculado con ellos, ya que ellos fueron los primeros en dar la ayuda a la Asociación Dominicana de Food Trucks en Santo Domingo.

2.6.5 Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP):



Es el organismo rector del sistema nacional de formación técnico profesional de la República Dominicana, creado mediante la ley 116. De 16 de enero de 1980, y regulado por el reglamento 1894, del 11 de agosto de este año. Es una organización autónoma del estado, investida de personalidad jurídica, de carácter no lucrativo y patrimonio propio, dirigida por una junta de directores de estructura tripartita.

Su misión es organizar y regir el sistema nacional de formación técnico profesional que, con esfuerzo conjunto al estado, de los trabajadores y de los empleadores, enfoque el pleno desarrollo de los recursos humanos y el incremento de la productividad de la empresa, en todos los sectores de la actividad económica.

Esta entidad apoya a las instituciones de alimentos y bebidas, dándoles los cursos correspondientes instruyendo a las personas que se quieran dedicar al mismo, al mismo tiempo capacitándolos para cualquier eventualidad que se pueda presentar y haciendo los cursos de Serv Safe.

2.7 Impacto de los establecimientos de alimentos y bebidas en el turismo de la ciudad de Santo Domingo.

Los restaurantes y Food trucks han tenido un desarrollo e impacto significativo a lo largo del tiempo. Desde siempre han existido los Chimis, que no son más que camiones ambulantes que venden comida rápida en las calles del país, usualmente hamburguesas y hot dogs. Mas adelante fueron surgiendo los camiones de Food Trucks que venían con un estilo y una oferta más innovadora al mercado. Inicialmente tenían un precio de introducción por debajo del costo de los productos de los restaurantes. Sin embargo, por el público que manejan y la oferta que ofrecen suelen tener precios parecidos. Esto innovación tanto de los Food Trucks como de los restaurantes han tenido un impacto positivo en la

sociedad, las personas asisten a ambas localidades, todo depende del tipo de la salida del comensal y de sus gustos y preferencias a la hora de consumir.

Internacionalmente los establecimientos de comida de este tipo son un fenómeno y tienen más tiempo en el mercado. En México los Food Trucks tienen mayor popularidad y tienen una demanda significativa, un turista que viaja a este destino lo primero que gusta es visitar un puesto de estos para probar su gastronomía, porque a diferencia de nuestro país, esos puestos se enfocan más en ofrecer su gastronomía.

El turismo en nuestro país abarca el mayor porcentaje de ingresos en la economía. Somos una isla llena de esplendor donde lo tenemos todo. La gastronomía es cultura, por lo que nos caracterizamos por ella, por nuestros destinos y por nuestra gente. Miles de turistas asisten al país cada año y es por esto que la gastronomía ha ido innovando y creciendo cada vez más, los restaurantes y localidades de alimentos y bebidas se han desarrollado significativamente, pero seguro nos preguntamos, ¿A qué sabe Santo Domingo? Santo Domingo es una mezcla de sabores, donde tenemos un poco de todos los platos y sabores icónicos de cada provincia juntos en un mismo lugar.

Poco a poco se ha ido impulsando lo que es un turismo gastronómico en nuestro país, pero hace falta todavía un poco más de homogeneidad en la preparación de distintas ofertas gastronómicas y la persistencia en el mercado. Los turistas al

visitar nuestra isla asisten a distintas localidades de alimentos y bebidas durante su estancia por conocer un poco más de la ciudad, y para conocer la diversidad gastronómica que tenemos para ofrecer, pero aun el auge no se manifiesta a plenitud.

La mayor parte de comensales que asisten a los establecimientos son dominicanos y un pequeño porcentaje son turistas o extranjeros. Por la alta demanda que nosotros mismos hemos estado implorando, han abierto sus puertas un sin número de localidades en Santo Domingo y en todo el país a lo largo del tiempo. Aun el impacto de los establecimientos en el turismo no ha sido significativo, pero sí que ha causado fervor entre los comensales tanto nacionales como internacionales.

CAPÍTULO III.

ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LAS EMPRESAS DE RESTAURANTES Y LAS EMPRESAS DE FOOD TRUCKS, COMO ALTERNATIVA DE EMPRENDIMIENTO.

Al momento de emprender, una cuestionante que muchas personas se realizan es de que puede salir más factible al momento de crear su propia empresa porque se tiene una idea que los primeros pasos en un negocio no son tan factibles, mas, sin embargo, se quiere siempre lograr lo que menos margen de error contenga para construir un buen futuro.

Emprender es crear tu propio negocio a raíz de una idea original con el fin de obtener beneficios económicos y ser dueño de tu propio tiempo y espacio. Hace un tiempo atrás, personas esperaban llegar a cierta edad para poder emprender un negocio, no obstante, en la actualidad son más las personas jóvenes que están impulsándose hacia el emprendedurismo.

3.1 Inversión, ejecución y operación de los restaurantes vs los Food Trucks.

Figura no. 5- Sobre la inversión de los Restaurantes y los Food Trucks

	Restaurantes	Food Trucks
Inversión	Alquiler: 50,000 pesos mensuales en adelante. Compra: a partir de 1 millón de peso.	Alquiler: 20,000 pesos mensuales en adelante. Compra: a partir de 250,000 pesos
Ejecución	Se deben tener permisos del estado.	Se deben tener permisos del estado.
Operación	Usualmente se encuentran de forma techada, tiene un personal amplio, menú más completo	Esta al aire libre, labora con una cantidad reducida de personal, tienen como máximo 6 opciones en el menú

Fuente: Diferencias de la inversión, ejecución y operación de los establecimientos.. Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de artículos, libros e informes referente al área gastronómica.

Al momento de implementar estos negocios se debe tomar en cuenta que todos los precios varían dependiendo de diferentes factores, como son: Tamaño de la empresa, tipo de comida que ofertan, cantidad de empleados, capacidad, espacio, ubicación... Un restaurante y un Food Trucks ubicados en un lugar céntrico de la zona metropolitana o en sus alrededores siempre tendrá un valor añadido al momento de atraer al público.

3.2 Comparación operativa entre los restaurantes y Food Trucks.

Benjamín Franklin dice que un organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas o unidades administrativas, en las que se muestran las relaciones que guardan entre si sus los órganos que la componen.

Gomez Ceja, Guillermo. Es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía, y las principales funciones que desarrollan.

El organigrama es un aparte esencial que nos indica cual es el sistema operativo que tienen cada uno de los establecimientos que existen en el mundo por lo que en este caso daremos el ejemplo de los que son los sistemas operativos de un restaurante local y un Food Trucks.

3.2.1 Los Restaurantes Locales

Los sistemas operativos de los restaurantes locales son más amplios un poco más exigentes que los Food Trucks ya que estos son más amplios y exigen más en los estándares de calidad.

En los procedimientos de cocina son responsables de ordenar y almacenar inventarios, prepara ingredientes, ejecutar órdenes y mantener la cocina limpia

durante su turno, así como al final del día. Los jefes de inventario deben mantener hojas de cálculo indicando lo que tienen a mano y lo que necesitan ordenar. Los sistemas de almacenamiento deben situar frecuentemente usados en los lugares más accesibles y permitir suficientes espacios para la rotación de insumos. El personal de cocina debe ser responsable de distintos tipos de tareas, como sopas o postres. Los cocineros deben mantener limpias sus áreas de trabajo y el personal de limpieza debe hacer limpieza oficial al final de turno.

Un restaurante local debe de tener un sistema establecido para coordinar el trabajo de sus meseros y su personal de cocina. Los meseros deben tratar órdenes a la cocina de manera puntual. Los chefs deben completar todas la ordenes en un ticket al mismo tiempo, y deben tener sistemas para comunicar a los meseros que sus órdenes están listas... Los meseros deben comunicarse con el personal de cocina acerca de necesidades especiales de un cliente como alergia a algún alimento. Cuando surgen las dificultades, el personal de servicio y el de cocina deben trabajar juntos para resolver problemas de manera eficiente. (Gartenstein, 2018)

3.2.2 Los Food Trucks

El manual de procedimientos Operativos para un Food Trucks es una herramienta indispensable para el desarrollo de las actividades diarias dentro del lugar, es una guía para el personal para el que labora dentro de las empresas.

Los Food Trucks tiene las ventajas de que el personal de servicio siempre está en contacto con el de cocina para resolución de conflictos con el cliente sino también a la hora de sacar un pedido no pobre haber conflictos ya que el cocinero fue en contacto directo con el cliente y así sabe todo lo relacionado con la orden que realice el cliente.

Los Food Trucks cuentan con menos personal, pero recibe, la cantidad de personal por lo que se puede sostener con poco personal ya que sólo se necesita un chef, parrillero, caja y camareros si es requerido que este en su organigrama solo, o utiliza para llevarles los alimentos a la mesa para el cliente este más como pero sólo está para ese servicio.

El chef tiene la función de que todo esté funcionando correctamente la hora de sacar un pedido pero si el entiende que de que debe estar en frente dándole la cara al cliente este cumple su función de cocinero y de chef, patrullero se encarga de los productos fritos, a la plancha y todo lo relacionado con el mismo, los camareros de encargan de darle las bienvenida al cliente y de indicarle que

se tiene en el menú pero así mismo sólo le indicará ya que la cajera de encargará de recibir la orden y comunicarle a la cocina. (Trabajo , s.f.)

Diferencias:

La diferencia que tienen uno del otro es muy particular que es como si fuera el mismo, pero no lo es. El sistema operativo de los restaurantes locales es la extenso y más complicado ya que se tiene que ser mucho más cuidadosos por la cantidad de empleados y las tareas, mientras que los Food Trucks son las complejos y sencillos a la vez teniendo en cuenta que con los requisitos de estándares de calidad e higiene tienen que ser iguales por la manipulación de los alimentos.

