



---

# PLAN DE EMPRESA

---

M11. EMPRESA A L'AULA



LAURA BARRAGAN RUIZ  
MAIKOL BARRETO PUERTAS

## ÍNDICE

1. Presentación general del proyecto.....	3
1.1. Introducción al proyecto .....	3
1.2. La idea y sus atributos .....	8
1.3. Misión y visión.....	9
1.4. Valores.....	10
1.5. Selección de la sociedad.....	10
1.6. Dar de alta a la empresa .....	11
2. Servicios.....	12
2.1. Menús del día .....	13
2.2. Menú festivo.....	13
2.3. Carta, tapas y vinos .....	13
2.4. Servicio bartender .....	14
2.5. Eventos.....	14
2.6. Disponibilidad de WIFI y cargadores. ....	16
2.7. Magos .....	16
2.8. Stand up (comedia en vivo).....	16
3. Estudio del mercado .....	17
3.1. Estudio del mercado .....	17
3.2. Análisis de los competidores .....	18
3.3. Diferenciación .....	20
3.4. DAFO.....	20
4. Ubicación.....	21
4.1. Ubicación geográfica.....	21
4.2. Diseño y distribución .....	22
4.3. Costes.....	25
5. Plan de Márketing.....	27
5.1. Imagen Corporativa.....	27
5.2. Valores.....	27
5.3. Nombre .....	27
5.4. Logotipo .....	28
5.5. Vestuario y complementos .....	30
5.6. Plan de publicidad.....	31
6. Área de ventas .....	34
6.1. Cliente objetivo.....	34
6.2. Canales de venta .....	34
6.3. Política de precios.....	35

6.4.	Servicio postventa.....	35
7.	Área de compras .....	36
7.1.	Busqueda de proveedores .....	36
7.2.	Creación de baremo.....	37
7.3.	Valoración de proveedores .....	38
7.4.	Selección de proveedores.....	39
8.	Recursos humanos.....	41
8.1.	Organigrama .....	41
8.2.	Perfiles profesionales .....	41
8.3.	Convenio.....	45
8.4.	Cuadro de gastos RR HH.....	48
9.	Plan económico financiero.....	49
9.1.	Recursos propios .....	49
9.2.	Fondos de financiación .....	49
9.3.	Previsión de gastos.....	49
9.4.	Previsión de ingresos.....	50
10.	Plan de prevención .....	52
11.	Plan medio ambiental.....	56
12.	Anexos.....	57

## 1. Presentación general del proyecto

### 1.1. Introducción al proyecto

#### ¿Quiénes somos?

Somos dos compañeros que hemos realizado una investigación sobre distintos comercios que junten nuestras aficiones para poder crear una empresa y obtener mayor beneficio económico. Decidimos escoger la idea de negocio de un restaurante con un ambiente tematizado en la fauna marina y con una gran variedad de gastronomía mediterránea.

Esta empresa, que pertenece al sector de la hostelería y restauración, estará destinada a ofrecer una serie de productos y servicios óptimos y económicos para el consumidor, creando un vínculo de compromiso social.

#### **Empresa de servicios escolares de ocio y educación**

Esta empresa se dedicará a ofrecer servicios de educación y ocio en determinados colegios en territorio catalán, la cual ayudará a las familias que puedan tener inconvenientes para cuidar a sus hijos fuera del horario escolar. De esta forma, los niños podrán desarrollar distintas actividades durante la tarde que combinarán el seguimiento de sus clases; como refuerzo, y ocio; como el deporte.

#### **Lugar de ubicación de la idea**

- Sant Boi de Llobregat.



#### **Estudio de competidores:**

<b>Nombre</b>	C.E.I, Centre d'Estudis d'Idiomes
<b>Dirección</b>	Calle Mallorca, 29, 08830 Sant Boi de Llobregat, Barcelona.
<b>Zona de influencia</b>	Sant Boi y alrededores.
<b>Horarios</b>	De lunes a jueves, de 17:00 a 20:00 h
<b>Precios</b>	Matrícula: 35€ (pago único) Cuota trimestral: 167,40€
<b>Instalaciones</b>	Salas de estudio, baños, recepción.
<b>Personal</b>	Entre 7 y 9 trabajadores.

<b>Nombre</b>	Salesians Sant Boi de Llobregat
<b>Dirección</b>	Calle Salvador Allende, 6, 08830 Sant Boide Llobregat, Barcelona.
<b>Zona de influencia</b>	Sant Boi y zonas cercanas.
<b>Horarios</b>	Lunes de 8:30 a 18:00 h. Martes, jueves y viernes de 7:30 a 18:00h. Miércoles de 7:30 a 19:00h.
<b>Precios</b>	Des de 25€ hasta 100€.
<b>Instalaciones</b>	Teatro, campo de fútbol, gimnasio, baños, sala de música, sala informática, cafetería.
<b>Personal</b>	8 trabajadores.
<b>Fotos</b>	<a href="https://bit.ly/3A9YmB0">https://bit.ly/3A9YmB0</a>

### Ingresos medios del sector

- Los primeros años se obtendrían alrededor de 200.000€ anuales.

Escenario realista					
Cuenta de Pérdidas y Ganancias	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>OPERACIONES CONTINUADAS</b>					
<b>Importe neto cifra de negocios</b>	<b>203.490</b>	<b>327.821</b>	<b>414.598</b>	<b>501.404</b>	<b>559.097</b>
	€	€	€	€	€
Ingreso por la prestación de servicios	203.490	327.821	414.598	501.404	559.097
	€	€	€	€	€
<b>Gastos personal</b>	<b>190.428</b>	<b>249.733</b>	<b>297.200</b>	<b>343.600</b>	<b>393.520</b>
	€	€	€	€	€
Sueldos y salarios	181.360	249.733	297.200	343.600	393.520
	€	€	€	€	€
Cargas sociales	9.068	12.487	14.860	17.180	19.676
	€	€	€	€	€
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>37.758</b>	<b>39.504</b>	<b>40.068</b>	<b>40.661</b>	<b>41.283</b>
	€	€	€	€	€
Alquiler Oficinas	20.400	20.686	21.037	21.458	21.952
	€	€	€	€	€
Suministros	2.400	2.434	2.475	2.524	2.583
	€	€	€	€	€
Limpieza	2.880	2.920	2.970	3.029	3.099
	€	€	€	€	€
Contratación de servicios de mantenimiento, dominio y hosting de la plataforma	400	406	412	421	430
	€	€	€	€	€
Campañas de Marketing	10.808	12.177	12.277	12.313	12.284
	€	€	€	€	€
Asesoría Fiscal	550	558	567	579	592
	€	€	€	€	€
Seguro	320	324	330	337	344
	€	€	€	€	€
<b>Amortización del inmovilizado</b>	<b>1.225</b>	<b>1.242</b>	<b>1.263</b>	<b>1.289</b>	<b>1.318</b>
	€	€	€	€	€
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>-25.921</b>	<b>37.341</b>	<b>76.066</b>	<b>115.855</b>	<b>122.976</b>
	€	€	€	€	€
<b>Gastos financieros</b>	<b>18.074</b>	<b>18.074</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
	€	€	€	€	€
Por deudas con entidades de créditos	18.074	18.074	-	-	-
	€	€	€	€	€
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>-43.995</b>	<b>19.268</b>	<b>76.066</b>	<b>115.855</b>	<b>122.976</b>
	€	€	€	€	€
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-43.995</b>	<b>19.268</b>	<b>76.066</b>	<b>115.855</b>	<b>122.976</b>
	€	€	€	€	€
Impuesto sobre beneficios	-10.999	4.817	19.017	28.964	30.744
	€	€	€	€	€

### Inversión media

- Suele tener una inversión media entre 15.000 y 25.000€ con local de alquiler.

Concepto	Detalle	Importe
<b>Desarrollo plataforma Web, Android e IOS.</b>	Creación de toda la imagen digital de la empresa.	15.905,28 €
<b>Acondicionamiento oficinas</b>	Mobiliario, Equipos informáticos, Telefonía, Material de oficina, alta en proveedor Internet.	4.000 €
<b>Gastos de constitución de la empresa</b>		3.000 €
<b>Campaña de Marketing inicial</b>	SEM y Folletos publicitarios	2.019 €
<b>TOTAL</b>		24.924,28 €

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo en equipo, compañerismo y tolerancia.</li> <li>- Socialización y organización.</li> <li>- Mejora la salud, física y emocional.</li> <li>- Reforzar conocimientos.</li> <li>- Desarrollo de nuevas habilidades.</li> <li>- Ayuda a gestionar el tiempo libre de los tutores.</li> <li>- Se realizan actividades útiles para el futuro, como pueden ser los idiomas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sobrecarga de actividades.</li> <li>- Falta de tiempo para otro tipo de actividades.</li> <li>- No encaje con el perfil del adolescente.</li> <li>- Alto coste.</li> </ul>

### Restaurante

Esta empresa se dedicará a ofrecer el mejor servicio de comida variada, una gastronomía adecuada a los distintos tipos de clientes. Este restaurante será ideal para pasar un día en familia, disfrutando de las mejores vistas a los acuarios que rodearan las paredes mientras comen. Tendremos unos horarios amplios, precios que se amolden a la economía media de nuestros clientes e implementaremos tecnología para hacer más eficiente el servicio

### Lugar de ubicación:

- Hospitalet de Llobregat.



**Estudio de competidores:**

<b>Nombre</b>	OVNEW EXPERIENCE
<b>Dirección</b>	Avenida de la Gran Vía, 144, Hospitalet de Llobregat.
<b>Zona de influencia</b>	Barcelona
<b>Horarios</b>	Cerrado temporalmente por remodelaciones.
<b>Precios</b>	160-250€ por persona.
<b>Instalaciones</b>	Baño, local en reformas, cocinas, recibidor, barra de bebidas...
<b>Personal</b>	8 cocineros y 7 camareros.
<b>Fotos</b>	<a href="https://bit.ly/2YmJXV6">https://bit.ly/2YmJXV6</a>

<b>Nombre</b>	Adrian's
<b>Dirección</b>	Passeig dels Ferrocarrils Catalans, 154, Cornellá de Llobregat
<b>Zona de influencia</b>	Barcelona, Cornellá y alrededores.
<b>Horarios</b>	De lunes a domingo de 13:00 a 17:00h.
<b>Precios</b>	De 30€ a 50€.
<b>Instalaciones</b>	Baño, local en buen estado, cocinas, barra de bebidas...
<b>Personal</b>	5 cocineros y 4 camareros.
<b>Fotos</b>	<a href="https://bit.ly/2ZQuVHz">https://bit.ly/2ZQuVHz</a>

**Ingresos medios del sector:**

- Los primeros años los ingresos serán de aproximadamente entre 300.000 y 550.000€ anuales.

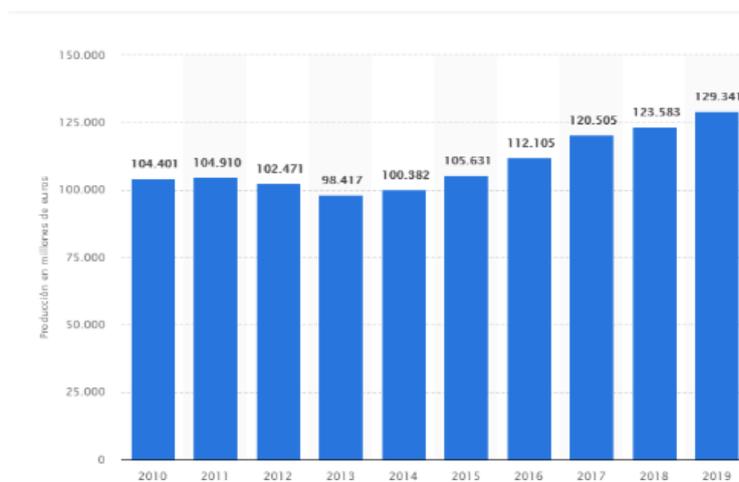
CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
COBROS													
Ventas		36.000	43.800	54.600	57.100	60.000	62.500	67.300	59.100	46.200	37.000	50.600	574.200

**Inversión media:**

- Entre los 90.000 € y los 120.000€.

INVERSIÓN	IMPORTE	IVA %
<b>ACTIVO FIJO</b>		
<b>INMOBILIZADO MATERIAL</b>		
• Acondicionamiento		
○ Suelo	2.000	18%
○ Azulejos	1.000	18%
○ Granito	4.500	18%
○ Instalación	10.000	18%
○ Cerrajería, puertas, ventanas	4.000	18%
○ Techo desmontable	14.000	18%
○ Carpintería	1.000	18%
• Maquinaria	15.270	18%
• Inmueble	54.600	18%
• Mobiliario	18.880	18%
• Herramientas y Útiles	3.498	18%
• Gastos de Constitución	3.00,6	18%
• Otros gastos	3.705,4	18%
<b>INMOBILIZADO INMATERIAL</b>		
• Aplicaciones Informáticas	500	18%
<b>INMOBILIZADO FINANCIERO</b>		
• Depósitos y fianzas	0	0
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>133.254</b>	
<b>TOTAL INVERSIÓN (IVA INCLUIDO)</b>	<b>157.239,72</b>	

**Tabla 4. Inversión**



Producción anual del sector de hostelería en España 2010- 2019

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los clientes se sienten atraídos a nuevos locales.</li> <li>- Activación del turismo gastronómico si se ofrece una carta con los productos típicos de la zona.</li> <li>- Situar el local en buena zona, te ofrece un buen nivel de visibilidad.</li> <li>- Crear en el usuario una experiencia única gastronómica, de esta manera podrá volver.</li> <li>- Si se crean buenas experiencias en los clientes, ellos mismos podrán expandir a través de la comunicación su recomendación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las actividades de hostelería requieren mucho sacrificio y dedicación.</li> <li>- La ubicación reviste una especial importancia y en muchas ocasiones resulta difícil encontrar un local, que no sólo sea adecuado a nuestro público objetivo, sino que además cumpla los requerimientos legales de licencias y autorizaciones y cuyo precio esté al alcance de nuestras posibilidades.</li> <li>- Da lugar a un entorno muy competitivo.</li> </ul>

### ¿Qué idea de negocio hemos escogido?

Hemos decidido seguir con el proyecto de negocio del restaurante. Sin duda tiene grandes atractivos y si nos coordinamos correctamente, podremos gestionarlo bien. Nuestro restaurante puede convertirse en una nueva opción en el panorama del ocio local, si combinamos nuestras habilidades culinarias, podemos aspirar a un buen posicionamiento entre el resto de restaurantes.

Creemos que nos podemos desenvolver mejor haciendo esta idea de negocio, ya que podemos utilizar varias ideas innovadoras que lo hará único y, por tanto, poder tener unas ganancias significativas en unos años para poder seguir evolucionando positivamente.

