

PLAN DE NEGOCIOS



UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS



**ESCUELA DE TURISMO
CARRERA LICENCIATURA EN MERCADEO**

**ACTIVIDAD PRÁCTICA PROFESIONAL
INTRODUCCIÓN O ASPECTOS PRELIMINARES DEL PROYECTO**

SECCIÓN II: PLAN DE NEGOCIOS

MÓDULO II

PARTICIPANTE

JULISSA ANTONIA BEJARAN PERALTA

MATRÍCULA: 14-7592

DIPLOMADO

**PLAN DE NEGOCIO Y GESTIÓN INTEGRAL DE PROYECTOS DE
EMPREDIMIENTO EN LÍNEA
FACILITADORA**

ELIANA CAMPOS, M.A./M.G.C.

FECHA Y LUGAR

JULIO 12, 2020

SANTIAGO DE LOS CABALLEROS, REP. DOM.

Índice

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	4
INTRODUCCION	5
SECCION1, ESTRUCTURA IDEOLOGICA.....	7
SECCION 2, ESTRUCTURA DEL ENTORNO	13
SECCION 3, ESTRUCTURA MERCADOLOGICA	31
SECCION 4, ESTRUCTURA TECNICA.....	39
SECCION 5, ESTRUCTURA FINANCIERA	45
CONCLUSION	50
ANEXOS	51

Resumen ejecutivo

El proyecto de un restaurante de comida al estilo de cada cliente con venta de forma online, nace con un fin puntual. Como se plantea en el Objetivo General, ser un medio de solución a la necesidad gastronómica en Santiago de los Caballeros, específicamente en el centro de la ciudad.

Estamos en proceso de maduración del proyecto, con avances en la recopilación de información primaria y secundaria, en estos momentos ya se ha realizado una encuesta virtual, la cual nos muestra un marco más real de la situación competitiva de la zona y las necesidades del sector de un servicio de esta magnitud. El objetivo es hacer todas las pruebas de factibilidad y llegar con nuestro proyecto de comida adaptada a cada cliente, buscando así, lograr un espacio competitivo y ser la opción diferente que la ciudad, sus residentes y trabajadores necesitan.

Introducción

Esta era se caracteriza principalmente por su despliegue en cuanto a la innovación y a los diversos cambios en el ámbito empresarial. La organización es tanto o más difícil que la creación de las mismas empresas; una empresa debe contar con una estructura integrada, que trabaje como un todo.

La alimentación es una de las necesidades básicas más importantes para el hombre. En torno a la satisfacción de esta necesidad, surgen grandes, medianas y pequeñas empresas que se dedican a la producción y comercialización de alimentos. Sin duda alguna, son muchos los aspectos que estimulan a presentar este proyecto además de lanzar al mercado un producto diferente para el sector seleccionado, que muestre la capacidad innovadora y creativa que permita despertar el espíritu empresarial que cada ser humano posee y que aún no conoce, además de arriesgarse a crear una empresa que seguramente en el futuro facilitará la formación y creación de una empresa propia.

En la ciudad de Santiago, hay un amplio sector de la economía que funciona y gira a través de la industria alimenticia, pero dicha industria está compuesta e integrada por diferentes factores que la hacen competitiva y dan razón de ser para que ésta esté al tanto de aquella necesidad tan importante para el hombre como lo es la alimentación. Para dar inicio al proyecto, se realizaron una serie de estudios que mostrarán la factibilidad y aspectos que permitieron realizar un análisis claro acerca de la puesta en marcha el Restaurante Premium virtual.

SECCION 1, MODULO II
ESTRUCTURA IDEOLOGICA DEL PROYECTO
RESTAURANTE PREMIUM

Antecedentes del sector.

En la actualidad el sector de restaurantes en la ciudad de Santiago se ha implementado la tan estratégica entrega a domicilio y la presencia de los restaurantes de forma virtual, pero la mayoría optan por brindar un servicio del mismo menú para todos los clientes lo que nos ha permitido visualizar ese nicho de mercado que aún está solo.

Tras la trascendencia y aumento de demanda en el ámbito de los restaurantes se muestran diversos restaurantes que a lo largo del tiempo se han posicionado como líderes en el mercado, manteniendo su popularidad y posicionamiento ya sea por tradición o por calidad. Estos son conocidos por su innovación y eficacia en el servicio.

- Mr Grilled
- Alkitara
- La Locanda

Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado.

En meses recientes hemos podido observar y estudiar como el sector de restaurantes ha cambiado, los clientes prefieren un servicio más personalizado y adaptado a sus condiciones de salud y estilo de vida, poder contar con opciones de selección de su menú de almuerzos y desayunos totalmente virtual, facilidades de pago y entregas.

Por esto nace la oportunidad de crear lo que será Restaurante Premium, un espacio gastronómico virtual, con un concepto innovador en el mercado dominicano específicamente en la ciudad de Santiago, con esta innovadora idea se pretende maximizar ingresos ya que es fundamental para obtener éxito y sostenibilidad dentro del sector.

Objetivo general y objetivos específicos.

Diseñar un plan de negocios sobre el proyecto de emprendimiento online RESTAURANTE PREMIUM, República Dominicana, Santiago de los Caballeros, periodo mayo-agosto 2020.

Objetivos específicos

- Diseñar el contexto inspiracional y filosófico del emprendimiento online Restaurante Premium

- Realizar la evaluación general del entorno interno y externo que inciden en el proyecto de emprendimiento online Restaurante Premium.
- Determinar el contexto mercadológico, financiero y técnicos del emprendimiento online Restaurante Premium.

Importancia y justificación del proyecto.

Con la finalidad de poder determinar los factores que inciden en la creación de una empresa virtual que pueda estar al alcance de los consumidores y que a la vez la empresa pueda suplir las necesidades de los mismos a través de diversas estrategias. El señalado proyecto beneficiara a la empresa y los consumidores de los productos y servicios a ofrecer.

A nivel personal el proyecto surge con la necesidad de incrementar la productividad y generar más ingresos para poder sustentar los planes a futuro de la familia.

El presente proyecto de investigación pretende cumplir con los requisitos establecidos con el curso final de grado para obtener el título de licenciatura en mercadeo de la UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS de esta ciudad de Santiago.

Metodología.

Para la realización de este proyecto se llevaron a cabo una serie investigaciones y se utilizaron herramientas vitales para el desarrollo de la misma, los cuales permitieron recolectar informaciones, estas fueron recogidas mediante diferentes medios como páginas web, redes sociales, libros entre otros.

Además de llevarse a cabo la realización de encuesta mediante encuesta a posibles clientes de la empresa en la plataforma virtual de Survey.

Dentro de las herramientas utilizada están:

Método de juego de campo te agrega un valor a tu idea directamente, dirige tu pensamiento para hacer que se transforme en modelo de negocio. Esta herramienta permitió convertir esta idea en una realidad utilizando la psicología para su desarrollo.

Canva Board es una herramienta para analizar y crear modelos de negocios de forma simple, tiene una visualización de forma global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece. En este proyecto esta herramienta fue utilizada para definir aspectos importantes sobre la estructura del negocio como son: propuesta de

valor, relación con los clientes, segmentación de clientes, estructura de costos y fuentes de ingreso.

Matriz FD: que son las fortalezas y debilidades de la competencia, con esta herramienta se podrá definir ante quienes se enfrentará el negocio y que se puede mejorar o cambiar para superar o cuales ventajas se lleva para fortalecer.

Matriz FODA: se podrá definir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a la que enfrenta la empresa ante el mercado y la competencia.

Delimitación del proyecto.

El restaurante Premium ofrecerá venta de desayunos y almuerzos con órdenes y pagos virtuales, servicios a domicilio y facilidades de pago, para personas con condiciones médicas, personas que llevan algún tipo de dieta y personas que no tienen ninguna condición para consumir sus alimentos, este proyecto está comprendido en el periodo de mayo- agosto 2020.

Limitaciones del proyecto

En todo proyecto ya sea personal o laborar se enfrentan situaciones difíciles de controlar, dentro de las limitaciones que enfrenta actualmente la empresa es el personal de tecnología debido al alto costo por sus operaciones.

También la creación de canastos seguros para el transporte de los pedidos.

SECCIÓN I: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO.

Descripción de la empresa.

Restaurante Premium, es un restaurante de pedidos virtual, la cual está enfocada en satisfacer las necesidades de nuestro mercado meta que está dirigido a personas con condiciones médicas, personas que llevan una dieta y aquellas personas que no llevan dieta, pero quieren obtener las facilidades de adquirir su almuerzo y desayuno de forma virtual, restaurante premium contara con una gran cobertura en todo Santiago para la entrega de los pedidos a su lugar de trabajo o a su hogar. Contará con asistencia personalizada virtual 24-7, líneas de pago en línea y selección de sus platos mediante página web o vía WhatsApp.