3.3 Análisis FODA en factibilidad de emprendimiento entre restaurantes y Food Trucks.

Figura no. 6- Analisis FODA de los Restaurantes y Food Trucks (Fortalezas)

Fortalezas		
Aspectos	Restaurantes Tradicionales	Food Trucks
Fisicos	Son lugares que permite a los clientes estar más cómodos y sentirse acogidos por el gran espacio que hay en el lugar, son menos ruidosos, con muebles de diferentes tamaños y formas, donde el cliente se siente cómodo de elegir donde querrá sentarse.	Estos son móviles, pueden trasladarse de un lugar a otro sin ningún problema o tener otro vehículo y estar en lugares estratégicos donde pueden encontrar mayor número de personas, como en ferias, parques y conciertos.
Medioambientales	Controlan y suministran las mermas, ya que, con estas, se pueden hacer fondos, caldos que pueden ser útiles a la hora de preparar platos. Así mismo de que gestionan cuanto pueden ser los residuos a la hora de comprar los productos para tenerlos almacenados Mantienen el espacio, cumplen con responsabilidades sociales que ayudan al desarrollo de una zona; así dándole prestigio a la empresa	Gestionan los sistemas eléctricos, ahorran energía al estar en el aire libre y no tener tantos canales para poder conectar luces o aires acondicionados.

Sociales	Buen trato al cliente y brindan hospitalidad y tranquilidad en el momento que son visitados. Crean un vínculo con los clientes en el cual ellos se sienten acogidos y como el casa.	
Servicios y Productos	Los clientes son más fieles, ya que se sienten más a gusto e identificados con el lugar. Los empleados ya conocen sus gustos y hay una conexión entre las partes.	<p>Flujo rápido en la entrega del servicio; por el hecho de tener un espacio pequeño, deben de despachar lo más pronto posible para poder sustentar a los otros clientes que van llegando al establecimiento.</p> <p>Ofrecen platos con diseños gourmets con precios menos elevados. Precios accesibles al cliente objetivo del negocio, que normalmente jóvenes de 25-35 años que ganan no más de RD\$ 30,000.00 mensuales.</p> <p>Originalidad y diseño creativo en cuanto la estructura de los platos porque su gran mayoría se encuentran en Towns y estos deben de mantener ideas innovadoras que no traiga revalidad entre los otros Food Trucks.</p>

Fuente: Análisis FODA. Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de artículos, libros e informes referente al área gastronómica.

**Figura no. 7 Analisis FODA de los Restaurantes y Food Trucks
(Oportunidades)**

Oportunidades	
Restaurantes Tradicionales	Food Trucks
<p>Estos ofrecen más variedad de platos y tienen la opción de ir agregando platos o modificándolos, dependiendo lo que diga su target, del mismo modo, la manera de tratar a sus clientes, ya que estos son más conscientes con lo que paso al rededor.</p> <p>Estos pueden además de tener su local, pueden también tener Food Trucks.</p> <p>Flujo de persona o vehículos que estén por la zona y que necesitan un lugar cercano para comer con esto, ellos pueden crear Drive Trus u ofrecer servicios de Deliveries para controlar la masa de clientes que vayan al lugar.</p>	<p>Cubre la necesidad de rapidez y demanda creciente de comida rápida de alta calidad que exige este nuevo tipo de clientela que no tiene tiempo para estar en un lugar y quedarse por largo periodo, gracias a su estilo de vida y tampoco desea cualquier cosa.</p> <p>Selección de la ubicación deseada.</p> <p>Creciente necesidad de informalidad de esta nueva clientela que se sienten incomodos al estar en un ambiente muy formal y no pueden expresarse como desean.</p>

Fuente: Análisis FODA. Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de artículos, libros e informes referente al área gastronómica

**Figura no.8 Analisis FODA de los Restaurantes y Food Trucks
(Debilidades)**

Debilidades	
Restaurantes Tradicionales	Food Trucks
<p>La inversión puede ser muy alta y duraría un tiempo indefinido obtener lo invertido.</p> <p>El control de la materia prima es muy complejo y sin tener un control constate de los que este saliendo o entrando, puede acumularse los gastos, haber perdidas e incluso haber un déficit.</p>	<p>Dificultad para conseguir fidelidad de los clientes por los traslados constantes y el servicio rápido que estos les brindan a sus clientes.</p> <p>Hay que hacer mantenimiento del transporte, y hay más posibilidades de que haya pestes escondidas en rincones del establecimiento.</p> <p>No hay baños a menos de que estén en un Town, que también pueden estar llenos por la gran cantidad de personas que visitan este lugar.</p> <p>No hay mesas y si las hay, son de plásticos e incomodas, además de posibles moscas o mosquitos que puedan aparecer por estar al aire libre.</p> <p>Además de los gastos fijos deben de pagar el alquiler y la renovación de permisos sin importar como les haya ido en un periodo de tiempo.</p>

Fuente: Análisis FODA. Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de artículos, libros e informes referente al área gastronómica.

Estos dos establecimientos tienen diferentes puntos que los afectan, también hay que tomar en consideración que hay que renovar sus equipos que se estén deteriorando. Además, si estos no tienen una buena gestión de los recursos con los costos de operación, gastos directos e indirectos y las autorizaciones y renovaciones de permisos la entidad puede quedar endeudada.

Figura no. 9 Analisis FODA de los Restaurantes y Food Trucks (Amenazas)

Amenazas	
Restaurantes Tradicionales	Food Trucks
<p>Es posible que otro competidor se establezca en los locales cercanos, o que las cadenas grandes o franquicias sean mejor aceptadas fácilmente, por tener unos antecedentes sobresalientes y que ofrezcan precios muy baratos contra los que no es posible competir. Incluyendo el hecho de que al surgir este nuevo concepto de Food Trucks, estos establecimientos han tenido problemas en lo que es la innovación de nuevas temáticas y/o platillos.</p> <p>Hagan reparaciones u obras en la calle o cercanas al área que dificulte el acceso y disminuya el tráfico de gente al local.</p> <p>El uso de ingredientes frescos y orgánicos puede elevar más sus costos, porque estos tienden a deteriorarse rápidamente, aunque este almacenados en cámaras de conservación o neveras.</p>	<p>Los diferentes establecimientos dentro del Town o Villa presentan una competencia directa, aunque ofrezcan productos diferentes.</p> <p>Pueden ver inconvenientes, como permisos o excusas médicas o hasta gran cantidad de servicios en el área de producción, y como este es limitado, puede arruinar los productos ofrecidos.</p> <p>Los proveedores y fabricantes de estos son muy escasos en el país. Cuando un camión necesita mantenimiento y el cambio de una pieza, sus servicios serán muy elevados por el motivo de no tener competencias.</p> <p>Al estar al aire libre, pueden estar afectados por el clima y alejar a los clientes.</p>

Fuente: Análisis FODA. Elaboración propia a partir de datos obtenidos a través de artículos, libros e informes referente al área gastronómica.

CONCLUSIÓN

Este estudio tiene como objetivo principal delimitar la factibilidad económica que tienen los restaurantes y los Food Trucks al momento de iniciar el negocio. Durante el proceso y desarrollo de este análisis comparativo exploramos las diferencias que existen al momento de emprender un negocio de alimentos y bebidas. Para esta investigación tomamos en cuenta distintos aspectos que señalan los diferentes factores que hacen viables el emprendimiento de estos negocios.

En la ciudad de Santo Domingo existe una gran demanda y oferta de estos establecimientos, los cuales presentan mayores exigencias e innovaciones con el transcurso del tiempo.

Muchas personas se han sentido motivadas a emprender en estos establecimientos debido a la considerable demanda y su reciente crecimiento. El ser humano necesita alimentarse con cierta frecuencia para poder subsistir por lo que este modelo de negocio cuenta con una alta factibilidad si se administra de manera correcta.

Tomando en cuenta los procesos a seguir, así como los de higiene y salubridad que son primordiales a la hora de ofrecer un alimento o bebida en los establecimientos, los cuales, no deben de afectar en ninguna circunstancia a la salud del cliente.

Los establecimientos evaluados previamente cuentan con diversas capacidades que las unen y a la vez la diferencian entre sí. Cada uno tiene sus fortalezas y debilidades, pero así, se complementan con sus oportunidades.

Al momento de emprender, la posibilidad de inversión en un Food Truck es menor a la de un restaurante local. Actualmente son cuantiosas las personas que están creciendo en el ambiente laboral de alimentos y bebidas, y es por esto por lo que, buscan la factibilidad económica al momento de iniciar el negocio. Los Food Trucks cuentan con la posibilidad de un margen de error menor a los de los restaurantes, ya que existe una alta probabilidad de recuperar la inversión en un plazo más corto. A su vez, cuentan con mayor diversidad a la hora de crear su propuesta gastronómica y su concepto.

Estos suelen ser más viables y llevaderos debido a que tienen menos requisitos que los restaurantes. Los camiones de Food Trucks suelen tener un espacio más reducido, cuentan con menos personal, la ambientación es más sencilla, refieren a un menú mas reducido, se pueden trasladar con facilidad, flujo rápido en el servicio, ahorro de energía, ambiente eco-friendly y precios exequibles. Al final los Food Trucks son una buena plataforma para iniciar en el mercado, este puede seguir innovando y convertirse en lo adelante en un restaurante local.

Dentro de esta propuesta con ayuda de las investigaciones realizadas, determinamos la factibilidad entre las opciones evaluadas y determinamos que los Food Trucks resultan una mejor inversión a la hora de invertir.

