UNIVERSIDAD APEC



Decanato de Escuela de graduados

"Tesis para optar por el título de Maestría de Gerencia y Productividad"

TITULO:

"Elaboración Plan de Negocios para Restaurante en Santo Domingo. Caso: Veggies, año 2014"

Nombre: Matricula:

Dayana Arias 2006-2134

Asesor(a):

Edda Freites, MBA

SANTO DOMINGO, R.D. Abril de 2014

Índice

Agradecimientos	. i
Resumen ejecutivo	. ii
Introducción	.1
Capitulo I. Historia de los Restaurantes	
1.1. Historia de los Restaurantes	.3
1.1.1. Origen de los restaurantes	. 3
1.2. Clasificación de los Restaurantes	.6
1.2.1. Clasificación de establecimientos de alimentos y bebidas	.7
1.2.1.1. Clasificación por variedad de servicios	. 8
1.2.1.2. Clasificación por categorías	. 9
1.2.1.3. Tipos de servicios	. 12
1.3. Alimentación saludable	. 15
1.3.1. La dieta tiene que adecuarse al nivel de gasto de energía	. 16
1.3.2. La dieta modelo	. 17
1.4. Claves de una alimentación saludable	. 18
1.5. Publicaciones relacionadas	. 20
Capitulo II. Investigación de Mercados	
2.1. Objetivos de la investigación de mercados	. 25
2.1.1. Objetivo general	. 25
2.1.2. Objetivos específicos	. 25
2.2. Análisis del sector	. 25
2.3. Análisis del sector específico	. 27
2.4. Resultados de estudio de mercado	. 28
2.5. Aspectos relevantes de la investigación de mercado	. 37
2.6. Competidores	. 38
2. Estrategias de mercado	. 43

2.7.1. Estrategias de alianza	43
2.7.2. Estrategias de publicidad y promoción	43
2.7.3. Estrategias de servicios	44
2.7.4. Estrategias de fidelización	45
2.7.5. Estrategia de precios	45
Capitulo III. Plan de Negocio	
3.1. Datos generales de la empresa	46
3.2. Estrategia organizacional	46
3.3. Estructura organizacional	47
3.4. Organigrama	48
3.5. Descripción de puestos	48
3.6. Aspectos financieros	54
3.6.1. Presupuesto	54
3.7. Aspectos legales	55
3.8. Descripción del producto y servicios	56
3.9. Menú	58
3.10. Proveedores	68
3.11. Equipos y maquinarias	68
3.12. Accesorios	70
Conclusiones	72
Bibliografía	73
Δηργος	75

LISTA DE GRÁFICOS

1.	Sexo	28
2.	Rango de edad	29
3.	Se alimenta usted de manera saludable	30
4.	En caso de la respuesta ser negativa, porque no lo hace	31
5.	Con qué frecuencia acostumbra comer fuera de casa	32
6.	Cuál es la razón principal por lo que visita un restaurante	33
7.	Le gustaría un restaurante de comida Ligth de menú variado	34
8.	Valoración de factores de restaurante	35
9.	Qué precio estaría dispuesto a pagar diariamente por un servicio de	
	Comida saludable	36
10	. Cuantos estaría dispuesto a pagar por una bebida natural	37

LISTA DE FIGURAS

1.	Market	. 39
2.	Pita y Romero y Sun Salads	. 40
3.	Quiznos	. 41
4.	Jardín verde	. 42
5.	Chessey Cauliflower Breadsticks	. 58
6.	Chips de vegetales	. 59
7.	Palitos de Zucchini a la parmesana	. 59
8.	Horneado de huevos y espinacas	. 60
9.	Berenjena a la parrilla con Mozzarella	. 61
10	Tomates horneados a la parmesana	. 61
11.	Ensaladas	. 62
12	Bar de ensalada	. 62
13	Aguacate relleno de ensalada de atún	. 63
14	Polo horneado a la mostaza	. 63
15.	Pechuga de pollo a la plancha con pesto de espinacas	. 64
16	Tortillas mexicanas	. 64
17.	Postres: Cheesecake de mantequilla de maní	. 65
18	.Helado de yogurt y bananas caramelizadas	. 65
19	Helado de té verde	. 66
20	Cuadritos de limón a base de proteínas	. 66
21.	Brownies fit	. 67
22	Pancakes de proteína v auvama	. 67

AGRADECIMIENTOS

A **Dios**, por ser el creador de todo y permitirnos dar cada paso en nuestras vidas.

A **mis padres**, por ser mi mejor ejemplo a seguir, por transmitirme con palabras y acciones el deseo de superación tanto profesional como personal. Por todos los valores que me han dado, por sus palabras inspiradoras a ser perseverante y alcanzar cada meta que me propongo, en especial esta. Gracias por su desmedida entrega e invaluables enseñanzas. Los amo.

A **Yolanda Ramírez**, por siempre apoyarme y aconsejarme en todas mis decisiones. Por toda su ayuda brindada y sus inigualables cuidados y atenciones que solo una abuela como usted puede dar.

A **Daniela Arias**, por representar mi gran compromiso de ser el mejor ejemplo a seguir que puedas tener. Por tu ayuda incondicional y toda la entrega que siempre me has brindado. Gracias por existir.

A **Angel Fermín,** por respetar mis sueños y mis metas, por poner todo de tu parte para ayudarme a alcanzarlos, por aportarme tus conocimientos, aclararme dudas, por ofrecerme todo tu apoyo y palabras de aliento cuando el camino se tornaba difícil. Gracias por estar.

A **mi asesora**, Edda Freites, por la dedicación, disposición y amabilidad con la que nos guió durante este proceso.

A la Universidad Apec, por brindarme la oportunidad de desarrollar mis conocimientos y por su esfuerzo continuo de ser un centro de estudio de calidad, brindando excelentes programas de educación, tecnología y profesionales capacitados que permiten a todo estudiante tener un mayor grado de profesionalismo.

RESUMEN EJECUTIVO

Veggies es un restaurante de comida saludable, el cual se diferenciará de los demás gracias al buen sabor de sus platos y a la variedad de alimentos que ofrecerá en su menú. Otros aspectos que representarán un valor agregado serán la calidad de los productos y del servicio ofrecido, originalidad de los platos, relación entre calidad y precio, y diferentes facilidades para el cliente adquirir el producto. Se especializará en preparar platos compuestos por vegetales frescos e ingredientes bajos en calorías lo cual representa una oferta muy atractiva debido a que la forma de alimentarse de las personas ha ido variando de manera que actualmente se preocupan más por la salud, basando la selección de sus alimentos en este concepto. Es por esto que se ha empezado a desarrollar este nuevo estilo de consumo basado en la comida light, procurando mantener un buen sabor ya que en el mundo moderno las personas buscan más aquello que les place y les produce goce. como la buena comida. En un mundo donde salir a comer o almorzar se volvió cotidiano, dejando de ser algo de una ocasión especial y donde los individuos trabajan a cierta distancia de sus hogares encontrando en los restaurantes un espacio para almorzar, socializar y hasta hacer negocios, Veggies se ocupará de brindar un espacio acogedor, de fácil acceso, atractivo menú y rapidez en el servicio, con el fin de lograr convertirse en el lugar preferido para los consumidores.

INDICE

INDICE DE GRAFICOS

INDICE DE FIGURAS

INTRODUCCION

Los negocios han desarrollado y evolucionado conjuntamente con la sociedad. Sin embargo, no lo han hecho sin control, es decir, ha sido necesario de manera empírica o científica técnicas de planificación que permitan anticiparse al futuro bajo ciertas circunstancias esperadas.

Por lo anterior, el éxito de los negocios solo se logra con una planificación acorde en los objetivos y metas alcanzables determinados por los principales miembros de una organización.

Frederick W. Taylor para la revolución industrial además de la planificación incluye la organización, control y dirección, formando todo una teoría que aun hoy es básica y válida. Posteriormente Max Webber le incluiría formar equipos de trabajo. Es decir, que los aspectos puros de la administración más el elemento humano representen los cimientos de todo negocio.

Sin embargo, en la medida que el Estado tiene influencia en el sistema de negocios, es decir, la empresa como ente legal, requiere de planificación y controles legales.

Es por todo esto que se requiere mantener con continuo monitoreo de los negocios y fijar parámetros de una iniciativa económica llamada Restaurante *Veggies, S. R. L.*

Comer fuera está íntimamente ligado a la disponibilidad económica y por lo tanto, al incrementarse esta aumenta las ventas en los restaurantes. Las comidas consumidas fuera de la casa representan aproximadamente un 5% de la renta de los consumidores. Paralela al incremento de ventas de

establecimientos, crece la necesidad de la dirección profesional. Por esto, el éxito de los negocios solo se logra con una planificación adecuada, donde se especifiquen las metas y objetivos de la organización.

Hoy por hoy se requiere de una alimentación saludable, la cual es aquella que aporta todos los nutrientes esenciales y la energía que cada persona necesita para mantenerse sana es por esto que surge la idea del Restaurante *Veggies* el cual se dedicará a la venta de comidas saludables.

La siguiente tesis ha sido dividida en tres capítulos con el objetivo de desarrollar un plan de negocio para el establecimiento de un restaurante de comida saludable, *Veggies*.

Una primera parte está conformada por un marco teórico que aportara nociones acerca del tema de los restaurantes y los conceptos relacionados con el mismo.

El segundo capítulo consta de la investigación de mercado, en la cual se presenta un estudio de mercado realizado para determinar las preferencias del público así como las estrategias diseñadas para posicionar el restaurante de manera ventajosa en las preferencias de los consumidores.

Finalmente, en el capítulo III se encuentran los detalles específicos del negocio, presentando la idea de proyecto que se tiene concebida, además las conclusiones obtenidas después de haber analizado todos los aspectos anteriores.

CAPITULO I. HISTORIA DE LOS RESTAURANTES

1.1.1. Origen de los Restaurantes

¹El primer Restaurante que existió tenía en la puerta de entrada estas palabras: venite adme omnes qui stomacho laboratoriatis et ego restaurabo vos. No eran los parisianos que en el año 1775 sabían leer francés y menos latin, pero los que podían sabían que dossier boulanger, el propietario decía: venid a mi todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiado que yo restauraré. El origen de los restaurantes tal y como se les conoce actualmente no es muy antiguo. En el siglo 18, en los sitios donde se servía comida, sólo se podía comer a una hora fija y usted tenía que someterse a lo que sirviera el establecimiento.

En el año de 1765, un francés de apellido Boulanger, vendedor de caldos y sopas, las bautizó con el nombre de 'restaurants' porque reconfortaban, y así las anunciaba en el exterior de su negocio.

El restaurante de boulanger, champs d'odiso, cobraba unos precios lo suficientemente altos como para convertirse en un lugar exclusivo en el que las damas de la sociedad acudían para mostrar su distinción.

²La asociación nacional llegó a estados unidos en 1974, traída por un refugiado francés llamado Baptise Gilbert Paupal. Este se fundó lo que sería el primer Restaurante francés en los Estados Unidos, llamado Julion's Restatorator. En el que se servían frutas fondues de queso y sopas, así

¹ http://freshfastsimple.wordpress.com/historia-de-la-gastronomia/principios-de-la-restauracion/

² IBID, Pág. 3

empieza la cocina americana. Los franceses que habían huido de su país en el siglo XVIII escapando de la persecución abrieron varios establecimientos.

El restaurante que generalmente se considera como el primero en este país es el Delmonico, fundado en New York en 1827. John Dfelmonico, el fundador, era capitán suizo que se retiró de la vida marítima en 1825 y abrió una diminuta tienda Baterry, New York.

El negocio comercial de los restaurantes prosperó después de la segunda guerra mundial ya que, muchas personas con posibilidades económicas adquirieron él hábito de comer fuera de sus casas.

La palabra restaurante se estableció en breve y los chef de más reputación que hasta entonces solo habían trabajado para familias privadas abrieron también sus propios o fueron contratados por un nuevo grupo de pequeños empresarios: Los restauradores.

El negocio de los restaurantes significa para esta empresa una distribución y venta de sus propios productos. Sus Restaurantes puede ser utilizados como centro de prueba de sus alimentos y lo que es más importante: Las empresas alimenticias tiene acceso a un importante capital para adquirir buenos emplazamientos para nuevos restaurantes o para comprar los ya existentes.

El negocio de los Restaurantes públicos fue creciendo progresivamente, pero en 1919 había solo 42.600 restaurantes en todo el país, ya que el comer fuera ³representaba para la familia media de las pequeñas ciudades una ocasión especial.

_

³ IBID, Pág. 3

A partir de este tibio comienzo, el progreso que alcanzó el arte culinario de los restaurantes ya no se detuvo. El próximo paso fue no sólo esmerarse en la cocina sino en la manera de servir la comida al cliente.

