

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

DIPLOMADO EN TURISMO



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“PLAN DE NEGOCIO DE UN
RESTAURANTE LOCALIZADO EN EL
PUERTO DE DENIA”**

TRABAJO FINAL DE CARRERA

Autora:
Eva Gascón Escrivà

Directora:
Estefanía Osorio Acosta

GANDIA, 2012

ÍNDICE

| | Página. |
|---|---------|
| Introducción | 5 |
| Legislación | 7 |
| 1. Normativa Autonómica..... | 7 |
| 2. Normativa Local..... | 7 |
| Análisis estratégico | 9 |
| 1. Análisis de la situación actual..... | 9 |
| 1.1 Entorno general..... | 9 |
| 1.2 Entorno específico..... | 11 |
| 1.3 Análisis de la situación interna..... | 12 |
| 2. Diagnóstico de la situación..... | 12 |
| 3. Establecimiento de objetivos..... | 14 |
| Plan de Negocio | 15 |
| 1. Concepto de Negocio..... | 15 |
| 2. Modelo de Negocio..... | 15 |
| 3. Ubicación..... | 16 |
| 4. Características del Local..... | 17 |
| 5. Capacidad del Negocio..... | 18 |
| 6. Producto..... | 19 |
| 7. Atributos y Servicios..... | 20 |
| 8. Cocina y Equipamientos..... | 22 |
| 9. Organización de la Empresa..... | 24 |
| 9.1 Organigrama..... | 24 |
| 9.2 Funciones y competencias..... | 24 |

| | |
|--|-----------|
| 9.3 Recursos Humanos..... | 28 |
| 10. Estrategia Corporativa..... | 29 |
| 11. Estrategia Competitiva..... | 31 |
| 12. Procesos de Negocio..... | 32 |
| Plan económico..... | 35 |
| 1. Ingresos..... | 35 |
| 1.1 Ingresos Buffet..... | 35 |
| 1.2 Ingresos Bebidas..... | 36 |
| 1.3 Cuenta de Ingresos..... | 37 |
| 2. Cuenta de Gastos..... | 37 |
| 2.1 Gastos Generales..... | 37 |
| 2.2 Mano de Obra..... | 38 |
| 3. Presupuesto..... | 39 |
| El Plan de Marketing Mix..... | 40 |
| 1. El Plan..... | 40 |
| 1.1 Producto..... | 40 |
| 1.2 Precio..... | 41 |
| 1.3 Promoción..... | 43 |
| 1.4 Distribución..... | 44 |
| 2. Control de Marketing..... | 45 |
| Viabilidad del plan y conclusiones..... | 46 |
| ANEXOS..... | 47 |
| ANEXO I. Declaración responsable para la apertura de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos. Ayuntamiento de Denia..... | 48 |
| ANEXO II. Plano de Cocina y Equipamientos..... | 53 |

| | |
|---|----|
| ANEXO III. La Carta..... | 54 |
| ANEXO IV. Control del plan de Marketing..... | 61 |
| Bibliografía | 62 |

INTRODUCCIÓN

Con el presente proyecto se pretende estudiar la posibilidad de introducir un nuevo concepto de restauración en el Puerto de Denia. Durante un viaje a Milan en 2006 tuve el placer de conocer el aperitivo Milanés. Un concepto que más allá de la caña y la tapa, te llevaba a un sinfín de variedad en cócteles y además un buffet que invitaba a probar las delicias de la cocina italiana.

La idea quedó en mi mente y tras mis años en la universidad y 3 años de experiencia en el sector del Alojamiento y centrándome en el departamento de ventas; siempre he querido ahondar más en la parte de Alimentos y Bebidas para así ampliar mis conocimientos en la rama de la hostelería. Y por qué no plasmarla en forma de Plan de Negocio en mi Proyecto Final de Carrera.