RECOMENDACIONES

Según los aspectos investigados en este análisis comparativo podemos concluir que, a la hora de optar por tener un establecimiento de alimentos y bebidas, hay que tener en cuenta que es lo que quiere y como lo proyectara a un público específico, además de aquellos aspectos que serán necesarios invertir.

Los Food Trucks son establecimientos que, además ser muy populares en la actualidad, proponen una innovadora y diversa oferta gastronómica con un ambiente sencillo y ecológico. Sin embargo, si estos no se acoplan en un Town o Park, deben de ubicarse en lugares donde no moleste los alrededores con sus actividades. También, implementar un área de fumadores beneficiaria el espacio y el ambiente de estos. Otro punto para destacar es que estos pueden ser afectados por el clima que tenemos en el país por el hecho de ser muy cambiante, influir en las ventas de ese tiempo determinado; para ello, sería conveniente en poner carpas o techar un espacio para mantener un volumen de visitantes.

Aparte de que estos son visitados por diferentes grupos sociales donde las familias predominan y que, a su vez, tienen niños y/o bebes; que son muy inquietos o los asientos son muy incómodos o grandes para ellos. Una manera que ayudaría mucho es poner un área de juegos y/o asientos donde ellos se puedan sentar. Esto ayudaría mucho a sus padres y atraería más clientela. Al

implementar diversidad de sus platos y cambiándolos periódicamente mantendría al público interesado.

A diferencia de estos, los Restaurantes Tradicionales son lugares que permiten a los clientes estar más cómodos y sentirse acogidos por el gran espacio que hay en el lugar y el personal que esta para servirles, son menos ruidosos y pueden encontrar un sin número de facilidades que los benefician, por lo tanto, es posible cobrar más por tales servicios. Por otra parte, el control de la materia prima y de los diferentes gastos puede ser muy complejo, podría traer perdidas al negocio e incluso crear un déficit, si no se maneja un control constate de las salidas o entradas que tiene el establecimiento. Para ello, es necesario estar revisando constantemente los estados de resultados de las entidades. Otro aspecto que hay que tomar en cuenta es la gran competencia que hay entre otros restaurantes y la nueva tendencia de los Food Trucks. Sería excelente hacer pequeñas versiones del mismo concepto y participar en ferias o crear actividades que fomenten una gastronomía o un tema de celebración creando así un público potencial al que le agrade esas ideas.

Según Jonathan Rincón, propietario del Town Food Truck Stop en la República de Colombia, agrega que algunas de las ventajas de tener el Food Trucks en un Town es la comodidad del espacio, seguridad, proporcionan sillas y mesas, tienen baños incluidos dentro del espacio y actividades en vivo.

Sin embargo, algunas ideas adicionales a estas que nos surgieron a lo largo de la investigación fueron las siguientes:

- La implementación de una pagina web donde indique toda la información referente a los establecimientos de Food Trucks nacionales
- Proporcionar un sistema de pedidos y pagos más avanzado para mayor eficiencia.
- Entrenamientos constantes sobre la higiene y manipulación de los alimentos para un mejor manejo.
- Portal de quejas y reclamos.
- Existencia de mayores entidades que apoyen a los establecimientos de alimentos y bebidas.
- La creación de una categorización donde indique la calidad que brindan los Food Trucks.
- Mayor seguridad en los establecimientos.

BIBLIOGRAFIA

- (2019). Retrieved from Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus: dictionary.cambridge.org
- Advisor, E. t. (2016, Diciembre 5). *El tenedor by Trip Advisor*. Retrieved from a TripAdvisor company: www.theforkmanager.com
- Aythami Pérez. (2015, Octubre 20). *Diego Coquillat*. Retrieved from <https://www.diegocoquillat.com/food-trucks-la-historia-de-los-camiones-de-comidas/>
- Camara de Comercio. (2018). *Camara santo domingo*. Retrieved from Camara santo domingo: <https://www.camarasantodomingo.do/registro-mercantil/Home/PreguntasFrecuentes>
- Editores, L. (2006). *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. Impreso en Espana : Lexus.
- El acento. (2019, Febrero 17). *La ADFT busca optimizar el esquema impositivo de emprendedores de cocina callejera*. Retrieved from La ADFT busca optimizar el esquema impositivo de emprendedores de cocina callejera: <https://acento.com.do/2018/economia/8572870-la-asociacion-dominicana-de-foodtrucks-adft-busca-optimizar-el-esquema-impositivo-de-emprendedores-de-cocina-callejera/>
- Futuretech*. (2019). Retrieved from www.karcher-futuretech.com
- Gartenstein, D. (2018 , Febrero 01). *Cuida tu dinero* . Retrieved from <https://www.cuidatudinero.com/13154106/procedimientos-operativos-estandar-de-un-restaurant>
- Larousse gastronomico* . (2009).
- Legal. (2013, Octubre 30). *www.impulsapopular.com*. Retrieved from www.impulsapopular.com: <https://www.impulsapopular.com/legal/como-registrar-una-marca-en-la-onapi/>
- Licata, L. M. (2017). *Zona Diet*. Retrieved from www.zonadiet.com

Ministerio de Industria y Comercio. (2018, . .). *Ministerio de Industria y Comercio*. Retrieved Marzo 3, 2019, from Ministerio de Industria y Comercio:
<https://www.micm.gob.do>

Ministerio de Salud Publica . (2001, Marzo 8). *Decreto No. 528-01 que aprueba el Reglamento General para Control de Riesgos en Alimentos y Bebidas en Republica Dominicana*. Retrieved from
https://extranet.who.int/nutrition/gina/sites/default/files/DOR%20Decreto%20528-01_0.pdf

Ministerio de salud Publica. (2014). *Sec. Laboratorio Nacional*. Retrieved from
<http://www.msp.gob.do/sec-laboratorio-nacional>

Ministerio de Turismo. (2016). *Licencia para optar por un establecimiento de Alimentos y Bebidas*. Santo Domingo, D.N: MITUR.

negocios, E. a. (Director). (2018). *Todo lo que debes de saber sobre la ADFT* [Motion Picture].

Redaccion, R. C. (2018, Junio 10). Food Trucks: empresas sobre ruedas por las calles de Santo Domingo.
<https://www.diariohispaniola.com/noticia/41079/gastronomia/food-trucks:-empresas-sobre-ruedas-por-las-calles-de-santo-domingo.html>.

Republic, G. D. (n.d.). Retrieved from Gastronomía en DR:
www.godominicanrepublic.com

RIVERA, D. (2017, Enero 31). La alcaldía busca actualizarse para apoyar el auge de los “food trucks”. *Listin Diario*.

RNC. (2018). *www.dgii.gov.do*. Retrieved from www.dgii.gov.do:
<https://www.dgii.gov.do/contribuyentes/personasFisicas/inicioOperaciones/Paginas/Registro-al-RNC.aspx>

Significados. (2017, Mayo 30). Retrieved from Significados:
www.significados.com/foodie

Significados. (2018, Septiembre 05). Retrieved from Significados:
www.significados.com

Trabajo . (n.d.). Retrieved from

http://www.trabajo.com.mx/que_es_food_truck.htm

Trabajo. (2017). Retrieved from www.trabajo.com.mx

Turismo, M. d. (2017). *Clasificación y normas de los restaurantes, bares y discotecas*. Santo Domingo, D.N.

Uribe, Leora. (2018). WASHUSHUS. *LISTIN DIARION*, 50-55.

Vergara, F. (2017). La alcaldía busca actualizarse para apoyar el auge de los “food trucks”. Santo Domingo: Listin Diario.

ANEXOS



UNIVERSIDAD APEC

FORMULARIO DE SOLICITUD DE APROBACIÓN DEL TEMA DE TRABAJO DE GRADO

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	MATRICULA	TELÉFONO*	DIRECCIÓN**
Julia melissa López	20141378	82976606535	
melissa Jose maite	2014-2131	8297667717	
Leora Ulibe Richards	2014-2132	8297820254	leoraulibe.richardo@gmail.com

** Solo una dirección, especificar de cual estudiante

CARRERA: tic. en administración turística y hotelera mención alimentos y bebidas.

FECHA DE TÉRMINO: abril 2019

Sometemos formalmente la terna de temas de Trabajo de Grado, el cual será presentado luego de cumplidos todos los requisitos que establecen los reglamentos de la Universidad APEC en cuanto a la carrera que hemos cursado:

TEMA	DESCRIPCIÓN GENERAL
1. análisis comparativo de emprendimiento entre un Food truck y un restaurante tradicional local, Santo Domingo, D.R. República Dominicana 2018-2019	En este tema trataremos todo lo referente a los restaurantes y Food truck, evaluar que sale más factible al momento de emprender y la valoración actual en un mercado que va evolucionando constantemente.
2.	
3.	

FECHA: Día 24 Mes Enero Año 2019.

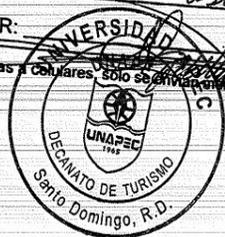
TEMA APROBADO:

APROBADO POR:

FECHA: Día 24 Mes Enero Año 2019

*No se hacen llamadas ni celulares, solo se envían mensajes. Favor de poner la compañía.

FOR-VC-0359



Entre un Food truck y un restaurante tradicional local. - Santo Domingo, 2018-19.



A : DECANATO DE TURISMO

Asunto: **REMISIÓN ANTEPROYECTO DE TRABAJO DE GRADO.**

Tema : “Análisis comparativo de emprendedurismo entre Food Truck y un Restaurante local, Santo Domingo, D.N. República Dominicana, periodo 2018-2019”.