En la República Dominicana, una de cada tres comidas se hace fuera de casa. Los empleados en esta industria, incluyendo aquellos que trabajan a jornada parcial, suman más de ocho millones.

Paralela al incremento de ventas de establecimientos, crece la necesidad de la dirección profesional. Hace unos años, unos restaurantes con ventas anuales de un millón tenían estos ingresos, incluyendo bares, cafeterías y un gran número de restaurantes de comida rápida o hamburguesería.

El comer fuera está íntimamente ligado a la disponibilidad económica y por lo tanto, al incrementarse esta aumenta las ventas en los restaurantes. Las comidas y bebidas consumidas fuera de la casa representan aproximadamente un 5% de la renta de los consumidores.

Este porcentaje se mantiene prácticamente constante.

Aproximadamente el 29% de los empleados de la industria del restaurante son camareros y camareras. Los cocineros y los chefs constituyen un 15% del total, los empleados de la barra, los barmans, y el personal administrativo representan aproximadamente un 5% cada uno. Los propietarios y gerentes constituyen alrededor de un quinto del total del personal.

⁴Los restaurantes son aquellos establecimientos que sirvan al público en general comidas y bebidas a consumir en el mismo local por un precio determinado.

Los restaurantes, atendiendo a sus características, instalaciones, mobiliario, equipo y por la calidad y cantidad de servicios que ofrecen son clasificados en las siguientes categorías, cinco, cuatro, tres dos y un tenedor

1.2. Clasificación de los Restaurantes

- Restaurante buffet. Es posible escoger uno mismo una gran variedad de platos cocinados y dispuestos para el autoservicio. A veces se paga una cantidad fija y otras veces por cantidad consumida (peso o tipos de platos). Surgido en los años 70's, es una forma rápida y sencilla de servir a grandes grupos de persona.
- Restaurante de comida rápida (fast food). Restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, patatas fritas, pizzas, pollo, entre otros.
- Restaurantes de alta cocina (gourmet). Los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa. El pedido es "a la carta" o escogido de un "menú", por lo que los alimentos son cocinados al momento. El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los platos que consume. Existen mozos o camareros, dirigidos por un Maitre.

-

⁴ IBID, Pág. 3

⁵http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante#Tipos_de_establecimientos_y_f.C3.B3rmulas_de_restaura ci.C3.B3n

El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos.

- ⁶Restaurantes temáticos. Son clasificados por el tipo de comida ofrecida. Los más comunes son según origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: La cocina italiana y la cocina china, pero también cocina mexicana, cocina japonesa, cocina española, cocina francesa, cocina peruana, cocina colombiana, cocina tailandesa, restaurantes espectáculo, entre otros.
- Comida para llevar (*take away*). Son establecimientos que ofertan una variedad de primeros platos, segundos, y una variedad de aperitivos, que se exponen en vitrinas frías o calientes, según su condición. El cliente elige la oferta y se confecciona un menú a su gusto, ya que la oferta se realiza por raciones individuales o como grupos de menús. Dentro de los take away podemos encontrar establecimientos especializados en un determinado tipo de producto o en una cocina étnica determinada. Al igual que los *fast food*, la vajilla y el menaje que se usa son recipientes desechables. Un ejemplo son las rosticerías, los asaderos de pollos, etc.

1.2.1. Clasificación de Establecimientos de Alimentos y Bebidas

⁷Clasificación por el tipo de comida:

1. Vegetarianos y macrobióticos.

http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante#Tipos_de_establecimientos_y_f.C3.B3rmulas_de_restaurac i.C3.B3n, IBID, Pág. 6

⁷ http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html

- 2. De pescados y mariscos.
- 3. De carnes rojas.
- 4. De aves

1.2.1.1. Clasificación por la variedad de servicios:

- Restaurantes de autoservicio: establecimientos que se localizan en centros comerciales, aeropuertos, ferias, etc., Donde el cliente encuentra una variedad de platillos que combina a su gusto. Los precios son bajos por el poco personal y además no se deja propina.
- Restaurantes de menú y a la carta: Los restaurantes a la carta tienen mayor variedad de platillos individuales, de modo que los clientes pueden elegir de acuerdo con su apetito y presupuesto.

Los de menú ofrecen determinados platillos a precio moderado.

Ambos pueden dividirse, a su vez, en:

- De lujo: como comida internacional, servicio francés y carta de vinos.
- De primera y tipo medio: ofrecen comida internacional o nacional especializada, sin servicio francés ni carta de vinos, pero con servicio americano.
- De tipo económico: ofrecen comida de preparación sencilla con servicios mínimos, también al estilo americano.

⁸ http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html IBID, Pág. 7

1.2.1.2. Clasificación por categorías:

⁹Los restaurantes se han clasificado en diferentes formas; la clasificación por categorías sugiere cinco grupos: de Lujo, de primera clase, comercial, de rango medio y económico o limitado.

Restaurante de lujo (5 tenedores): Los restaurantes de lujo deben reunir varias características, en especial en el servicio; Este se efectuará personalizado y con innumerables detalles que halagarán al comensal. Este tipo de establecimiento deberá contar con una entrada independiente para clientes y otra exclusiva para el personal; diferentes servicios que brindan comodidad al comensal como responsable o valet parking, sala de espera o área de bar donde la persona puede esperar su mesa del comedor, un comedor con decoración, ambiente y equipo confortable para brindar un servicio adecuado, teléfono celular disponible para el uso del cliente, aire acondicionado y calefacción en sus respectivos casos, sanitarios amplios e independientes, cocina funcional, losada, cristalería y blancos de acuerdo con la decoración y concepto del restaurante. El servicio se efectuará directamente en las mesas con platillos que saldrán de la cocina, cubre fuentes o bien, que se preparan a la vista del comensal, según sea el caso.

La cocina deberá tener almacén, cámaras frigoríficas y todo el equipo, así como la maquinaria necesaria para su funcionamiento. Todo el personal, tanto de contacto como de apoyo, tendrá a su disposición armarios independientes y servicios sanitarios completos para el aseo personal de cada uno de ellos. La carta del restaurante será la principal herramienta de venta, por la variedad de platillos divididos en sus tiempos correspondientes

9

⁹ IBID, Pág. 7

entradas, sopas, pastas, ensaladas, especialidades o sugerencias, carnes, aves, postres, etc., para el servicio que este tipo de establecimiento debe ofrecer.

¹⁰Deberá mostrar una carta de bebidas alcohólicas, tanto de vinos y cervezas, como de aguardientes. Destacan este tipo de establecimiento el personal perfectamente presentado y uniformado, el cual deberá estar acorde con el lugar de lujo, con amplia capacitación y conocimiento de los productos que se venden en el mismo.

- Restaurante de primera clase (4 tenedores): Este tipo de restaurante, conocido como full service, los tendrá un toque completo de servicios de acuerdo con la categoría del establecimiento. La diferencia con el anterior se encuentra en su herramienta de ventas: la carta o menú; esta presentará de 5 a 7 diferentes tiempos de servicio, así como una variedad limitada de bebidas alcohólicas. Su personal, tanto de apoyo como de contacto, deberá contar con la capacitación y conocimiento adecuado de los productos que prepara y vende. Aquellos platillos que lo requieran deberán salir de la cocina con cubre fuentes y otros podrán ser preparados a la vista del comensal.
- Restaurante de segunda clase (3 tenedores): Este tipo de restaurante es también conocido como turístico. Pueden tener acceso independiente para comensales, que en su defecto, será utilizada por el personal de servicio exclusivamente en las horas que no haya atención a los clientes. Con esta misma será el abastecimiento de los diferentes proveedores. Su capacidad será más restringida en espacio y su carta contará con no más de seis tiempos a ofrecer, como ejemplos se describe:

1

¹⁰ IBID, Pág. 7

- 1. Entremeses.
- 2. Sopas y cremas.
- 3. Verduras, huevos o pasta.
- 4. Especialidades de pescado.
- 5. Especialidades de carnes.
- 6. Postres, dulces o helados y fruta.

El personal de contacto como de apoyo deberá estar presentable y uniformado.

- Restaurante de tercera clase (2 tenedores): El acceso será utilizado tanto por comensales como por el personal del mismo; su mobiliario será apropiado: loza irrompible, plaque inoxidable, cristalería sencilla y en buen estado, servilletas y mantelería presentables. Deberá tener servicios sanitarios independientes para dama y caballero. La cocina dispondrá lo necesario para la conservación de productos alimenticios, con una buena ventilación o en su caso, con un extractor de humos. El personal portará un informe sencillo bien aseado y atenderá a los clientes adecuadamente. Su carta o menú presentará tres o cuatro tiempos de servicio.
- Restaurante de primera clase (1 tenedor): Este establecimiento tendrá el comedor independiente la cocina, plaque inoxidable, loza irrompible, cristalería sencilla en buen estado de conservación, servilleta de tela o papel, servicios sanitarios decorosos y personal perfectamente aseado. Su carta o menú, aunque sencillo, ofrecerá platillos de no más de tres diferentes tiempos:
 - 1. Sopas.
 - 2. Guisados-especialidades.

3. Postres de la casa o frutas.

¹¹Todos los restaurantes tienen la obligación de cuidar la calidad, presentación, sansón y limpieza de sus platillos, conservar el estilo, decoración y ambiente de su propio concepto de establecimiento. Cada restaurante debe preocuparse por conservar adecuadamente sus recetas y métodos de preparación, la presentación de cada platillo, el trato amable y cortés para cada uno de sus comensales. Es muy importante cuidar la limpieza general de todo el establecimiento, el adecuado funcionamiento de los servicios sanitarios, la correcta presentación del personal de contacto como de apoyo, y contar con los permisos y acreditaciones legales para ofrecer el servicio de alimentos.

1.2.1.3. Tipos de servicios

¹²Existen distintos tipos de servicios de mesa, según la forma de preparar, presentar y servir las bebidas y alimentos. De todos ellos, el más empleado a nivel mundial es el servicio a la rusa.

• Servicio francés: se asocia generalmente a la gastronomía francesa, aunque hoy en día es poco empleado incluso en Francia, más allá de en restaurantes clásicos de alto nivel. La principal característica de este servicio es que todo su menú es elaborado en el restaurante en presencia del cliente. Los ingredientes se traen de la cocina y se les muestran al cliente para su inspección. Posteriormente, son devueltos a la cocina, donde se preparan de una pieza. Una vez cocinados,

¹¹ IBID, Pág. 7

http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante#Tipos_de_establecimientos_y_f.C3.B3rmulas_de_restaurac i.C3.B3n

el *maître* los presenta a los comensales, que eligen de entre lo presentado la cantidad que desean comer, de manera que el maître prepara la ración delante de los clientes y la sirve en su plato, sirviendo siempre por la izquierda. Este tipo de servicio precisa gran habilidad del personal para ser eficaz, y aun así requiere gran cantidad de personal; los camareros deben estar familiarizados con los ingredientes del menú y los métodos de preparación. El servicio francés es por todo ello muy caro y sólo se emplea en los restaurantes de más alto nivel.

¹³Servicio a la rusa: pese a su nombre, parece ser que se originó en Francia a principios del siglo XIX, probablemente como servicio de mesa del embajador ruso Alexander Kurakin. Al sentarse a la mesa, los comensales encuentran con un plato vacío -el plato de serviciosobre el que se coloca una servilleta, así como toda la cubertería necesaria, a excepción de cubiertos de postre y, en algunas ocasiones, cubiertos específicos como lo son los cuchillos de carne o pescado. Se espera del comensal que nada más sentarse coloque la servilleta sobre su regazo. Tras elegir aquello que se va a comer, se retira el plato de servicio y se van trayendo los platos encargados siguiendo un orden específico, usualmente sopa y entremeses, primeros y segundos platos, postres. Los platos son servidos totalmente preparados y presentados, sin requerir ninguna acción por parte del servicio. Usualmente, según se vaya acabando de comer un plato, este es retirado y sustituido por el siguiente sin esperar al resto de comensales, aunque esto se vea afectado por los tiempos del comedor y cocina; además, tradicionalmente se hace esperar para los

¹³

http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante#Tipos_de_establecimientos_y_f.C3.B3rmulas_de_restaurac i.C3.B3n IBID, Pág. 12

entremeses y el plato principal. El maître actúa aquí de jefe de sala, pero no toma parte activa en servir platos, dado que estos vienen ya preparados y presentados de cocina. Los camareros sólo tienen que servir un plato ya preparado, por lo que se requiere de todo el personal una menor formación. El chef y el personal de cocina se encargan del emplatado y la presentación, y en general tienen mayor protagonismo que en el servicio a la francesa. Por ello, este servicio, mucho más dinámico, es el más empleado hoy en día.