#### 1.2. La idea y sus atributos

Nuestro restaurante consta con **amplias salas para comer**, pretendemos crear un espacio con un **agradable ambiente** para pasar en familia y desconectar. En estas salas, podrán obtener **WIFI gratuito** y en todas las mesas **puntos de carga** para cualquier dispositivo. Destacamos por una gran **profesionalidad**, tanto en los servicios que ofrecemos como los trabajadores que forman esta organización. Uno de los atributos más importantes, es la **permanencia cerca del cliente** por parte de los camareros que se encargaran de recomendar los mejores platos según sus gustos. Además, contamos con un **sommelier**, asesorando sobre la mejor selección de vinos para la comida a través de nuestra carta especial.

Por otra parte, constamos de una gran **variedad de productos y opciones** en el caso de los eventos. Para este servicio, ofrecemos un **menú especial** y entretenimiento que deseen contratar, como los **magos, música en vivo o humoristas**.

En cambio, este entretenimiento no será exclusivo para los eventos que los clientes contraten en privado, sino que también ofrecemos los fines de semana **espectáculos gratuitos** para la clientela a través de nuestro calendario de eventos.

Otro de nuestros magníficos servicios es el **bartender**, un gran profesional de la barra, sabe de coctelería, administración de la barra y crea experiencias inolvidables con su juego de manos y acrobacias para realizar cócteles a los clientes.

### 1.3. Misión y visión

La misión es la razón de ser de la empresa y el motivo por el cual existe, factor muy importante para hacer referencia al público al que nos dirigimos.

Cuando definimos la misión de nuestra actividad económica, tratamos la necesidad de satisfacer los clientes objetivos y los productos y servicios que proporcionamos. Ha de ser amplia, posible, motivadora y concreta, con ella conseguiremos:

- Determinar una personalidad entre los trabajadores de la empresa para actuar de forma coordinada y con coherencia.
- Nos permitirá que identifiquemos los posibles clientes, recursos y capacidades, para una mayor prosperidad de la actividad.
- Se logrará una estabilidad y fidelidad entre los clientes que consuman nuestro servicio y los trabajadores que la componen.
- Conseguiremos detectar las necesidades y la resolución a problemas para un aumento de productividad y eficiencia.

Atendiendo a todos los factores anteriormente nombrados, la misión que se define para la empresa, será satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros clientes, ofreciendo productos y servicios de alta calidad. A través de los distintos servicios que nuestro restaurante ofrece, crearemos un espacio de trabajo que permita la realización personal y además sobrepasen las expectativas de los clientes.

La atención al cliente es uno de los atributos más importantes que influye en la misión de la empresa. Disponemos de un personal que crea un vínculo cercano con el cliente y un trato excelente, un estar como el de casa.

La ventaja competitiva más destacable es la oferta de una gran variedad de productos de calidad a través de menús o carta por un precio asequible, con el cual logramos una combinación perfecta entre calidad, cantidad y variedad a un buen precio. Por otra parte, nuestro local consta con una decoración tematizada en la fauna marina, los acuarios que rodean las paredes atraen a la vista del cliente.

En conclusión, nuestro restaurante se compromete con nuestros clientes ofreciendo gran variedad e innovadores platos asegurando una gran experiencia.

Nuestro restaurante tiene unos objetivos que pretendemos conseguir en un futuro, que nos motiva e inspira como emprendedores.

Queremos llegar a superar fronteras, llevando nuestro concepto de restaurante hacia nuevos mercados tanto a nivel regional, nacional e internacional, además de crear distintas líneas de restaurantes que estén enfocadas en categorías de comida. Con esto nos referimos a construir restaurantes de comida vegetariana, comida rápida, comida asiática...

Nos gustaría ampliar el local para poder ofrecer más servicios y espectáculos a la clientela y dirigirnos a un público de todas las edades, siendo un restaurante de comida variada para todos los gustos.

#### 1.4. Valores

Nuestro restaurante define su personalidad a través de los siguientes valores:

- **Respeto:** la empresa cuenta con la capacidad para no invadir el espacio y los derechos propios entre los trabajadores, socios y los clientes del negocio.
- **Responsabilidad:** tenemos compromisos y obligaciones a los que respondemos con decisiones de forma ética y organizada, además de generar las acciones necesarias para el que los resultados sean positivos.
- **Servicio integral a nuestros clientes:** realizamos un servicio de calidad y creamos una buena experiencia al cliente.
- **Higiene:** es fundamental para que nuestro negocio exitoso. Tenemos como objetivo principal la protección de la integridad física y mental del trabajador, así como promueve la satisfacción del cliente.
- **Trabajo en equipo:** fomentamos un sentido de lealtad, seguridad y autoestima que satisface las necesidades individuales de los integrantes, esforzándose por mantener relaciones positivas dentro y fuera del equipo.
- **Actitud positiva:** tenemos una disposición optimista y entusiasta dirigida a nuestra actividad laboral y a las personas involucradas. Cultivar esta actitud contribuye de manera determinante a que el trabajo resulte agradable.

#### 1.5. Selección de la sociedad

**¿Por qué escogimos una Sociedad limitada?**

**Ventajas:**

- Los trabajadores poseen la mayoría de las acciones en la empresa, ejercen su control.
- Al ser una sociedad limitada, los socios no responderán con su patrimonio personal a las deudas contraídas por la empresa.
- No existe un número máximo de socios.
- Los socios, al aportar su fuerza de trabajo, incrementan la motivación dentro de la empresa para que todo vaya bien.
- Este tipo de sociedad tiene ciertas ventajas a la hora de obtener ayudas y subvenciones.
- Existe la posibilidad de libertad de amortización de las inversiones en inmovilizado material e inmaterial durante los 5 primeros años desde su constitución.

## 1.6. Dar de alta a la empresa

### **Requisitos para crear una Sociedad Limitada:**

- Certificado Negativo de Denominación Social: este certificado es una confirmación de reserva de la denominación que se desea.
- Capital Social: Se deben disponer de 3.000€ como capital social mínimo para crear una SL.
- Abrir una cuenta bancaria: con el capital social los socios deben abrir una cuenta en cualquier entidad bancaria, para lo cual se podrá pedir un documento que acredite que se está conformando la Sociedad Limitada.
- Tener DNI/NIE/NIF: los socios de la SL y el/los administradores(es) deben contar con número de DNI o NIE. Si se trata de una persona jurídica deben tener el NIF.

### **Pasos para crear una Sociedad Limitada:**

- La solicitud del nombre de la sociedad.
- Abrir la cuenta bancaria de la sociedad.
- Redactar los estatutos sociales.
- Escritura pública de la constitución de la sociedad.
- Obtención del NIF de la sociedad.
- Alta en el Impuesto de Actividades Económicas.
- Declaración del IVA o censal.
- Inscripción en el Registro Mercantil provincial.
- Adquisición del NIF definitivo.

## 2. Servicios

Nuestro restaurante se tematiza estéticamente a través de la fauna marina, la cual hemos escogido para que transmita a los clientes un entorno de tranquilidad y a la vez elegancia. Las paredes estarán constituidas por grandes acuarios separados entre si por pilares de piedra y fachadas marinas, para una experiencia similar a estar sumergido dentro del océano. El suelo será principalmente con un estilo pedregoso y unos caminos amplios interconectados entre las mesas de parquet gris claro.

En los acuarios habrá algunos de los peces más comunes en territorio catalán, des de los más grandes hasta los pequeños. La zona estará decorada con corales de colores vistosos, piedras y algas marinas.



Estilo del suelo



Estilo de los caminos pedregosos

En lo que comprende nuestro restaurante y en su estructura, ofreceremos los siguientes servicios:

- Menús del día.
- Menú festivo.
- Carta.
  - Tapas.
  - Vinos
- Servicio bartender.
- Eventos (cumpleaños, fiestas de empresa, show en vivo).
- Disponibilidad WIFI y cargadores.
- Magos.
- Stand Up (comedia en vivo).

Nuestro local cuenta con una lista (carta) para el cliente consumidor, junto con los platos especiales, el menú diario y para festivos, se basa en el concepto de cocina Mediterránea y moderna, en el que la presentación adquiere una vital importancia sin olvidar la calidad de la materia prima.

Nuestra empresa ofrece una rotación de platos específicos, es decir, todos los días se ofrecen los mismos entrantes, y por otro lado hay una serie de platos del menú diario y especial en que se van cambiando a lo largo de la semana.

### **2.1. Menú del día**

Consideramos que es muy importante saber a quién va dirigido el menú, en nuestro caso, creemos que nuestra clientela será de clase media. Al ser en este caso un menú diario, acudirán generalmente clientes poco habituales en el restaurante. Este menú estará disponible aproximadamente por unos 17€, con una gran variedad gastronómica a elegir en entrantes, primer plato y un postre.

Los entrantes son la primera impresión que tendrán nuestros clientes de los platos que van a probar después. Al ser platos fijos que se encuentran tanto en los menús diarios como los festivos, pretendemos que haya variedad de los tipos, como són embutidos, ensaladas y marisco.



### **2.2. Menú festivo**

Este menú se ofertará los sábados, domingos y días festivos, donde los entrantes serán los mismos que en el menú diario, des de embutidos hasta ensaladas. Incluye una oferta variada a elegir entre tapas, un primer plato y un postre, además de pan y bebida con IVA incluido alrededor de 20€.

Los primeros platos y postres son distintos a los diarios, decidimos cambiarlos por comidas más especiales y elaboradas al ser festivo.

En los segundos platos decidimos ofertar carnes, pescados y arroces o fideuá, y de postres, des de nata con nueces a tarta de queso, entre otros.

### **2.3. Carta, tapas y vinos**

En caso de que los menús que ofertemos no sean los que busca el cliente, tenemos una carta que hemos elaborado con distintos tipos de comida. Los platos que se escojan van individualmente con su respectivo precio y se pueden pedir tantos como uno desee.

Se podrán encontrar: ensaladas, tapas, carnes, pescados, postres, entre otros, siempre de gastronomía mediterránea.

### **Tapas y vinos:**

Dentro de la carta, ofrecemos una selección de tapas típicas de España. Nos enfocamos en la buena presentación y calidad del platillo, ya que es importante a la hora de exhibir las tapas.

Por parte de los vinos, ofrecemos vinos blancos, tintos y sangría, que se ajustan bastante al precio y calidad.



### **2.4. Servicio bartender**

Este servicio es un concepto más moderno que involucra una mejor atención al cliente detrás de la barra. Tenemos un profesional que se dedicará a la coctelería, administración de la barra, servicio al cliente y además, crea experiencias con las bebidas que realiza.

Con el bartender, pretendemos sorprender al cliente, viviendo una gran experiencia, donde encontrará preparación de cocteles con acrobacias y nuevas bebidas.

En la carta de cócteles podremos encontrar bebidas a base de Vozka, de Ron, chupitos y los clásicos, cada uno con su precio correspondiente.

La zona de la barra, se ubicará en el centro de la sala con las mesas del restaurante, una fácil ubicación para aquellos que quieran utilizar el servicio, además de un espectáculo para todos sin necesidad de consumirlo.



### **2.5. Eventos**

Nuestro restaurante está capacitado para pequeños eventos, como pueden ser fiestas de cumpleaños, comidas de empresa y shows en vivo. Ofrecemos espaciosos y luminosos salones dedicados especialmente a eventos, celebraciones que sin duda los clientes recordaran, música, baile y una gran fiesta.

Entre las propuestas gastronómicas de nuestro restaurante, se encuentran una extensa carta de menús entre los que crear la minuta perfecta para los invitados.

### **Fiestas de cumpleaños:**

Nuestras fiestas de cumpleaños consisten en una sala apartada del local reservada para eventos especiales. El precio varía según el número de personas que asistan.

El servicio incluye:

- Un menú especial.
- Sala privada con música a escoger.
- Una tarta de cumpleaños.
- Bebidas alcohólicas y especiales (costé adicional).

La sala privada consta con un espacio para 20 personas aproximadamente, cuenta con una mesa grande y mantel de color a escoger con decorado especial.



### **Tarta de cumpleaños:**

Para complementar la fiesta de cumpleaños, ofrecemos la opción de encargar una tarta para el evento personalizable y decoración básica. En nuestro caso, tenemos tres estilos de pastel, en los cuales podrán escoger el sabor y la dedicatoria, además de velas con bengala.



### **Shows en vivo:**

Nuestra música en vivo consiste en grupos de músicos con variedades de estilos musicales, como jazz, un cuarteto de cuerdas (formado por dos violines, una viola y un violoncelo), flamenco (baile y cante se unen a la guitarra y cajón) y otros tipos de estilos de musicales para ambientar el restaurante y crear una estancia agradable.



A través del calendario de eventos se podrá consultar los días disponibles de este servicio que no causa ningún tipo de coste al cliente.

#### **2.6. Disponibilidad de WIFI y cargadores.**

Al ser días laborables, disponemos de conexiones en las mesas para cargadores de móviles, WIFI disponible o enchufes para ordenadores, ya que hay personas que utilizan la hora de la comida para trabajar mientras comen.



#### **2.7. Magos**

Nuestro servicio de magia consiste en la contratación de un grupo de magos con una variedad de trucos, desde trucos con cartas hasta hipnotizar a personas del público.

El show de magia será los fines de semanas, para consultar que días estará disponible este tipo de evento se podrá consultar en nuestro calendario de eventos.



#### **2.8. Stand up (comedia en vivo)**

Nuestro stand up es un estilo de comedia donde un comediante de pie, con un micrófono, frente a un público y sin otros elementos dramáticos, se dirige directamente a una audiencia presente. Suele incluir diálogos cortos con las personas que están presentes sobre los más diversos aspectos de la vida, desde experiencias personales y familiares, hasta costumbres, estereotipos y rutinas sociales.

Este tipo de show se podrá consultar en nuestro calendario de eventos.



### **3. Estudio del mercado**

#### **3.1. Estudio del mercado**

Para conocer más a nuestros clientes y sus gustos, hemos decidido realizar una encuesta sobre diferentes aspectos de nuestro negocio y las preferencias de la clientela. Con la encuesta pretendemos evaluar periódicamente los resultados de un programa en ejecución y saber la opinión del público acerca de la gastronomía, el ocio y gustos personales.

Para introducir la encuesta hemos propuesto dos preguntas sobre el sexo y la edad de los participantes. Podemos observar que la mayor parte de las personas que han realizado esta encuesta son hombres con un 51,2% y la media de edad se encuentra entre los 16 y 29 años.