Sustentado por:	Br. Julia López	2014-1378
	Br. Melisa José	2014-2139
	Br. Leora Uribe	2014-2938

Resultado de la evaluación: Aprobado: X Fecha: 30/01/2019.

Devuelto para corrección: _____ Fecha: _____


Lic. María Margarita Cordero Amaral.

Directora.



Ra. 30/01/2019



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

**ANTEPROYECTO DE TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE:**

Licenciatura en Administración Turística y hotelera
Mención: Alimentos y Bebidas

**“ Análisis comparativo de emprendurismo entre un Food
Truck y un Restaurante tradicional local, Santo Domingo,
D.N. República Dominicana, período 2018-2019.”**

Sustentantes:

Julia Melissa López 2014-1378
Melisa José Marte 2014-2139
Leora Uribe Pichardo 2014-2938



Santo Domingo,
República Dominicana
Enero 2019

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
Hipótesis	4
Descripción De La Idea	5
Objetivos Específicos	6
MARCO TEÓRICO	7
Diagnóstico de los Food Trucks	7
Estaciones.....	8
Tipo de platos que predominan.....	9
Diagnóstico de los restaurantes tradicionales	9
Restaurantes tradicionales en el distrito nacional	11
Registro de la marca	12
Imagen corporativa	12
Componentes de la imagen corporativa.	14
Registro de la imagen en la ONAPI.	14
MARCO REFERENCIAL	15
MARCO CONCEPTUAL.....	19
Características de los Food Trucks.....	20
Características de los Restaurantes.....	21
Tipos de Oferta Gastronómica	21
Pioneros	23
Pioneros nacionales.....	23
Pioneros en los Restaurantes	23
TIPO DE INVESTIGACIÓN	24
Fuentes primarias.....	25
Fuentes secundarias.....	25
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	26
ESQUEMA PRELIMINAR DE CONTENIDO DEL TRABAJO DE GRADO	30

TEMA:

**Análisis comparativo de emprendurismo entre un Food Truck y
un Restaurante tradicional local, Santo Domingo, D.N.
República Dominicana, periodo 2018-2019.**

INTRODUCCIÓN

Existen diversos restaurantes, uno de ellos en el que se destacan los Food Trucks, que no son más que establecimientos andantes que venden comida en diferentes puestos en la calle, generalmente camiones donde el espacio interno es adaptado para instalar los equipos que ayudan a la preparación de los platos y que constituyen algo parecido al sistema operativo de un restaurante a pequeña escala.

Los Food Trucks están en tendencia en este momento por lo que está dejando a los restaurantes tradicionales a un lado. Lo que se quiere lograr en esta investigación es demostrar que es más rentable, si colocar un restaurante tradicional local o colocar y obtener un Food Trucks con la investigación como ha sido su crecimiento desde el 2018 hasta el 2019 como esto a la vez causa un impacto en Santo Domingo.

En la siguiente investigación daremos los datos necesarios para conocer cómo han sido más sustentables y de qué forma se puede saber cuál de los dos es más factible a la hora de abrir un restaurante.

JUSTIFICACIÓN

En el presente análisis investigaremos que resulta más rentable entre los Food Trucks y los restaurantes tradicionales en Santo Domingo, D.N., República Dominicana en un rango comprendido entre el 2018 -2019.

Los Food Trucks no son más que restaurantes móviles los cuales ofrecen una innovadora oferta en el mercado, dichos establecimientos se encuentran en cada rincón de Santo Domingo y en todo lo largo del país.

Mientras que los Restaurante no son más que establecimientos que brindan un servicio de diversos alimentos dependiendo de lo que quieran ofrecer a sus clientes y se encuentran en cada lugar de Santo Domingo y del país, al igual que los Food Trucks.

El mercado dominicano, desde hace años ha venido trabajo con estos tipos de restaurantes innovadores abiertos al público y beneficiando a la comunidad con sus extrovertidos sabores y creaciones.

Con esta propuesta se pretende llegar a profundizar, analizar, comprobar y verificar la rentabilidad de ambos y cuál de esas oportunidades es más práctica a la hora de colocar un negocio de alimentos. Evaluando a la vez la calidad e higiene que tienen estas dos opciones.

Delimitación Del Tema

Esta investigación será realizada en Santo Domingo, República Dominicana. Haciendo énfasis en la rentabilidad de dicha modalidad y los restaurantes locales como se ha ido desarrollando a lo largo del tiempo desde el 2018-2019.

Planteamiento Del Problema

En Santo Domingo existen muchos restaurantes sobre ruedas, por lo que sabemos que todos ellos juegan un papel fundamental en la actualidad y ayudan a resolver la alimentación en la vida cotidiana de muchas personas por la versatilidad que ofrecen.

Durante los últimos años el mercado de los restaurantes sobre ruedas ha tenido una alta demanda por lo que no se ha verificado si el mercado ha estado en vía de saturación, pero debido a la gran demanda podemos observar que dicho mercado está sobrepoblado.

Desconocemos la calidad y la higiene que se tiene al elaborar un servicio y manipulación de los productos que ofrecen los restaurantes sobre ruedas.

La presente investigación suministrará lo necesario para que se conozcan los detalles sobre cómo dichos proyectos han ido creciendo y que debemos tomar

en cuenta sobre la rentabilidad y la sobre oferta que estos están teniendo en el mercado.

Formulación Del Problema

Evaluar la rentabilidad y demanda de los Food Trucks y Restaurantes existentes en Santo Domingo. Así mismo, dar a conocer el análisis y la comparación entre ambos establecimientos de comida para conocer cuál de ambos resulta ser más beneficioso al momento de colocarlo.

Hipótesis

A medida del auge de la oferta de Food Trucks en Santo Domingo en el año 2018, los restaurantes y demás establecimientos gastronómicos se han visto afectados competitivamente, es decir, la demanda es mayor en Food Trucks que en Restaurantes.

Cada día existe un incremento en el consumo de la oferta de Food Trucks porque la mayoría de los consumidores jóvenes entienden que es “cool” o que están a la moda, por lo cual, están demandando una nueva forma de no comer en casa (esto ocurre mayormente a la hora de cenar), y en vez de ir a un restaurante, prefieren dirigirse a uno de estos establecimientos ambulantes que la mayoría de veces están ubicados en estacionamientos, solares vacíos,

callejones, etc., a los que ellos denominan como “Villages”, “Town”, “Alley” o “Parks”.

La oferta gastronómica de Food Trucks es una tendencia extranjera que ocasiona un impacto socio-cultural en la ciudad ya que al ser extranjera trae consigo una cartera de cualidades únicas que son introducidas a las nuestras y casi siempre “aplatanadas”.

Los Food Trucks son una alternativa de los restaurantes convencionales que ha llegado para quedarse, debido al surgimiento de nuevas propuestas y conceptos de esta oferta gastronómica.

Descripción De La Idea

Esta idea nace de la necesidad de investigar la rentabilidad que tienen cada uno de estos locales comerciales y a la vez ver cuál es más conveniente. Ahora mismo, el mercado está recibiendo muchos Food Trucks por lo que los restaurantes tradicionales locales están de la misma forma; por lo que los nuevos comerciantes no saben decidir a qué tipo de restaurante se deben inclinar, debido a que no saben cuál es la rentabilidad de cada uno de ellos. a base de esta investigación, conoceremos las posibles causas de esta demanda usando encuestas en las zonas y comprobando que prefiere el mercado en la actualidad.

OBJETIVOS

Objetivos Generales

Analizar y comparar la puesta en marcha de un Food Trucks y un Restaurante local tradicional en Santo Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana.

Objetivos Específicos

- Analizar teóricamente los Food Trucks y los Restaurantes tradicionales locales.
- Determinar las Características que tienen los Food Trucks y los Restaurantes.
- Descubrir los reglamentos y pasos a seguir para la inicialización y puesta en marcha de los Restaurantes y Food Trucks.
- Determinar el impacto que tienen ambas opciones en el mercado en la actualidad.
- Identificar las debilidades de ambos establecimientos.
- Identificar la sobre demanda que tienen los Food Trucks actualmente.
- Elaborar una propuesta de mejora para ambas opciones.
- Detalles adquisitivos para Los Food Trucks y Restaurantes.

MARCO TEÓRICO

Diagnóstico de los Food Trucks

La iniciativa de llevar la comida sobre ruedas surgió durante la Segunda Guerra Mundial en las bases militares del Reino Unido, cuando los soldados notaron que trasladar los alimentos en camiones a los soldados era más funcional y cómodo que crear infraestructura en las zonas donde estaban desplazados. En los años cincuenta, las calles de New York vieron rodar las primeras heladerías de calle (ambulantes) y ya en los setenta, y con el crecimiento de la economía y la oportunidad de nuevos proyectos de emprendimiento, nació el concepto comercial de Food Trucks en New York, San Francisco y Miami.

Los “trucks” fueron evolucionando en el siglo XX, tanto así que, en el año 1936, la marca Oscar Mayer empezó a elaborar sus camiones de comida con forma de salchicha y en el año 1950, iniciaron a operar los primeros camiones de helado. Estratégicamente los camiones que venden perros calientes se colocan en frente de los alojamientos de los estudiantes de las principales universidades de Estados Unidos, como Yale, Harvard, Princeton y Cornell, llamando a estos carritos “dogwagon”.

Fue en los inicios del siglo XXI fue cuando se destacaron los negocios de comida servida en camiones, y ya para el año 2004 se había creado el Vendy Awards, concurso en donde se premia los mejores camiones de comida, y para

el 2014, se estrena una película que narra la historia de un ex empleado chef que decide emprender un negocio de venta de comida ambulante, titulada “Chef”.