- 14Servicio a la inglesa: en este servicio, el cliente se encuentra una mesa con un plato de servicio vacío y toda la cubertería necesaria, pero a diferencia del servicio a la rusa en este caso el camarero sirve los alimentos al cliente desde una fuente o bandeja. Los alimentos se sirven por la izquierda. La presentación de plato se pierde, y como el servicio es muy incómodo tanto para camarero como para comensal, el servicio a la inglesa solo es empleado en algunos banquetes.
- Servicio americano: así llamado al servicio sencillo asociado a los restaurantes estadounidenses, una simplificación del servicio a la rusa. La característica que distingue este servicio americano es su rapidez, la comida se prepara en la cocina y un camarero la lleva a la mesa de los comensales. Los entremeses se reducen al máximo y las reglas del servicio son muy sencillas. Servir los alimentos por la derecha, las bebidas por la derecha y retirar los platos por la izquierda. No se requiere de mucho personal porque el servicio no es complicado; este servicio lo encontramos en cafeterías, almacenes comerciales y en la mayor parte de los restaurantes.

¹⁴http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante#Tipos_de_establecimientos_y_f.C3.B3rmulas_de_restaur aci.C3.B3n IBID, Pág. 12

1.3. Alimentación Saludable

¹⁵Una alimentación saludable es aquella que aporta todos los nutrientes esenciales y la energía que cada persona necesita para mantenerse sana.

Una persona bien alimentada tiene más oportunidades de:

- Desarrollarse plenamente
- Vivir con salud
- Aprender y trabajar mejor
- Protegerse de enfermedades.

La alimentación variada asegura la incorporación y aprovechamiento de todos los nutrientes que necesitamos para crecer y vivir saludablemente.

Alimentarse saludablemente, además de mejorar la calidad de vida en todas las edades, ha demostrado prevenir el desarrollo de enfermedades como:

- Obesidad
- Diabetes
- Enfermedades cardio y cerebrovasculares
- Hipertensión arterial
- Dislipemia
- Osteoporosis
- Algunos tipos de cáncer
- Anemia
- Infecciones

¹⁵ http://www.msal.gov.ar/ent/index.php/informacion-para-ciudadanos/alimentacion-saludable

¹⁶Para comer sano se recomienda:

- Distribuya los alimentos en 4 comidas principales y 2 colaciones.
- Modere el tamaño de las porciones
- Consuma por día 2 frutas y 3 porciones de verduras de todo tipo y color, preferentemente crudas.
- En el almuerzo y en la cena, la mitad del plato que sean verduras y de postre una fruta.
- Incorpore legumbres, cereales integrales, semillas y frutas secas.
- Consuma carnes rojas o blancas (pollo o pescado) no más de 5 veces por semana.
- Cocine sin sal. Reemplácela por perejil, albahaca, tomillo, romero y otros condimentos.
- Evite el uso del salero en la mesa.
- Limite el consumo de azúcar y alcohol.

1.3.1. La dieta tiene que adecuarse al nivel de gasto de energía.

¹⁷¿Es importante que la dieta se ajuste al gasto energético de cada persona. El estudio <u>'La dieta equilibrada, prudente o saludable'</u>, de la Comunidad de Madrid, explica cómo se pueden calcular las necesidades de energía de un individuo. Hay que obtener la denominada 'tasa metabólica en reposo'. Se parte de su sexo, edad y peso y se usan las ecuaciones propuestas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) o la fórmula de Harris-Benedict.

_

¹⁶ IBID, Pág. 15

http://salud.practicopedia.lainformacion.com/nutricion/como-seguir-una-dieta-sana-y-equilibrada-13338

Así, según las fórmulas de la OMS, un varón de 30 años que pesa 80 Kg. Tendría que ingerir 1807 Kcal. al día. Una mujer de la misma edad con un peso de 65 Kg. necesitaría 1394,5 Kcal.

Los cálculos de Harris-Benedict añaden la variable de la altura. Siguiendo estas ecuaciones, un hombre de 30 años que midiera 1,80m y pesara 80kg tendría una necesidad energética de 1858 Kcal. al día. Por su parte, una mujer de la misma edad que midiera 1,75m y pesara 65 Kg. necesitaría 1453 Kcal. al día.

Los resultados obtenidos con las anteriores ecuaciones tienen que multiplicarse por el coeficiente de actividad física correspondiente. En el caso de los hombres, este coeficiente es de 1,60 si la intensidad del ejercicio es ligero, de 1,78 si es intenso y de 2,10 si es alto. En las mujeres es de 1,50 para rendimientos bajos, de 1,64 para medios y de 1,90 para altos.

1.3.2. La dieta modelo.

¹⁸Una dieta equilibrada se tiene que adaptar a las necesidades de energía de cada persona. Es indispensable contar con la ayuda y el asesoramiento de un nutricionista o endocrino para elaborar un régimen adecuado a cada persona.

Partiendo de estar premisas, la siguiente es una dieta modelo para una persona con unas necesidades energéticas de entre 1.700 Kcal. Y 3.000 Kcal.:

 Entre 6 y 10 raciones al día de cereales, derivados, patatas y legumbres.

¹⁸ http://salud.practicopedia.lainformacion.com/nutricion/como-seguir-una-dieta-sana-y-equilibrada-13338 IBID, Pág. 16

- Entre 2 y 4 raciones al día de frutas y zumos de frutas.
- Entre 3 y 5 raciones de verduras y hortalizas al día.
- Entre 2 y 3 raciones al día de leche y productos lácteos.
- Entre 1 y 2 raciones al día de carnes, pescados y huevos.
- Conviene consumir los aceites y las grasas con moderación, intentando no pasar de los 80 g/día.
- Hay que reducir al mínimo el consumo de azúcar, dulces y bollería industrial, haciéndolo sólo de forma ocasional.

2.4. Claves de una Alimentación Saludable

- ¹⁹Bebida principal: debes intentar por todos los medios que tu bebida más habitual sea el agua, los refrescos tienen muchos azúcares, al igual que los zumos, y si bebes refrescos light tendrás el problema del gas y sus efectos de eliminación en tu cuerpo.
- Dividir las comidas: es una de las mejores formas de controlar todo lo que comas y sobre todo de que no llegues a una comida con mucho apetito. Intenta dividir la comida que ingieres a diario en 5 tomas separas entre sí, pero no para ello debes aumentar la cantidad de comida.
- Picar entre horas: intenta controlar esas ansias de comer entre horas, esto es debido principalmente a que no desglosas bien las comidas y hay momentos de hambre que te hace picar, y en todo caso selecciona bien las comidas a tomar en estos momentos, lo mejor la fruta.

18

¹⁹ http://www.vitonica.com/dietas/claves-para-llev<u>ar-una-alimentacion-saludable</u>

- Controla ciertos alimentos: tienes que tener bajo control los fritos, los rebozados, la repostería industrial, los embutidos o cualquier otro alimento cargado de grasa saturada. Recuerda que es la principal causa de tener altos niveles de colesterol.
- ²⁰Alimentación equilibrada: esto quiere decir que los alimentos que tomes deben aportarte buenos nutrientes, ser variados y sobre todo intentar evitar lo alimentos refinados y procesados. No todo es renunciar, siempre hay momentos para los caprichos pero que sean esporádicamente.
- Saber comer hidratos: la mayoría de las personas sabe que debe renunciar a los fritos y las grasas saturadas, pero no tiene en cuenta la ingesta excesiva de hidratos de carbono. Debes optar por más verduras frescas, pasta de trigo entero y cereales integrales.
- La proteína: es importante tomar habitualmente pescado fresco rico en Omega 3, optar por carnes magras en vez de carnes rojas, y a poder ser que estén alimentados con alimentos orgánicos, los huevos son una opción muy saludable, repletos de grasas insaturadas.
- El desayuno: es la clave para empezar el día con energía, y debes englobar en él siempre algo de fruta, a poder ser cereales con pocos azúcares y lácteos bajos en grasa (cuidado con la lactosa, mucha gente no la tolera y aún no lo sabe y sufre de digestiones pesadas).
- Legumbres: no olvides incluir en tu alimentación habitual las legumbres, fuente alta de minerales que aportan un equilibrio a

19

.

²⁰ http://www.vitonica.com/dietas/claves-para-llevar-una-alimentacion-saludable IBID, Pág. 18

nuestro organismo, además de aportar buenas proteínas e hidratos de carbono complejos.

 ²¹El deporte: si bien no es ningún alimento a tener en cuenta, sí que es una buena práctica, al igual que dividir las comidas en diferente toma. Realizar ejercicio te aliviará tensiones, hará que puedas quemar algún pequeño exceso alimenticio, y sin duda te hará sentirte mejor contigo mismo.

2.1. Publicaciones Relacionadas

Convirtiéndonos en Detectives Gastronómicos

²²En estos tiempos, comer fuera es casi una necesidad. Por cuestiones sociales, de tiempo o simplemente buscando variedad, son cada vez más las personas que salen de sus lugares de trabajo para almorzar en restaurantes o cafeterías variadas.

Hay establecimientos para todos los gustos y presupuestos. Lamentablemente, no podemos controlar la forma en que se cocinan estos alimentos, ni la cantidad de grasa, azúcares, o colorantes que se les adicionan antes de entregarnos el producto terminado.

Si usted acostumbra salir a comer o cenar fuera, pero a la vez lleva algún tipo de régimen alimenticio, debe convertirse en un "detective gastronómico". El trabajo consiste en ordenar los platos que nos gustan, y nos convienen, sin pasarnos de la raya.

²¹ http://www.vitonica.com/dietas/claves-para-llevar-una-alimentacion-saludable IBID, Pág. 18

²² http://www.diariolibre.com/sociedad/2014/02/05/i468421_convirtindonos-detectives-gastronmicos.html

El primer problema: Comer de más. El detective profesional sabe que esta no va a ser su última comida, por lo que no hay necesidad de darse una panzada, ni llenar el estómago hasta los límites de la explosión. Cuando se sienta confortablemente lleno, pida al camarero que le retire el plato. Si le da pena dejar lo que queda, pídalo para llevar.

²³El segundo problema: Qué ordenar. Elegir comida saludable es cuestión de planificación, un mínimo conocimiento de nutrición y algo de compromiso. Planificar para controlar el presupuesto y las calorías; conocimientos de nutrición para poder ordenar lo más saludable, pero delicioso del menú y compromiso, entre la comida que deberíamos comer y la que nos vamos a comer "atento a nosotros".

Restaurantes con apuestas "light"

²⁴No renuncies a comer fuera de casa si estás a dieta, existen muchos lugares donde puedes comer rico y muy sano.

Lo peor de hacer dieta no es la dieta en sí misma. Lo más "triste" es no poder salir a comer y disfrutar los sabrosos platos que preparan en los restaurantes por temor a romper el régimen alimenticio que se ha llevado hasta el momento. Sin embargo, inspirados en el furor de las personas, que cada día más buscan mantener el peso ideal, y para satisfacer las demandas de aquellas con ciertas afecciones de salud, son muchos los restaurantes de nuestro país que disponen de propuestas bajas en calorías o los llamados "menús ligths".

²³ http://www.diariolibre.com/sociedad/2014/02/05/i468421_convirtindonos-detectives-gastronmicos.html IBID, Pág. 20

²⁴ http://www.elcaribe.com.do/2013/05/17/restaurantes-con-apuestas-

Incluso, muchos establecimientos se apoyan en los nutricionistas para elaborar propuestas gastronómicas balanceadas, que no atenten contra la "balanza", pero, sobre todo, para crear opciones más saludables basadas en el concepto de aprender a comer y educar a la gente para que sepan cuáles son las mejores opciones para su organismo.

²⁵Bajo esta consigna, diferentes restaurantes de la capital, incluso de Santiago de los Caballeros, han apostado a esta nueva "onda" como una manera de contribuir con la salud de su clientela. Es por ello, que los especialistas en nutrición consideran que esta tendencia entre los restaurantes crecerá, pues las personas optan, cada vez más por estilos de vida más saludables.

Dónde comer

Para los propietarios del restaurante Market, una alimentación balanceada ayuda al ser humano a tener un organismo sano, por esto, que recientemente presentaron su nueva opción de platos "light", con la finalidad de ofrecerles a sus clientes nuevas opciones gastronómicas. La propuesta, elaborada por la chef Arleen Rivera, con la asesoría del doctor Richard Marine, de Nutri-Med, viene acompañada de una excelente calidad e ingredientes frescos.