Imagen Corporativa o Brand Kit.

- Logo e Isotipo.



- Eslogan.

Sabor, Experiencia y Calidad

- Colores.

Rojo: Cuando se piensa en la comida, el color rojo se asocia con la carne tierna, jugosa o, incluso, con un caramelo dulce

Amarillo: el amarillo transmite felicidad y alegría, entusiasmo, optimismo y juventud.

Verde: verde representa la relajación, el equilibrio, la armonía, la naturaleza, el medio ambiente y la creatividad. En relación a la alimentación: en la comida el verde se relaciona con lo sano, vegetariano, fresco y, en términos generales, el buen gusto.

- Tipografías.

Allura

Abhaya Libre

Filosofía de negocios.

Misión.

Satisfacer las necesidades y el gusto de nuestros clientes, ofreciendo alimentos típicos y nutritivos de calidad, comodidad y facilidades de pago a través de nuestra plataforma virtual.

Visión.

Ser el mejor restaurante virtual de Santiago de los caballeros y posicionarnos en el mercado local con la comida más nutritiva, con los más altos estándares de calidad.

Valores.

- Honestidad
- Calidad
- Garantía
- Responsabilidad
- Compromiso

Ventajas competitivas

Valor agregado.

- Calidad
- Rapides
- Facilidad de Pago

Estrategia de diferenciación

- Asistencia personalizada
- Pagos en línea
- Envíos gratis
- Autoservicio

SECCION 2, MODULO II
ESTRUCTURA DEL ENTORNO
RESTAURANTE PREMIUM

- Análisis FODA del proyecto.
 - **Fortalezas.**
 - ✓ Excelente calidad
 - ✓ Chef reconocido
 - ✓ Buen servicio
 - ✓ Rápida entrega
 - ✓ Cómodo autoservicio virtual
 - **Oportunidades.**
 - ✓ Incremento del uso de las redes sociales
 - ✓ Presencia de una diversidad de proveedores
 - ✓ Preferencia por los consumidores de comida sana
 - ✓ Creciente tendencia por el consumo de comida con atención personalizada
 - **Debilidades.**
 - ✓ No contar con un sistema de contingencia en caso de falla con el sistema
 - ✓ Reglamentaciones estrictas
 - ✓ Pocos empleados
 - **Amenazas**
 - ✓ Competencias cercanas
 - ✓ Inestabilidad económica
 - ✓ Altos niveles de Desempleo
- Análisis de la competencia.
 - **Principales competidores.**
 - ✓ Mr Grilled
 - ✓ Arkytara

- **Fortalezas.**

- ✓ Estabilidad en el mercado por varios años
- ✓ Experiencia en el manejo de personal
- ✓ Personal capacitado

- **Debilidades.**

- ✓ Poca presencia en las redes
- ✓ Deficiencia en el servicio de delivery
- ✓ Altos precios
- ✓ Poco personal

- **Análisis de la demanda o consumidores.**

Encuesta

En esta sección se pretende conocer el nivel de aceptación del Restaurante Premium virtual, se procedió a realizar una encuesta virtual a diferentes tipos de públicos para determinar qué tan aceptable es la propuesta de negocio planteada, la encuesta fue realizada virtual a un público real de cuarenta personas.

Para dicha encuesta se utilizó la plataforma de Surveyheart una herramienta muy práctica tanto para el encuestador como el encuestado, ya que el encuestado accede a la misma mediante un link, esta herramienta arroja los resultados instantáneos y muy confiables, permite ponerle un tema alegórico a lo que se trata la encuesta.

En breve se mostrarán los resultados de dicha encuesta.

Resultados de la encuesta realizada a una muestra de 59 personas

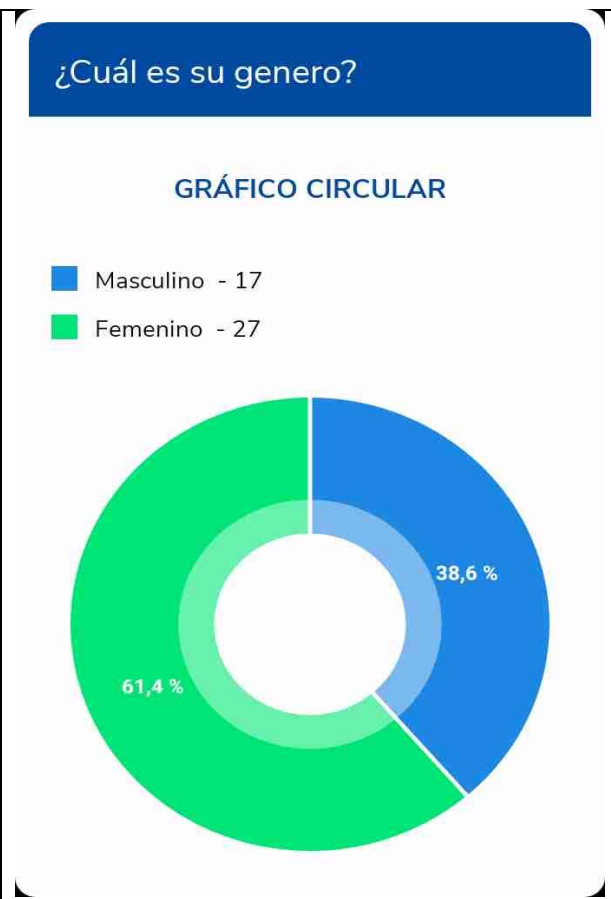
Pregunta 1. Género

Tabla No. 1

¿Cuál es su genero?		
Resultados		
Opciones	%	Conteo
Masculino	38,64	17
Femenino	61,36	27

Fuente: Pregunta 1 del cuestionario aplicado a los usuarios

Grafico No. 1



Fuente: Tabla 1 del cuestionario aplicado a los usuarios

El 38.64 % de los encuestados son masculinos y resto de los encuestados pertenecientes al rango femenino con un 61.36%.

Pregunta No. 2

¿Cuál es su ocupación?

Tabla No. 2

¿Cuál es su ocupación?		
Resultados		
Opciones	%	Conteo
Ama de casa	6,82	3
Estudiante	18,18	8
Empleado privado o públi...	65,91	29
Empresario	9,09	4

Fuente: Pregunta 2 del cuestionario aplicado a los usuarios

Grafico No. 2



Fuente: Tabla 2 del cuestionario aplicado a los usuarios

El 65.91% son empleados privados o públicos, un 18.18% estudiantes, el 9.09% empresarios y el 6.82% Ama de casa.

Pregunta No. 3

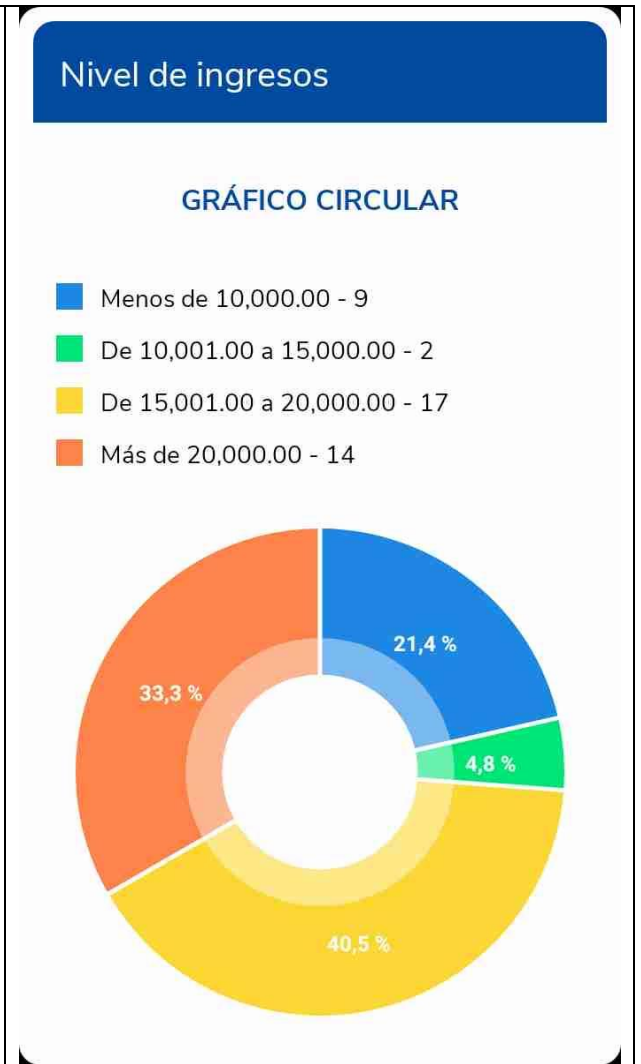
Nivel de ingresos

Tabla No. 3

Nivel de ingresos		
Resultados		
Opciones	%	Conteo
Menos de 10,000.00	21,43	9
De 10,001.00 a 15,000.00	4,76	2
De 15,001.00 a 20,000.00	40,48	17
Más de 20,000.00	33,33	14
Sin respuesta	-	2