La siguiente pregunta se enfocaba en saber con qué frecuencia deciden ir a comer fuera. La respuesta más escogida ha sido "esporádicamente" con un 50,6% de los votos. Esto quiere decir que la mayor parte de las personas no van con frecuencia a comer fuera, ya sea por falta de tiempo, precio, cercanía u otro factor. Por otro lado, el 36,7% de los votos ha sido "1 vez a la semana", esto nos asegura que  $\frac{1}{4}$  parte dedica al menos 1 día a la semana. El 12,7% ha votado de "2 a 5 días", esta es la opción menos escogida y habitual. La opción que no ha recibido ningún voto es "más de 5 días", esta opción la escogería personas con necesidad de comer fuera por trabajo o se lo pueden permitir económicamente.

A continuación, preguntamos cuáles eran los factores más influyentes a la hora de escoger un restaurante. La opción más votada ha sido "Relación calidad y precio" con un 44,3%, la mayoría da más importancia a la calidad de la gastronomía teniendo en cuenta el precio, equilibrio entre las dos. El 43% ha escogido el "Tipo de comida", los clientes se sienten más atraídos por ciertos tipos de comidas, esto es un factor muy influyente que puede descartar totalmente tu restaurante según los platos que ofrezcas.

En nuestro caso, el negocio engloba la comida mediterránea y no se especifica en platos concretos. Por otra parte, cumplimos con la relación factor/precio, ya que ofrecemos carta y menú a buen precio y gastronomía de calidad, mantenemos el equilibrio.

Otro aspecto importante es conocer qué tipo de comida suele pedir la mayoría. Las personas que suelen asistir a los restaurantes se decantan por "Carnes" con un 75%, ya que son platos más comunes y que generalmente suelen gustar por la posibilidad de presentarlo en distintos formatos. "Las pastas" son la segunda opción más votada con un 16,2%. La comida vegetariana ha recibido pocos votos, actualmente sigue introduciéndose en la gastronomía comuna.

Una pregunta importante para conocer la cantidad de clientes que podría conseguir nuestro restaurante es saber si vienen acompañados por varias personas o prefieren disfrutar solos. Los participantes de la encuesta suelen ir acompañados generalmente con sus familiares (51,2%) o amigos (47,5%). La mayoría de los votantes son adolescentes y normalmente no suelen ir solos o a comidas de empresa.

Los horarios más recurrentes que suelen ir los clientes a los restaurantes son por la noche con un 50% y de tardes con 38,8%.

En este caso la encuesta predice que, por las mañanas, en los desayunos, no es tan común que los clientes vengan al restaurante. Nuestro negocio se planteará abrir de 12:00 hasta las 23:00 horas.

Es interesante saber cómo se dan a conocer los negocios, las personas han votado con un 65% a conocer restaurantes por "Recomendaciones" por conocidos u opiniones en páginas web. Otra manera de conocer restaurantes es por las "Redes sociales" con un 26% de los votos. Nuestra empresa considerará promocionarse a través de redes sociales y crearemos una página web donde encontrarán opiniones de clientes, nuestros platos online, calendario de eventos.

El tipo de música que más han votado son el "Piano" con un 36,4% y el "Jazz" con un 20,8%, como música en vivo debido a sus melodías elegantes y relajantes. Así podemos saber qué tipo de música les parece más atractiva en los restaurantes para mejorar nuestro ambiente, combinando cada fin de semana nuestros eventos de música, ya sea piano en directo o jazz.

En nuestro restaurante constamos de un calendario de eventos que se realizan los fines de semana, para saber su importancia a la hora de escoger un restaurante decidimos incluirlo en la encuesta. Al 38,7% de las personas han votado "Es indiferente", no les parece algo muy importante de destacar en un restaurante. Otra gran parte de los votos (37,5%) sí les parece un factor atractivo e influyente en su decisión.

Por otro lado, la mayoría escogen bebidas refrescantes para tomar (75%) para acompañar los platos. En segundo lugar, han escogido bebidas con alcohol (13,8%). Nuestro negocio consta de servicio bartender y sommelier, este servicio lo mantendremos ya que creemos que por la noche puede ser un gran espectáculo para los clientes y de buena calidad con los profesionales.

Finalmente, hemos puesto 4 fotos de distintos restaurantes característicos para que las personas votaran cual de estos les parecía más atractivo. Los resultados fueron de un 36% de los votos a "Restaurante en la montaña", un 26,3% de los votos a "Restaurante acuario".

Nuestro negocio se basa en el restaurante acuario, creemos que puede ser un negocio innovador.

Hemos conseguido que 80 personas nos respondieran a la encuesta, estos son los resultados:

### 3.2. Análisis de los competidores

#### Estudio de competidores:

<b>Nombre</b>	OVNEW EXPERIENCE
<b>Dirección</b>	Avenida de la Gran Vía, 144, Hospitalet de Llobregat.
<b>Zona de influencia</b>	Barcelona
<b>Horarios</b>	Cerrado temporalmente por remodelaciones.
<b>Precios</b>	160-250€ por persona.
<b>Instalaciones</b>	Baño, local en reformas, cocinas, recibidor, barra de bebidas...
<b>Personal</b>	8 cocineros y 7 camareros.
<b>Fotos</b>	<a href="https://bit.ly/2YmJXV6">https://bit.ly/2YmJXV6</a>

<b>Nombre</b>	Adrian's
<b>Dirección</b>	Passeig dels Ferrocarrils Catalans, 154, Cornellà de Llobregat
<b>Zona de influencia</b>	Barcelona, Cornellá y alrededores.
<b>Horarios</b>	De lunes a domingo de 13:00 a 17:00h.
<b>Precios</b>	De 30€ a 50€.
<b>Instalaciones</b>	Baño, local en buen estado, cocinas, barra de bebidas...
<b>Personal</b>	5 cocineros y 4 camareros.
<b>Fotos</b>	<a href="https://bit.ly/2ZQuVHz">https://bit.ly/2ZQuVHz</a>

<b>Nombre</b>	Debut restaurante
<b>Dirección</b>	Carrer Lleida, 32, 08901 L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona
<b>Zona de influencia</b>	Barcelona y alrededores.
<b>Horarios</b>	LUNES: CERRADO MARTES: 13:00 - 20:00 MIÉRCOLES: 13:00 - 20:00 JUEVES: 13:00 - 20:00 VIERNES: 13:00 - 22:30 SÁBADO: 13:00 - 23:30
<b>Precios</b>	DE 20€ A 70€ aproximadamente
<b>Instalaciones</b>	Baño, local en buen estado, cocinas, zona de espera.
<b>Personal</b>	4 cocineros, 5 camareros, 1 supervisor.
<b>Fotos</b>	<a href="http://bitly.ws/rstl">http://bitly.ws/rstl</a>

<b>Nombre</b>	Restaurante Casa Varela 1986
<b>Dirección</b>	Carrer de Blas Fernández de Lirola, 82, 08902 L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona
<b>Zona de influencia</b>	Barcelona y alrededores.
<b>Horarios</b>	LUNES: 12:00 - 20:00 MARTES: 12:00 - 20:00 MIÉRCOLES: 12:00 - 20:00 JUEVES: 12:00 - 20:00. VIERNES: 13:00 - 22:30. SÁBADO: 13:00 - 23:30. DOMINGO: 12:00 - 20:00
<b>Precios</b>	DE 20€ A 80€ aproximadamente
<b>Instalaciones</b>	Baño, Local en buen estado, cocinas.
<b>Personal</b>	5 cocineros, 5 camareros, 1 supervisor
<b>Fotos</b>	<a href="http://bitly.ws/rstw">http://bitly.ws/rstw</a>

### 3.3. Diferenciación

Nuestro principal objetivo es diferenciarnos de los competidores más fuertes de nuestro sector. Al ser hostelería, es importante definir un estilo culinario característico y mantenerlo en los platos.

La estrategia de diferenciación de nuestro negocio es:

- Tenemos un **precio más competitivo, precio calidad**.
- Nuestras **instalaciones son de mayor calidad** y con un **diseño innovador**.
- **Nuestros empleados tienen formación profesional** que nos permite una atención a los clientes de mayor calidad. Contamos con un personal agradable, garantizamos un buen trato a la clientela y de manera eficiente.
- **Ofrecemos servicios gratuitos**, como los shows y los eventos semanales, son una oferta divertida para los clientes mientras comen. Los eventos que se realizaran son apropiados a la atmosfera del restaurante, como música en directo.
- **Realizamos recetas únicas, de buena calidad y atractivas**.

### 3.4. DAFO

Análisis DAFO:

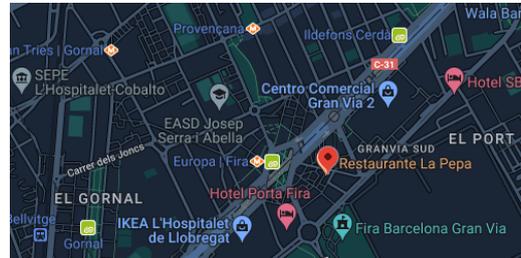
<u>Debilidades:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Dificultad de financiación, al ser un negocio nuevo.</li><li>- Dificultad para encontrar personal cualificado.</li><li>- Falta de clientes fieles al inicio del negocio.</li><li>- Competencia con experiencia alrededores.</li></ul>	<u>Amenazas:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Cambio de gustos de la clientela.</li><li>- Aumento de costes de alimentos.</li><li>- Subida de precios de suministros.</li><li>- Pandemia (COVID).</li><li>- Apertura de nuevos restaurantes en la zona.</li></ul>
<u>Fortalezas:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Amplia gama de bebidas alcohólicas, como vinos y cerveza.</li><li>- Buen servicio de comida y a precios accesibles.</li><li>- Servicios gratuitos de eventos.</li><li>- Mantener la calidad de los productos y ampliar la carta.</li></ul>	<u>Oportunidades:</u> <ul style="list-style-type: none"><li>- Aumento de turistas en la zona.</li><li>- Posibilidad de aprovechar internet para darnos a conocer.</li><li>- Ausencia de competidores en la zona de características similares a la nuestra.</li></ul>

## 4. Ubicació

### 4.1. Ubicació geogràfica

Nuestro restaurante se ubica en Pl. d'Europa, 17, 19, 08908 L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona.

A los alrededores de nuestro local podremos encontrar varios bares y cafeterías, de formatos muy distintos a nuestro servicio. Cerca del local se encuentra un hotel, el cual es beneficioso para nosotros porque los turistas suelen comer fuera y conocer los diferentes restaurantes y gastronomías. No encontramos ningún restaurante que ofrezca el mismo servicio o parecido al nuestro, solo un Mc Donald a 200 metros aproximadamente.



A una calle de nuestro local podremos encontrar un parking privado, una posible opción para aquellos que vengan en vehículo propio y no tengan donde estacionar.

### ¿Cómo llegar a nuestro local?

Para llegar a nuestro local tenemos distintas opciones:

#### Autobús

La opción de viaje más recomendada es coger un autobús, dependiendo de la proveniencia, existen varias líneas que podremos consultar a través de aplicaciones de movilidad, como por ejemplo Moovit. Esta aplicación es muy útil para residentes de Cataluña y especifica cada uno de los movimientos que se deben hacer para llegar al destino sin complicaciones.



Un ejemplo de trayectoria podría ser desde Pl. Catalunya, una de las plazas más conocidas de Barcelona, puede coger el autobús L95 y bajar en la parada más cercana a nuestro restaurante, como Plz. Europa. Por último, caminar 4-5 minutos aproximadamente.

#### Metro

Otra opción de viaje sería por la línea de metro L1 o L3, hacer transbordo en Plaza España y coger el ferrocarril, **R5 R50 S3 S8** hasta Europa/Fira y caminar 4 o 5 minutos.

#### Otro vehículo

Si disponemos de vehículo propio o nos pueden llevar, podríamos llegar en coche, además de zona de aparcamiento. Desde Pl. Catalunya son entre 15 o 20 minutos aproximadamente, sin tener en cuenta el tráfico.

#### 4.2. Diseño y distribución

El local que hemos escogido para nuestro restaurante, consta de 950 m2.



La distribución escogida es la siguiente:

En la entrada encontraremos una pequeña sala con dos grandes ventanales y una puerta que nos dirigirá a la sala principal del restaurante, el comedor.



En el comedor encontraremos varias mesas circulares con sus correspondientes sillas a juego y cargadores para dispositivos. Las mesas están divididas para dos o cuatro personas y están suficientemente separadas para facilitar el paso a los camareros y lograr un ambiente más tranquilo.



A los laterales, se ubicarán los grandes acuarios cubriendo las paredes en su totalidad. El interior de los acuarios estará decorado con algas, corales, piedras... junto a la gran variedad de peces incorporados.



En el fondo del comedor, la parte central, se ubicará el bar tender. En él, colocaremos distintas mesas de bar con sillas blancas y vitrinas empotradas con todas las botellas para realizar los cocteles y servirlos en las propias mesas.



Los escenarios dedicados a eventos y shows estarán distribuidos en los dos laterales del restaurante, están ubicados enfrente de las mesas para que los clientes puedan disfrutar del espectáculo a la vez que comen.



El almacén estará conectado con la cocina y el comedor, en él guardaremos comida, utensilios de repuesto, sillas, mesas...



La cocina estará conectada al comedor, a la sala de eventos y al almacén, todas las salas que dependen de ella. Contamos de una zona amplia para no entorpecer a los cocineros y camareros, con todos los utensilios necesarios y una distribución de la maquinaria correcta.



A la sala de eventos privados se podrá acceder desde el comedor y la cocina. Esta sala constará de las mesas que se soliciten por el cliente con manteles elegantes y cubertería a juego. Además, tiene un pequeño escenario con grandes altavoces y mesa de DJ para ambientar la fiesta. Las paredes están insonorizadas para no molestar e interrumpir al resto de clientes ubicados en el comedor.

La sala de eventos tiene acceso directo al lavabo, al igual que el comedor.