Este menú 'light', ha sido pensado para quienes gustan comer alimentos bajos en grasas y calorías. Entre los platos se encuentran: pechuga al grill, acompañada de ensaladas de granos; sándwich de atún, carpaccio de atún, ensalada de vegan, market chili, pollo falafel carpaccio de suchinni, entre otros, que no atentan contra el peso de las personas", dijo la chef.

-

²⁵ http://www.elcaribe.com.do/2013/05/17/restaurantes-con-apuestas- IBID, Pág. 21

"Con la inclusión de estos platos, elaborados bajos en grasa y con vegetales frescos, nos unimos a la tendencia mundial, que brinda este tipo de servicios a sus consumidores, con el compromiso de garantizar platos saludables que promueven el uso de ingredientes de mayor calidad. Además, los menús "light" cuentan con la información nutricional y el detalle de los ingredientes utilizados en los platos, datos importantes para las personas que llevan dietas. Como valor agregado, algunos de los platos de este menú fueron creados tomando en cuenta a las personas que presentan intolerancia al gluten y a la lactosa, siendo esto único en el mercado gastronómico del país", explicó el nutricionista Richard Marine.

²⁶De la mano de la nutricionista Giselle Escaño, Colatte Café ofrece una exquisita selección de opciones bajas en grasas y calorías. La iniciativa llega para complacer a todas aquellas personas que desean comer –desayunar, almorzar o cenar– fuera de casa, con la confianza de estar ingiriendo alimentos de calidad, a través de recetas saludables cargadas de sabor, pero bajas en grasas y calorías.

"La idea surgió de muchos de nuestros comensales que buscaban opciones más saludables y nos pedían que las incorporáramos al menú", comentan Ivelisse Gómez y Candy Ricardo, propietarias de Colatte Café. "Es así como decidimos contactar a la doctora Gi (Giselle Escaño) para que junto a nuestro chef Alexis Pimentel, creáramos una propuesta con alto criterio profesional, capaz de satisfacer las necesidades de nuestros asiduos clientes", agregan.

"Tal como el método de pérdida de peso Escaño, el nuevo menú incluye de todo", afirma la doctora Giselle Escaño. "La idea es que sirva de soporte para todos mis pacientes, así como todos aquellos que desean disfrutar de una sabrosa comida, sin remordimientos", detalló.

-

²⁶ http://www.elcaribe.com.do/2013/05/17/restaurantes-con-apuestas- IBID, Pág. 21

Otras opciones

²⁷El restaurante Olive's Light Food, ubicado en la calle Dr. A Grullón #21, en los Jardines Metropolitanos de la ciudad Santiago, es el primer y único restaurante especializado en comida light en esta ciudad, donde el comensal podrá disfrutar de una enorme variedad de platos, entre los cuales están: entradas o picaderas ligeras, cremas y sopas, ensaladas, carnes, sándwiches, sraps, suesadillas, hamburguesas, tacos y fajitas, entre otros platos, todos elaborados con ingredientes frescos, naturales y bajos en calorías. También pueden disfrutar una gran variedad de jugos naturales.

Así, el Green Light Cuisine, ubicado en la calle Heriberto Pieter # 20, del ensanche Naco de Santo Domingo, nace como una alternativa a los más exigentes paladares, que a la hora de tomar una decisión correcta, para comer lo hace sobre la base de tener a su alcance alimentos bajos en calorías, balanceados, frescos y, sobre todo, sanos. "Porque no es comer, sino saber comer, y sobre todo, comer sano", dicen sus propietarios.

El Jardín Verde es un restaurante vegetariano orgánico que ofrece platos sanos, que puede ingerir cualquier persona, pues están elaborados libres de grasa, dice su chef Suzuki. Está ubicado la Salvador Sturla #. 18 A, del ensanche Naco.

Datos

La dieta baja en calorías ayuda a prevenir enfermedades, prolonga la vida y retrasa el envejecimiento, según estudios.

²⁷ http://www.elcaribe.com.do/2013/05/17/restaurantes-con-apuestas- IBID, Pág. 21

CAPITULO II. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1. Objetivos de la Investigación de Mercados

2.1.1. Objetivo General

Estudiar, analizar y definir los diferentes hábitos, comportamientos, gustos, frecuencias y preferencias de las personas, clientes objetivos, en materia de restaurantes para diseñar la oferta gastronómica a utilizar.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Definir la viabilidad del proyecto.
- Establecer el rango de precios promedio que los clientes están dispuestos a pagar por un plato, una entrada, una bebida.
- Analizar el grado de interés de los encuestados en cuanto a un restaurante de comida saludable.
- Establecer los aspectos principales a la hora de escoger un restaurante. (La facilidad de llegar a él, el tipo de comida que ofrecen, servicio a domicilio, su ambiente, su horario de atención, el parqueo).

2.2. Análisis del Sector

La República Dominicana cuenta con una oferta gastronómica envidiable, cuenta con establecimientos de comida de todo los tipos, ofreciendo una amplia variedad en cuanto a rango de precio, clase social, tipo de comida, etc.

En los últimos años se ha visto la entrada de una nueva generación de inversionistas jóvenes, que representa lo que ha venido a llamarse "La Nouvelle Couisine", quienes usan como estrategia la unión de varios socios para reunir más fácilmente el capital necesario y así iniciar el negocio en un periodo corto de tiempo. En adición a esto, cada vez es mayor el porcentaje de personas que comen fuera del hogar, ya sea por necesidad, comodidad, o placer.

Cabe mencionar, que es tanto el auge del sector gastronómico que ha dado lugar al surgimiento de un nuevo termino llamado "Foodie" el cual consiste en una clase particular de aficionados a la comida y a la bebida los cuales se dedican а conocer nuevos establecimientos de comida. ofertas gastronómicas de todo tipo y todo lo relacionado a esto. Existen personas dedicadas de manera profesional o simplemente por afición a evaluar las diferentes propuestas existentes y comunicarlo al público, principalmente vía redes sociales, acerca de sus opiniones, puntuaciones y recomendaciones acerca de los lugares visitados.

En un artículo publicado en la revista Mercado, ASONAHORES declara que "la oferta dominicana es la de mejor calidad y variedad en toda el área del caribe, y no existe otra que tenga el alcance en diversificación y el abanico de ofertas que brinda la Republica Dominicana". En base a las premisas anteriores se evidencia que el sector gastronómico de Santo Domingo está en crecimiento y representa una opción bastante atractiva para los inversionistas extranjeros así como para los nacionales.

2.3. Análisis del Sector Específico

Producto / Servicio

En los últimos años ha venido aumentando el gusto por la comida, cada vez más los clientes buscan nuevos lugares a donde ir y no solamente buscan un sitio donde comer, sino un lugar donde se coma bien.

La ciudad de Santo Domingo cuenta con algunos establecimientos de comida que ofertan en su menú algunos platos Light, pero no tienen una amplia variedad que pueda darles un lugar privilegiado sostenible en las opciones preferidas de los consumidores al momento de elegir un lugar donde comer.

Atributos

El restaurante *Veggies* se destacara por su amplia variedad de platos de bajo contenido calórico, constante cambio del menú y servicio personalizado en cuanto a la elaboración de diferentes platos para los clientes.

Nombre

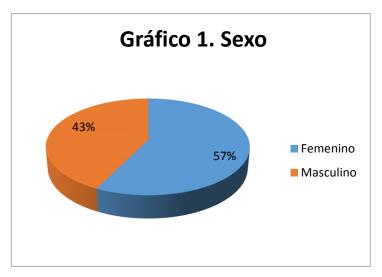
El nombre del restaurante es *Veggies*; se seleccionó porque es una manera informal de llamar a los vegetales en el idioma inglés, siendo así alusivo a la temática del restaurante además de ser un término fácil y de uso común entre el segmento de mercado al cual está dirigido el restaurante.

Perfil Demográfico

Veggies, está dirigido a personas que vivan en Santo Domingo, pertenecientes a la clase social media y media-alta. Estará enfocado principalmente en clientes jóvenes adultos que trabajen y se preocupen por llevar una alimentación y vida sana.

Los clientes del restaurante serán los consumidores finales. No se manejaran cadenas de mayoristas o minoristas, por lo que toda la estrategia de mercadeo va dirigida a ese único segmento permitiendo esto mayor efectividad en los procesos de marketing.

2.4. Resultados de Estudio de Mercado



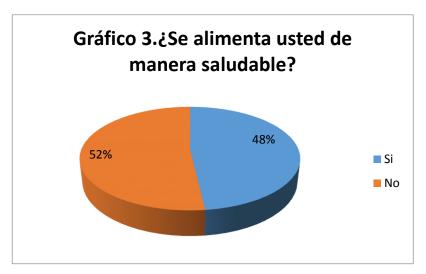
Autoría propia. Fuente: Encuesta

La mayoría de los encuestados pertenecían al sexo femenino con un 57% y un 43% del sexo masculino.



Autoría propia. Fuente: Encuesta

El 37% de los encuestados estaba en las edades comprendidas entre 18-28, el 27% entre 29-39 y el 36% entre 40-50 años de edad. Por lo tanto confirma la intención de tener como mercado objetivo el público joven que trabaja.



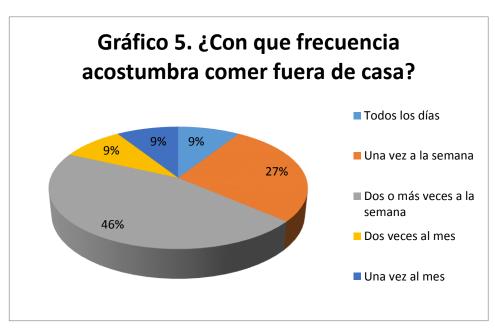
Autoría propia. Fuente: Encuesta

El 52% de las persona contestaron que no se alimentan de manera saludable, en cambio 48% de las personas si lo hacen. A pesar de que la cantidad de personas que no se alimentan de manera saludable es mayor que las que si lo hacen la diferencia entre los porcentajes no es muy marcada, por lo cual habrá un buen número de consumidores en un restaurante de comida saludable los cuales a la vez pueden influenciar a aquellos que todavía no han adoptado dicho tipo de alimentación para que empiecen a consumir comida sana.



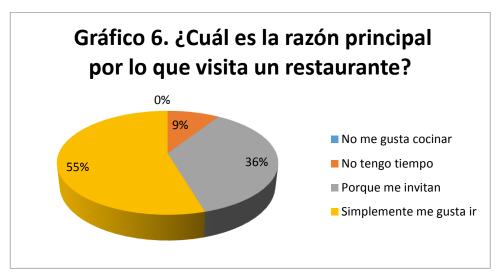
Autoría propia. Fuente: Encuesta

Confirmando las especulaciones, la mayoría de las personas, correspondientes al 44%, que no consumen comida saludable es por la poca variedad que se piensa que hay de la misma. Un 42% no lo hace porque prefieren otro tipo de comida y un 14% por el alto costo que esta les representa.



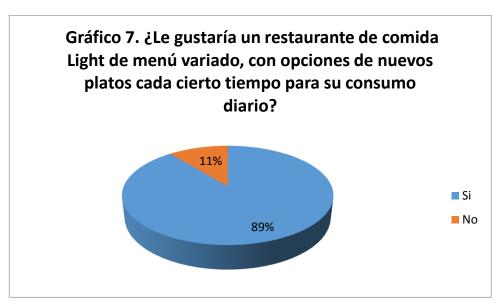
Autoría propia. Fuente: Encuesta

El 46% de las personas comen fuera de su hogar dos o más veces a la semana, un 27% una vez a la semana, un 9% todos los días, un 9% una vez al mes y el otro 9% dos veces al mes.

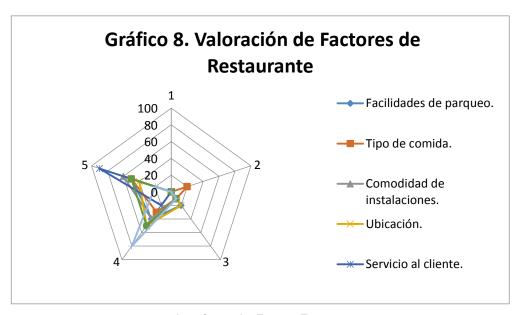


Autoría propia. Fuente: Encuesta

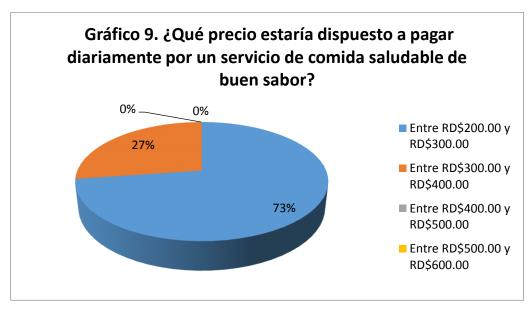
El 55% de los encuestados van a un restaurante simplemente porque les gusta ir, el 36% porque los invitan y el 9% porque no tienen tiempo para preparar sus alimentos. Este resultado era de esperarse, tratándose de la cultura dominicana la cual disfruta comer fuera de su hogar frecuentemente.