Fuente: Pregunta 3 del cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico No. 3



Fuente: Tabla 3 del cuestionario aplicado a los usuarios

El 40.48% tienen ingresos de 15,001.00 a 20,000.00, 33.33% sus ingresos son mayores de 20,000.00, el 21.43% menos de 10,000.00 y el 4.76% de 10,001.00 a 15,000.00

Pregunta No. 4

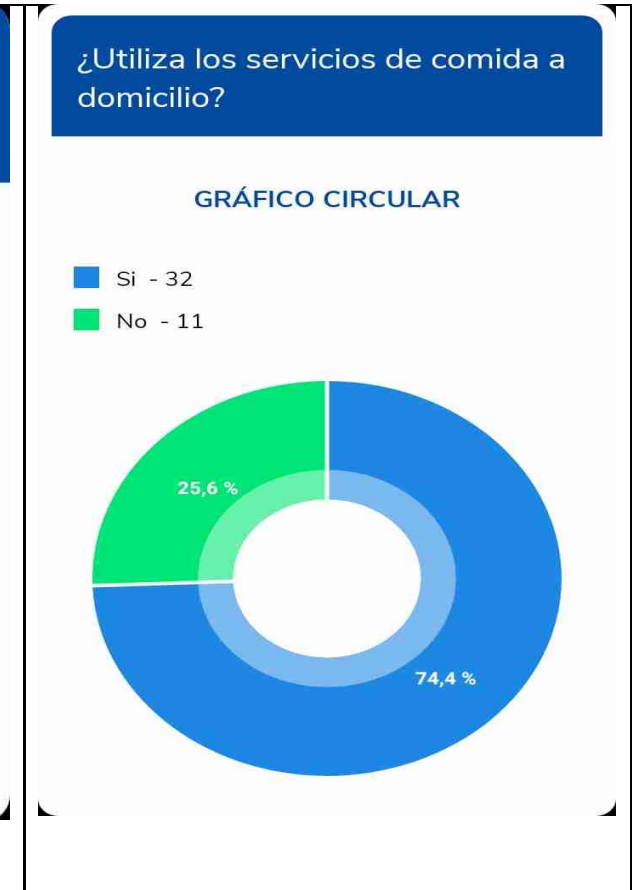
¿Utiliza los servicios de comida a domicilio?

Tabla No. 4

¿Utiliza los servicios de comida a domicilio?		
Resultados		
Opciones	%	Conteo
Si	74,42	32
No	25,58	11
Sin respuesta	-	1

Fuente: Pregunta 4 del cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico No. 4



Fuente: Tabla 4 del cuestionario aplicado a los usuarios

El 72.42% acertaron que sí, mientras que el 25.58% su respuesta fue negativa.

Pregunta No. 5

¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de comida a domicilio?

Tabla No. 5

Grafico No. 5



Fuente: Pregunta 5 del cuestionario aplicado a los usuarios

Fuente: Tabla 5 del cuestionario aplicado a los usuarios

El 38.10% su frecuencia de ordenar comida a domicilio es mensual, el 33.33% varias veces a la semana, 14.29% quincenal, un 7.14% semanal y con igual porcentaje un 7.14% diario.

Pregunta No. 6

¿Qué tipo de comida a domicilio es de tu preferencia?

Tabla No. 6

Grafico No. 6



Fuente: Pregunta 6 del cuestionario aplicado a los usuarios

Fuente: Tabla 6 del cuestionario aplicado a los usuarios

El 50% de los encuestado prefieren comida rápida de franquicias, el 19.05% menú o buffet estándar, el 16.67% Menú personalizado y el 14.29% menú a la carta.

Pregunta No. 7

¿A través de que medio o plataforma realizas tus pedidos de comida?

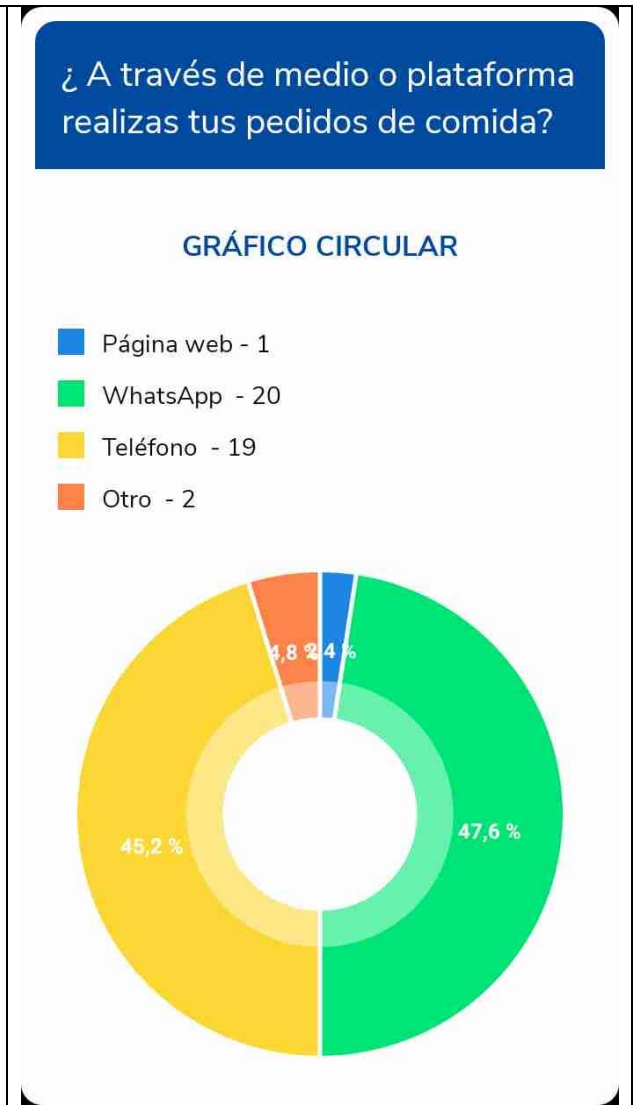
Tabla No. 7

Grafico No. 7

¿ A través de medio o plataforma realizas tus pedidos de comida?

Resultados

Opciones	%	Conteo
Página web	2,38	1
WhatsApp	47,62	20
Teléfono	45,24	19
Otro	4,76	2
Sin respuesta	-	2



Fuente: Pregunta 7 del cuestionario aplicado a los usuarios

Fuente: Tabla 7 del cuestionario aplicado a los usuarios

47.62% realizan sus pedidos vía WhatsApp , 45.24% por llamadas telefónicas, 4.76% otros, y el 2.38% página web.