La metodología que he utilizado para llevar a cabo el Plan de Negocio está enfocada a la apertura de un nuevo restaurante en el Puerto de Denia. Los componentes con los que principalmente cuenta son:

- El análisis estragógico
- Definición de la idea y objetivos
- Análisis del entorno
- Análisis del mercado de la empresa
- Plan estratégico
- Análisis interno y definición de la estructura
- Análisis de los recursos humanos
- Plan económico
- Conclusiones

Estos puntos han sido detallados en las diferentes partes en las que se divide el proyecto. El cual se ha estructurado del siguiente modo:

- *Legislación.* Para conocer en qué marco legal debemos construir nuestra empresa. Normativas y documentos que necesitamos para poner en marcha el negocio, tanto desde una perspectiva autonómica como local.

- *Análisis Estratégico y Plan de Negocio.* Introducimos el concepto, modelo y la idea del negocio. Su localización, características y capacidad. Conocemos el producto desde dentro y como se va a organizar a un nivel táctico y estratégico. Es el alma del proyecto, la forma de conocer qué queremos ofrecer y de qué modo.

- *Plan económico.* Nos permite hacer una estimación de la capacidad que tendrá el establecimiento dependiendo de los momentos de consumo, ingresos, costes fijos y variables. Con la finalidad de elaborar un presupuesto y conocer si nuestro negocio puede ser económicamente viable.

- *Plan de Marketing.* En el detallaremos las acciones que se llevaran a cabo para llegar a nuestro mercado. Daremos importancia en este apartado a nuestro entorno externo e interno, y a las acciones que emplearemos dentro de las variables del Marketing Mix.

Las fuentes empleadas para la realización del proyecto, provienen de recursos tan variados como mi experiencia dentro del alojamiento y la interacción con compañeros de los diferentes departamentos de Alimentos y Bebidas, apuntes de la asignatura Gestión de Producción en Restauración de la Diplomatura de Turismo, consulta a amigos y conocidos con un amplio conocimiento de locales de ocio nocturno y coctelería, y material bibliográfico que se detallará al final del proyecto.

LEGISLACIÓN

1. Normativa Autonómica

Según el artículo 49.1.12ª del *Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana*, la Generalitat tiene competencia exclusiva en materia de turismo. La ley 3/1998, de 21 de mayo, incluye a los establecimientos de restauración como empresa turística.

Los restaurantes se regulan por el *DECRETO 7/2009, de 9 de enero, del Consell, regulador de los establecimientos de restauración de la Comunitat Valenciana*. El objeto de tal ley es la promoción y ordenación turística de la actividad y los establecimientos de restauración dentro de la Comunidad Valenciana.

Más tarde con el *DECRETO 24/2010, de 31 de marzo, del Consell* se modificaría el anterior *Decreto 7/2009*. Se incluye la obligatoriedad de comunicar el inicio de actividad y simplifica la documentación a aportar.

2. Normativa Local

El restaurante se ubicará en el municipio de Denia. Por ser un establecimiento público con un aforo inferior a 500 personas y sin situación de riesgo para nuestros comensales, el procedimiento a seguir para obtener nuestra licencia de apertura sería el siguiente.

1. *Obtención de Certificado de Compatibilidad Urbanística.*
2. *Obtención de Licencias de Obra*

3. *Autorizaciones y trámites sectoriales previos y preceptivos.* En nuestro caso imprescindible por situar el restaurante en la Dársena del puerto, la cual es de dominio público.

4. *Presentación de la Declaración Responsable.*

5. *Impreso de nueva Ordenanza de Licencias.* Véase **ANEXO I.**

Una vez se verifique que toda la documentación presentada está completa, podremos proceder con la apertura del establecimiento.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Tras analizar la situación en la que se encuentra el sector de la coctelería dentro del sector del ocio y realizar un estudio más detallado del entorno en el que "LeClub" va a desarrollar su actividad, hemos considerado que es fundamental que nuestra empresa logre un posicionamiento diferencial en un sector altamente competitivo como éste.

Por eso, el objetivo central que nos fijamos es convertirnos en la coctelería de referencia en el área en la que estamos ubicados. Para ello vamos a llevar las siguientes acciones:

- **Promociones** destinadas a la captación de la población de 21-35 años. Utilizaremos para ello distintos medios de comunicación cuya audiencia se sitúe mayoritariamente en el público objetivo al cual dirigimos nuestro negocio.
- **Creación de un nuevo producto** que satisfaga las nuevas necesidades y hábitos de consumo que surgen en nuestro segmento de mercado, como puede ser un buffet en el cual se puedan crear nuestros clientes sus propios platos, y degustar otros procedentes de la cocina mediterránea y oriental.
- **Ofrecer un servicio personalizado y trabajar en la fidelización del cliente**, utilizando para ello estándares altos de servicio.