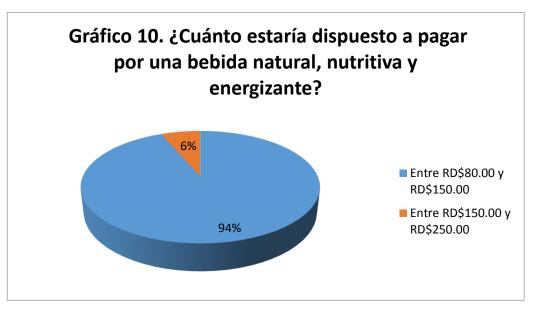
Al 89% de los encuestados les gustaría un restaurante con el concepto de *Veggies,* solo un 11% respondió de manera negativa. Esto evidencia que el restaurante tendrá una buena aceptación por el público.



Al pedir a las personas que realizaran una valoración de los aspectos más importantes tomados en cuenta al momento de elegir un restaurante, los resultados arrojados fueron: el aspecto más importante es el servicio al cliente, seguido de la comodidad de las instalaciones, facilidad de parqueo, tipo de comida y precios.



El 73% contestó que estaría dispuesto a pagar entre RD\$200.00 y RD\$300.00 por su comida diaria, un 27% entre RD\$300.00 Y RD\$400.00, nadie acepto estar dispuesto a pagar más de RD\$400.00. Por lo cual el restaurante debe enfocarse en mantener los costos bajos para poder ofertar un buen precio.



El 94% de las personas estarían dispuestos a pagar un precio entre RD\$80.00 Y RD\$150.00 por una bebida nutritiva, natural y energizante. El 6% estaría dispuesto a pagar entre RD\$150.00 y RD\$250.00 esto es similar a la anterior pregunta, se evidencia que se deben mantener los precios asequible.

2.5. Aspectos Relevantes de la Investigación de Mercado

Finalmente, después de la investigación de mercados realizada en la ciudad de Santo Domingo, se identificaron varios aspectos para ser tomados en cuenta.

La mayoría de personas no se alimentan de manera saludable; sin embargo no hay una diferencia de porcentaje muy significativa con respecto a las que si lo hacen, por consiguiente existen una buena cantidad de clientes potenciales para el restaurante. Esto se respalda más aun con la información obtenida de que la mayoría de las personas que no se alimentan de manera

saludable no lo hacen por la poca variedad que se oferta de la misma, confirmando esto una de las principales razones del surgimiento de la idea del restaurante *Veggies*, darles al público una amplia variedad opciones para poder alimentarse sanamente, con un buen sabor y sin caer en la monotonía.

Una cantidad significativa de personas comen fuera de su hogar más de dos veces a la semana y visitan un restaurante simplemente porque le gusta a ir, esto denota que el restaurante puede contar con una clientela fluida, siempre y cuando se logren fidelizar sus clientes.

Al elegir un restaurante, los factores más importantes para los clientes son:

- 1. Servicio al cliente.
- 2. Comodidad de las instalaciones.
- 3. Facilidad de parqueo, tipo de comida y precios.

El precio dispuesto a pagar diariamente por un plato de comida es de RD\$200.00 a RD\$300.00 y el precio dispuesto a pagar por una bebida natural y nutritiva seria entre RD\$80.00 Y RD\$150.00. Por lo cual se debe tener en cuenta no exceder o alejarse mucho de este rango.

2.6. Competidores

El sector gastronómico de Santo Domingo está altamente desarrollado. Existen en el país un gran número de establecimientos de comida, variados en su segmento objetivo, tamaño, tipo de servicio, tipo de comida, precios, etc. Por lo cual existe un gran número de competidores en el mercado.

De manera más específica, el sector de los establecimientos dedicados a ofertar platos bajos en calorías está empezando a desarrollarse, de manera

que aunque se pueden encontrar algunos restaurantes de este tipo no representa un gran número en comparación con la cantidad que hay de los de otro tipo.

Entre los competidores potenciales se pueden mencionar:

MARKET

Figura 1



Fuente: http://uepa.com/article.aspx?id=31863#.UzWgSM5h14I

Este restaurante fue abierto en el 2012, está ubicado en el ensanche Serralles, se caracteriza por su menú de sándwiches artesanales, entradas, sopas y postres. En el 2013, introdujeron un menú "light", elaborado por la chef Arleen Rivera, el cual está compuesto por pechuga al grill, hummus, pimientos, carpaccio de atún, entre otras variedades.

Este restaurante ha tenido buena aceptación en el público, ofrece desayunos, almuerzo y cena. Sus precios van desde RD\$225.00 hasta RD\$475.00 (sin impuestos incluidos). Cuenta con las facilidades de servicio a domicilio, valet parking y wifi. Su horario es todos los días de 07:00am-12:00am.

Figura 2



Fuente: http://restaurante.com.do/

Pita y Romero está ubicado Plaza Bella Vista, su oferta consiste en entradas, sopas, sándwiches, ensaladas, carnes a la parrilla y pastas, su rango de precio está entre RD\$225.00 Y RD\$585.00 (impuestos no incluidos). Laboran de lunes a domingo a partir de las 12:00pm hasta las 12:00am. Ofrecen las facilidades de servicio a domicilio, take out y wifi. Este café no ha tenido tanta acogida como otros de la competencia, pero tienen su público.

Sun Salads

Figura 3



Fuente: http://www.menu.com.do/

Este es un establecimiento de tipo comida rápida, ubicado en el área de comida de la Plaza Sambil. Su menú está compuesto por ensaladas,

sándwiches, wraps y una gran variedad de té. Sus precios van desde RD\$180.00 hasta RD\$310.00 (impuestos no incluidos). Sus productos son frescos y de buen sabor, debido a su ubicación en una plaza en zona céntrica y con alta popularidad este establecimiento se mantiene con un flujo de clientes. Sus operaciones son de Lunes a Sábado de 10:00am-09:00pm y los domingos de 12:00pm-09:00pm.

Figura 4



Fuente: http://en.wikipedia.org/

Quiznos es una franquicia estadounidense con más de 6 mil restaurantes alrededor del mundo. En Santo Domingo cuenta con 3 sucursales ubicadas en Piantini, Jumbo Luperón y Ágora Mall; en Santiago de los Caballeros cuentan con una sucursal, ubicada en el Supermercado Bravo. Su propuesta es la de un "fast food" saludable, ofertando al público un menú de desayunos, ensaladas, sándwiches, flatbreads y sopas, con un costo desde RD\$190.00 hasta RD\$295.00 (impuesto no incluidos). Su horario de operaciones es Domingos a Jueves de 11:00am-01:00am y Viernes a Sábado de 11:00am-03:00am.

Jardín Verde

Figura 5



https://www.facebook.com/JardinVerde

Este establecimiento está ubicado en el sector Naco, oferta un menú de comida orgánica/vegetariana, cuenta con un amplio menú con precios desde RD\$100.00 hasta RD\$400.00 (impuestos no incluidos), también ofrecen combos para el medio día a un costo de RD\$200.00 y entre sus facilidades tienen el servicio a domicilio, integrado recientemente y página de internet en la cual se puede encontrar su menú. La debilidad de este establecimiento son sus instalaciones, ya que como se puede apreciar en la foto, está ubicado en el patio de una residencia, lo cual no resulta atractivo para el público. Cabe destacar que el lugar no goza de mucha popularidad, esto se deduce debido a que no es mencionado en ninguna de las redes sociales que se dedican a recomendar lugares para comer y la manera en la que se supo de su existencia fue gracias a la dedicada búsqueda para identificar los competidores directos del proyecto *Veggies*.

Una vez identificados, analizados, visitados y evaluados los competidores a los que se enfrenta *Veggies*, se ha determinado que a pesar de existan ciertas propuestas muy atractivas y con cierta aceptación por el público tales como: Market y Quiznos, los cuales son considerados los competidores más potenciales, existen oportunidades de mejora para ser aprovechadas. En el

caso de *Veggies*, puede lograr la diferenciación con su menú de postres bajos en calorías y su sistema de orden por la página de internet del restaurante, además de un servicio de la más alta calidad y la comodidad de las instalaciones.

Con la combinación de diversos factores, como los mencionados anteriormente *Veggies* puede lograr posicionarse en el mercado y en las preferencias de los consumidores alcanzando el éxito deseado.

2.7. Estrategias de Mercado

2.7.1. Estrategias de Alianza

- Alianzas estratégicas con algunos gimnasios del país para incluir los servicios de preparación de sus alimentos en los paquetes que las personas adquieren para cambio de cuerpo.
- 2. De la misma forma, cuando las personas adquieran un plan alimenticio en el restaurante "Veggies" recibirán un descuento en la inscripción y mensualidad de los gimnasios afiliados.

2.7.2. Estrategias de Publicidad y Promoción

- 1. El restaurante se promocionara mayormente en las redes sociales, emitiendo contenido relacionado al restaurante diariamente.
- 2. Se inscribirá en las guías de restaurantes virtuales, tales como menú.com.do y restaurantes.com.do

- 3. Colocación de un cartel en el local del restaurante anunciando la apertura próximamente.
- 4. Establecer contacto con las personas dedicadas a la evaluación y calificación de los establecimientos de comida en el país para que estos visiten el restaurante y emitan su opinión en sus cuentas en las redes sociales. Tales como, bocaord y gourmetrd.
- Compra de espacio publicitario en los principales periódicos y revistas del país.
- 6. Página de internet con todo el menú y sus precios actualizados. Contará con una modalidad de orden que al momento ningún restaurante tiene, el cliente podrá ordenar y efectuar su pago con tarjeta de crédito a través de nuestra página de internet, sin necesidad de llamar.

2.7.3. Estrategias de Servicio

- Rapidez de respuesta vía redes sociales.
- Se ofrecerán planes alimenticios con diferentes tiempos de duración y rangos de precios.
- 3. Uno de los enfoques del restaurante será el servicio rápido, debido a que muchos de los consumidores son personas que trabajan y solo tienen una hora para almorzar se les debe ofrecer una opción de comida de buen sabor, fresca y con poco tiempo de espera para la misma. Gracias a que la mayoría de los alimentos que utilizaremos no necesitan largo para ser cocinados y algunos ni siquiera necesitan un proceso de cocción esta estrategia no será muy difícil de llevar a cabo.

- 4. Disponibilidad de alimentos "grab and go", estos son alimentos empacados para inmediato consumo, mayormente utilizados para las meriendas, de esta manera ofreciéndole al cliente la oportunidad de comer algo en caso de que no tenga tiempo para quedarse en el restaurante.
- 5. Se ofrecerá facilidad de pago de los planes alimenticios, así como un descuento a las personas que hagan un solo pago.
- 6. Personalización del menú, las personas podrán decir que tipo de dieta desean hacer o que tipos de alimentos prefieren consumir y se les diseñara un menú con diferentes platos que puedan ingerir diariamente durante el tiempo que el cliente decida.

2.7.4. Estrategias de Fidelización

1. Plan de compensación al cliente con acumulación de tickets a través del consumo los cuales podrán ser utilizados para pagar la cuenta.

2.7.5. Estrategias de Precio

1. Se diseñara un menú con platos que tengan varios ingredientes en común, de manera que se pueda comprar en mayores cantidades y se le saque el mayor provecho a toda la materia prima. Pudiendo así ofrecer un buen precio para los clientes. Sin embargo, los precios serán similares a los de los demás restaurantes de este tipo, debido al lugar donde estará ubicado y el tipo de alimentos que se utilizara. La diferenciación estará en la calidad del servicio brindado y las facilidades ofrecidas al cliente.

CAPITULO III. PLAN DE NEGOCIO

3.1. Datos Generales de la Empresa

Nombre de la empresa: Veggies.

Tipo de comida: Light.

Ubicación: Avenida Winston Churchill esq. Paseo de los Locutores,

Plaza Paraíso.

Horario: Domingos a Jueves 07:00am-12:00am; Viernes y Sábado

07:00am-02:00am.

3.2. Estrategia Organizacional

Misión: Somos una empresa dedicada a la preparación y venta de alimentos bajos en calorías. Permitiendo a los clientes mantener su figura, ofreciéndoles alimentos frescos, con buen sabor y preparados bajo los mejores estándares de higiene y calidad.

Visión: Ser líderes en el sector de alimentos saludables, caracterizándonos por nuestro servicio excepcional con gran nivel de adaptación al cliente, innovación constante en los platos y un equipo de trabajo capaz de satisfacer cualquier necesidad de los consumidores.