Es en este siglo cuando la tendencia de los Food Trucks comienza a expandirse por toda América y el resto del mundo, ampliando su cartera de clientes cada vez más, y a esta se le suman los conocedores y/o amantes de la comida, “Foodies” quienes curiosos de tener una experiencia con los Food Trucks, se aventuran y lanzan a las calles en busca de los mejores de todo el mundo.

Estaciones

- Food Trucks Town
- Food Trucks World
- Food Trucks Village
- Lincoln Food Trucks Park
- The Alley

Tipo de platos que predominan

- Hamburguesas
- Hot Dogs
- Papas Fritas con queso
- Carnes

Diagnóstico de los restaurantes tradicionales

En la antigüedad, las iglesias y los monasterios tenían por costumbre albergar los viajeros y alimentarlos aceptando algunas donaciones a cambio. Esta situación fue aprovechada por comerciantes de la época para crear establecimientos especializados en la venta de alimentos. (Juan Santana, 2004)

En Egipto también durante ese mismo periodo existían las posadas, donde se ofrecían habitaciones y comidas a Los viajeros que se detenían con sus caravanas.

Principio de la época moderna en el año 1658, se introdujeron los carruajes Inglaterra, impulsando este desarrollo de la transportación el auge de las posadas y tabernas.

El término “restaurante” es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al Designar con este nombre un establecimiento fundado al alrededor de 1765, en el que se servían bebidas y comidas, pero como algo distinto a las

posadas, tabernas casas de comidas. Su éxito fue inmediato y numerosos restaurantes fueron abiertos. Eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos. Después de la Revolución Francesa en 1789, la aristocracia arruinada, no pudo mantener su numerosa servidumbre, y muchos mientes desocupados fundaron os incorporaron a este nuevo tipo de casas de comidas que surgían en gran número.

En otros países, el restaurante, tal como lo conocemos hoy, data las últimas décadas del siglo 19, cuando pequeños establecimientos, con este mismo nombre a competir hoteles, ofreciendo fundantes comidas elegantes servicios y precios razonables. En Londres el primer restaurante abrió en 1873.

En España y otros países de habla castellana, también comenzó a propagarse el nombre de restaurante, como un tipo de establecimiento que se dedicaban en especial a servir comidas. Hoy la palabra “Fonda” designa a un restaurante, generalmente muy moderno.

Las tabernas llegaron al continente americano con los colonizadores. El primer restaurante de Estados Unidos se llamó DOMINICO’S, siendo ubicado la ciudad de Nueva York. Este establecimiento servía comidas y bebidas y además una cajera, fue el primero de la cadena de 12 establecimientos.

Entre 1880 - 1890 Fred Harvey y John Thomson fueron los primeros en establecer las grandes cadenas de restaurantes.

La respuesta a la demanda los numerosos restaurantes, en las grandes ciudades se vieron la obligación de crear escuelas especializadas donde se impartían enseñanza profesional para preparar personal práctico en las distintas tareas de estos establecimientos de este personal subalterno, hasta cocineros, empleados de escritorio, chefs y gerentes.

Restaurantes tradicionales en el distrito nacional

Mesón Iberia-Cocina Española

Buche'Perico- Cocina Internacional

Qero Gastrobar-Cocina Peruana

Il Caminetto- Cocina Italiana

Yao Gascue - Cocina Asiática

Vikingo Ribs- Carnes y Parrilladas

Elizondo Restaurante- Carnes y Parrilladas/ Pescados y Mariscos

Mijas-Cocina Española

Lulú Tasting Bar-Cocina Internacional

Winston's Grill & Patio- Carnes y Parrilladas

Mesón de Bari-Cocina Criolla

Ádrian Tropical -Cocina Criolla

Atarazana-Cocina Internacional

Nipau-Cocina Mediterránea

Pat'e Palo-Cocina Francesa

El Mesón de la Cava-Cocina Internacional

Victoria by PorterHouse- Carnes y Parrilladas

Registro de la marca

Imágen corporativa

Este conjunto de actos y manifestaciones conforma un cierto estilo, una marca de la casa que determina la imagen corporativa. Ésta es necesaria como elemento de diferenciación en mercados cada vez más saturados de productos inespecíficos cuyo consumo muchas veces depende de una pura reacción

emocional o afectiva. En esta situación cada vez más generalizada la imagen corporativa se convierte en un valor añadido y en un factor de competitividad empresarial, tal y como reconocen muchos profesionales de la gestión empresarial. (Lopez, 2009)

También mencionó que la imagen corporativa se convierte en un valor agregado y es un factor de competitividad empresarial, tal y como reconocen muchos profesionales de la gestión empresarial. Así, fue como las varias empresas como lo hizo el presidente de Shell, cuantifican la importancia de tener una buena imagen de su producto, ya que algunos de los beneficios de una empresa se obtienen gracias a ella. Una vez determinados todos lo que sabemos de la imagen de la respectiva marca podemos concluir que la imagen de marca es el resultado de un largo proceso de comunicación en el que las distintas organizaciones tratan de posicionar sus productos en la mente de su público objetivo y de la sociedad en general con la ayuda de una serie de valores o factores psicológicos de carácter diferenciador.

Componentes de la imagen corporativa.

Según Capriotti (2009) Tiene dos componentes fundamentales: la Cultura

Corporativa y la Filosofía Corporativa. La primera de ellas es el “alma” (soul) de la Identidad Corporativa y representa “aquello que la organización realmente es, en este momento”. Es el componente que liga el presente de la organización con su pasado, su evolución histórica hasta el día de hoy y todo lo que se relaciona con ello. La segunda de ellas, por su parte, es la “mente” (mind) de la Identidad Corporativa, y representa “lo que la organización quiere ser”. Es el componente que vincula el presente de la organización con el futuro, con su capacidad distintiva y de permanencia en el tiempo.

Registro de la imagen en la ONAPI.

Según (Morillo, 2017) si la marca que se va a registrar es FIGURATIVA (que contiene sólo imágenes, dibujos, etc), MIXTA (que contiene componente denominativo y gráfico), o TRIDIMENSIONAL (cuando los productos o empaques, tengan su aspecto característico), se debe proceder una forma a la ONAPI, donde se disponga lo siguiente:

- Nombres y apellidos completos del solicitante y gestor.
- Domicilio donde reside.
- Número de teléfono y correo electrónico.

- Denominar como es la dimensión de la imagen.
- Enumeración de los productos o servicios que deseas proteger con la marca solicitada e indicar las clases internacionales a las que pertenecen.
- Una descripción del diseño.
- Copia de la cédula
- En caso de ser necesario deberá anexarse también un poder de representación.
- El diseño impreso, en dimensiones no mayor de 15 cm x 15 cm, a color.

MARCO REFERENCIAL

Delgado, Esteban (2015), en su investigación Las franquicias de comida rápida. Se proponen que los restaurantes norteamericanos especializados en comida rápida especialmente hamburguesas han mostrado un crecimiento y expansión envidiables. Para ello, el autor se basa en explicar más detalladamente la influencia que ha tenido cada una de ellas en nuestro país basándose en agregar datos significativos de los mismos. La conclusión a la que llegaron fue que al observar la estrategia de expansión de las tres principales franquicias de restaurantes de comida rápida se destaca el hecho de que se concentren en la capital, Santiago y en pocas localidades turísticas o terminales aéreas, por el número de locales en el país, McDonald's se ubica como la tercera franquicia en su especie. Sin embargo, esa empresa es el número uno en el mundo y la marca de comida rápida más conocida. Publicado en Periódico El Dinero.

Quero Diaz, L., Pagán Matos, R. y Díaz Rivas, M. (2014) en su investigación Diseño de un plan de negocios para la creación de un restaurante de comida rápida baja en calorías y grasas, año 2014. Se proponen diseñar un plan de negocios de un restaurante de comida rápida saludable para aquellas personas con poco tiempo que no quieren descuidarse con su alimentación. Para ello los investigadores realizaron un análisis de su mercado potencial para conocer sus gustos a través de encuestas y entrevistas. La conclusión a la que llegaron fue que este tipo de negocios era rentable ya que el ritmo de vida de los trabajadores de hoy en día les impide elaborar sus alimentos en casa y tienden a consumir grandes cantidades de comida de la calle, sin embargo, muchos optan por una oferta rápida y que se pueda disfrutar en el momento, por lo que también se considera agradable al público, como idea innovadora gracias a ese valor agregado. Publicado en Biblioteca Fidel Méndez Núñez/ UNAPEC, Distrito Nacional, República Dominicana.

Mejía, M. (2017) en su investigación La alcaldía busca actualizarse para apoyar el auge de los Food Trucks. Se propone presentar la normativa 9/2012 del Ayuntamiento del Distrito Nacional que establece que los interesados en ejercer el comercio en las vías y espacios públicos deben tener una licencia emitida por la Alcaldía. Para la venta de alimentos y bebidas, corresponde recibir una evaluación, calificación y no objeción por parte del Ministerio de Salud Pública. Además, si usan gas o cualquier otro medio para generar calor, deben aportar una certificación del Cuerpo de Bomberos. Para ello utilizan el método de

observación e informativo hacia los vendedores. La conclusión a la que llegaron fue capacitar a los vendedores de Food Trucks con el Instituto de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) para fines de que obtengan su licencia sanitaria y regularlos. Publicado en Periódico Diario Libre.