Pregunta No. 8

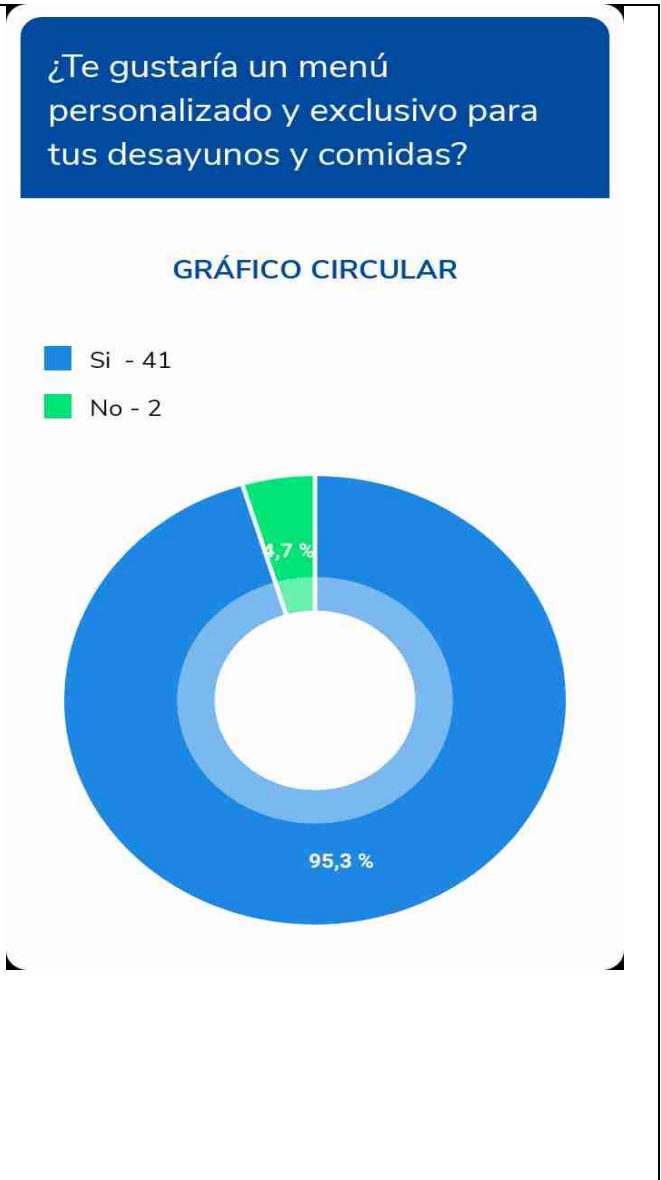
¿Te gustaría un menú personalizado y exclusivo para tus desayunos y comidas?

Tabla No. 8

Resultados		
Opciones	%	Conteo
Si	95,35	41
No	4,65	2
Sin respuesta	-	1

Fuente: Pregunta 8 del cuestionario aplicado a los usuarios

Grafico No. 8



Fuente: Tabla 8 del cuestionario aplicado a los usuarios

El 95.35% responde a que, si les gustaría un menú personalizado y exclusivo para sus desayunos y almuerzos, y el 4.65% no optan por esa opción.

Pregunta No. 9

¿Qué tipo de menú personalizado sería de tu preferencia?

Tabla No. 9

Grafico No. 9



Fuente: Pregunta 9 del cuestionario aplicado a los usuarios

Fuente: Tabla 9 del cuestionario aplicado a los usuarios

64.29% prefieren un menú nutritivo y bajo en calorías, 26.19% un menú suculento y variado, el 7.14% prefieren otros, y el 2.38% adaptado a lo que indique su médico.

Pregunta No. 10

¿Qué es lo más importante para ti al comprar comida?

Tabla No. 10

Gráfico No. 10

¿Qué es lo más importante para ti al comprar comida ?		
Resultados		
Opciones	%	Conteo
Calidad	100,00	43
Precio	0,00	0
Cantidad	0,00	0
Diversidad	0,00	0
Personalización	0,00	0
Otro	0,00	0
Sin respuesta	-	1



Fuente: Pregunta 10 del cuestionario aplicado a los usuarios

Fuente: Tabla 10 del cuestionario aplicado a los usuarios

Para el 100% de los encuestados es más importante la calidad al pedir sus comidas.

Pregunta No. 11

¿Estarías dispuesto a pagar un poco más por un menú personalizado creado a la medida de tus necesidades?

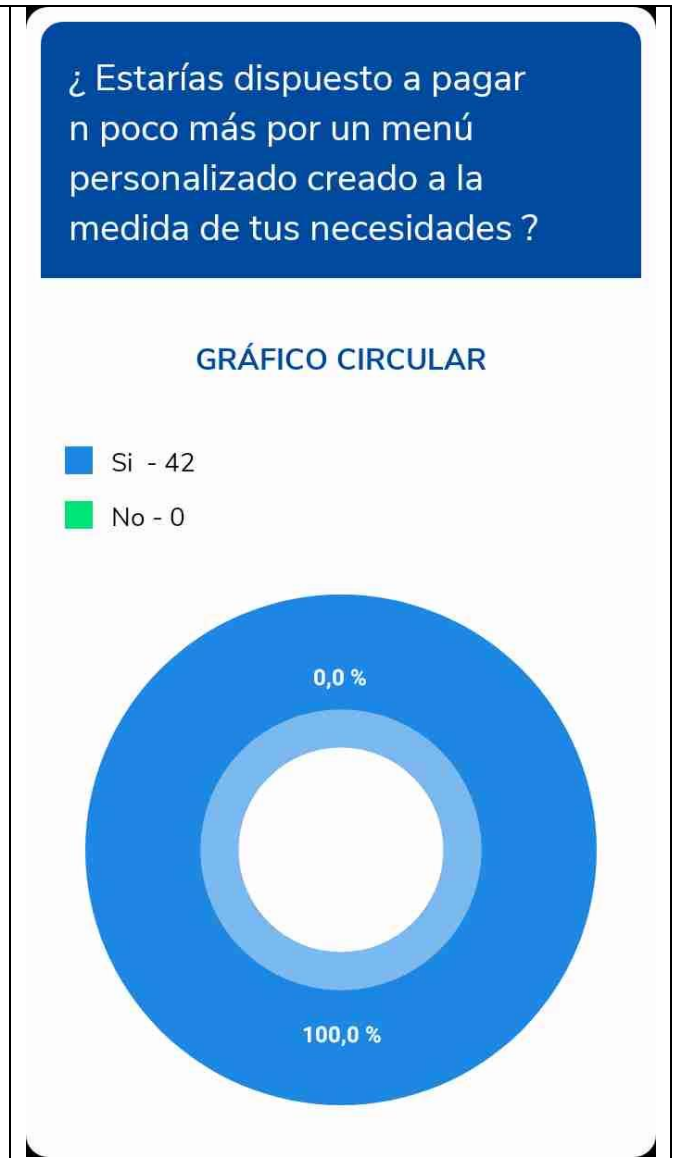
Tabla No. 11

Grafico No. 11

¿ Estarías dispuesto a pagar un poco más por un menú personalizado creado a la medida de tus necesidades ?

Resultados

Opciones	%	Conteo
Si	100,00	42
No	0,00	0
Sin respuesta	-	2



Fuente: Pregunta 11 del cuestionario aplicado a los usuarios

Fuente: Tabla 11 del cuestionario aplicado a los usuarios

El 100% de los encuestados estarían dispuestos a pagar más por un menú personalizado creado a la medida de sus necesidades.

Pregunta No. 12

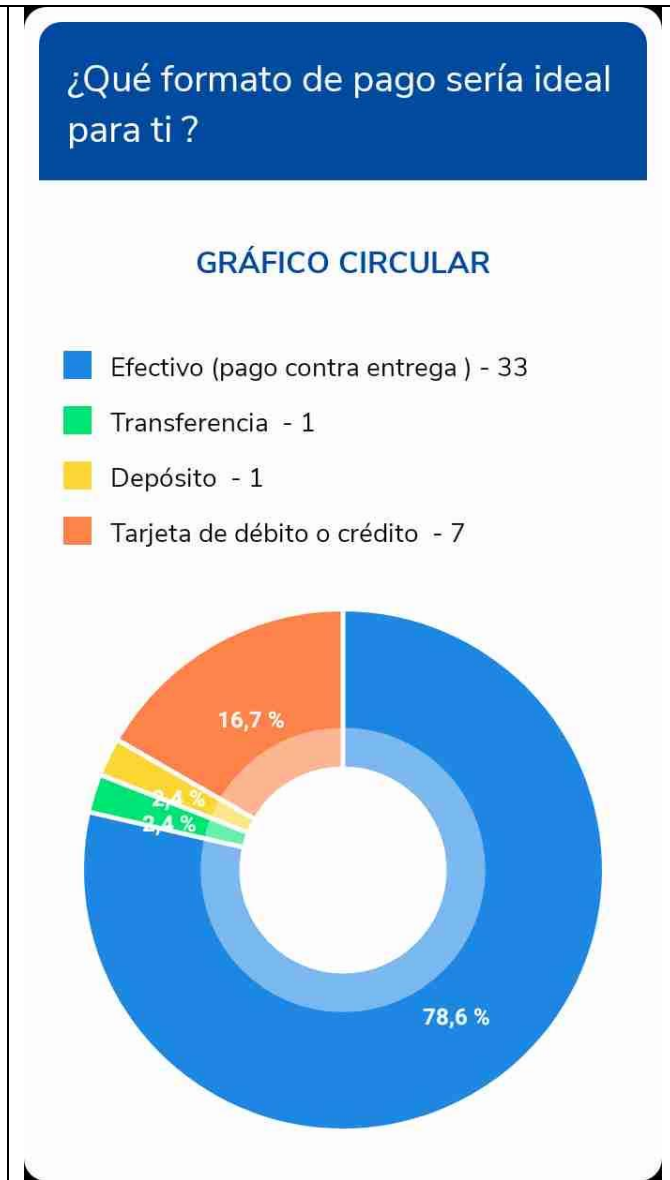
¿Qué formato de pago sería ideal para ti?