### 4.3. Costes

#### Costes de inversión

Costes de inversión	Producto/servicio	Modelo/ Empresa	Cantidad	Precio	Total
Acondicionamiento del local	Pintura	Interdomicilio			1.000,00 €
	Reformas	Construcciones y Reformas Vallès			5.000,00 €
	Instalaciones				2.000,00 €

Maquinària	Producto/servicio	Modelo/ Empresa	Cantidad	Precio	Total
	Nevera	Frigorífico Miletric RFD	3	219	657,00 €
	Juego de cocteleria	Viugreum cocteleria para cócteles	1	42,99	42,99 €
	Microondas	Taurus	2	50	100,00 €
	Congelador	Wallapop	2	200	400,00 €
	Horno	GCO2001	4	467,41	1.869,64 €
	Campana	Acero inoxidable plus (MAKRO)	2	335	670,00 €
	Utensilios básicos de cocina	Amazon	3	69	207,00 €
	Batidora	Amazon	2	100	200,00 €
	Cargadores para mesas	Simpeak Cargador USB	8	26,96	215,68 €

Mobiliario	Producto/servicio	Modelo/ Empresa	Cantidad	Precio	Total
	Sillas para barra de bar	Leader Accessories Taburetes	5	50	250,00 €
	Vitrina para bar tender	Inter Link vitrina coleccionista	1	62	62,00 €
	Ventanas	Leroy Merlin	4	125	500,00 €
	Puertas	Leroy Merlin	5	139	695,00 €
	Mesa principal del bar tender	Woltu mesa de bar	1	111,99	111,99 €
	Mesa secundaria del bar tender	Woltu mesa de bar MDF	1	79,99	79,99 €
	Decoracion	Decoracion			500,00 €
	Sillas	Bergmund	44	15	660,00 €
	Mesa para 2 personas		8	220	1.760,00 €
	Mesa para 4 personas		6	40	240,00 €
	Lámpara de techo	Blanco Knappa	6	19	114,00 €
	Tira de luz	LED SKU	40	9	360,00 €
	Mesa para la cocina	Royal Antisalpique	4	619	2.476,00 €
	Estanteria	Makro GH91	1	120	120,00 €
	Cristal para acuario	CRISTALIUM	8		60.000,00 €
	Peces	Variiedad de peces grandes			6.000,00 €
	Conjunto de utensilios cocina	IKEA			3.000,00 €
	Armario	Leroy Merlin Alto basic blanco	4	33	132,00 €
	Hinodoro	Leroy Merlin Alto basic blanco	2	59	118,00 €
	Muebles de baño	Bauhaus		410	410,00 €
	Estanteria para almacen	Makro GH91	2	150	300,00 €
				<b>Total</b>	<b>90.251,29 €</b>

**Costes mensuales fijos**

<b>Costes mensuales fijos</b>	<b>Servicio</b>	<b>Total</b>
Alquiler	Alquiler del local	7.000,00 €
Suministros	Gas	500,00 €
	Electricidad	1.200,00 €
	Agua	600,00 €
	Telefono y WIFI	150,00 €
Compra de mercaderias		11.000,00 €
Seguros		350,00 €
Sueldos	6 camareros y 5 cocineros	17.000,00 €
	<b>Total</b>	<b>37.800,00 €</b>

## 5. Plan de Márqueting

### 5.1. Imagen Corporativa

En la elaboración de nuestro logotipo hemos planteado distintas ideas de lo que queremos transmitir a la clientela. A través de elementos relacionados entre sí, hemos conseguido darle un significado a nuestra imagen corporativa.

El nombre de nuestra empresa es en inglés, así indicando que somos un restaurante elegante, comprometido y que tendremos un gran impacto en el mundo de la hostelería, ya que el inglés es el idioma más hablado mundialmente.

El conjunto de olas del mar y la luna da una percepción de serenidad, ya que se asocia el sonido de las olas rompiendo en la orilla por la noche, la tranquilidad es agradable para el consumidor.

Los peces koi y la palabra delicious nos da a entender la diversidad de gastronomía que servimos en nuestro negocio debido a que los peces koi representan el equilibrio entre las cosas y eso al combinarlo con la palabra delicious nos da a entender la variedad de tipos de comidas que ofrecemos.

### 5.2. Valores

Nuestro restaurante define su personalidad a través de los siguientes valores:

- **Honestidad:** nos comportamos dentro de la verdad, la lealtad, las normas éticas y mantenemos una conducta moral, con respeto a los valores empresariales. Respetamos y cuidamos nuestra profesional para dar el mejor servicio al cliente.
- **Serenidad:** aprovecharemos cada situación negativa según para analizarlas con la calma y serenidad y tratar de resolverlas del modo más satisfactorio. También aprovecharemos para aprender, acumular experiencia, crecer, desarrollarnos como profesionales y como personas. El cliente estará en un ambiente tranquilo y en constante calma.
- **Amabilidad:** favorece un ambiente de trabajo armónico y permite evitar el estrés y generar una mayor colaboración en los equipos de trabajo; amabilidad con los demás, pero también amabilidad con uno mismo, fomentando un tipo de liderazgo más consciente. A través de la amabilidad conseguimos un mejor trato y conexión con el cliente.

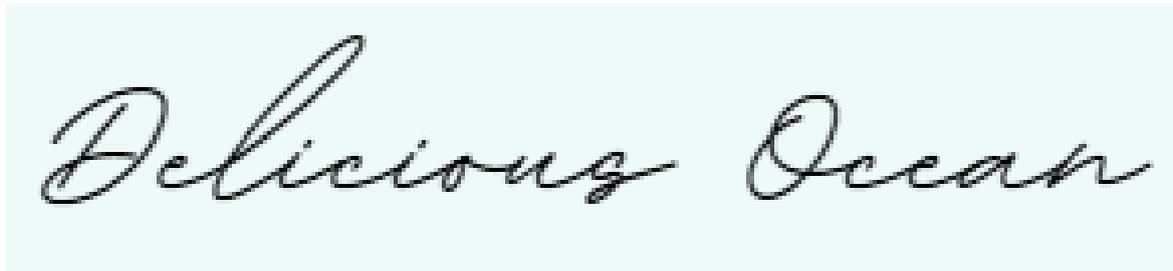
### 5.3. Nombre

El nombre escogido finalmente ha sido "Delicious Ocean" y ahora explicaremos punto por punto la idea de este concepto.

La comida de buena calidad es nuestro elemento identificativo, nos dedicamos a crear una buena experiencia al cliente con comida deliciosa, por tanto, teníamos claro que la palabra "Delicious", delicioso en inglés, tenía que estar presente en nuestro nombre comercial.

Otro elemento importante es la tematización del restaurante, las paredes simulan el gran océano con los acuarios rodeando a los clientes. La palabra "Ocean", océano en inglés, es perfecta para acompañar el concepto principal. Queremos ofrecer gastronomía mediterránea deliciosa, donde los clientes puedan disfrutarla en un ambiente tematizado en el océano, pudiendo ver diversa fauna.

Lo importante es reflejar un nuevo estilo de ocio, encontrar diferentes formas de hacer actividades, al igual que innovar. Disfrutar de buena comida, pasando tiempo en familia, a la vez que disfrutamos de la fauna.

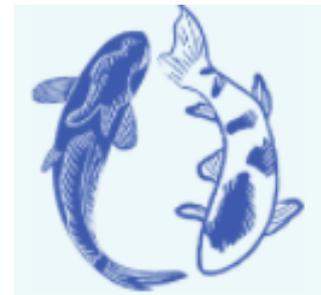


#### 5.4. Logotipo

El tipo de letra de un logotipo expresa mucho sobre la idea que quiere transmitir, en nuestro caso nos hemos decantado por la tipografía BDScript. Este estilo se caracteriza por tener ligaduras en las letras, es decir, que las letras van ligadas unas con otras. Son elegantes y, por tanto, transmite lujo y calidad. Cada palabra empieza con la primera letra en mayúscula porque los dos conceptos son igual de importantes y sin uno de ellos nuestra empresa no tendría sentido. El color del título es negro para que pudiese resaltar con los elementos del fondo, ya que son de colores claros. Este color representa la elegancia, paz en el ambiente y el poder.

Para reforzar nuestra imagen corporativa necesitábamos un distintivo que identifique nuestro restaurante, por tanto, hemos incorporado una imagen de olas del mar. Con este símbolo queremos representar uno de los temas principales, el océano.

Como símbolo, el océano, trae a la mente la idea de infinitud, de lo que escapa a los límites y también de la vida misma. En los océanos es donde la vida surge y al mismo tiempo, nos es desconocida la cantidad de vida que allí hay.



Por otro lado, en la parte inferior encontramos al lado de la palabra "Restaurant" una imagen de dos peces koi. Este símbolo afirma que el mundo y el ser humano se componen de dos extremos opuestos totalmente dependientes y necesarios entre sí para alcanzar el equilibrio.

Enfocado en nuestro negocio, nuestro objetivo es encontrar el equilibrio entre el precio y la calidad del producto. Además, coincide que los peces forman parte del ambiente del restaurante en los acuarios.

Los peces son de distintas tonalidades de azul marino. Se trata de uno de los colores más relacionados con la tranquilidad y el control de la situación, así como con la paz, el entendimiento y la protección. También se vincula al cuidado de los demás y a la confianza y credibilidad.

Finalmente, añadimos en la parte superior una imagen de una luna.

La luna tiene su propia gravedad, que atrae a los océanos hacia ella. Los océanos se empujan ligeramente hacia la gravedad de la Luna, causando la marea alta en el lado de la Tierra más cercano a la Luna. Por eso, si nos fijamos en la imagen de las olas veremos que son grandes y agresivas.

En este caso la luna es de color dorado, símbolo de prestigio, honor, valor, además de estar asociado al lujo, el gusto estético y la luminosidad.

Nuestro logotipo quedaría así:



### 5.5. Vestuario y complementos

La variedad de uniformes en nuestro local identifica al personal, como sello de identidad y para distinguir los siguientes rangos de trabajadores:

- Camareros.
  - Mocasines negros.
  - Pantalón de pinzas negros.
  - Polo negro/azul para los Barman.
  - Camisa blanca para los camareros.
  
- Cocineros.
  - Calzado cómodo de color blanco.
  - Pantalón de cuadros.
  - Bata de color azul marino para el jefe de cocina.
  - Bata de color blanco para el cocinero y auxiliar.
  - Gorro de color gris.





## 5.6. Plan de publicidad

Para dar a conocer nuestro negocio es muy importante escoger las técnicas que mejor se pueden adaptar y así, identificar las necesidades de los consumidores. En nuestro caso, utilizaremos el Marketing tradicional; a través de soportes físicos, y el digital; de forma online.

Nuestro objetivo principal es mejorar las relaciones con el cliente, llegar a nueva clientela y diferenciarnos de los restaurantes de la zona.

### **Marketing en redes sociales:**

Las redes sociales son uno de los medios que más nos puede ayudar para publicitar nuestro negocio. Nuestro restaurante contará con las redes sociales más utilizadas por los usuarios, como es Instagram, Facebook, Twitter, entre otras, que iremos ampliando con el paso del tiempo. A través de las redes sociales, publicaremos las novedades, imágenes, ofertas, calendario de eventos y disponibilidad de reserva. Además, es otra herramienta para que los clientes puedan contactar directamente con nosotros sin necesidad de llamar.

Los usuarios obtendrán:

- **Interactividad**, ya que podrán hablar con nosotros por chat.
- **Inmediatez** sobre las noticias y novedades.
- **Viralidad**, publicaremos contenido interesante para que compartan con sus contactos.

La gestión de las redes sociales no nos supondrá ningún coste, ya que seremos los encargados de llevar al día el negocio.

Por otro lado, utilizaremos estos medios para incluir posts publicitarios en las stories de Instagram. Junto a la compañía Dayvo, publicaremos anuncios por el importe de 199€ mensuales.



### **Folletos y promociones:**

Repartiremos en zonas estratégicas de la ciudad algunos folletos donde explicaremos nuestros servicios y la ubicación del negocio. En el propio folleto, incluiremos cupones y descuentos, que al traerlos al local se les validará.

Repartiremos una cantidad exacta en diferentes sitios, nos ayudará a dar visibilidad al restaurante, además de conocer e incentivar al posible cliente.

Imprimiremos los folletos junto a la compañía CoboPrint Barcelona. El presupuesto es de 3000 folletos por 120€.



### **Carteles publicitarios:**

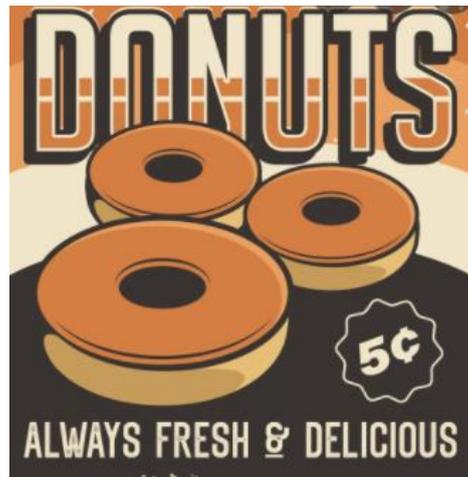
Nos enfocaremos en los carteles comerciales con intención de dar a conocer nuestro restaurante e informar. Por ello, hemos estudiado en profundidad el diseño y la estética de la campaña, buscamos llamar la atención del público des del primer momento.

Colocaremos carteles en zonas estratégicas, cerca de centros comerciales, estaciones de trenes y bus... Los carteles tendrán el nombre, la dirección del local, y nuestras redes, junto a un eslogan. Con el eslogan queremos transmitir un mensaje explícito para conseguir sorprender a todo el mundo desde la primera ojeada.

CFGM Gestió administrativa  
M11. Empresa a l'aula  
Laura Barragan Ruiz / Maikol Barreto Puertas

Además, contendrá un código QR para entrar directamente a la página web. En ella podrán ver el interior del restaurante, los servicios que ofrecemos, cartas online y disponibilidad de reserva.

Los carteles se realizarán junto a la empresa Tangram de Barcelona, con un presupuesto de 350€.



## **6. Àrea de ventas**

### **6.1. Cliente objetivo**

Los clientes objetivos serán el grupo de personas interesadas en el servicio que nuestro negocio ofrece. Es un factor importante, ya que las campañas y medios de márketing irán dirigidas a estas personas.

El perfil del cliente objetivo será:

- Rasgos demográficos.
  - o Sexo: Hombres y mujeres.
  - o Edad: entre 20 y 40 años.
  - o Estado civil: con pareja.
- Particularidades geográficas.
  - o Alrededores de Barcelona.
  - o Movilidad: coche o autobús.
- Conocen y utilizan con frecuencia las nuevas tecnologías y redes sociales.
- Clase media.
- Buscan un lugar de ambiente tranquilo y entretenido, de servicio rápido y de buena calidad.

### **6.2. Canales de venta**

#### **Canales directos:**

A través del canal directo de distribución, el restaurante comercializa directamente sus productos al consumidor. Esta comercialización directa se realiza a través del establecimiento en el que, además, existe la posibilidad de consumir el producto que se vende.

Ventajas:

- Control sobre el producto, ya que se conoce todo el proceso de distribución.
- Recepción de feedback por parte de los clientes, permitiendo realizar mejoras en los productos.
- El producto se entrega en óptimas condiciones al servirse directamente al cliente.
- Trato directo con el cliente, lo que mejora la fidelización.
- Reducción de costes de la distribución.