González, G. (2018) en su investigación El origen de la cocina dominicana. Se proponen presentar la gastronomía dominicana como el resultado de una mezcla de sincretismo étnico-cultural indígena, español y africano. Esos platos típicos que son iconos de nuestra cocina han recibido aportes también de varios grupos de inmigrantes como los canarios, los negros esclavos traídos por los franceses en el siglo XVII, los negros libertos de Estados Unidos del siglo XIX, los cubanos y los puertorriqueños, los cocolos, los braceros haitianos, los árabes y turcos, los judíos sefardíes, chinos, japoneses y de hasta los húngaros. Para ello utilizan el método de explicativo. La conclusión a la que llegaron fue durante una exposición, el Sr. Troncoso compartió con los presentes curiosos datos de la cocina de tradición de nuestro país, de la que decía está llena de reseñas folclóricas. Publicado en el periódico Diario Libre.

Escasus, C. (2015) en su investigación Los Food Trucks ruedan en Santo Domingo. Se proponen que en los últimos años ha estado invadiendo las calles de las principales ciudades del mundo es sin dudas el concepto de los Food Trucks y la ciudad de Santo Domingo (República Dominicana) no escapa a ella. Para ello utilizan el método comparativo. La conclusión a la que llegaron fue la

explicación de varias características de los Food Trucks y comparaciones entre algunos reconocidos. Publicado en A Fuego Alto.

La palabra restaurante fue utilizada por primera vez a mediados de los años 1700s, esta describe lugares públicos que ofrecían a las personas la opción de comer sopa y pan sin tener que prepararlos por su propia cuenta (Powers y Barrows, 2006); sin embargo a través del tiempo, el concepto de restaurante ha venido evolucionando, por lo que hoy según la Enciclopedia de Turismo: Hotelería y Restaurantes (2007, p.617), un restaurante es considerado como aquel “establecimiento público donde, a cambio de un precio, se sirven comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local”.

Morfín (2006), asegura que además de realizar un cobro por los alimentos y bebidas consumidos, también se debe cobrar por el servicio prestado, ya que la finalidad de este tipo de lugares no sólo consiste en ofrecer productos, sino también atención y servicio a los clientes que visitan el establecimiento.

Por lo que se puede decir, que los restaurantes son entidades que tienen como principal objetivo la preparación de alimentos para ponerlos a disposición de la persona que desee comprarlos, mientras exista de por medio una relación de servicio, por mínima que sea, hacia las personas que los frecuenten.

MARCO CONCEPTUAL

Oferta gastronómica: Son las que se refieren a los establecimientos del sector comercial o institucional, es lo que ofrecen al mercado. (Campos, 2017).

Servicio: Es el soporte intangible que tienen los negocios y empresas para brindarle el producto al cliente. (Jomy, 2018)

Gastronomía: La gastronomía es el estudio del vínculo que existe entre los individuos, la comida y el medio ambiente. (Gastronomía, 2017).

Comida rápida: Es un estilo de comida que por lo general es barata y se prepara de manera rápida y cómoda. (Guías de Salud, 2017).

Food Trucks: es un anglicismo para referirse a la gastrón o camión restaurante. Es un vehículo grande preparado para elaborar y vender comida callejera. (Wikipedia/ Food Trucks).

Restaurante: Un restaurante es un comercio que se caracteriza por servir distintos platos para consumo de sus clientes. También es posible consumir aperitivos o tomar bebidas de modo individual en el mismo.

Street Food: en español “comida de la calle”, se prepara al momento y de manera artesanal, se vende directamente en la calle, y habitualmente se ofrece desde camionetas o caravanas.

Mobile Catering: es un negocio donde se vende comida preparada en algún tipo de vehículo. A veces se utilizan Food Trucks, carritos de comida, stands de comida. También son utilizados como proveedores en casos de emergencia, ya sean desastres naturales u otras causas.

Foodie: son las personas que tienen una afición con la comida y con la bebida y que consumen estas no porque tengan hambre sino por pasatiempo. (Significado, 2017).

Establecimientos Gastronómicos: Son todos aquellos establecimientos cuya actividad está relacionada con la producción, servicio y/o venta de alimentos y bebidas para consumo.

Características de los Food Trucks

- Es trasladable: Se puede mover a cualquier sitio.
- La mayoría del tiempo se especializan en un solo concepto gastronómico.
- Precios más bajos que los restaurantes que ofrecen el mismo tipo de comida.
- Está equipado con los utensilios y maquinaria necesaria.
- Decoración llamativa de acuerdo con su oferta.

Características de los Restaurantes

- Calidad en la comida
- Ser novedosos en la Gastronomía
- Tener buen ambiente
- Excelente trato a la clientela
- Tener buena ubicación.

Tipos de Oferta Gastronómica

Provee servicios y ventas de Sandwiches: este famoso bocadillo es uno de los principales preparados que ofrecen los Food Trucks, pero, no será el básico sándwich de 2 rebanadas de pan y relleno de queso y jamón que comerás, sino que los Food Trucks tienden a darle ese toque que los hace diferentes, o más bien, le hacen un upgrade.

De Hamburguesas: desde la básica hamburguesa de carne hasta una crafted hamburger, esta es una de las primeras opciones al momento de ordenar un platillo de comida rápida.

De comida internacional: es uno de los conceptos más utilizados cuando se habla de gastronomía en general, este concepto que lo ofrecen cientos y cientos de restaurantes es uno de los más elegidos por las personas a la hora de establecer un Food Trucks.

De temporada: como su nombre lo indica, se basa en ofrecer platos con productos de una temporada específica. También se llama de temporada cuando el chef toma la decisión de hacer cambios en el menú.

De brochetas: las famosas brochetas que son la adoración de todos también es una opción al momento de establecer un Food Trucks, estas van desde carne de cordero hasta carne de aves.

De Pizza: aunque su preparación es un poco incómoda en un Food Trucks, también es una de las diferentes ofertas que existen en el mercado.

De Helado: es una de las ofertas más famosas en Food Trucks, pero lo mejor de todo es que no permanecen estacionados, sino que recorren la ciudad vendiendo helados.

Existen muchos más tipos de oferta gastronómica de Food Trucks y cada día las personas innovan más, lo mejor de todo es que estas ofertas se basan en ofrecer comida de autor, de calidad, pero a un precio accesible.

Pioneros

Pioneros nacionales

Food Trucks Town es el primer parque de Food Trucks en Santo Domingo y que dio inicio a esta gran tendencia que se está adueñando de los corazones y el paladar de los dominicanos. En Food Trucks Town encontrarás una diversa oferta gastronómica donde encontrarás los primeros Food Trucks establecidos en la capital de República Dominicana. Estos son:

- Na'guara Food Trucks.
- GiGi.
- Fusión Tasting Food Trucks.
- Oveja Negra.
- Kansas City.
- Chicharrón Light.
- Juanchos.

Pioneros en los Restaurantes

En los años 50 el Sr. Anniballe Bonarelli llega a la ciudad de Santo Domingo para establecerse. Muy pronto, en 1954, funda su primer restaurante, el Vesuvio, que iniciará la saga familiar y será el punto de partida de la cadena de comida de los Bonarelli.

Bona S. A. ha promovido un crecimiento sostenido, el desarrollo del equipo humano, la tecnificación de todos los procesos de producción, y una administración basada en principios y valores.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Descriptiva: se narrará sobre el desarrollo de los Food Trucks y Restaurantes en Santo Domingo, a su vez, el auge que han tenido en los últimos años. Se hablará sobre la oferta de estos tipos de negocios y que sale más factible al momento de colocar un local de comida.

Documental: Llevaremos a cabo este estudio con este tipo de investigación en la que consultaremos directamente con las localidades, encuestas e informes para apoyar nuestra investigación.

Exploratoria: Debido al poco material en nuestro país de este tipo de mercado, vamos a explorar todas las opciones e investigaremos las ofertas de cada uno.

De Campo: para sustentar dichas investigaciones realizaremos entrevistas y evaluaciones de lugar.

Fuentes primarias

- Entrevistas
- Investigaciones

Fuentes secundarias

- Informes
- Revistas
- Boletines

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Morel, M. (2017) Solo tres cabildos aplican normas para controlar los negocios de comida de RD. Publicado en el periódico El Caribe. Disponible en: <http://elcaribe.com.do/2017/11/15/solo-tres-cabildos-aplican-normas-para-controlar-los-negocios-de-comida-en-rd/> . Santo Domingo, RD.

Mejia, M. (2017) La alcaldía busca actualizarse para apoyar el auge de los Food Trucks. Publicado en el periódico Diario Libre. Disponible en: <https://www.diariolibre.com/noticias/ciudad/la-alcaldia-busca-actualizarse-para-apoyar-el-auge-de-los-food-trucks-LE6035085> . Santo Domingo, RD.

Mobile Cuisine. (2010) Food Trucks pos system protects businesses from fraud. Disponible en: <https://mobile-cuisine.com/technology/food-truck-pos-system-protects-businesses-from-fraud/> .

Moreno Mata, H. (2016) ¿Se nos está yendo de las manos la moda de los Food Trucks?. Publicado en Playground. Disponible en: https://www.playgroundmag.net/food/food-trucks_22666947.html

Lora, M. y Garrido, S. (2017) Cultura de Food Trucks engorda a RD. Publicado en Mercado Social. Disponible en: <http://mercadosocial.com/cultura-del-food-truck-engorda-a-rd/> . Santo Domingo, RD.

Evez. (2017) República Dominicana declarada capital gastronómica del caribe. Publicado en Cluster turístico de Santo Domingo. Disponible en:

<http://clusterturisticodesantodomingo.org.do/republica-dominicana-declarada-capital-gastronomica-del-caribe/> .

Villafranco, G. (2014) Food Trucks, tendencia culinaria sobre ruedas. Publicado en Forbes México. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/food-trucks-tendencia-culinaria-sobre-ruedas/> . D.F., México.