Tabla No. 12

¿Qué formato de pago sería ideal para ti ?		
Resultados		
Opciones	%	Conteo
Efectivo (pago contra entrega)	78,57	33
Transferencia	2,38	1
Depósito	2,38	1
Tarjeta de débito o crédito	16,67	7
Sin respuesta	-	2

Fuente: Pregunta 12 del cuestionario aplicado a los usuarios

Grafico No. 12



Fuente: Tabla 12 del cuestionario aplicado a los usuarios

El 78.57% prefieren realizar sus pagos en efectivo, 16.67% tarjeta de débito o crédito, 2.38% deposito, y de igual porcentaje el 2.38% transferencia.

Pregunta No. 13

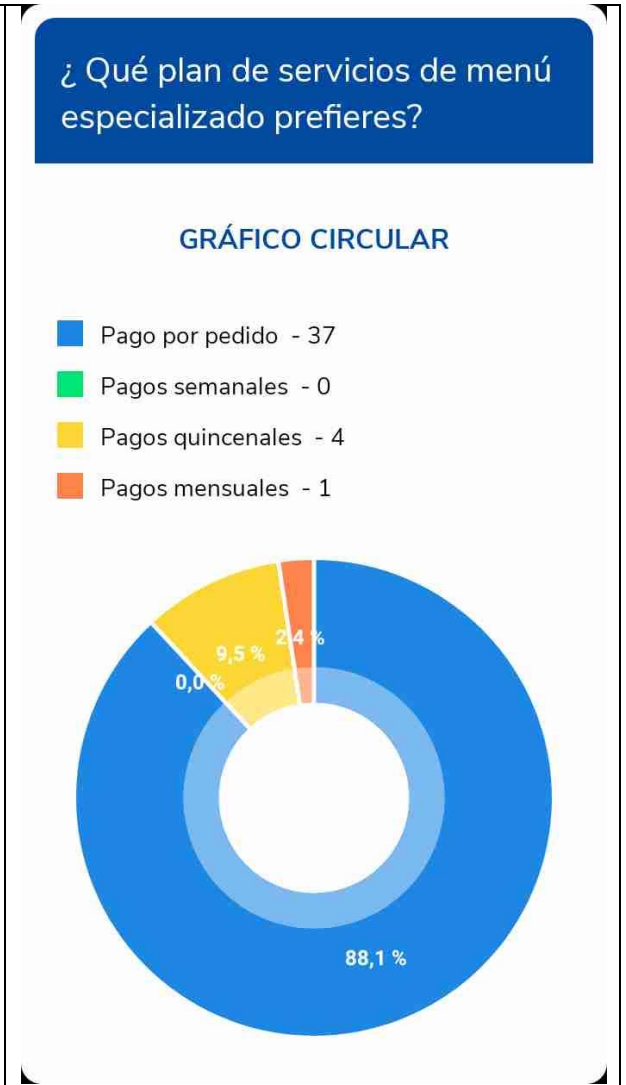
¿Qué plan de servicios de menú especializado prefieres?

Tabla No. 13

¿ Qué plan de servicios de menú especializado prefieres?		
Resultados		
Opciones	%	Conteo
Pago por pedido	88,10	37
Pagos semanales	0,00	0
Pagos quincenales	9,52	4
Pagos mensuales	2,38	1
Sin respuesta	-	2

Fuente: Pregunta 13 del cuestionario aplicado a los usuarios

Grafico No. 13



Fuente: Tabla 13 del cuestionario aplicado a los usuarios

El 88.10% optaron por realizar el pago de sus planes pago por pedido, un 9.52% pagos quincenales, 2.38% pagos mensuales y 0% pagos semanales.

Pregunta No. 14

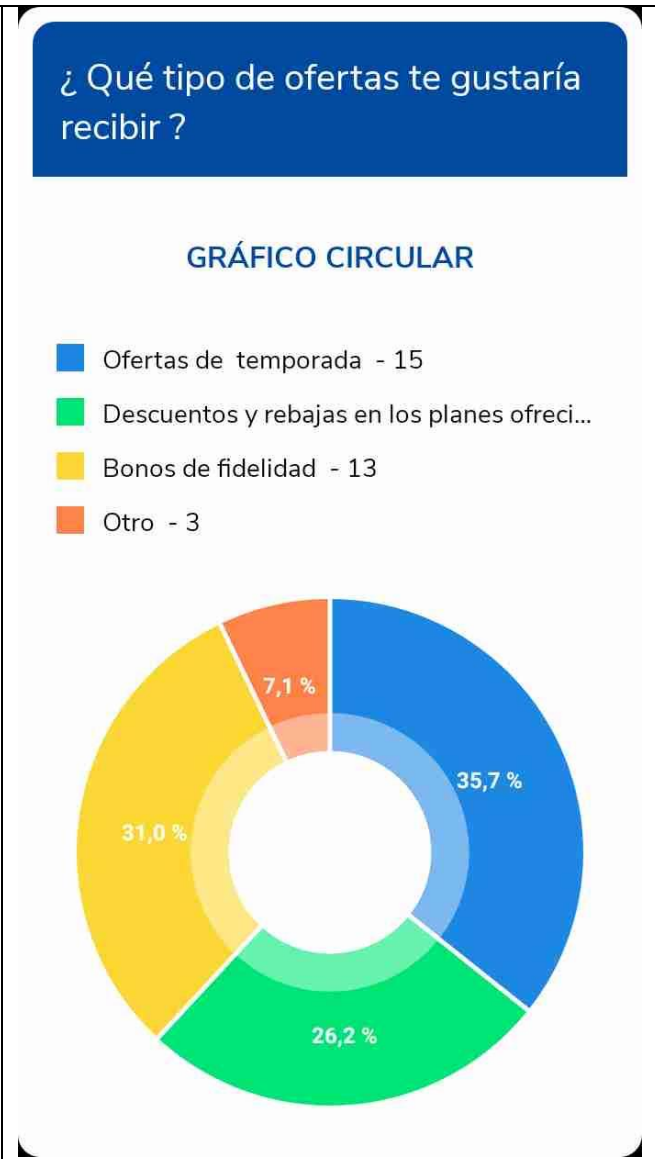
¿Qué tipo de ofertas te gustaría recibir?

Tabla No.14

¿ Qué tipo de ofertas te gustaría recibir ?		
Resultados		
Opciones	%	Conteo
Ofertas de temporada	35,71	15
Descuentos y rebajas en los ...	26,19	11
Bonos de fidelidad	30,95	13
Otro	7,14	3
Sin respuesta	-	2

Fuente: Pregunta 14 del cuestionario aplicado a los usuarios usuarios

Grafico No.14



Fuente: Tabla 14 del cuestionario aplicado a los usuarios

35.71% ofertas de temporada, 30.95% bonos de fidelidad, 26.19% descuentos y rebajas en los planes ofrecidos y 7.14% otro.

Pregunta No. 15

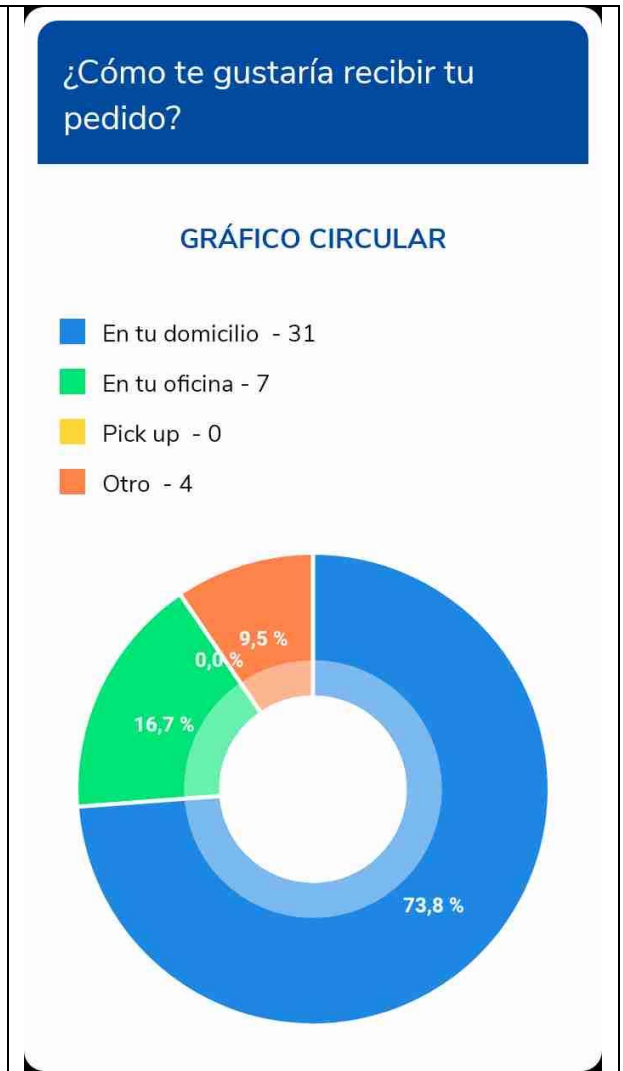
¿Cómo te gustaría recibir tu pedido?