### **6.3. Política de precios**

En el inicio de nuestro negocio estableceremos una política de precios que se base en fijar uno más bajo que los competidores similares de la zona.

Habrà un equilibrio entre la calidad de los platos y los precios establecidos, en la carta y el menú.

Con el paso del tiempo, nos guiaremos por los datos que nos proporcionen las soluciones de analítica de negocio para plantear una posible subida de precios.

### **6.4. Servicio postventa**

El servicio post venta reunirá todas las estrategias pensadas para mejorar la experiencia, gestionando los posibles problemas que surjan con la clientela, además de mantener una relación duradera. Las claves principales serán:

- Una atención personalizada.
- Una gestión técnica eficaz.
- Una comunicación fluida y personal.

Algunos de los servicios de postventa serán:

- Promoción de ventas: daremos ofertas y descuentos especiales para clientes asiduos o participación en sorteos.
- Motivación del usuario: enviaremos regalos y tarjetas de saludos por cumpleaños o por festividades.
- Seguridad: prestaremos al cliente las garantías precisas, en caso de que el servicio empiece a dar problemas.

Nuestro objetivo principal es que el cliente quede satisfecho con el servicio y recomiende a otras personas el negocio.

## 7. Área de compras

### 7.1. Búsqueda de proveedores

#### Proveedores de Bebidas:

CONDICIONES	Alimentación Gastromundo	Grupo Euroestrellas	PepsiCo Iberia	Bebidas
PRECIO	1,1€	1,2€	1,5€	
DTO.COMERCIAL	2%	10%	5%	
TRANSPORTE	0,2 €	Gratuito	0,35€	
FORMA DE PAGO	90 días F.F	30 días F.F	60 días F.F	
FECHA DE ENTREGA	4 días	1 día	2 días	
CALIDAD	Media	Alta	Media	
GARANTÍA	1 mes	2 meses	1 mes	

#### Proveedores de carnes y embutidos:

CONDICIONES	Premium Red Meat	Bistec Barcelona	JM Gestí
PRECIO	4€	3€	2,5€
DTO.COMERCIAL	2%	2%	5%
TRANSPORTE	0,2 €	Gratuito	Gratuito
FORMA DE PAGO	90 días F.F	30 días F.F	90 días F.F
FECHA DE ENTREGA	2 días	1 día	1 día
CALIDAD	Media	Media	Alta
GARANTÍA	1 mes	2 meses	1 mes

#### Proveedores de pescados:

CONDICIONES	Garcimar	Salmefran	Aropesca
PRECIO	5,5€	4€	3€
DTO.COMERCIAL	2%	5%	1%
TRANSPORTE	0,3 €	Gratuito	Gratuito
FORMA DE PAGO	Contado	30 días F.F	15 días F.F
FECHA DE ENTREGA	1 día	1 día	1 día
CALIDAD	Media	Alta	Alta
GARANTÍA	Sin garantía	1 mes	1 mes

## 7.2. Creación de baremo

Baremo de empresa para la selección de proveedores:

CONCEPTO	PUNTUACIÓN
PRECIO	60
FORMA DE PAGO	10
FECHA DE ENTREGA	10
CALIDAD	15
GARANTIA	5
PUNTUACIÓN MÁXIMA	100

### Bebidas - Tabla de valoración según baremo:

CONDICIONES	Alimentación Gastromundo	Grupo Euroestrellas	PepsiCo Iberia	Bebidas
PRECIO	40	60	20	
FORMA DE PAGO	10	2	5	
FECHA DE ENTREGA	0	10	5	
CALIDAD	7	15	7	
GARANTÍA	2	5	2	
<b>Puntuación</b>	<b>59</b>	<b>92</b>	<b>39</b>	

### Carnes y embutidos - Tabla de valoración según baremo:

CONDICIONES	Premium Red Meat	Bistec Barcelona	JM Gestí
PRECIO	10	40	60
FORMA DE PAGO	10	5	10
FECHA DE ENTREGA	5	10	10
CALIDAD	7	7	15
GARANTÍA	5	2	5
<b>Puntuación</b>	<b>27</b>	<b>64</b>	<b>100</b>

**Pescado y marisco - Tabla de valoración según baremo:**

CONDICIONES	Garcimar	Salmefran	Aropesca
PRECIO	10	40	60
FORMA DE PAGO	0	10	5
FECHA DE ENTREGA	10	10	10
CALIDAD	7	15	15
GARANTÍA	0	5	5
<b>Puntuación</b>	<b>27</b>	<b>80</b>	<b>95</b>

**7.3. Valoración de proveedores**

Después de realizar la tabla de valoración de los proveedores según el baremo, especificaremos aspectos de los proveedores con mayor puntuación. Hemos dividido nuestra búsqueda de proveedores en tres secciones (bebidas, carnes, embutidos y pescado o marisco).

**Bebidas:** necesitamos proveedores de bebidas, como refrescos, además de las alcohólicas. Según la tabla de valoración los más adecuados para el negocio son:

- **Alimentación Gastronomundo:**

Es una empresa dedicada a la alimentación internacional y nacional, con productos de México, Estados Unidos, Argentina y Brasil. Tienen la posibilidad de envío a todos los países comunitarios de Europa, pero el plazo es de aproximadamente 4 días. Disponen de primeras marcas y productos exclusivos, distribuyen bebidas, dulces y alimentos frescos o en conserva.

- **Grupo Euroestrellas:**

Gestionan el producto garantizando un óptimo almacenamiento y buena calidad, además de disponer de cámaras con distintas temperaturas. Tienen un trato próximo, visitan periódicamente a los clientes para gestionar sus pedidos. La entrega del pedido a clientes es en 24 horas y cuentan con más de 20 trailers y camiones. Por otro lado, distribuyen productos de primeras marcas, con garantía de satisfacción y de calidad.

**Carnes y embutidos:** para esta sección necesitamos proveedores que nos administren diferentes tipos de carnes; bistec, entrecot, ternera, además de los embutidos para las tapas y la guarnición. Los más adecuados para el restaurante son:

- **Bistec Barcelona:**

Es una empresa especializada en carne vacuna y derivados. Son importadores de carnes seleccionadas por unos veterinarios de su equipo. Cuentan con buena calidad del producto, carnes frescas y con 4 meses de caducidad.

Además, distribuyen salchicha parrillera, chorizo, cordero, solomillo... y tienen una pequeña selecta de vinos españoles y argentinos.

- **JM Gestí:**

Es una empresa familiar con más de 40 años de trayectoria, dan servicio a un extenso territorio, ofreciendo un trato personal y adecuado. Disponen de instalaciones de 2.500 m<sup>2</sup> y cámaras frías de frío positivo y congelación. Para la distribución, cuentan con una flota de vehículos de reparto adaptados para toda la gama de productos.

Actualmente su porfolio de productos supera las 1800 referencias y trabajan con las marcas más demandadas por el mercado.

**Pescado y marisco:** necesitamos proveedores de pescado fresco y de buena calidad, ya que es uno de los productos más utilizados en la carta y el menú. los proveedores escogidos son:

- **Salmefran:**

Es una empresa en Barcelona con una gran selección del mejor género en pescados y mariscos frescos, junto con otros productos complementarios. En la página web tienen reseñas de importantes restaurantes que confían en su servicio.

Disponen de un servicio de atención al cliente para elaborar un listado de precios y poder formalizar el pedido, además de recomendaciones y novedades.

- **Aropesca:**

Es una empresa situada en Barcelona con 34 años de experiencia en el sector, además de tener restaurantes y escuelas de aprendizaje. Se destacan por la calidad y la puntualidad en la entrega, de lunes a sábado. Distribuyen pescado fresco y congelado, de un alto precio.

#### **7.4. Selección de proveedores**

El proveedor de bebidas que hemos escogido es Grupo Euroestrellas. Nos podrán servir entre las siguientes categorías de productos:

- Cervezas.
- Aguas.
- Café e infusiones.
- Refrescos
- Licores.
- Vinos y cavas.
- Zumos.
- Lácteos.



El proveedor de carnes y embutidos que más ventajas nos aporta es JM Gestí. Algunos ejemplos de marcas con las que trabajan son:

- Campofrio.
- Gallina blanca.
- Bonduelle.
- Nudisco.
- Jupema.
- La baturrica.



Jm Gestí cuenta con un catálogo de más de 2500 referencias en constante renovación con el fin de ofrecer novedades y productos promocionales, además de promocionar precios reducidos. Tienen una gestión comercial ágil y eficaz, flexibilidad en la gestión de los pedidos y rapidez en la distribución.

El proveedor de pescado y marisco más adecuado para nuestro negocio es Salmefran. Tienen disponible:

- Congelados (todo tipo de pescado y marisco).
- Conservas (anchoas, boquerón en vinagre, sardinas, atún, etc).
- Mariscos (gambas, almeja, pulpo, sepia, chipirón, navajas, etc).
- Pescados (rodaballo, lubina, dorada, sardina, atún, etc).

Venden toda clase de pescado y marisco fresco y congelado con un servicio de distribución rápido y personalizado. El cliente puede solicitar un listado de precios y la empresa te asesora para poder ajustar el menú a la oferta y demanda del mercado.

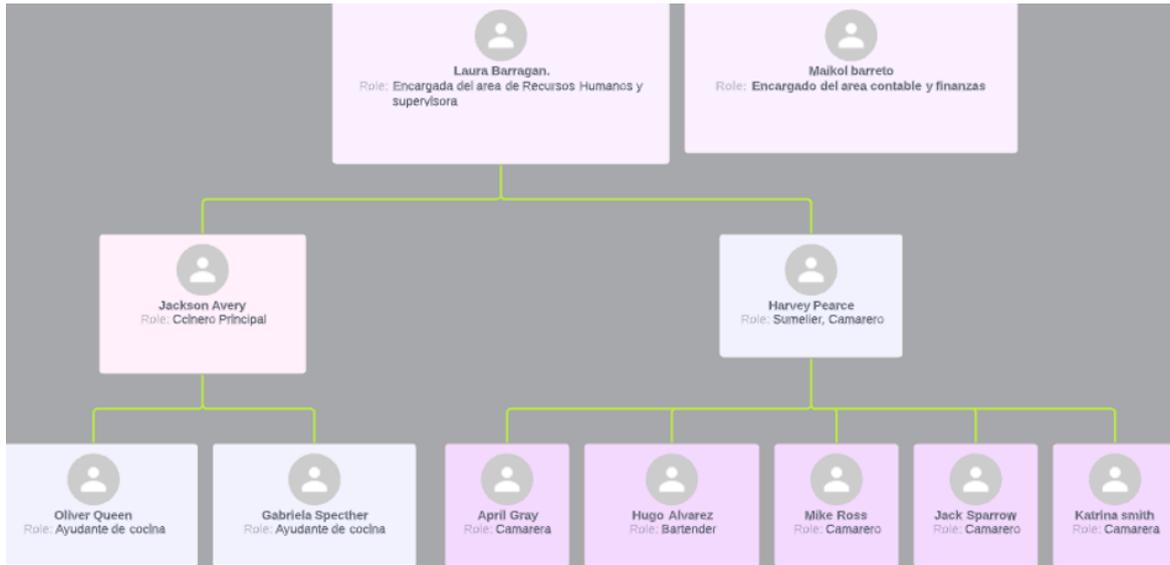


## 8. Recursos humanos

### 8.1. Organigrama

Los dos socios de la empresa seremos los encargados de la dirección y supervisión de las distintas áreas funcionales del negocio.

Laura se encargará del área de Recursos humanos y la supervisión de la cocina y los camareros. Maikol se encargará del área contable y las finanzas de la empresa.



### 8.2. Perfiles profesionales

Puesto de trabajo	Cocinero
Tareas a desarrollar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encargado de elaborar y condimentar todos los platos.</li> <li>- Vigilar y responsabilizarse de la despensa diaria supervisando la entrada de los artículos necesarios, vigilando su estado y adecuando la misma a la confección de los diferentes servicios a realizar.</li> <li>- Recepción de pedidos de alimentación y productos de cocina, verificación de caducidades y de su correcto estado de entrega.</li> <li>- Responsabilizarse de la puntualidad y correcta elaboración de las comidas siguiendo los menús supervisados.</li> <li>- Mantenimiento y limpieza de las áreas correspondientes.</li> </ul>

<b>Formación mínima</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Educación Secundaria Obligatoria.</li> <li>- CGMFP Técnico en Cocina y Gastronomía.</li> <li>- CGSFP Dirección de cocina.</li> </ul>
<b>Experiencia mínima</b>	Al menos 1 año como técnico en Cocina y Gastronomía.
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo en equipo.</li> <li>- Creatividad.</li> <li>- Iniciativa.</li> <li>- Planificación y organización.</li> <li>- Integridad y honestidad.</li> <li>- Pasión por las artes culinarias.</li> <li>- Higiene.</li> </ul>
<b>Otros a valorar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilidad horaria.</li> <li>- Disponibilidad de vehículo propio.</li> <li>- Cercanía.</li> <li>- Disponibilidad de cursos relacionados con el área.</li> </ul>

<b>Puesto de trabajo</b>	Camarero
<b>Tareas a desarrollar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepción, almacenaje y distribución de materias primas.</li> <li>- Preparación y presentación de platos.</li> <li>- Desarrollar actividades de servicio y atención al cliente.</li> <li>- Mantener en buen estado el área de trabajo, los equipos y utensilios.</li> </ul>
<b>Formación mínima</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Educación Secundaria Obligatoria.</li> <li>- Inglés- Nivel intermedio.</li> <li>- Catalán- Nivel intermedio.</li> </ul>
<b>Experiencia mínima</b>	Al menos 2 años como camarero.