Joselito. (2014) Street food, la comida rápida gourmet. Publicado en Joselito Lab. Disponible en: <http://www.joselitolab.com/joselitolab-blog/street-food-la-comida-rapida-gourmet.html> .

El Gourmet. (2016) Tendencias; la comida rápida también puede ser gourmet. Disponible en: <http://elgourmet.com/nota/tendencias-la-comida-rapida-tambien-puede-ser-gourmet> .

Entrepreneur. (2010) Delivery Gourmet. Disponible en: <https://www.entrepreneur.com/article/291368> .

DPA. (2015) Así nació la comida rápida. Publicado en National Geographic. Disponible en: <http://www.ngenespanol.com/el-mundo/hoy/15/04/9/asi-inicio-la-comidarapida> .

Diario de la gastronomía. (2011) El primer restaurante de comida rápida. Disponible en: <http://diariodegastronomia.com/el-primero-restaurante-de-comida-rapida/> .

Borges, J. (2015) La comida rápida se sofisticó: estos son los nuevos fast food con impronta gourmet que tenés que conocer. Publicado en Maleva. Disponible en: <http://malevamag.com/la-comida-rapida-se-sofistica-estos-son-los-nuevos-fast-food-con-impronta-gourmet-que-tenes-que-conocer/> .

Pérez, A. (2015) Food Trucks, la historia de los camiones de comida. Publicado en Diego Coquillat. Disponible en: <https://www.diegocoquillat.com/food-trucks-la-historia-de-los-camiones-de-comidas/> .

Wikipedi, (2013) Chuckwagon. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Chuckwagon> .

Palomo, M. (2015) 10 Food Trucks para comerse el mundo. Publicado en: El Viajero Fisgón. Disponible en: <https://www.elviajerofisgon.com/magazine/los-mejores-food-trucks-del-mundo/> .

Passmore, L. (2015) Del Popolo : a San Francisco Pizzería. Disponible en: <http://www.delpopulosf.com/about> .

Ansorena, J. (2012) Los Food Trucks de NYC: un 'top ten' para comer en la calle. Publicado en Gastroeconomy. Disponible en: <http://www.gastroeconomy.com/2012/03/los-food-trucks-de-nyc-un-top-ten-para-comer-en-la-calle/> .

Murillo, C. (2016) Los mejores Food Trucks de Miami. Publicado en El Nuevo Herald. Disponible en: <http://www.elnuevoherald.com/entretenimiento/revista-viernes/article100715362.html> .

ESQUEMA PRELIMINAR DE CONTENIDO DEL TRABAJO DE GRADO

**DEDICATORIA
AGRADECIMIENTOS
RESUMEN
INTRODUCCIÓN**

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

- 1.1 Diagnóstico de los Food Trucks y los Restaurantes.
 - 1.1.1 Conceptos
 - 1.1.2 Historias
 - 1.1.3 Antecedentes
 - 1.1.4 Características
 - 1.1.5 Listado de Food Trucks
 - 1.1.6 Listado de Restaurantes
- 1.2 Segmentación de Mercado
 - 1.2.1 Food Trucks como concepto culinario
 - 1.2.2 Tipos de Food Trucks y restaurantes.
 - 1.2.3 Tendencias en los locales de alimentos y bebidas
 - 1.2.4 Variedad en el mercado
- 1.3 Análisis de la Oferta
 - 1.3.1 Ofertas culinarias de los Food Trucks y los restaurantes en el distrito nacional.
 - 1.3.2 Segmentación de clientes
 - 1.3.3 Estrategia mercadológica de los Food Trucks
 - 1.3.3 Estrategia mercadológica de los Restaurantes.
 - 1.3.4 Servicios que son ofrecidos.
- 1.4 Food Trucks y los restaurantes como modelo de negocios
 - 1.4.1 Permisos y licencias
 - 1.4.2 Costos
 - 1.4.3 Plan de negocios
 - 1.4.4 Plan de marketing
 - 1.4.4 Food Trucks y restaurantes exitosos y/o populares
 - 1.4.5 Análisis de inversión y ventas

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

- 2.1 Método de investigación.
- 2.1.1 Tipos de investigación.
- 2.1.2 Técnica e instrumentos de investigación.
- 2.1.3 Población y muestra.
- 2.1.4 Instrumentos y recolección de datos.

CAPÍTULO III PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

- 3.1 Presentación de análisis de encuesta.
- 3.2 Análisis de resultados.
- 3.3 Análisis de resultados de la encuesta.
- 3.5 Análisis comparativo entre un Food Trucks vs un Restaurante tradicional local.

**CONCLUSIÓN
RECOMENDACIONES
BIBLIOGRAFÍA
ANEXOS**

El costo de adquirir un Food Truck en el Distrito Nacional

Antes de comprar una furgoneta para transmutarla en un Food Truck, una buena alternativa observar cual sería la manera más económica de mantener o administrar un Food Truck.

Precio	Desde	Hasta
Comprado	RD\$ 260,000.00	RD\$ 530,000.00
Armado	RD\$370,000.00	RD\$375,000.00
Alquilado	RD\$ 9,500.00	RD\$ 20,000.00

Como pueden apreciar en la tabla de arriba, al comprar un Food Truck, nos costar desde RD\$260,000.00, hasta RD\$530,000.00 según lo estipulado en la página de corotos.com.do. Esto sin contar el seguro del vehículo o cuanto puede costar el alquiler en un Food Town.

Cuando el mismo, ha sido alquilado, puede llegar a costar desde RD\$ 9,500.00 hasta RD\$20,000.00 al mes, Ahora bien, esto es dependiendo:

- El modelo o tamaño del establecimiento.
- El tiempo que se querrá alquilar.
- Loa utensilios y el equipo que se utilizaran.

Eso sin incluir los depósitos u otros pagos externos que se acepten en el acuerdo entre las dos partes. Así que si calculamos cuanto se pagaría en un año completo sin los otros adicionales podrían llegar entre los RD\$ 114,000.00 hasta los RD\$240,000.00

Si se decide armar el establecimiento o transformar un vehículo, esto puede llegar a costar RD\$ 371,700.00 , equipado con un fregadero, extractor de 12", y con el sistema eléctrico incluido. (INVER-HOSKING, 2018)

Cuestionario para Food Truck

Nombre del Food Truck.

Humito Racing.

Nombre del propietario

Joel Rodríguez

Tiempo en el mercado

.10 años

¿A qué edad emprendió el negocio?

Años

Tipo de comida que ofrecen.

Comida rápida, tales como hamburguesa, yaroa , etc.

Organigrama de la empresa.

¿Cómo fueron sus inicios en el mercado?

Fueron buenos ya que la personas querían conocer cosas nuevas y al ser nuevo los días fueron buenos, pero al pasar el tiempo hubo que hacer cambios, ofertas ideas nuevas y así.

¿Qué le impulso a colocar un Food Trucks?

El gusto por la comida y el deseo por ser mi propio jefe.

Permisos que debe de tener para poder operar en el mercado.

Al ser de pueblo sólo se necesita el impuesto del Ayuntamiento

Costo aproximado de inversión y mantenimiento.

Entre 10,000 a 25,000 mil pesos

Cantidad de empleados.

10, 2 por cada puesto

Ventajas y desventajas de tener un camión de Food Trucks.

ventaja de conocer y hacer amistades importantes, establecer nuevos lugares posibles a donde nos podemos trasladar, ya que podemos hacer mercado en cualquier lado. Desventaja el trasnocho, las quejas de las personas de los que estaban alrededor de donde ponemos el camión, las faltas de los empleados, etc.

Cantidad de personas promedio que reciben cada semana.

depende, pero de 200 a 500 personas.

¿Qué piensa usted de la gran demanda que tiene este tipo de negocios hoy en día?

es una ventaja para muchos de nosotros oportunidad de ser tu propio jefe, pero a la vez se vuelve más exigente el mercado



Cuestionario Town

Nombre del Town.

Food Truck Stop

Ubicado en la República de Colombia

Nombre del Propietario.

Jonathan Rincón.

Tiempo en el mercado

1 año y 3 meses.

¿A qué edad emprendió?

24 años.

Organigrama de la empresa

Lo formamos por 3 hermanos solamente los cuales administramos el Town y cada cual se encarga de las partes correspondientes como son la parte del marketing, administrativas y operativas.

Permisos que debe de tener un Town para poder operar.

Permisos de parte del ayuntamiento y un Registro sanitario.

Requisito que debe tener un Food Trucks para establecerse en el Town

Especializado en una sola oferta, debe tener un garante, registro mercantil al día y buena presentación.

Costo de inversión y mantenimiento (aproximado)

Dos meses de depósito (los Food trucks) para un contrato por 1 año.

Beneficios que le ofrece el Town a los Food Trucks

Seguridad en el espacio.

Ventajas y desventajas de un Town.

Lugar acogedor.

Variedad en los alimentos.

Más económico.

Es al aire libre.

No se cobran las actividades extras.

Lavaderos / baños.

Proporcionan las sillas y mesas.

Los carritos no pueden repetir platos.

Cuestionario hecho por via telefónica

Hecho el dia Martes, 12 del 2019

De 4:55pm a 5:12 pm

Jonathan Rincon

+1 809-330-2023

Ver contacto

+1 809-330-2023

Móvil



11 mar. (lun.) 5:00 p.m.

00:11:31

Cuestionario Restaurante

Elaborado el sabado 16 de marzo del 2019

A Gabriela Henriquez

Nombre del Restaurante.

Restaurante Mila ubicado en la Av Sarasota 114, Santo Domingo 10114

Nombre del propietario.

Ana y Gabriela Henriquez

Tiempo en el mercado.

4años y 6 meses.