Tabla no. 15

¿Cómo te gustaría recibir tu pedido?		
Resultados		
Opciones	%	Conteo
En tu domicilio	73,81	31
En tu oficina	16,67	7
Pick up	0,00	0
Otro	9,52	4
Sin respuesta	-	2

Fuente: Pregunta 15 del cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico No. 15



Fuente: Tabla 15 del cuestionario aplicado a los usuarios

73.81% prefieren sus pedidos en su domicilio, 16.67% en su oficina, el 9.52% otro y 0% pick up.

SECCION 3, MODULO II
ESTRUCTURA MERCDOLOGICA
RESTAURANTE PREMIUM

- **Mercado Meta.**

- Avatar de cliente.

Restaurante Premium está dirigido a personas que residan en Santiago de los Caballeros, hombres y mujeres con edad de 18 a 45 años, nivel de ingresos de RD\$10,000 a más de RD\$20,000, personas que no solo les guste comer si no que les guste comer bien y tener facilidad en sus órdenes, amantes a las compras online.

El mercado objetivo al que va dirigido el restaurante es el siguiente:

- Personas que tienen condiciones medicas
- Personas que llevan un tipo de dieta
- Personas que no llevan dieta
- Personas que no tengan tiempo para preparar sus alimentos

Los clientes del restaurante serán los consumidores finales, ya que son quienes realmente probarán el producto dentro del lugar. No se manejarán cadenas de mayoristas o minoristas, por lo que toda la estrategia de mercadeo va dirigida a ese único segmento y esto permite mayor efectividad en los procesos de marketing.

- Principales necesidades o deseos y expectativas.

Dentro de los principales necesidades o deseos están:

- Comidas saludables
- Servicio de delivery
- Precios asequibles
- Facilidades de pago

Expectativas

- Calidad
- Rapidez
- Atención personalizada
- Estrategias de producto.
 - Descripción del producto o servicio.

La idea de crear un restaurante con nuevas tendencias gastronómicas online consiste en que se va a ofrecer una propuesta de servicios online que lleve tranquilidad y seguridad a cada uno de los consumidores.

El servicio contara con una plataforma online donde podrán realizar desde la orden hasta el pago de la misma, se trata de un negocio culinario que además de adaptarse a lo exigido por los clientes nunca perdiendo las costumbres y platos típico que nos identifica como nación.

- Características.

Desayunos y almuerzos

1-Cero grasas y conservantes 100% dietéticos

2- Ricos en proteínas, minerales y grasas buenas

3- Bajo en grasas, diseñados para público sin ningún tipo de dieta

- Beneficios.

Ofrecer al público el servicio de alimentación con órdenes online, mediante 2 líneas de negocio como son desayunos y almuerzos, con productos elaborados con los más altos estándares de calidad, con recursos excelentes, un excelente servicio al cliente.

- Ventajas.

-No hacer esperar al cliente más del tiempo estipulado según distancia

- Plataforma asequible para realizar sus ordenes

-Compromiso de la entrega correcta

- Valor agregado.

Restaurante premium contara con dos valores agregados que son sus productos y su facilidad de adquisición.

Los productos que se elaboran en Restaurante Premium son productos en su gran mayoría recetas dominicanas, los cuales cuentan con su valor agregado de que son realizados a la medida del cliente.

Además de que contaran con una plataforma para pedir sus desayunos o almuerzos.

- Formato de compra.

El formato de compra ideal para los clientes de Restaurante Premium son los siguientes:

- ✓ Pagos vía transferencias bancarias
- ✓ Pagos con tarjetas de crédito
- ✓ Pagos contra pedido
- Estrategias de precios.
 - Costo o inversión de producción o adquisición.
 - Desayunos para Personas con condiciones medicas
Entre RD\$90 y RD\$ 130
 - Desayunos para personas que llevan dieta
Entre RD\$100 y RD\$ 150
 - Desayunos para personas que no llevan ningún tipo de dieta
Entre RD\$70 y RD\$ 90
 - Almuerzos**
 - Almuerzos para personas que tienen condiciones medicas
Entre RD\$ 110 y RD\$ 140
 - Almuerzos para personas que llevan dieta
Entre RD\$ 130 y RD\$ 170
 - Almuerzos para personas que no llevan dieta
Entre RD\$ 95 y RD\$120
 - Margen de beneficios.

La fijación de los precios para los productos en estudio se estima con base de los costos de producción y adquisición de cada uno de ellos a los cuales se le incrementa el margen de utilidad de un 40% para los servicios y un 35% para desayunos y Almuerzos, teniendo en cuenta no superar los precios de los competidores con el objeto de competir con Precio y obtener una adecuada rentabilidad.

- Precio de venta.

Para que un negocio tenga éxito, sus precios deben cubrir los costos totales más algún margen de utilidades. En consecuencia, la manera mediante la cual se definió el precio, se basará en el conocimiento del comportamiento básico de los costos totales, y teniendo en cuenta el enfoque del mercado.

Desayuno para personas con condiciones medicas

-Entre RD\$ 130 y RD\$160

La diferencia de precio depende de que ingredientes se incluirán en su pedido

Desayuno para personas con un tipo de dieta

-Entre RD\$ 130 y RD\$ 180

Desayuno para personas que no llevan ningún tipo de dieta

-Entre RD\$ 100 y RD\$ 120

Almuerzos

Almuerzo para personas con condiciones medicas

-Entre RD\$ 140 y RD\$ 170

Almuerzo para personas que llevan un tipo de dieta

-Entre RD\$ 160 y RD\$ 200

Almuerzo para personas sin ningún tipo de dieta

-Entre RD\$ 125 y RD\$ 150

- Precios promocionales.

Para implementar las estrategias de precios en el Restaurante Premium se aplicarán unas políticas de precios que se mencionarán a continuación.

Políticas de precios competitivos

A pesar de que Restaurante Premium va a ofrecer productos de alta calidad los precios se mantendrán a la par con los de la competencia para de esta forma llegar a la mayor cantidad de consumidores, los cuales diferenciarían la calidad de los productos.

-Políticas de precios selectivos

Como se trata de un restaurante que ofrecerá servicios de almuerzos y desayunos con planes de pagos mensuales y quincenales, a estos consumidores se le aplicará un descuento especial de un 5% en su plan.

-Política de descuentos

Como uno de los mayores atractivos de los clientes son los descuentos para para fechas especiales también recibirán descuentos desde un 5% hasta un 15% en las suscripciones de planes quincenales o mensuales.

- **Formatos de pago.**

Transferencias bancarias

Pagos con tarjetas de crédito o debito

Pago contra pedido

- **Manejo de devoluciones, descuentos e impuestos.**

Políticas de devoluciones o reemplazos

Restaurante Premium se compromete a asumir toda responsabilidad y reemplazar el costo del servicio por otro cuando:

-Servicio solicitado sea distinta al pedido

-Servicio solicitado llegue en mal estado

-El tiempo de espera sea mayor a 30 minutos al tiempo estipulado

Nota: no se hace devolución de efectivo, se reemplazará por otro servicio o se le realizará una nota de crédito para consumo cuando desee.

Políticas de descuentos

Los descuentos de temporadas serán descuentos únicos quiere decir no admiten oferta extra que se realicen por aniversarios u otras actividades repentinas.

Impuestos

El impuesto que se llevará a cabo será el estipulado por la ley El **ITBIS** (*Impuesto sobre Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios*) es del 18% y se aplica a la mayoría de las compras. En restaurantes, bares y hoteles, se añade automáticamente un 10% adicional como cargo por servicio.

- **Estrategias de distribución.**

Para que el Restaurante Premium presente una gran acogida en el mercado en la innovación de pedidos, se va a tener en cuenta unas alternativas de marketing para llegar al consumidor.