<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo en equipo.</li> <li>- Energía física.</li> <li>- Buenas habilidades de comunicación.</li> <li>- Trato amable y familiar.</li> <li>- Organización.</li> <li>- Personalidad extrovertida.</li> <li>- Higiene.</li> </ul>
<b>Otros a valorar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilidad horaria.</li> <li>- Disponibilidad de vehículo propio.</li> <li>- Cercanía.</li> <li>- Disponibilidad de cursos relacionados con el área.</li> <li>- Otros idiomas.</li> </ul>

<b>Puesto de trabajo</b>	Barman
<b>Tareas a desarrollar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepción y trato con el cliente.</li> <li>- Preparación y presentación de cócteles y bebida combinadas.</li> <li>- Elaboración con acrobacias y demás trucos para el espectáculo.</li> <li>- Mantener en buen estado el área de trabajo, los equipos y utensilios.</li> </ul>
<b>Formación mínima</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Educación Secundaria Obligatoria.</li> <li>- Curso de Barterding.</li> <li>- Inglés- Nivel intermedio.</li> <li>- Catalán- Nivel intermedio.</li> </ul>
<b>Experiencia mínima</b>	Al menos 1 año como barman.
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creatividad.</li> <li>- Energía física.</li> <li>- Trato amable y familiar.</li> <li>- Organización.</li> <li>- Personalidad extrovertida.</li> <li>- Higiene.</li> <li>- Resolutivo.</li> </ul>

<b>Otros a valorar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilidad horaria.</li> <li>- Disponibilidad de vehículo propio.</li> <li>- Cercanía.</li> <li>- Otros idiomas.</li> </ul>
------------------------	--

<b>Puesto de trabajo</b>	Sommelier
<b>Tareas a desarrollar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección de vinos para los menús.</li> <li>- Asesorar a los comensales.</li> <li>- Control y disponibilidad de los vinos.</li> <li>- Almacenaje y acondicionamiento de los vinos.</li> <li>- Mantener en buen estado el área de trabajo, los equipos y utensilios.</li> </ul>
<b>Formación mínima</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Educación Secundaria Obligatoria.</li> <li>- Curso de Sommelier /CGMFP Técnico en Cocina y Gastronomía.</li> <li>- Inglés- Nivel intermedio.</li> <li>- Catalán- Nivel intermedio.</li> </ul>
<b>Experiencia mínima</b>	Al menos 1 año como sommelier.
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Humildad.</li> <li>- Trato amable y familiar.</li> <li>- Psicología y sensibilidad.</li> <li>- Ser discreto, amable y cortés con los clientes.</li> <li>- Habilidades de promoción de vinos.</li> <li>- Resolutivo.</li> </ul>
<b>Otros a valorar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilidad horaria.</li> <li>- Disponibilidad de vehículo propio.</li> <li>- Cercanía.</li> <li>- Otros idiomas.</li> </ul>

### 8.3. Convenio

#### Artículo 22. Jornada laboral

La jornada máxima anual de trabajo efectivo durante la vigencia del convenio será de 1800 horas de trabajo efectivo al año y la jornada máxima semanal será de promedio 40 horas de trabajo efectivo para un trabajador a tiempo completo, en promedio anual.

Sin embargo, la jornada máxima será la del cuadro siguiente en los territorios siguientes:

Convenio de Hostelería	Horas
Cataluña/Catalunya (Restauración Social).	1.791

#### 2.3 Horas extraordinarias

Durante la vigencia del presente Convenio se tenderá a la reducción de horas extraordinarias con el fin de aliviar la situación de paro existente en la actualidad.

Las horas extraordinarias serán de prestación voluntaria. No obstante, y con carácter excepcional, resultarán exigibles en los supuestos de fuerza mayor cuando sean necesarias para reparar siniestros y otros daños extraordinarios.

Cataluña/Catalunya.	Obligatorias solo cuando exista la necesidad de reparar siniestros u otros daños extraordinarios y urgentes, se podrán compensar por un tiempo equivalente de descanso en lugar de retribuirse económicamente, su número no podrá ser superior de 80 horas al año, por trabajador/a siempre que se abonen, su valor será del de la hora ordinaria y en cada centro de trabajo se negociara si se compensa por una hora de descanso o por su correspondiente retribución en dinero.
---------------------	--

#### Artículo 25. Calendario laboral: Horario de trabajo/cuadros horarios.

##### 25.1 Calendario y cuadros horarios.

Con carácter general, anualmente, antes del 1 de enero de cada año o a los treinta días de una nueva apertura o del inicio de un nuevo curso escolar, se realizará el calendario laboral que determinará los días laborales y festivos de cada centro de trabajo, el calendario incluirá días de libranza, jornada, puesto de trabajo asignado y grupo de cotización.

Catalunya.	La empresa elaborará anualmente el calendario laboral. Antes de su difusión solicitará informe previo sobre el mismo a la representación legal de los trabajadores/as, que deberá emitirlo en el plazo máximo de 15 días. El calendario laboral se expondrá en un lugar visible de cada centro de trabajo antes del día 20 de febrero de cada año. En el supuesto de apertura de nuevo centro de trabajo o actividad cíclica el calendario laboral se expondrá dentro de los 30 días siguientes de producirse dicha apertura o inicio.
------------	--

## 25.2 Tiempos de descanso en la jornada diaria de trabajo.

El tiempo mínimo de reposo en las jornadas partidas será de dos horas, salvo pacto en contrario. La jornada solo podrá fraccionarse en dos tramos, entre tramo y tramo el tiempo mínimo, con carácter general, será de dos horas y el máximo de cuatro horas.

Catalunya.	La jornada laboral podrá tener el carácter de continuada o partida: a) Continuada: Se dispondrá de un descanso de 20 (veinte) minutos que se computarán como jornada de trabajo a todos los efectos en cualquier jornada superior a cinco horas. Si este tiempo de descanso fuese utilizado para realizar alguna comida, podrá ampliarse por el tiempo indispensable entendiéndose que cuando sobrepase los 20 (veinte) minutos iniciales será a cargo del trabajador/a, quien deberá recuperarlo al final de la jornada. b) Partida: Los turnos tendrán un máximo de 5 (cinco) horas y un mínimo de 3 (tres). El descanso entre turno y turno tendrá una duración mínima de hora y media. Las empresas y las representaciones legales de los trabajadores/as estudiarán la posibilidad de establecer la jornada continuada y/o irregular en aquellos establecimientos o departamentos en que las necesidades del servicio lo permitan.
------------	---

## Artículo 28. Vacaciones

Cataluña/Catalunya.	El personal afectado por el presente Convenio disfrutará de treinta días naturales de vacaciones. Aquellos que no lleven un año de trabajo efectivo tendrán derecho a disfrutar la parte proporcional. Las vacaciones se realizarán preferentemente desde el 1 de abril hasta el 31 de octubre. Cuando el periodo de vacaciones coincida en el tiempo con una incapacidad temporal derivada del embarazo, parto o lactancia natural o con el periodo de suspensión del contrato de trabajo previsto en el artículo 48,4, 5 y 7 del Texto Refundido del ET, se tendrá derecho a disfrutar las vacaciones en fecha distinta a la de la incapacidad temporal o a la del disfrute del permiso que por aplicación de dicho precepto le correspondiera, al finalizar el periodo de suspensión, aunque haya terminado el año natural a que correspondan. En el supuesto de que el periodo de vacaciones coincida con una incapacidad temporal por contingencias distintas a las señaladas en el párrafo anterior que imposibilite al trabajador disfrutarlas, total o parcialmente, durante el año natural a que corresponde, el trabajador podrá hacerlo una vez finalizada su incapacidad y siempre que no hayan transcurrido más de 18 meses a partir del final del año en que se hayan originado. Las empresas vendrán obligadas a publicar antes del 1 de enero de cada año o a los treinta días de su apertura, un calendario de vacaciones y de fiestas no recuperables. Dicho calendario se realizará de común acuerdo entre la empresa y la representación de los trabajadores/as. En caso de desacuerdo se someterá el mismo a los procedimientos de conciliación y mediación del Tribunal Laboral de Catalunya. Durante el periodo de vacaciones anuales los trabajadores/as percibirán el salario establecido en la correspondiente tabla del Convenio más la antigüedad consolidada si la tuvieran.
---------------------	---

**Artículo 62. Remisión al ALEH.**

**Salario base (Barcelona):**

	2020 - Euros
NIV. 1 Jefe/a cocina, Jefe/a de operaciones, Jefe/a de sala, Supervisor/a de explotaciones, Encargado/a general, Jefe/a de sector de explotaciones, Jefe/a de sector de autopistas.	1.594,90
NIV. 2 Segundo/a jefe/a de cocina, Supervisor/a, Cajero/a administrativo, Jefe/a de sector, Jefe/a de compras, Encargado/a de explotación, Técnico/a de mantenimiento, Jefe/a de equipo, Encargado/a de 2.ª, Programador/a de informática, Secretario/a de dirección, Jefe/a de sección de administración.	1.492,68
NIV. 3 Chófer 2.ª, Dependiente/a, Barman/barwoman, Camarero/a, Cocinero/a, Planchista, Cajero/a, Oficial/a segundo/a contabilidad y administración, Oficial/a mantenimiento, Operador/a informática, Dietista titulado/a con un año de experiencia acreditada, Comercial.	1.437,68
NIV. 4 Ayudante/a dependiente/a, Ayudante/a cocinero/a. Ayudante/a de camarero/a, Auxiliar de oficina, Ayudante/a de supervisor/a, Ayudante/a de equipo, Ayudante/a de mantenimiento, Dependiente/a de autoservicio, Ayudante/a de chófer, Dietista titulado/a sin experiencia, Auxiliar de servicios de colectividades cocina, Auxiliar de servicios de colectividades restauración, Monitor/a – cuidador.	1.330,74
NIV. 5 Marmitones, Mozo/a de limpieza, Fregador/a y limpiador/a, Mozo/a de almacén, Ayudante/a de economato, Preparador/a, Pinche mayor de 18 años, Personal de limpieza.	1.305,75
NIV. 5 BIS Trabajadores/as que accedan a su primer empleo en el sector o carezcan de experiencia profesional.	1.163,22
NIV. 6 Pinche de 16 y 17 años, Aspirante administrativo/a (colectividades).	1.020,65

**Complementos salariales:**

	2020 - Euros	
Plus nocturnidad (trabajadores media entre 420 y 500h. anuales.	<b>Nivel</b>	
	I	79,91
	II	73,93
	III	64,05
	IV	55,07
	V	54,10
	V bis	43,19
Plus fiestas no recuperables.	<b>Nivel</b>	
	I	22,40
	II	21,38
	III	18,33
	IV	16,29
	V	15,27
	V bis	12,72
	VI	10,72

#### 8.4. Cuadro de gastos RR HH

A continuación, veremos el cuadro de gastos mensuales en personal de la empresa que hemos realizado.

	SALARIO BASE ANUAL	COTIZACIONES COMUNES (23,6%)	DESEMPLEO INDEFINIDO (5,5 %)	DESEMPLEO TEMPORAL (6,7%)	FOGASA (0,2%)	FP (0,6%)	IT POR CC (1,3%)	CP AT Y EP (1,65%)	COSTE TOTAL
COCINERO	19.200,00 €	4.531,20 €	1.056,00 €		38,40 €	115,20 €	249,60 €	316,80 €	25.507,20 €
A. COCINA	11.760,00 €	2.775,36 €	646,80 €		23,52 €	70,56 €	152,88 €	194,04 €	15.623,16 €
A. COCINA	11.760,00 €	2.775,36 €	646,80 €		23,52 €	70,56 €	152,88 €	194,04 €	15.623,16 €
CAMARERO	13.200,00 €	3.115,20 €		884,40 €	26,40 €	79,20 €	171,60 €	217,80 €	17.694,60 €
CAMARERO	13.200,00 €	3.115,20 €		884,40 €	26,40 €	79,20 €	171,60 €	217,80 €	17.694,60 €
CAMARERO	13.200,00 €	3.115,20 €		884,40 €	26,40 €	79,20 €	171,60 €	217,80 €	17.694,60 €
CAMARERO	13.200,00 €	3.115,20 €		884,40 €	26,40 €	79,20 €	171,60 €	217,80 €	17.694,60 €
BARMAN	6.798,00 €	1.604,33 €		455,47 €	13,60 €	40,79 €	88,37 €	112,17 €	9.112,72 €
SOMMELIER	10.200,00 €	2.407,20 €		683,40 €	20,40 €	61,20 €	132,60 €	168,30 €	13.673,10 €
RESUMEN	112.518,00 €	26.554,25 €	2.349,60 €	4.676,47 €	225,04 €	675,11 €	1.462,73 €	1.856,55 €	150.317,74 €

	BASE DE COTIZACIÓN DE SOCIOS					
	SALARIO BASE ANUAL	CONTINGENCIAS COMUNES (28,3 %)	CONTINGENCIAS PROFESIONALES (1,3%)	CESE DE ACTIVIDAD (0,9%)	OTRAS MEDIDAS (0,1%)	NETO A PERCIBIR
SOCIO 1	24.000,00 €	6.792,00 €	312,00 €	216,00 €	24,00 €	16.680,00 €
SOCIO2	24.000,00 €	6.792,00 €	312,00 €	216,00 €	24,00 €	16.680,00 €
Total	48.000,00 €	13.584,00 €	624,00 €	432,00 €	48,00 €	33.360,00 €

## 9. Plan económico financiero

Nuestra empresa plantea el siguiente plan económico teniendo en cuenta los estudios realizados del negocio.

### 9.1. Recursos propios

Los 2 socios hemos decidido aportar a la empresa 90.000€ de capital, y cada uno de nosotros invertirá 45.000€, se adjunta cuadro:

NOMBRE DE LOS SOCIOS	IMPORTE DESEMBOLSADO
Laura Barragan Ruiz	45.000€
Maikol Barreto Puertas	45.000€
<b>TOTAL CAPITAL</b>	<b>90.000€</b>

### 9.2. Fondos de financiación

Teniendo en cuenta la inversión inicial de nuestra actividad y poder hacer frente a una tesorería sana que nos permita soportar el primer año de nuestro negocio, creemos necesario pedir un préstamo. Hemos escogido a Cofidis, una entidad financiera especializada en concesión de créditos, con las siguientes condiciones.