Objetivos:

- Satisfacer las necesidades de los clientes, logrando ser su restaurante preferido.
- Ofrecer platos innovadores y de alta calidad.
- Contar con un equipo de trabajo motivado y el mejor clima laboral a fin de ofrecer el mejor servicio.

Valores:

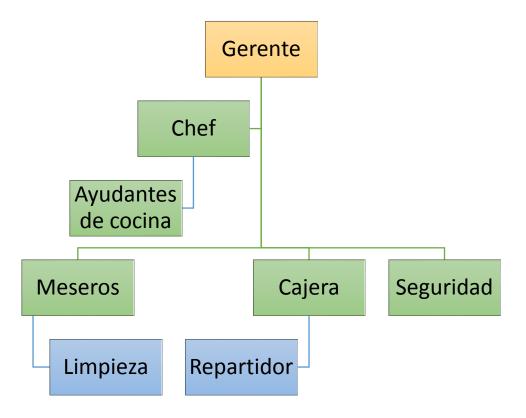
- Responsabilidad.
- Honestidad.
- Servicio.
- Lealtad.
- Compromiso.

3.3. Estructura Organizacional

A continuación se presenta el organigrama que se manejará inicialmente en el restaurante. El número de personas está repartido así:

- Gerente.
- Chef.
- Ayudantes de cocina (2)
- Cajera.
- Meseros.
- Repartidor.
- Encargada de limpieza.
- Seguridad.

3.4. Organigrama



Propietaria

La propietaria del capital accionario de la organización será inicialmente su creadora, Dayana Arias, Licenciada en administración de empresas y estudiante de término de la maestría Gerencia y Productividad.

3.5. Descripción de Puestos

Apellido y Nombre: Arias, Dayana

Nombre del puesto: Gerente Personal a cargo: Diez (10)

Educación: Licenciatura. Manejo de MS Office. Conocimientos de

contabilidad.

Descripción de tareas:

- Dirigir las operaciones del restaurante, manteniéndolo en óptimas condiciones de calidad y servicio, lograr la satisfacción de los clientes y la rentabilidad por medio de la excelencia en las operaciones.
- Manejo de Personal
- Manejo de Proveedores.
- Manejo cuentas de redes sociales y página de internet.
- Coordinación de publicidad y promoción.
- Estados Financieros.

Descripción del Puesto: Chef

Apellido y Nombre: García, Wendolin

Personal a Cargo: Dos (2)

Supervisor: Gerente

Educación:

Estudios de arte culinaria.

Experiencia:

Experiencia preparando alimentos y capacidad de crear nuevos platos.

Detalle de tareas:

- Directamente responsable de todas las funciones de la cocina.
- Preparación y mantenimiento de los estándares de calidad limpieza y sanidad.
- Entrenamiento de personal en los métodos de cocción, preparación, presentación de los platos, racionamiento y control de gastos y sanidad y limpieza.
- Control y manejo de los productos y bienes de la cocina.
- Preparación de los platos.
- Control de inventario de alimentos.

Responsabilidades y deberes:

Tomar decisiones de contratación y despido de personal incluyendo

entrevistar, contratar, evaluar y disciplinar al personal de cocina de

forma apropiada.

Preparar todo el papeleo requerido, inclusive formularios, informes y

calendarios de forma organizada y al día.

• Asegurase que todo el equipamiento se mantenga limpio y en

excelente condiciones de operación a través de la inspección personal

y de acuerdo a los programas de mantenimiento preventivo del

restaurante.

• Establecer el tamaño de las porciones y preparar fichas estándar de

las recetas para todos los ítems del menú.

• Controlar el costo de los alimentos y su uso siguiendo la debida

solicitud de los productos desde el área de almacenamiento, los

procedimientos de almacenamiento de productos, recetas estándar y

procedimientos de control de desperdicios.

Supervisar y asegurase que las políticas del restaurante en las

evaluaciones de desempeño de los empleados sean seguidas y

completadas dentro del plazo.

Entrenar al personal de cocina en las prácticas de limpieza y sanidad.

Mantener horarios de limpieza apropiados para los pisos de la cocina,

esterillas, paredes, extractores y otros equipos y lugares de

almacenamiento de comida.

Descripción del puesto: Ayudante de cocina

Personal a cargo: Ninguno

Supervisor: Chef

Educación:

Curso técnico de cocina.

50

Experiencia:

No se requerirá un tiempo específico de experiencia, sino que se le pedirá a la persona que prepare algunos platos y se evaluara su desempeño.

Detalles de tareas:

- Colaborar con la preparación de los platos.
- Higiene tanto de la cocina como de los instrumentos de trabajo.
- Orden de su área de trabajo.
- Cuidado y mantenimiento de los utensilios de cocina.

Descripción del puesto: Mesero.

Personal a cargo: Ninguno.

Supervisor: Gerente.

Educación:

Estudios secundarios.

Experiencia:

Uno o más años de experiencia.

Requisitos:

- Disponibilidad de horario.
- Buena expresión verbal.
- Actitud de servicio.
- Profesionalidad.

Detalles de tareas:

• Manejar a la perfección cada mesa, siguiendo la secuencia

de servicio establecida.

• Entregar al cliente lo que ordeno con los estándares de calidad del

producto y servicio.

• Supervisar la limpieza de las instalaciones del restaurante y los

comensales.

• Completar las tareas de inicio y cierre que le sean

Asignadas.

Proveer la cuenta cuando sea solicitada.

• Abastecer las estaciones de servicio.

Descripción de Puesto: Cajera.

Personal a cargo: Uno (1).

Supervisor: Gerente

Educación:

Estudios secundarios.

Conocimientos de informática.

Manejo de MS Office.

Experiencia:

Un año o más de experiencia.

Detalles de tareas:

• Emitir cuentas de los clientes.

• Tomar los pedidos a domicilio, vía telefónica y por la página de

internet.

Pasar pedidos a domicilio a la cocina para su preparación.

Enviar al delivery a entregar los pedidos.

 Responsable de la recepción, manejo y custodio del efectivo y las transacciones de cobros con tarjetas de créditos.

Responsable del cuadre y cierre de caja diario.

Descripción de Puesto: Repartidor.

Personal a cargo: Ninguno.

Supervisor: Cajera.

Educación:

Estudios secundarios.

Requisitos:

Licencia de conducir para motores al día.

Detalles de tareas:

• Llevar órdenes a domicilio.

• Ofrecer entregas de calidad a nuestros clientes, en el menor tiempo y

con el menor margen de error posible.

Entregar pagos de las órdenes a la cajera.

Descripción de Puesto: Encargada de limpieza.

Personal a cargo: Uno (1).

Supervisor: Mesero.

Educación:

Estudios primarios.

Experiencia:

No requiere experiencia.

Detalles de tareas:

- Mantener las instalaciones del restaurante limpias.
- Cumplir con los estándares de higiene.
- Suministro de papel higiénico, jabón, toallas en los baños.
- Suministro de gel desinfectante en los dispensadores.
- Limpieza de vajillas y accesorios del restaurante.

3.6. Aspectos Financieros

Las finanzas son todas las actividades relacionadas con el intercambio y manejo de capital. Es la parte de la economía que tienen que ver con las diferentes maneras de administrar dinero en situaciones particulares y específicas.

3.6.1. Presupuesto

Es la planificación de los ingresos, costos y gastos que se estima tener en el restaurante, y sirve como un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas.

Por ser un restaurante en lanzamiento cuenta con ingresos, que son los que lo mantendrán en el mercado.

En el primer mes se estima tener ingresos aproximados a los RD\$700,000.00, ingresos que según el restaurante vaya adquiriendo posición en el mercado van a ir aumentando en un 40% mensualmente, hasta según la estimación cerrar en el mes número doce con ingresos estimados a los RD\$3,300,000.00.

Se presupuesta tener gastos aproximados a los RD\$380,000.00, costos fijos de RD\$180,000.00 y costos variables entre RD\$81,000.00 y RD\$250,000.00. Dentro de los costos variables se determinaron entre 8 mil a 250 mil, de acuerdo a la naturaleza de estos costos, mayor productividad y ventas.

De esta manera en el mes número uno se espera tener utilidades aproximadas de un 7.13% y en el mes número doce de un 75.73%.

3.7. Aspectos Legales

Los aspectos legales son las obligaciones que tiene la empresa ante las autoridades correspondientes. Cada nación tiene un ordenamiento jurídico fijados por su Constitución, leyes, reglamentos, decretos y costumbres, que expresan normas permisivas, prohibitivas e imperativas que pueden afectar a un proyecto, tales como:

- Tipo de empresa: La empresa se ha conformado bajo una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL).
- Propiedad intelectual: "La propiedad intelectual es el conjunto de derechos que corresponden a los autores y a otros titulares, respecto de las obras y prestaciones de su creación"²⁸.

La propiedad intelectual está compuesta por el nombre de "Restaurant *Veggies*, la cual está registrada en la Oficina Nacional de Propieda Intelectual (ONAPI) y en el Ministerio de Industria y Comercio (MIC).

²⁸ Propiedad intelectual/Definicion/www.mcu.es

- Registro Sanitario: Es el documento expedido por el Ministerio de Salud Pública (MSP), mediante el cual se autoriza a una persona física o jurídica para fabricar o envasar alimentos para consumo de la humanidad.
- Registro Mercantil: Es el documento emitido por el Ministerio de Estado de Industria y Comercio (MEIC) conformado por la matrícula, renovación e inscripción de los libros, actos y documentos relacionados con las actividades industriales, comerciales y de servicios, que realizan las personas físicas o jurídicas que se dedican al comercio.
- **Registro de Nómina**: Es la declaración al Ministerio de Trabajo del personal y salarios de la empresa.
- Registro de la Marca: Es la presentación de la marca en la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI).
- Tesorería de la Seguridad Social y Seguro Familia de Salud: Es el aporte a la Tesorería de la Seguridad Social y el aporte al Seguro Familiar de Salud, que realiza la empresa, por cada empleado registrado en la nómina.

3.8. Descripción del Producto y Servicios

Los productos que se van a ofrecer en el restaurante Veggies serán alimentos para desayunos, almuerzos y cena, consistentes en aperitivos, ensaladas, postres, jugos naturales y vinos.

Desayunos: Se ofrecerán una diversidad de platos como pancakes, waffles, huevos preparados de diferentes formas, frutas, jugos naturales energizantes y batidas de proteína.

Almuerzos y cena: El menú de almuerzo y cena será el mismo, constituido por platos aperitivos, platos fuertes y postres.

Aperitivos: Son comidas ligeras que pueden consumirse mientras de espera el plato fuerte, si no se tiene mucho apetito o como un tentempié, entre los que se encuentran en el menú de *Veggies* están los Breadstick, chips de vegetales, entre otros.

Ensaladas: Es lo primero que llega a la mente cuando se piensa en comer de manera saludable o hacer dieta, estos serán platos a base de verduras combinados con carnes, quesos, embutidos entre otros acompañantes. Aliñados con el aderezo de la preferencia del consumidor. En el menú se encontraran algunas ensaladas con sus ingredientes específicos, pero también existirá la opción de un bar de ensalada donde el cliente las preparara a su gusto.

Postres: Los postres son la parte final de la comida, así como también representan un gusto al paladar y algo de lo que las personas se cohíben cuando están bajo un régimen alimenticio. En *Veggies* el cliente tendrá la oportunidad de consumir un plato dulce sin remordimientos ya que se elaboraran postres de buen sabor y bajos en calorías y grasas.

Jugos naturales: Estos serán preparados adaptados al gusto del cliente, ellos mismo elegirán los ingredientes que desean. Entre los ingredientes utilizados para la preparación de los jugos estarán: una gran variedad de frutas, verduras, y diferentes bases para los jugos y batidas, tales como, leche de soya, yogurt, agua, leche de almendra, entre otros.

3.9. Menú

"El menú es como la firma de su restaurante y continuará evolucionando igual que lo hará su negocio. La comida es la atracción de la mayoría de los restaurantes y la razón principal para que el cliente lo elija a uno..."²⁹

El menú de *Veggies* será variado y se renovará constantemente para lograr mantener a los clientes interesados en las opción gastronómica del restaurante, también tratará de ser lo más flexible posible de manera que los clientes puedan combinar platos con diferentes acompañamiento, crear las ensaladas y bebidas a su gusto, incluso sugerir modificaciones a los platos ofertados. Además se ofrecerán postres de buen sabor y bajos en calorías, permitiéndoles a los clientes complacer sus antojos dulces de manera saludable. Conjuntamente se ofrecerá la facilidad de llevarse sus alimentos envasados de la manera más cómoda para su conservación y consumo.