- **Puntos de exhibición y ventas.**

El punto de exhibición será mediante las redes sociales (Instagram, Facebook y WhatsApp) y nuestra página web.

- **Formato y medios de distribución física.**

El formado de entrega será vía delivery motorizados y autobús para pedidos de mayores cantidades, los envíos serán entregados a la persona a nombre de quien se hizo el pedido, la confirmación será mediante un código de orden que se le asignará al cliente a la hora de realizar su pedido, el negocio mantendrá un orden en los pedidos para de manera organizada y con tiempo los pedidos lleguen al cliente con el tiempo y la calidad requerida.

- **Estrategias de comunicación.**

Cuando una empresa se concentra en ampliar la participación en su mercado actual de producto, se involucra en una estrategia de penetración de mercado, la penetración en el mercado implica publicidad para promover y generar la diferenciación de los productos ofrecidos por parte del restaurante.

- **Tácticas promocionales.**

Dentro de las tácticas promocionales tendremos ofertas, descuentos y bono por fidelidad.

- **Tácticas publicitarias promocionales:**

Se estará realizando mini videos de la creación de algunos platos, spots publicitarios cuando se acerque una oferta.

- **Tácticas promocionales de medios**

Mediante la pagina web se estrana recoleando una base dato de los clinetes donde sera necesario su correo electronico para utilizarlo como medio de promocion, por esta via se mantendran informados los clientes sobre las ofretas, descuentos y otras actividades que se realicen en el Restaurante, ademas en las redes sociales se mantrendra una comunicación interactiva acerca de las ofertas y despuestos.

- **Tácticas de ventas:**

Para las tácticas de ventas se pondrá a disposición del cliente un catálogo en pdf del menú completo para cada tipo de cliente, el archivo estará disponible en las diferentes redes sociales a disposición de los clientes, además acompañado de videos del diferente menú existente en el restaurante.

- **Tácticas de relaciones públicas.**

Restaurante Premium se compromete a realizar patrocinio para el desarrollo del arte culinario en la ciudad de Santiago, en conjunto con los socios claves, además de la participación en actividades para el bien social de Santiago de los caballeros.

SECCION 4, MODULO II
ESTRUCTURA TECNICA
RESTAURANTE PREMIUM

- Principales socios claves del proyecto.

- Accionistas o Inversionistas.

Restaurante Premium es una empresa de un único propietario y cuenta con inversionista que es quien supe la parte financiera en caso de ser necesario.

- Proveedores.

Dentro de la línea de proveedores el restaurante cuenta con:

Proveedor de bienes

-Suplidora Moronta, proveedor de materias primas

Proveedor de servicios

-Edenorte

-Coraasan

_Cabrera net

-Claro

Proveedor de recursos

-Inversiones Taveras

Plataforma online.

-Instagram

-Wix

-Facebook

-WhatsApp Bussines

- Asesores o especialistas de producción y Operaciones.

- Diseño gráfico.

Restaurante Premium contratará los servicios de la compañía Cabrera net que presta servicios de redes la cual la cual manejará, el diseño gráfico, manejo de los sitios webs y soporte técnico, es uno de los proveedores de servicios del restaurante.

- Producción de alimentos o artículos.

En Restaurante Premium los alimentos serán elaborados por manos de un chef muy reconocido en la ciudad de Santiago, dedicado a poner amor en cada uno de sus platos, desde los desayunos hasta las comidas serán elaboradas exclusivamente en el restaurante.

- Áreas operativas del proyecto.

- Gerencia administrativa.

En la Gerencia Administrativa el Restaurante contará con la presencia del propietario del negocio, mientras el negocio inicia, si en el futuro el negocio requiere un personal profesional en el área será asignado.

- Atención al cliente.

En la atención al cliente se tendrá una persona asignada para contestar las llamadas telefónicas y vía WhatsApp, esta persona estará encargada de manejar la atención al cliente, las ventas y gestión de los pedidos.

- Producción.

En la producción habrá un total de tres personas, un chef y dos ayudantes, a medida que el Restaurante tenga mayor demanda el personal si así lo requiere también aumentará.

- Contabilidad

Para la facturación, los cobros, la contabilidad, compras y control de inventarios se contará un profesional en el área quien se asignará exclusivamente para esta función ya que pertenece a una de las más delicadas del negocio, tomando en cuenta que se efectuaran pagos en líneas y pagos contra entrega.

Para las compras este personal deberá llevar de forma organizada tanto las entradas como salidas de efectivo y pedidos.

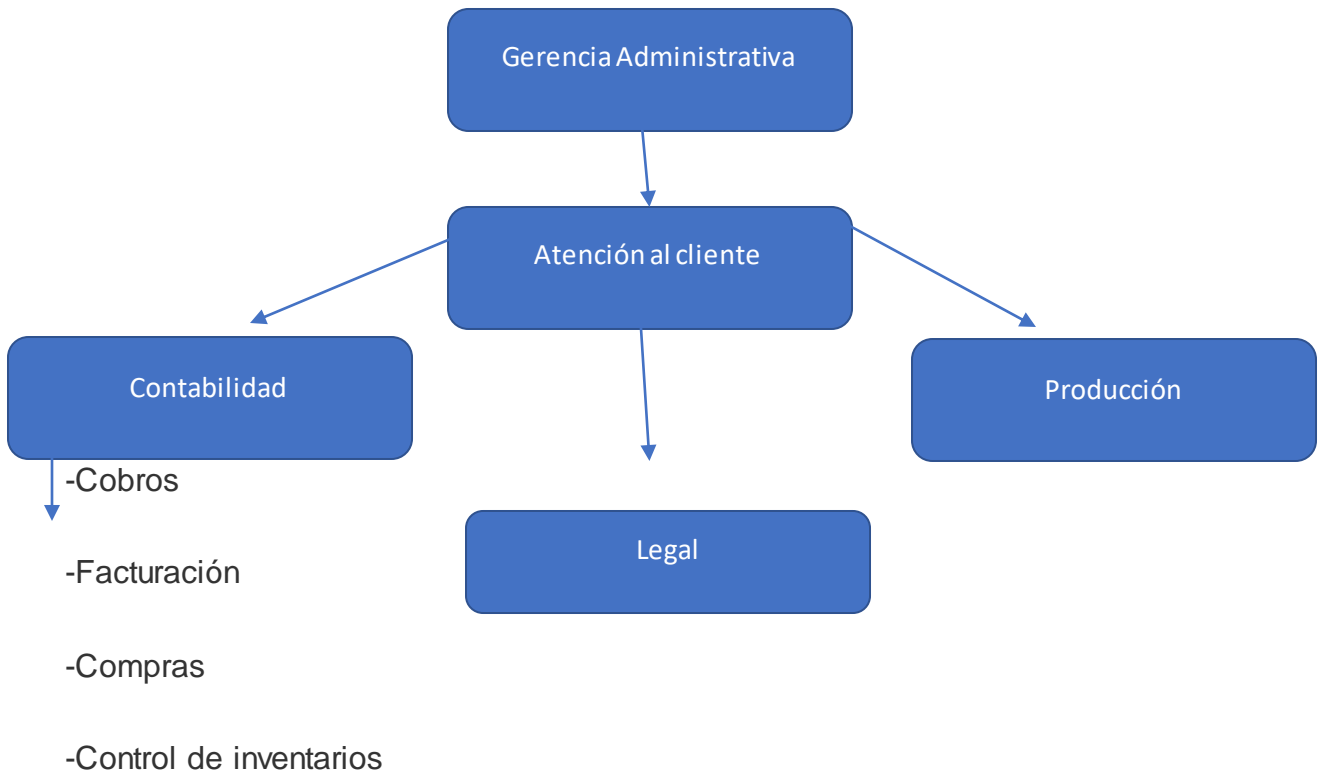
- Legal.

El Restaurante como contará con empleados legalmente contratados y unas políticas de pedidos, tendrá asignados los servicios de un abogado familiar para los tramites antes cualquier contratación de servicios así mismo como cancelaciones y contratación de personal.

- Actualización de contenidos online.

Dentro de los servicios contratados con la compañía Cabrera Net está el mantenimiento de las redes y paginas sociales, mientras la empresa pueda contratar un personal exclusivo para eso.

- Organigrama.



- Horario de trabajo y asistencia al cliente.