**Tipo de interés fijo:** 7,98%

**Cantidad:** 60000€

**Tiempo:** 2 años

**Comisión de apertura:** 0%

**Mensualidad:** 2705,44€

**Importe total a pagar:** 65033,12€

### 9.3. Previsión de gastos

#### Costes de inversión

Costes de inversión	Producto/servicio	Modelo/ Empresa	Cantidad	Precio	Total
Acondicionamiento del local	Pintura	Interdomicilio			1.000,00 €
	Reformas	Construcciones y Reformas Vallès			5.000,00 €
	Instalaciones				2.000,00 €

Maquinària	Producto/servicio	Modelo/ Empresa	Cantidad	Precio	Total
	Nevera	Frigorifico Miletric RFD	3	219	657,00 €
	Juego de cocteleria	Viugreum cocteleria para cócteles	1	42,99	42,99 €
	Microondas	Taurus	2	50	100,00 €
	Congelador	Wallapop	2	200	400,00 €
	Horno	GCO2001	4	467,41	1.869,64 €
	Campana	Acero inoxidable plus (MAKRO)	2	335	670,00 €
	Utensilios básicos de cocina	Amazon	3	69	207,00 €
	Batidora	Amazon	2	100	200,00 €
	Cargadores para mesas	Simpeak Cargador USB	8	26,96	215,68 €

### Costes mensuales fijos

Costes mensuales fijos	Servicio	Total
Alquiler	Alquiler del local	7.000,00 €
Suministros	Gas	500,00 €
	Electricidad	1.200,00 €
	Agua	600,00 €
	Telefono y WIFI	150,00 €
Compra de mercaderias		11.000,00 €
Seguros		350,00 €
Sueldos	6 camareros y 5 cocineros	17.000,00 €
	<b>Total</b>	<b>37.800,00 €</b>

Mobiliario	Descripción	Marca	Cantidad	Unidad	Precio unitario	Total
	Sillas para barra de bar	Leader Accessories Taburetes	5	50	250,00 €	
	Vitrina para bar tender	Inter Link vitrina coleccionista	1	62	62,00 €	
	Ventanas	Leroy Merlin	4	125	500,00 €	
	Puertas	Leroy Merlin	5	139	695,00 €	
	Mesa principal del bar tender	Woltu mesa de bar	1	111,99	111,99 €	
	Mesa secundaria del bar tender	Woltu mesa de bar MDF	1	79,99	79,99 €	
	Decoracion					500,00 €
	Sillas	Bergmund	44	15	660,00 €	
	Mesa para 2 personas		8	220	1.760,00 €	
	Mesa para 4 personas		6	40	240,00 €	
	Lámpara de techo	Blanco Knappa	6	19	114,00 €	
	Tira de luz	LED SKU	40	9	360,00 €	
	Mesa para la cocina	Royal Antisalpique	4	619	2.476,00 €	
	Estanteria	Makro GH91	1	120	120,00 €	
	Cristal para acuario	CRISTALIUM	8		60.000,00 €	
	Peces	Variedad de peces grandes			6.000,00 €	
	Conjunto de utensilios cocina	IKEA			3.000,00 €	
	Armario	Leroy Merlin Alto basic blanco	4	33	132,00 €	
	Hinodoro	Leroy Merlin Alto basic blanco	2	59	118,00 €	
	Muebles de baño	Bauhaus		410	410,00 €	
	Estanteria para almacen	Makro GH91	2	150	300,00 €	
				<b>Total</b>		<b>90.251,29 €</b>

#### 9.4. Previsión de ingresos

Trimestres	Primer trimestre	Segundo trimestre	Tercer trimestre	Cuarto trimestre
<b>Ventas</b>	46400€	60000€	80000€	70000€
<b>Otros ingresos</b>	1000€	2000€	4500€	3500€
<b>Total</b>	47400€	62000€	84500€	73500€

#### Conclusión:

Podemos concluir que la inversión puesta en marcha en este negocio está siendo rentable y viable, ya que, con la previsión de ingresos que hemos realizado podemos recuperar la inversión inicial.

Para el inicio del restaurante hemos solicitado un préstamo de 60000€ con la entidad de Cofidis. Este importe nos ayudará junto a nuestras aportaciones a llevar una tesorería sana y a soportar los gastos de la inversión inicial.

Nuestra previsión de ingresos se divide en 4 trimestres, por temporadas del año. Des del inicio de nuestro negocio tenemos previsto unos ingresos de 47400€ aproximadamente, donde incluimos los eventos especiales y las ventas diarias, cubriendo todos los gastos mensuales. En el segundo y tercer trimestre tenemos prevista una subida de ingresos, ya que nuestro negocio llevará más tiempo en el mercado y será temporada de verano. En el cuarto trimestre notaremos una ligera bajada de ingresos, pero nos mantenemos en una buena rentabilidad.

## 10. Plan de prevención

### Riesgos en las cocinas- Seguridad

Riesgo	Fuente de riesgo	Daños
Seguridad en el proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Almacenamiento.</li> <li>- Cocina.</li> <li>- Falta de información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caídas a distinto nivel.</li> <li>- Cortes.</li> <li>- Electrocuciiones.</li> <li>- Quemaduras.</li> </ul>
Máquinas y herramientas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas manuales y mecánicas.</li> <li>- Aparatos a presión.</li> <li>- Manipulación de herramientas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Golpes y cortes.</li> <li>- Proyecciones.</li> <li>- Quemaduras, electrocuciiones y lesiones oculares.</li> </ul>
Instalación eléctrica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Descargas eléctricas.</li> <li>- Incendios.</li> <li>- Incumplimiento de normativa (NBC).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caías al mismo nivel.</li> <li>- Electrocuciiones y quemaduras.</li> </ul>
Incendios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Almacenamiento de productos inflamables.</li> <li>- Actividades que pueden provocar incendios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quemaduras.</li> </ul>

### Higiene

Riesgo	Fuente de riesgo	Daños
Contaminantes químicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etiquetado y almacenamiento de productos químicos.</li> <li>- Exposición a productos químicos.</li> <li>- Falta de formación e información.</li> <li>- Polvos.</li> <li>- Tratamiento de productos químicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alergias.</li> <li>- Asfixias.</li> <li>- Irritaciones.</li> </ul>
Calor/frío	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exposición al calor o al frío.</li> <li>- Corrientes y humedades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Afecciones musculares.</li> <li>- Catarros.</li> <li>- Gripes.</li> <li>- Resfriados.</li> </ul>

Contaminantes biológicos	<ul style="list-style-type: none"><li>- Exposiciones contaminantes.</li><li>- Enfermedades infecto contagiosas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Infecciones en la piel.</li><li>- Infecciones intestinales.</li><li>- Trastornos respiratorios.</li></ul>
--------------------------	---	---

### **Sistemas de protección contra incendios**

#### **Protección Pasiva:**

- **Protección Estructural:** Destinada a evitar la propagación horizontal y vertical del fuego. Mediante la construcción de estructuras que dificulten el paso del mismo como divisorios, forjados o juntas de expansión en las paredes.
- **Resistencia al fuego de los materiales:** Según el tiempo durante el que se mantienen las condiciones de estanqueidad y aislamiento térmico. Por ejemplo, se usa hormigón y yeso que conducen peor el calor que otros materiales



#### **Señalización:**

- De forma que resulten visibles, siendo la simbología empleada uniforme y de fácil interpretación.
- Debe proporcionar, en todo momento, información que proporcione datos sobre comportamientos, y prohíban o prevengan acciones peligrosas.



### Alumbrado de emergencia:

- Tiene por objeto garantizar un nivel mínimo de iluminación.
- Deben dotarse de iluminación de emergencia:
  - o Todas las vías de evacuación.
  - o Todas las salidas del sector y del edificio.
  - o Todos los locales de riesgo especial y los aseos generales de planta en edificios de acceso público.
  - o Los locales que alberguen equipos generales de las instalaciones de protección.
- Todo sistema de alumbrado:
  - o Alimentado eléctricamente con dos fuentes de suministro.
  - o Con autonomía de funcionamiento a plena carga, de una hora como mínimo.
  - o Puesta en funcionamiento automática con el fallo del suministro de la red.
  - o Proporcionará una iluminancia de 3 lux en los recorridos de evacuación y de 5 lux donde se precise maniobrar instalaciones.



### Medios de extinción

**Boca de incendio equipada (BIE's):** compuesta por una fuente de abastecimiento de agua, una red de tuberías para alimentar de agua el sistema y un puesto de manguera.

**Hidrantes:** Son fuentes de agua, normalmente derivadas de las redes públicas, para el uso de los servicios públicos de extinción. Se situarán en el exterior del edificio, preferentemente junto a sus accesos, en número tal que protejan las fachadas.

**Columna Seca:** Es una instalación sin agua, incorporada al edificio como medio de apoyo a las brigadas de extinción. Los bomberos pueden suministrar agua de sus equipos a estas conducciones.



### **Protección colectiva**

- Barandillas, pasarelas y escaleras.
- Andamios y redes antiácidas.
- Sistemas de ventilación.
- Barreras de protección acústicas.
- Vallado perimetral de zonas de trabajo.
- Marquesinas contra caída de objetos.
- Extintores de incendios.
- Medios húmedos en ambientes polvorientos.
- Carcasa de protección de motores o piezas en continuo movimiento.
- Señalizaciones e indicativos.
- Barreras de protección térmicas en centros de trabajo.
- Orden y limpieza.

### **Equipos de protección individual**

Estamos obligados a proporcionar a los trabajadores los EPI adecuados e informarles sobre los riesgos y su utilización. Nuestros trabajadores tienen la obligación de utilizar y cuidar a los EPI, e informar a su jefe de cualquier defecto, anomalía o daño apreciado en el equipo y que pueda comportar una pérdida de su eficacia protectora.

Los EPI deben ser cómodos y proteger al trabajador, deben estar homologados y llevar de forma visible y clara el marcado CE, durante el período de duración previsible de la misma. La utilización de un EPI no homologado equivale a su no utilización a efectos legales.

## **11. Plan medio ambiental**

Para nuestro sector de la restauración estas recomendaciones van encaminadas, entre otras, a optimizar el consumo de agua, mejorar la eficiencia energética, asegurar la reducción y gestión de residuos, así como fomentar las buenas prácticas en la gestión empresarial de cara a mejorar su relación social y ambiental con su entorno.

### **Agua**

El agua es un recurso natural fundamental y por ello es importante ser consciente de que es un bien escaso que hay que cuidar para conservarlo.

- Llevar un control del consumo mensual de agua y su coste.
- Implantar medidas de ahorro de agua, sobre todo en cocina, baños y limpieza, haciendo un uso racional de la misma.
- Establecer un programa de revisión y mantenimiento para garantizar la detección y reparación de fugas o filtraciones en el conjunto de la fontanería del establecimiento.
- Emplear productos de limpieza biodegradables frente a los más contaminantes y agresivos para las aguas.
- Instalar señales y paneles informativos en los baños para sensibilizar a los clientes sobre la importancia de reducir el consumo de agua.

### **Energía**

La energía desempeña un papel fundamental en la restauración, especialmente si se tiene en consideración que más de la mitad del consumo energético en bares y restaurantes se concentra en la cocina.

- Revisar los conceptos contratados en la factura del gas para identificar posibles ahorros.
- Para evitar la pérdida de energía en el aire de renovación se recomienda instalar un sistema de recuperación de calor.
- Cambiar, cuando sea necesario, los equipos que queden obsoletos y que no sean eficientes energéticamente.
- Desenchufar toda clase de equipos que no se usen por la noche (máquina de café, batidoras, etc.).
- Realizar un mantenimiento preventivo de los equipos como lavavajillas, congeladores, freidoras, hornos, campanas extractoras, etc. y lámparas para optimizar el consumo.

**Cocina:**

- Situar las cámaras de refrigeración y congelación alejadas de fuentes de calor.
- Llevar a cabo un mantenimiento de los circuitos de refrigeración de las cámaras frigoríficas para obtener una mayor eficiencia energética y detectar posibles fugas de líquido refrigerante.
- Aislar adecuadamente las paredes del horno y las conducciones.
- Procurar que el horno se use a plena producción.

**12. Anexos**

A continuación, dejaremos imágenes de:

- Menú diario.
- Menú festivo.
- La carta.
- Menú especial.
- La carta de tapas y vinos.

Además, adjuntamos los resultados de las encuestas y el mobiliario a comprar.

# Menú Diaria

## Entrantes



- Surtido de ibéricos
- Rollitos de jamón con mango y rúcula
- Ensalada de la casa (Queso de cabra)
- Ensalada mixta de ventresca de atún y cebolla tierna
- Mejillones al vapor
- Cucharitas de mozzarella marinada con sardina
- Carpaccio de ternera con virutas de foie y rúcula

## Segundo a escoger



- Sopa y carne de olla
- Salmón a la sidra con patatas
- Solomillo con jamón ibérico
- Timbal de patata y pulpo
- Bacalao de muselina de albahaca
- Entraña con verduras

## Postres



- Tiramisú
- Crema catalana
- Coulant de chocolate
- Sorbete de melocotón
- Creppe con helado de vainilla
- Cheesecake con frambuesas



IVA INCLUIDO  
PAN Y AGUA INCLUIDOS/ COPA DE VINO/ REFRESCOS

# Menú Festiva

## Entrantes



- Surtido de ibéricos
- Rollitos de jamón con mango y rúcula
- Ensalada de la casa (Queso de cabra)
- Ensalada mixta de ventresca de atún y cebolla tierna
- Mejillones al vapor
- Cucharitas de mozzarella marinada con sardina
- Carpaccio de ternera con virutas de foie y rúcula



## Segundo a escoger



- Conejo a la plancha con salsa romesco y patata
- Meloso de cordero asado con patatas fritas
- Lubina fresca a la plancha con verduras salteadas
- Atún fresco a la plancha con pimientos y puerros
- Arroz de marisco (compartir 2 personas)
- Fideuá (compartir 2 personas)

## Postres



- Nata con nueces o fresas con nata
- Piña y melocotón en almíbar
- Tiramisú
- Tarta de queso
- Sorbete de limón o mandarina
- Flan casero con nata



IVA INCLUIDO  
PAN Y AGUA INCLUIDOS/ COPA DE VINO/ REFRESCOS

c/  
REDES SOCIALES

# Carta



## ENTRANTES

Ensalada griega con salsa de yogur  
Ensalada de queso de cabra con vinagreta de miel y mostaza  
Ensalada de salmón ahumado  
Escalivada de bacalao, pimiento y berenjena  
Gambas al ajillo  
Mejillones marinera o al vapor  
Parrillada de verduras  
Surtido de embutidos



## TAPAS

Croquetas de jamón  
Patatas bravas  
Huevos rotos  
Tortilla de patatas  
Magro con tomate  
Albóndigas caseras



# Carta



## CARNES

Pollo asado  
Escalope (Cordon Bleu)  
Chuletas de cordero  
Solomillo de ternera a la plancha  
Chuletón de ternera a la piedra



## PESCADOS

Lenguado a la plancha  
Salmón a la plancha  
Merluza a la romana  
Bacalao vizcaina  
Parrillada de pescado y marisco



# CARTA



## POSTRES

Crema catalana casera  
Flan casero con nata  
Helado de queso con frutas rojas  
Helado de café con baileys  
Brownny con helado y chocolate  
Gofre con helado a escoger  
Crepe, ingredientes a escoger



# TAPAS



Pan de cristal con tomate  
Patatas bravas con salsa picante  
Croqueta de jamón ibérico (2 unidades)  
Bikini de cordero  
Mejillones en escabeche  
Calamar a la andaluza en su tinta  
Pulpo a la plancha, puré de patatas y pimentón  
Boquerones en vinagre



## VINOS BLANCOS

- Gran Cardiel, Verdejo D.O. Rueda
- Goru Moscatel-Chardonnay D.O. Jumilla
- Doña Luci, Albariño D.O. Rias Baixas