A continuación se presentan algunos de los platos que se ofrecerán en el restaurante:

Cheesy Cauliflower Breadsticks





Fuente: http://www.jocooks.com/

²⁹ Brian Cooper, Brian Floody; Gina Mc Nelly; "Cómo Iniciar y Administrar un Restaurante", Norma, 2002, pág. 143

Palitos de elaborados a base de coliflor y queso, representa un sustituto saludable de los famosos breadstick que encontramos en las pizzerías.

Chips de vegetales

Figura 7



http://richestoragsbydori.blogspot.com/

Estos sirven de entrada o como un tentempié, puede ser con los vegetales deseados por el cliente, entre estos, pepino, tomates cherry, brócoli, apio, zanahoria, zuchini, coliflor, ajíes, etc. Los mismo acompañados con el aderezo de su preferencia.

Palitos de Zucchini a la parmesana

Figura 8



Fuente: http://www.jocooks.com/

El zucchini es un vegetal con muchas propiedades beneficiosas para la salud. Estos palitos de zucchini con cubiertos de queso parmesano, salpimentados y horneados. Serán ofrecidos con aderezo ranch, pero el cliente tiene la opción de cambiarlo.

Horneado de huevos y espinacas

Figura 9



Fuente: http://www.kalynskitchen.com/

Mezcla de huevos, espinacas y queso mozzarella llevados al horno, creando una combinación agradable al paladar y proporcionando las proteínas que el cuerpo necesita.

Berenjena a la parrilla con Mozzarella

Figura 10



Fuente: http://healthyaperture.com/

Rodajas de berenjena salpimentadas y llevadas a la parrilla, servidas con queso mozzarella de búfalo y pico de gallo.

Tomates horneados a la parmesana

Figura 11



Fuente: http://www.eatingwell.com/

Tomates relleno de carne molida o pollo, cubiertos con queso mozzarella y especies.

Ensaladas

Figura 12



Fuente: http://www.jocooks.com/salads/

Variedad de ensaladas, tales como ensalada de pollo thai, ensalada de aguacate y pollo, ensalada de tomate, entre otras.

Bar de ensalada

Figura 13



http://restaurante.elarriero.com.sv/

También habrá un bar de ensaladas con una gran variedad de frutas y vegetales para que los clientes puedan crear las combinaciones que desee.

Aguacate relleno de ensalada de atún

Figura 14



http://www.muscleandfitnesshers.com/

Aguacate relleno de ensalada de atún aderezada con yogurt griego y mostaza.

Pollo horneado a la mostaza

Figura 15



Fuente: http://rachelschultz.com/

Pechuga de pollo a la plancha con pesto de espinacas

Figura 16



Fuente: http://hcgrecipes.com/

Tortillas Mexicanas

Figura 17



Fuente: http://www.kalynskitchen.com/

Tortillas mexicanas preparadas con ingredientes light, pero conservando su mismo sabor.

POSTRES

Cheesecake de mantequilla de maní

Figura 18



http://low-carb-dessert.blogspot.com/

La mantequilla de maní es un ingrediente principal al momento de tratar de estar en forma, aporta un numero de beneficios al cuerpo que muchas veces se desconoce. Y que mejor forma de ingerirla que en un delicioso cheesecake a base de la misma.

Helado de yogurt y bananas caramelizadas

Figura 19



Fuente: http://allrecipes.com.ar/

Helado de té verde

Figura 20



http://panesypostres.blogspot.com/

Deliciosa innovación, el té verde posee un sin número de propiedades tales como antioxidantes y es uno de los mejores aliados para perder de peso.

Cuadritos de limón a base de proteínas

Figura 21



http://instagram.com/p/lzbi9HmMg_/

Deliciosos y totalmente saludables cuadritos de limón con ingredientes como: proteína, yogurt griego, harina de almendra, leche de coco y endulzados con stevia.

Brownies fit

Figura 22



http://instagram.com/p/kefc-hGMnw/

Estos brownies son elaborados a base de harina de almendra, mantequilla de maní y chocolate oscuro.

Pancakes de proteína y auyama

Figura 23



http://instagram.com/p/ICIhuomMu7/

Pancakes preparados con harina de almendra, proteína con sabor a vainilla, auyama y endulzados con stevia.

3.10. Proveedores

Se realizará un análisis para elegir los proveedores de la materia prima en el cual se consideraran ciertos factores entre los cuales se encuentran:

- La calidad del producto.
- Precio.
- Localización geográfica.
- Disposición para trabajar en mutuo acuerdo.

Para poder tener un sistema de compras efectivo es importante propiciar un ambiente en el que ambas partes se beneficien, contar con normas estándar de compras y tablas que permitan determinar fácilmente la cantidad de materia prima que se necesita. Por esto se considera necesario que las recetas sean estandarizadas.

3.11. Equipos y Maquinarias

Los equipos y maquinarias que se necesitaran para preparar los platos y poner en marcha el restaurante serán:

Área operacional:

- Bar de ensalada con cheffin dish incluidos.
- Mesa fría de acero inoxidable.
- Refrigerador y congelador.
- Máquina de hielo.
- Estufa industrial con horno.
- Extractor de grasas.

- Olla "La brujita". Es una olla eléctrica utilizada para servir caldos y mantenerlos caliente.
- Salamandra. Es un equipo utilizado para gratinar platos, calentar o darles un último golpe de calor.
- Licuadoras.
- Ollas de diferentes tamaños.
- Sartenes.
- Plancha.

Utensilios

- Tazas medidoras.
- Tazones para mezclar de diferentes tamaños.
- Cucharones de madera y de metal.
- Tamizador.
- Cucharas medidoras.
- Espátulas.
- Balanza para pesar los alimentos.
- Set de cuchillos del chef.
- Cuchillo para carne.
- Cuchillo para cebolla y ajo.
- Cuchillo para pelar.
- Cuchillo multiuso.
- Triturador de ajo.
- Piedra de amolar.
- Triturador de alimentos.
- Moldes para hornear.
- · Cazuela para saltear.
- Pinzas en acero inoxidable.

Área Administrativa:

- Caja registradora.
- Computadora.
- Impresora/escáner/copiadora.
- Sistema automatizado de punto de venta.
- Teléfono.
- Material gastable.
- Escritorio.
- Silla de Oficina.
- Archivo.

3.12. Accesorios

Mesas: La mesas que se utilizaran en el local serán cómodas pero pequeñas para que sean de fácil movilidad, serán cuadradas para tener la oportunidad de unirlas en caso de que vayan grupos grandes.

Sillas: Serán con un diseño sencillo y cómodo, con una apariencia delicada en armonía con la decoración del lugar.

Se dispondrá de una capacidad para 45 comensales, distribuidos en mesas para 2, 3 y 4 personas, las cuales como se mencionó anteriormente contaran con la flexibilidad de unirse para adaptarse a la cantidad de personas que asistan de manera grupal.

Decoración: Artículos que aporten una mejor imagen al restaurante para hacerlo más acogedor y llamativo para los clientes. Tales como, centros de mesa, cuadros, lámparas de techo, entre otros.

Utensilios de servicio: Estos consisten en los utensilios que se utilizaran para servir las comidas. La apariencia de estos es vital para la imagen del restaurante, para esto se necesitaran juegos de vajillas, vasos, copas, mason jars, juego de cubertería, porta servilletas, portavasos e individuales.

CONCLUSIONES

El sector de Hoteles, Bares y Restaurantes en la República Dominicana en los últimos años ha sido una de las principales fuentes de ingresos en la economía. Sin embargo, la competitividad en la industria de restaurantes va en aumento, haciendo que cada negocio utilice técnicas o planes para llevar a cabo sus objetivos para entrar en el gusto del público.

El objetivo general del negocio se basó en elaborar un plan de negocios para la creación de un restaurante de comida saludable en Santo Domingo, el cual dará resultados positivos por la calidad de productos y servicios ofrecidos en el establecimiento serán aceptados por el mercado objetivo.

Identificar las necesidades del mercado y desarrollar estrategias para satisfacerlo fue uno de los objetivos específicos desarrollados y por la demanda de comida baja en grasas y calorías es considerado un negocio rentable, donde la meta principal es satisfacer las necesidades del cliente.

Dentro de la implementación, el restaurante sostiene brindar nuevos productos dentro del menú, para así conseguir tener más ingresos y mayor aceptación del mercado.

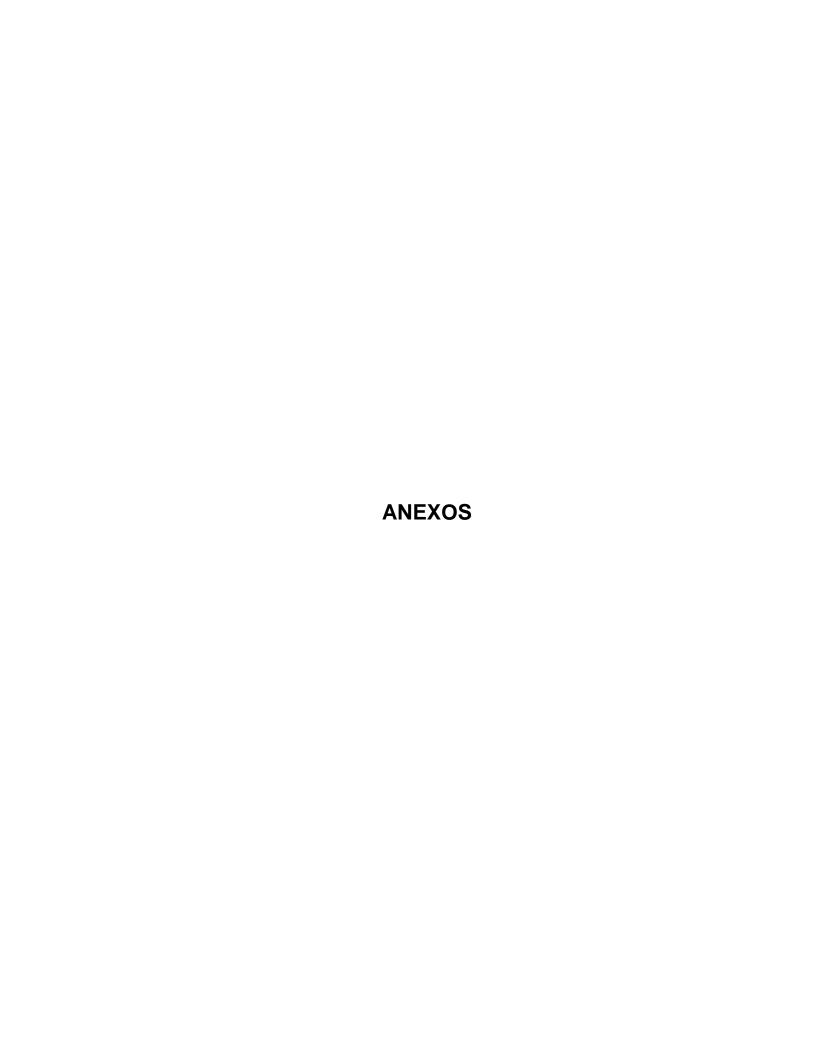
BIBLIOGRAFIA

- IX Censo Nacional de Población y Vivienda 2010 / Oficina Nacional de Estadística.
- Philip, Kotler/Fundamentos de Marketing. Pearson-Prentice Hall, 8va.
 Edición
- Robbins, Stephen P. Comportamiento Organizacional. Pearson-Prentice Hall, 10ma. Edición (2004).
- Shiffman, Leon G. Comportamiento de Consumidor. Pearson-Prentice Hall, 8va. Edición (2001).
- Stanton, William J. Fundamentos de Marketing. McGraw Hill, 14ta.
 Edición (2007).

Internet

- Abrir un restaurante/www.abrirunrestaurante.com
- Bocaord.com
- Como Calcular el Tamaño del Mercado/www.creacionempresa.es
- Funciones de DIGENOR/WWW.digenor.gob.do
- Fundamentos de Economía (01/2002) 222.gestiopolis.com
- Menu.com.do

- Propiedad Intelectual/Definicion/www.mcu.es
- Restaurantes.com.do
- Tipos de Restaurantes/www.restaurantes.us



Anexo 1

1. Preguntas de partida

1. ¿De qué se trata la investigación propuesta?

Elaborar un plan de negocios para la creación de un restaurante de comida saludable en la ciudad de Santo Domingo, RD.

2. ¿En qué contexto se ubica?

Se ubicara en la zona metropolitana de Santo Domingo, RD.

3. ¿Es de interés el tema?