Horario de asistencia al cliente

De lunes a sábados de 7:00 AM a 4:00 PM

Horario de empleados

De lunes a sábado de 5:30 AM a 5:00 PM

- Políticas operativas del negocio.
 - Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas del local, muebles, equipo de trabajo y alimentos.
 - Alcanzar un servicio rápido y eficiente, siempre cuidando cada paso del proceso, los modales y comportamiento para con el cliente.
 - Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos, acatando los procedimientos establecidos.
 - Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
 - Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter poli funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado impulsando el desarrollo.

- Normas laborales.
 - Prohibido el uso de palabras inadecuadas con clientes o compañeros
 - Asistir debidamente uniformados
 - Puntualidad

SECCION5, MODULO II
ESTRUCTURA FINANCIERA
RESTAURANTE PREMIUM

PLAN DE INVERSION

Descripción	Costo	Total
Ordenador de mesa o laptop	\$ 32,000.00	\$ 32,000.00
Impresora de inyector de tinta	\$ 12,000.00	\$ 44,000.00
Mobiliario de oficina	\$ 85,000.00	\$ 129,000.00
Dispositivo o móvil o Tablet	\$ 20,000.00	\$ 149,000.00
Aire acondicionado*	\$ 30,000.00	\$ 179,000.00
Hosting y dominio web	\$ 6,000.00	\$ 185,000.00
Softwares especializados	\$ 40,000.00	\$ 225,000.00
Soporte técnico	\$ 15,000.00	\$ 240,000.00
Diseñador grafico	\$ 30,000.00	\$ 270,000.00
Equipos y maquinarias*	\$ 150,000.00	\$ 420,000.00
Insumos y materiales	\$ 70,000.00	\$ 490,000.00
Materia prima*	\$ 85,000.00	\$ 575,000.00
Mercancía*	\$ 60,000.00	\$ 635,000.00
Suministro electricidad	\$ 4,000.00	\$ 639,000.00
Servicios de data o internet	\$ 3,000.00	\$ 642,000.00
Embalaje o empaques	\$ 13,000.00	\$ 655,000.00
Otros especifique	\$ -	\$ 655,000.00

Estado de Flujos de Efectivo Proforma

Cuentas por cobrar

	\$	
Ventas al contado mensual	200,000.00	
	\$	
Ventas a crédito mensual	75,000.00	
	\$	
Otros ingresos	15,000.00	
		\$
Total, cuentas por cobrar		290,000.00

Gastos Operacionales

	\$	
Servicio de luz eléctrica	4,500.00	
	\$	
Plan de teléfono fijo y móvil	3,000.00	
	\$	
Plan de internet fijo y móvil	3,500.00	
	\$	
Combustible	5,000.00	
	\$	
Otros	7,000.00	
		\$
Total, Gastos Operacionales		23,000.00

Costos Operacionales

Hosting y dominio	\$		
		1,000.00	
Software seguridad	\$		
		2,500.00	
Softwares especializados	\$		
		5,000.00	
Diseño gráfico o contenido web	\$		
		3,750.00	
Embalaje	\$		
		2,300.00	
Envíos	\$		
		6,000.00	
Otros	\$		-
			\$
Total, Costos Operativos			20,550.00
Préstamos o financiamientos			
Tarjeta de crédito	\$		-
	\$		
Prestamos independiente		60,000.00	
Financiamiento bancario	\$		-
Otros	\$		-
			\$
Total, Prestamos o financiamientos			60,000.00
			\$
Total			186,450.00

Estado de Resultados Proforma

Ingresos por ventas anuales			
Desayuno	\$	1,044,000.00	
Almuerzo	\$	2,088,000.00	
otros	\$	348,000.00	
Total, de ingresos			\$ 3,480,000.00
Costos			
Costos directos	\$	1,032,000.00	
Costos indirectos	\$	246,600.00	
Costos fijos	\$	178,800.00	
Costos variables	\$	86,000.00	
Total, costos			\$ 1,543,400.00
Intereses sobre préstamos o imp.			
Financiamientos bancarios	\$	-	
Tarjeta de crédito	\$	-	
Prestamos independientes	\$	720,000.00	
Impuestos	\$	-	
Total, intereses o impuestos			\$ 720,000.00
Ganancia o Pérdida Neta			\$ 1,216,600.00

Plan de Medios Online

Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total
Flyers	10	\$ 585.00	\$ 5,850.00
Videos	5	\$ 585.00	\$ 2,925.00
Tutoriales		\$ -	\$ -
Catálogos	3	\$ 1,500.00	\$ 4,500.00
Fotos		\$ -	\$ -
Artículos		\$ -	\$ -
Infomerciales		\$ -	\$ -
Publicidad en YouTube		\$ -	\$ -
Publicidad en redes sociales	30	\$ 300.00	\$ 9,000.00
Capsulas informativas		\$ -	\$ -
Otros		\$ -	\$ -
Total		\$ 2,970.00	\$ 22,275.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES 3		MES 4	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
DESAYUNOS	\$ 150.00	60	\$ 9,000.00	45	\$ 6,750.00	60	\$ 9,000.00	60	\$ 9,000.00
ALMUERZOS	\$ 250.00	60	\$ 15,000.00	45	\$ 11,250.00	60	\$ 15,000.00	60	\$ 15,000.00
otros	\$ 500.00	10	\$ 5,000.00	15	\$ 7,500.00	15	\$ 7,500.00	16	\$ 8,000.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 900.00	130	\$ 29,000.00	105	\$ 25,500.00	135	\$ 31,500.00	136	\$ 32,000.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 5		MES 6		MES 7		MES 8	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
	\$ 150.00	65	\$ 9,750.00	65	\$ 9,750.00	70	\$ 10,500.00	70	\$ 10,500.00
	\$ 250.00	65	\$ 16,250.00	65	\$ 16,250.00	70	\$ 17,500.00	70	\$ 17,500.00
	\$ 500.00	18	\$ 9,000.00	18	\$ 9,000.00	19	\$ 9,500.00	19	\$ 9,500.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 900.00	148	\$ 35,000.00	148	\$ 35,000.00	159	\$ 37,500.00	159	\$ 37,500.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES 10		MES 11		MES 12	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
	\$ 150.00	75	\$ 11,250.00	75	\$ 11,250.00	80	\$ 12,000.00	85	\$12,750.00
	\$ 250.00	75	\$ 18,750.00	75	\$ 18,750.00	80	\$ 20,000.00	85	\$21,250.00
	\$ 500.00	20	\$ 10,000.00	20	\$ 10,000.00	20	\$ 10,000.00	20	\$10,000.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 900.00	170	\$ 40,000.00	170	\$ 40,000.00	180	\$ 42,000.00	190	\$44,000.00

	\$
Primer cuatrimestre	118,900.00
	\$
Segundo cuatrimestre	145,900.00
	\$
Tercer cuatrimestre	166,900.00
	\$
Total proyección de ventas	431,700.00

CONCLUSION

Al realizar esta investigación se pudo aprender más acerca de todo lo que es necesario para formar una empresa. Este proyecto es viable ya que las estadísticas arrojadas por la encuesta demuestran que el consumo de comida es uno de los más demandados en el país, y que las personas prefieren sus almuerzos acordes a sus necesidades y con la facilidad de pedirla por página web o WhatsApp, en fin, obtener esa comodidad que Restaurante Premium les brinda.

Es necesario tener en cuenta que es sumamente importante aplicar a un proyecto cada de los pasos del plan de negocio ya que estos ayudaran a su vez a planificar el inicio del proyecto.

Tomar en cuenta además que para todo proyecto se debe contra un capital inicial y mantener el ánimo de seguir hasta el final.

ANEXO

Encuesta

- 1- ¿Cuáles es tu género?**
- 2- ¿Cuál es su ocupación?**
- 3- Nivel de ingresos**
- 4- ¿Utiliza los servicios de comida a domicilio?**
- 5- ¿Con que frecuencia utiliza los servicios de comida a domicilio?**
- 6- ¿Qué tipo de comida a domicilio es de tu preferencia?**
- 7- ¿A través de que medio o plataforma realizas tus pedidos de comida?**
- 8- ¿Te gustaría un menú personalizado y exclusivo para tus desayunos y comidas?**
- 9- ¿Qué tipo de menú personalizado sería de tu preferencia?**
- 10- ¿Qué es lo más importante para ti al comprar comida?**
- 11- ¿Estarías dispuesto a pagar un poco más por un menú personalizado creado a la medida de tus necesidades?**
- 12- ¿Qué formato de pago sería ideal para ti?**
- 13- ¿Qué plan de servicios de menú especializado prefieres?**
- 14- ¿Qué tipo de ofertas te gustaría recibir?**
- 15- ¿Cómo te gustaría recibir tu pedido?**