## VINOS TINTOS



- Zaruela, Tempranillo D.O Ribera del Duero
- Ollamendi CR, Tempranillo D.O. Rioja
- Vella Lola, Garnacha y Syrah D.O. Empordá
- Coto de Hayas RSV, Garnacha, Syrah y Mazuelo D.O. Campo de Borja

## SANGRIA

- Sangría de Tinto
- Sangría de Cava



# Menú especial

Pica pica  
(para compartir mínimo 4 personas)

## Entrantes

Surtido de olivas  
Croquetas de jamón caseras  
Calamares a la andaluza  
Pincho de mar en adobo  
Cuchara de escalivada con pan torrado



Bombón de queso de cabra  
Brocheta de butifarra  
Patatas all i oli  
Chistorra



## Segundos a escoger

Ternera al horno con verduras  
Papilote de bacalao  
Confit de pato



## Postres

Tarta de la casa

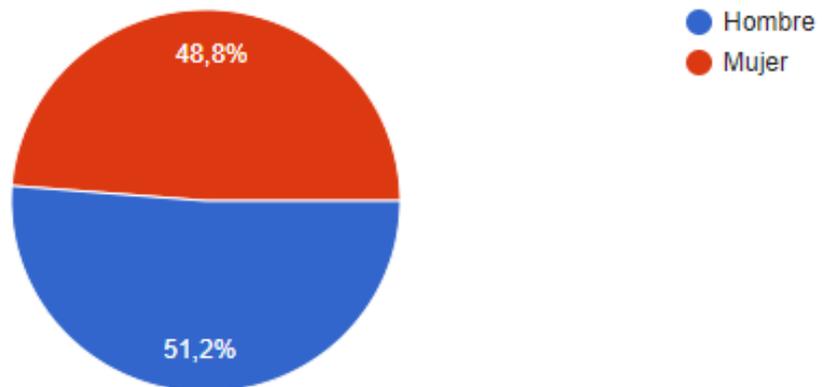
Vino, agua o refresco  
Café o infusión

**Encuestas:**

**Pregunta 1:**

Sexo

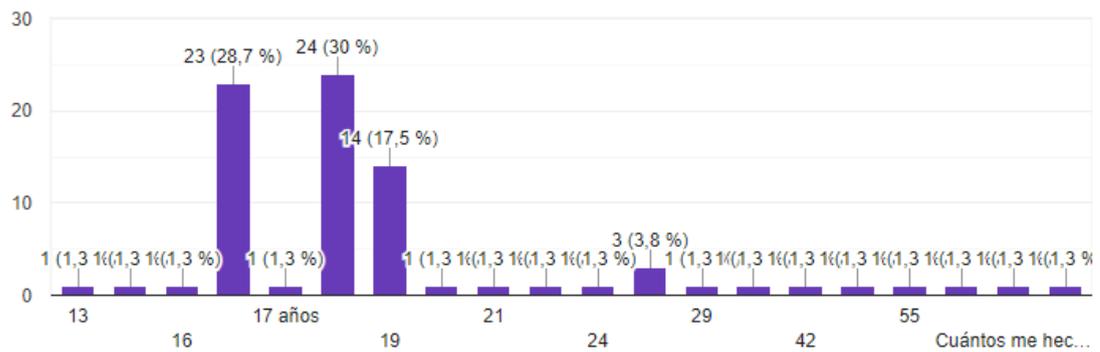
80 respuestas



**Pregunta 2:**

Edad

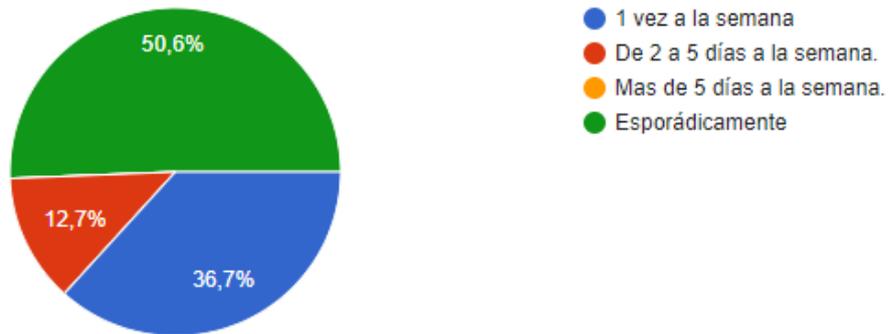
80 respuestas



**Pregunta 3:**

¿Con qué frecuencia vas a comer fuera?

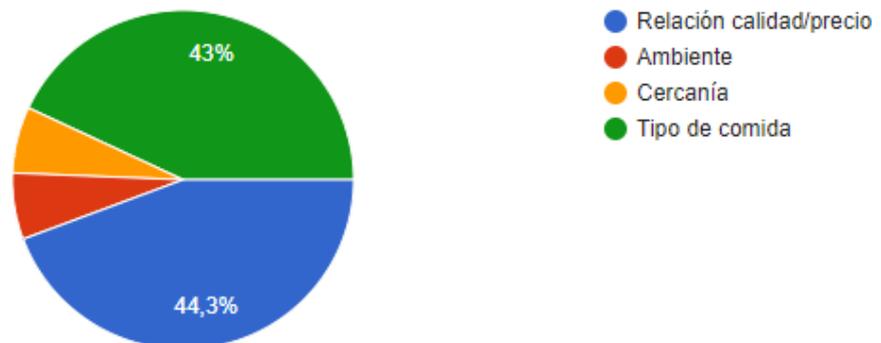
79 respuestas



**Pregunta 4:**

¿Qué factores te influyen para escoger un restaurante?

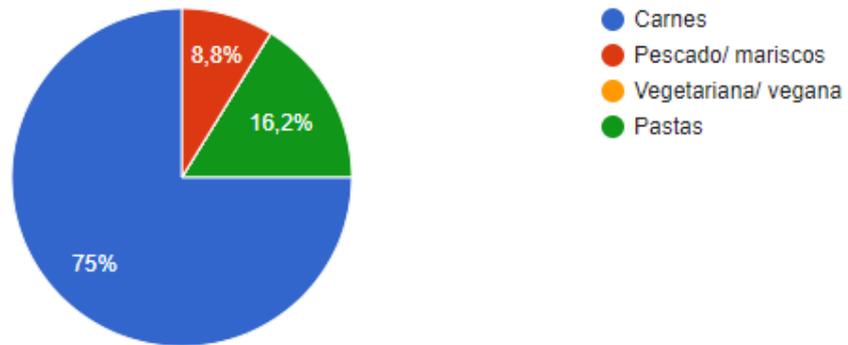
79 respuestas



**Pregunta 5:**

¿Cuándo vas a un restaurante, qué tipo de comida sueles pedir?

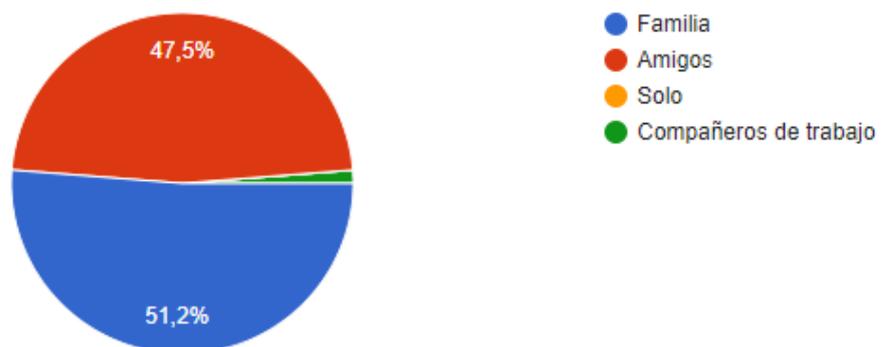
80 respuestas



**Pregunta 6:**

¿Sueles ir acompañado por...?

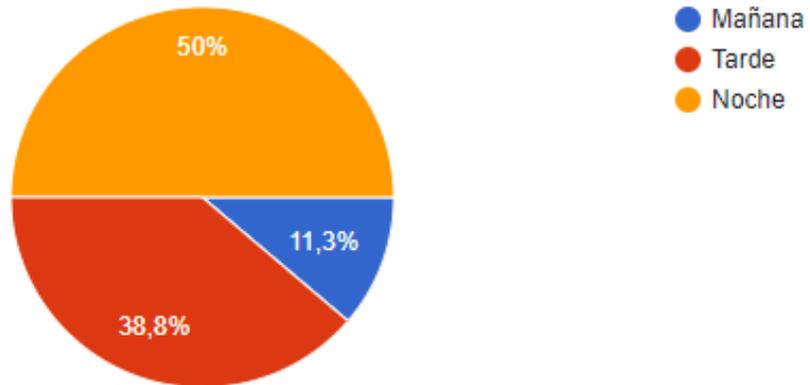
80 respuestas



**Pregunta 7:**

¿En qué horario prefieres ir a un restaurante?

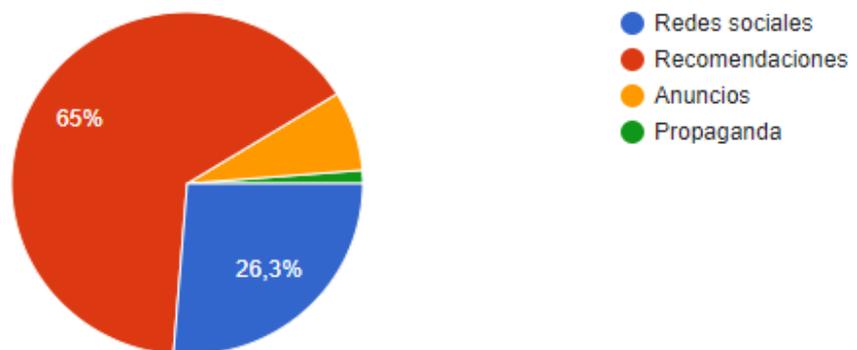
80 respuestas



**Pregunta 8:**

¿Cómo conoces nuevos restaurantes?

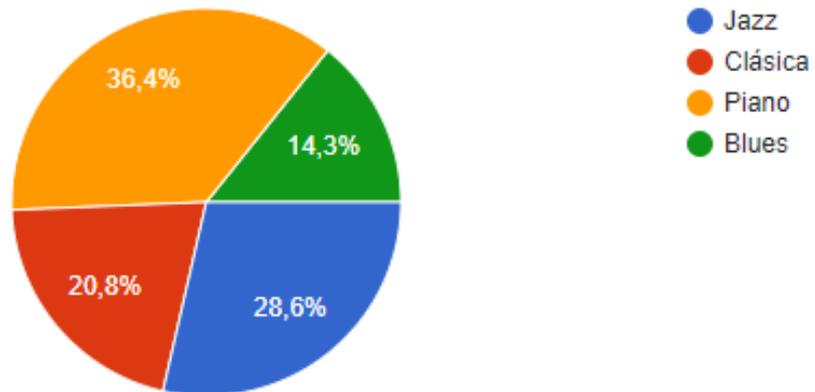
80 respuestas



**Pregunta 9:**

¿Qué tipo de música preferirías de ambiente en el restaurante?

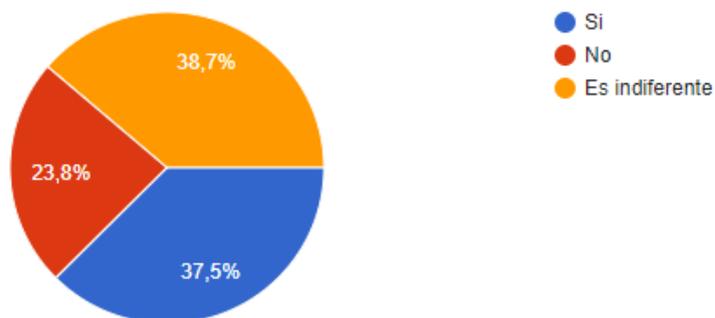
77 respuestas



**Pregunta 10:**

¿Crees que los shows en vivo son un factor influyente en tu decisión de ir a un restaurante?

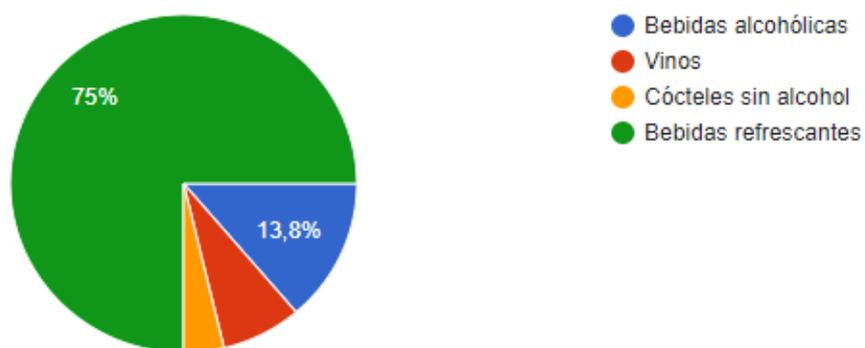
80 respuestas



**Pregunta 11:**

¿Qué tipo de cóctel/bebida sueles escoger?

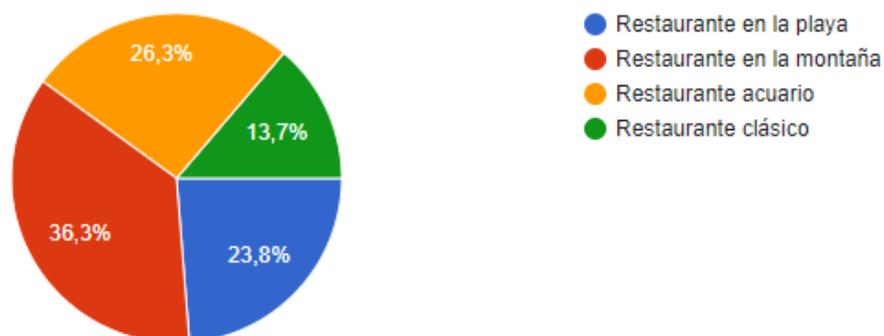
80 respuestas



**Pregunta 12:**

¿Cuál de estos restaurantes te atrae más?

80 respuestas



**Mobiliario a comprar:**

Nevera	
Juego de coctelería	
Microondas	
Congelador	
Horno	
Campana	

Utensilios básicos de cocina	
Cargadores para mesas	
Batidora	

Sillas para barra de bar	
Vitrina para bar tender	
Ventanas	
Puertas	
Mesa principal del bar tender	

Mesa secundaria del bar tender	
Sillas	
Mesa para 2 personas	
Mesa para 4 personas	
Lampara de techo	
Tira de luz	

Mesa para la cocina	
Estantería	
Cristal para acuario	
Conjunto de utensilios de cocina	
Armario	
Inodoro	

Muebles de baño



Estantería para almacén