Sí, porque cada vez las personas se van preocupando más por tener una alimentación en beneficio de su salud, creando la oportunidad de desarrollar una oferta gastronómica saludable para consumo del público en general.

4. ¿Existe información sobre el mismo?

Sí. En la prensa escrita, internet, libros, programas televisivos y redes sociales.

5. ¿Dónde se puede encontrar o quien tiene la información?

Con las personas que ofrecen su opinión y necesidades al respecto, en las redes sociales, personas del gremio gastronómico, internet, en la prensa escrita y libros.

6. ¿Cuáles son los resultados personales que se esperan?

Comprobar la factibilidad de este tipo de empresa, con el fin de determinar si se llevara a cabo dicho proyecto.

7. ¿Cuáles son los resultados generales que se esperan?

Las expectativas son las de crear un plan de negocio bien elaborado que permita desarrollar dicho proyecto, haciendo posible de esta manera llevarle al público una excelente opción al momento de elegir una alimentación sana.

2. Problema de la investigación

2.1. Planteamiento del problema

Últimamente la población dominicana se ha ido orientando hacia un estilo de vida saludable, dígase una alimentación sana combinada con ejercicios físicos. Al ver esta necesidad ciertos establecimientos de comida han empezado a ofertar en su menú alimentos de bajo contenido calórico, así como también se han aperturado restaurantes dedicados exclusivamente a ofertar un menú light. Sin embargo, nos hemos percatado que la oferta gastronómica de dichos establecimientos básicamente consiste en ensaladas de vegetales o frutas y wraps, representando esto una pobre variedad de opciones para los clientes.

Debido a que nuestra cultura como país no ha sido siempre la de alimentarnos de manera sana y balanceada, el hecho de las personas desear adoptar dicho estilo de vida representa un proceso de transición y adaptación para los mismos el cual se dificulta más si las opciones de alimentos son escasas.

Teniendo en cuenta que un gran porcentaje de la personas debido a sus trabajos se ven obligados a almorzar fuera de sus hogares y que la opción de preparar sus alimentos en la casa y llevarlos al trabajo no es muy viable cuando se trata de vegetales o alimentos que deben estar lo más frescos posible hemos visto la oportunidad de crear un establecimiento de comida que oferte un amplio menú de alimentos bajos en caloría, de rápida preparación y buen sabor para complacer los paladares más exigentes satisfaciendo así las necesidades de los clientes y contribuyendo al buen habito de la vida sana.

2.2. Formulación del problema

¿Cuál es la mejor estrategia para la apertura de un restaurante de comida saludable en Santo Domingo, RD?

2.3. Sistematización del problema

- ¿Cuáles son los productos y servicios que debemos ofrecerle al cliente?
- ❖ ¿Cuáles estrategias se utilizaran para lograr una buena aceptación del público?
- ❖ ¿Cuáles limitaciones presenta el gremio gastronómico, específicamente la cocina saludable?

Objetivos

2.4. Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la creación de un restaurante de comida saludable en Santo Domingo, RD para el año 2014.

2.5. Objetivos específicos

- ❖ Profundizar sobre el tema de los restaurantes y la alimentación saludable.
- ❖ Identificar las necesidades del mercado y desarrollar estrategias para satisfacerlo.
- ❖ Determinar los elementos necesarios para la creación de un restaurante de comida saludable.

Justificación de la investigación

2.6. Justificación Teórica

La investigación es teórica porque obtendremos información acerca del tema en publicaciones escritas, material de internet, libros y manuales.

2.7. Justificación Metodológica

Se realizaran encuestas a una muestra de la población, así como entrevistas a personas con conocimiento en el área con el fin de identificar cuáles son las necesidades de los consumidores y cómo podemos satisfacerlos.

2.8. Justificación Práctica

La investigación es práctica porque ayudara a conocer las estrategias adecuadas para poner en funcionamiento el establecimiento de comida logrando satisfacer todas las exigencias de los clientes.

Marco Referencial

2.9. Marco Teórico

El plan de negocios es un plan empresarial que se realiza cuando se tiene intención de iniciar un negocio o una compañía. En ese caso, se emplea internamente para la administración y planificación de la empresa.

Los planes de negocio tienen tres finalidades. La primera es planificar las acciones ante una oportunidad y evaluar su viabilidad. La segunda es justificar y modificar el proyecto a personas u organizaciones que puedan aportar fondos. Y la tercera es establecer sus objetivos e hitos de desarrollo.

Las partes esenciales del plan de negocio son:

- I. Cubierta y contenido del plan.
- II. Objetivo.
- III. Resumen. Este debe incluir:
- a) Nombre, dirección, número telefónico, dirección electrónica y cualquier diseño gráfico que ya tenga (Logotipo o distintivos).
- b) Una descripción de la clase y estilo del restaurante.
- c) Localización.
- d) Perfil de clientes y mercado objetivo. Estrategias de marketing y publicidad.
- e) Descripción de la competencia.
- f) Equipo directivo.
- g) Estructura de propiedad y del negocio.

También, se debe realizar un estudio detallado en donde se analicen los siguientes aspectos: análisis del área en cuestión, perfil demográfico, perfil económico, análisis de la competencia, perfil industrial y turístico y estrategias de marketing.

Una parte fundamental es el plan financiero. Este es probablemente la parte más importante del plan de negocios pues en él se recoge toda la información detallada y cuantificada en unidades monetarias. Es una herramienta imprescindible al momento de analizar la viabilidad económica y financiera de una empresa.

Un plan financiero consta de las siguientes partes:

- ❖ Presupuesto de Capital: Este detalla los costos iniciales en diversas etapas. La investigación exigirá tiempo y energía; Los costos de iniciar se dividen en dos: Duros (Como materiales de construcción o de equipamiento, y los Blandos (Como el diseño, consultaría o entrenamiento).
- ❖ Plan de Inversión: En esta parte es necesario detallar todo el dinero requerido para empezar a trabajar en el restaurante, e indicar de dónde vino ese dinero.
- ❖ Estados Financieros: Es necesario cómo mínimo elaborar estos: Estado de pérdidas y ganancias (Documento financiero más importante, ya que éste documento no sólo muestra los ingresos sino también los egresos, lo más importante es que muestra si se ganó más de lo que se gastó; Análisis del punto de equilibrio (El objetivo de éste análisis es calcular el nivel mínimo de renta que el restaurante debe producir para poder cubrir todos los gastos; El Balance General (Esto es necesario para mostrarle a los inversionistas el valor de los activos y pasivos del restaurante, y cómo quedarían las acciones); finalmente es preciso elaborar el Flujo de Caja ya que ésta nos muestra la relación entre los activos y los pasivos corrientes.
- ❖ Retorno a la Inversión: Medir el beneficio a obtener por cada unidad monetaria invertida durante un periodo de tiempo. Su medida es un número relacionado con el ratio Coste/Beneficio.

2.10. Marco Conceptual

Light: Alimento que tiene menos calorías que los demás de su especie.

Caloría: se utiliza para medir el contenido energético de los alimentos que

los seres humanos ingerimos y así tener un rango de posibilidades que

indiquen cuáles son los alimentos más apropiados para ingerir de acuerdo a

las necesidades del momento.

Dieta:

1. Régimen alimenticio que se ha de guardar por distintas razones.

2. Alimentación habitual de una persona.

Dieta hipocalórica: es aquel régimen dietético que fundamenta su

aplicación en la restricción calórica diaria, o la reducción en la ingesta de

alimentos (que aportan calorías).

Dieta desintoxicante: es una dieta a corto plazo que reduce al mínimo los

productos químicos ingeridos y hace hincapié en los alimentos que nos

proporcionan un mayor nivel de vitaminas, minerales y antioxidantes (así

como aquellos que son ricos en fibra y en agua).

Obesidad: Es una enfermedad caracterizada por el exceso de tejido adiposo

en el organismo. Se determina la existencia de obesidad en adultos cuando

se presenta un índice de masa corporal mayor de 30. Se debe a la ingesta

de energía en cantidades mayores a las que se gastan, acumulándose al

exceso en el organismo en forma de grasa.

Hábitos alimentarios: Es el conjunto de conductas adquiridas por un

individuo, por la repetición de actos en cuanto a la selección, la preparación y

el consumo de alimentos. Los hábitos alimentarios se relacionan principalmente con las características sociales, económicas y culturales de una población o región determinada. Los hábitos generalizados de una comunidad suelen llamarse costumbres.

Alimentación correcta: Es aquella dieta que cumple con las necesidades específicas de las diferentes etapas de la vida, promueve en los niños y las niñas el crecimiento y el desarrollo adecuados y en los adultos permite conservar y alcanzar el peso esperado para la talla y previene el desarrollo de enfermedades.

2.11. Marco Espacial

El proyecto se realizará en la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana.

2.12. Marco Temporal

La investigación se realizará durante el año 2014

Aspectos Metodológicos

2.13. Tipos de estudio

En la presente investigación se utilizaran los siguientes tipos de estudio:

Exploratorio, se utiliza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. El planteamiento del problema se ha realizado a través del estudio exploratorio.

Descriptivo, este se utilizara para detallar los factores incidentes en la problemática. Mencionara las causas por las cuales se necesita un restaurante de comida saludable con una oferta variada.

Análisis, se analizaran los datos obtenidos en los estudios que se realizaran para obtener información y establecer una relación causa-efecto.

2.14. Fuentes y técnicas de la investigación

2.14.1. Fuentes Documentales

Fuentes primarias: las fuentes utilizadas serán libros relacionados a la elaboración de planes de negocios y administración de restaurantes, encuestas realizadas al público, entrevistas a personas con conocimiento del tema, artículos de revistas y otras monografías sobre temas similares.

Fuentes secundarias: las fuentes secundarias serán artículos de internet, bibliografías encontradas en los mismos y manuales para la elaboración de un plan de negocio.

2.14.2. Fuentes técnicas

Entre las técnicas de recolección de información que se utilizarán en la investigación serán:

La observación

Se observara el comportamiento de las personas que intentan llevar dietas específicas o simplemente comer de manera saludable.

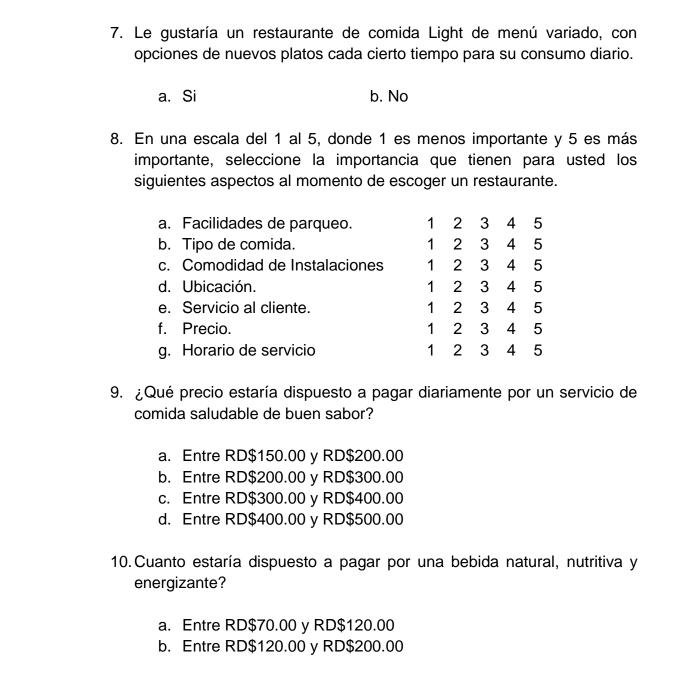
La encuesta

Entrevistas: se realizaran entrevistas a personas con conocimientos sobre el área gastronómica y sobre la alimentación saludable.

Anexo 2

Encuesta

Comp	lete el	siguiente formulario según corresponda:	
1.	Sexo	F M	
2.	Rango de edad.		
	a.	18-28	
	b.	29-39	
	C.	40-50	
3.	¿Se alimenta usted de manera saludable?		
	a.	Si	
	b.	No	
4.	¿En caso de la respuesta ser negativa, porque no lo hace?		
	a.	Prefiero otro tipo de comida.	
	b.	Falta de tiempo para preparar los alimentos.	
	C.	Alto costo	
	d.	Poca variedad de comidas saludables.	
	e.	Otro especifique:	
5.	¿Con	que frecuencia acostumbra comer fuera de casa?	
	a.	Todos los días.	
	b.	Una vez a la semana.	
	C.	Dos o más veces a la semana.	
	d.	Dos Veces al mes.	
	e.	Una vez al mes.	
6.	¿Cuál	es la razón principal por lo que visita un restaurante?	
	a.	No me gusta cocinar.	



b. No tengo Tiempo.c. Porque me invitan.

d. Simplemente me gusta ir.