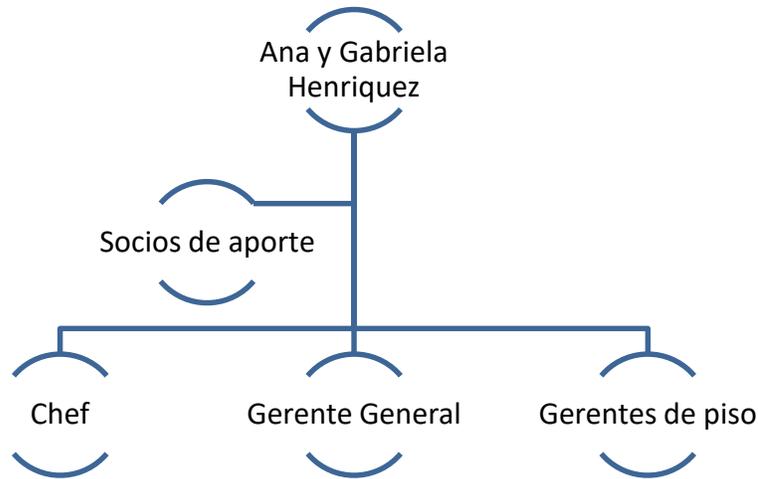
4. ¿A qué edad emprendió el negocio? Cómo fueron sus inicios en el mercado?

Todo comenzo cuando se decidio crear Gulis en el 2007 con mi Hermana Ana Henriquez, que es una reposteria y catering, donde decidimos que ella se encargaria del area administrative y yo de la cocina y la elaboracion de los platos. Despues de siete (7) anios, en el 2014, gracias a un cocnocado, nos impulso crear Mila con el siendo nuestro Chef. Comezamos a ser populares por el interes de que tenian las personas alrededor probar el tipo de comida que brindabamos. Estos al gustarle nuestra comida, corrian la voz y traian mas personas. Tambien, haciamos actividades donde ofertabamos nuestros Platos o catas donde analizabamos que era lo que le podia gustar a nuestros posibles clients.

Tipo de comida que ofrecen.

Ofrecemos un Menú internacional, y cambiamos nuestros platillos en base de lo que nuestros clientes deseen.

Organigrama de la empresa.



Mi Hermana y yo, somos las dueñas de la empresa, donde somos patrocinadas por un grupo de socios que solo se quieren lucrar, sin llamar la atención. Después de ahí, tenemos un gerente general que se encarga de las compras, las gestiones legales y redes. También hay dos gerentes de piso, uno para el día, y otro para el turno de la noche, los cuales se encargan de los servicios, el manejo del Mitre, los capitanes y camareros. Por último, está el Chef que se encarga de la creación de los platillos, el manejo de la producción y coordina a los Sous Chefs, los cocineros y los Steward.

Permisos que debe de tener para poder operar en el mercado.

Entre los permisos que necesitábamos recuerdo que entre ellos estaban:

Salud pública

Ministerio de Turismo

Ayuntamiento, para poder utilizar el territorio.

Costo aproximado de inversión y mantenimiento.

Es una información que no puedo brindarte actualmente.

Pero invertimos aproximadamente 7 millones de pesos en el acondicionamiento del lugar y mensualmente gastamos casi 120,000.00 pesos en pagos de electricidad.

Cantidad de empleados que tiene en la entidad.

4 socios

1 chef

3 gerentes

2 Sous Chefs de turno

8 cocineros de turno (4 de día y 4 en el turno de la noche)

Cantidad de personas promedio que reciben cada semana.

No tenemos una cantidad en especial pero normalmente recibimos son personas mayores de 40 años de clase media alta. Los fines de semana es posible encontrar familias que quieran compartir un tiempo.

¿Qué piensa usted de la gran demanda que tiene este tipo de negocios hoy en día?

Creo que todo el mundo tiene oportunidades de emprender y de encontrar su público objetivo. Además las personas se están educando más y se están volviendo más exigentes. Buscan por lugares diferentes donde se puedan sentir a gusto y puedan compartir, así que con una buena oferta, uno podrá tener clientela.

Ventajas y desventajas de mantener un restaurante activo en su día a día.

Entre las desventajas están las constantes quejas que podemos tener que debemos de encargarnos de arreglar y a base de esos Feedbacks poder ser mejores para poder satisfacer la demanda de nuestros clientes. También trabajar con un personal puede traer problemas a nuestra producción por factores externos.

Una buena ventaja que tenemos es que podemos ganar mucho con las bebidas y los costos no son tan elevados porque comparamos todo al por mayor y lo almacenamos

Como manejan las quejas y reclamos de sus clientes?

Normalmente recibimos nuestras quejas por TripAdvisor o ya estamos familiarizados con nuestros clientes, ellos se encargan de informarnos sus quejas directamente.

Como ha podido manejar el auge de los Food Trucks?

Tuvimos un Food Truck una vez ya que nos invitaron a participar en un festival y debimos separar los menús de nuestros establecimientos. Pero al estar participando nos dimos cuenta que aunque los Food Trucks eran más económicos de emprender, no tenían tantos beneficios como en nuestro restaurante, no podíamos vender las bebidas, lo que cual era lo que nos traía más ingresos. Nuestro menú era más limitado, el personal más pequeño y era difícil sacar las órdenes. Además que los costos de electricidad eran más costosos, incluyendo la renta y la compra de materiales y gasolina y no había tanto vínculo con los clientes. Así que solo tomamos eso como una oportunidad de hacer publicidad y ver cómo era la demanda.

Jueves, 14 de marzo de 2019
Santo Domingo, D.N

Gabry Ana Henríquez
Guía Goodies
Sarasota no. 114, Bella Vista

Sus manos.

Mediante la presente, Yo, JULIA M. LÓPEZ, estudiante de término de la Universidad APEC, con la matrícula no. 2014-1378, me comunico con ustedes, gracias a la ayuda de Amy Acosta (representante de Nestlé) para ver si tendría la oportunidad de hacer una entrevista sobre el emprendedurismo de su negocio que sería de mucha ayuda para sustentar mi Trabajo Final de Grado "Análisis comparativo de emprendedurismo entre un Food Truck y un Restaurante Tradicional en el Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana, 2018 -2019"

En el cual, les hare las siguientes preguntas sobre:

1. Nombre del Restaurante.
2. Nombre del propietario.
3. Tiempo en el mercado.
4. ¿A que edad empezaron el negocio?
5. Tipo de comida que ofrecen.
6. Organigrama de la empresa.
7. ¿Como fueron sus inicios en el mercado?
8. ¿Que le impulso a colocar un Restaurante?
9. Permisos que debe de tener para poder operar en el mercado.
10. Costo aproximado de inicios y mantenimiento.
11. Cantidad de empleados que tiene en la entidad.
12. Cantidad de personas promedio que reciben cada semana.
13. ¿Que piensa usted de la gran demanda que tiene este tipo de negocios hoy en día?
14. Ventajas y desventajas de mantener un restaurante activo en su día a día.
15. Como manejan las quejas y reclamos de sus clientes?

Será de gran ayuda si me podrían contestar estas preguntas, en persona, si es posible en su negocio de 15:20 minutos o por teléfono. También, sería estupendo si pueden hacerlo por esta misma vía. Tengan buen resto del día. A la espera de su respuesta, se despide.

-Julia Melissa López

GABI & ANA HENRIQUEZ

✉ info@gulis.do

☎ (809) 540.3237

SARASOTA NO.114

BELLA VISTA

📷 gulisgoodies

📘 Gulis Goodies



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

Revisada y aprobada por

Carlos Alberto Basilis Castillo

THE PLAGIARISM CHECKER

PREMIUM

To investigate possible plagiarism, click on any of the "possible plagiarism" links in the table below. You will be referred to the source material for you to make an informed decision about the content of your student's paper.

Congratulations. You are using the premium version which searches more than three times as many phrases, and ignores many types of citations.

Text being analyzed	Result
"ANALISIS COMPARATIVO DE EMPRENDEDURISMO ENTRE UN...	OK
Mientras que los Restaurante no son más que establecimientos que	OK
Normalmente recibimos nuestras quejas por TripAdvisor o ya estam...	OK
Establecimientos Gastronómicos: Son todos aquellos establecimien...	OK
Analizar teóricamente los Food Truck y los Restaurantes tradicional...	OK
cuidad de Santo Domingo, existen muchos establecimientos de alim...	OK
decide armar el establecimiento o transformar un vehículo, esto puede	OK
embargo, hoy en día, se ha ampliado significativamente las varieda...	OK
Registro Sanitario del establecimiento emitido por el Ministerio	228 matches
<small>From mitur.gob.do: Certificado del Registro Mercantil Vigente. Registro Sanitario del establecimiento emitido por el Ministerio de Salud Pública. En caso de haberse transformado.</small>	
invertimos aproximadamente 7 millones de pesos en el acondiciona...	OK
ello, la presente investigación suministrará las informaciones neces...	OK
Asentamiento de los establecimientos restauranteros en la	OK
Campo: para sustentar dichas investigaciones realizaremos entrevis...	OK
establecimientos de alimentos y bebidas en Santo Domingo 34	OK
investigación consta de tres capítulos los cuales están estrechamen...	OK
ritmo de vida acelerado que llevamos fueron surgiendo establecimie...	OK
restaurante es aquel establecimiento comercial donde se ofrece un...	OK
República Dominicana existen diversos tipos de establecimientos d...	OK
presente análisis investigaremos que resulta más rentable entre los ...	OK
investigación, les demostraremos los datos necesarios para conoce...	OK

Results: Unknown - investigate with links above

[Download Plagiarism Report PDF](#)

Word count: 7697

[Go Back](#)