1. Análisis de la situación actual

1.1 Entorno general

Actualmente estamos asistiendo a uno descenso en el precio del mercado inmobiliario, haciendo más fácil la compra de un local adaptado a nuestras

necesidades. Por contra, la falta de financiación por parte de los bancos y otros tipos de entidades, provocan dificultades para la creación y expansión de empresas.

Otro reto es el que representa la presente situación de recesión económica y la bajada continuada del consumo. Contribuyendo a una altos niveles de desempleo y a un menor poder adquisitivo entre las población. Siendo uno de los segmentos más afectado aquel al que se dirige nuestro negocio, el de los jóvenes.

En el aspecto socio-demográfico, en los últimos años se ha producido un incremento considerable en el consumo de cócteles, debido a una serie de factores dentro de los cuales podríamos resaltar la moda y los cambios en los hábitos del consumidores que buscan diferenciarse del resto y huir del típico "cuba libre". Otra tendencia a la que asistimos, es el creciente culpo al cuerpo y a la búsqueda de un estilo de vida cada vez más sano, provocando la búsqueda de nuevos hábitos alimenticios y nuevos tipos de cocina más "casual" sin caer en el "fast food". Ello trae también como consecuencia, la creciente preocupación ecológica, demandándose en mayor medida alimentos biológicos respetuosos con el medio ambiente y libres de pesticidas y manipulaciones biológicas.

Debemos también añadir, la exigencia cada vez mayor en los productos demandados, provocando la preocupación por parte de las empresas por la obtención de certificados de calidad que acrediten, diferencien y posicionen ante sus consumidores. Así como el alto control llevado a cabo por las diferentes administraciones en cuanto a higiene, calidad y trazabilidad del producto.

Otro factor clave a tener en cuenta al poner en marcha nuestro negocio, es el auge de las nuevas tecnologías ya plenamente integradas en la vida cotidiana. Esto provoca un mayor flujo de información que desemboca en una mayor comunicación entre los agentes implicados y más si cabe en el segmento al cual vamos a dirigir nuestro negocio.

1.2 Entorno específico

Denia es una ciudad famosa por su ocio nocturno y cuenta con un alto número de competidores y productos sustitutivos para "*LeClub*". Dentro de los productos sustitutivos podríamos nombrar algunos como pub irlandeses, bares típicos de "pueblo" y otros locales que ofrecen alimentos y bebidas por un precio asequible. Es por ello, que "*LeClub*" se va a desmarcar de este tipo de negocio, para ofrecer un producto más selecto dirigido a un público de nivel adquisitivo más elevado.

Una de las principales barreras de entrada con la que nos podemos encontrar a la hora de expandirnos en el mercado de Denia y alrededores, es el reconocimiento que ya poseen otros locales como Zensa Marina o el conjunto establecido en el Carrer la Mar. Competidores a muy a tener en cuenta puesto que se trata de un producto difícil de diferenciar. Además, al encontrarnos en un mercado maduro, existe un elevado número de competidores de menor escala que se han afianzado en la zona.

Los más similares a nuestro concepto de negocio son Zensa Marina y Zensa Lounge, ambos pertenecientes al mismo grupo empresarial. Ambos son especialistas en coctelería y ofrecen una carta de alimentos a sus clientes. A ello hay que añadir el matiz de que Zensa Marina se ha consolidado como una opción para el día, ofreciendo a sus clientes la posibilidad de bañarse en una piscina instalada en la terraza del local. Somos conscientes de que no podemos competir con ello, y por esta razón vamos a invertir nuestros esfuerzos en otros momentos de consumo.

Nuestro público objetivo son los residentes de la población de Denia y alrededores, tripulantes de embarcaciones de recreo que atracan en el puerto,

turistas nacionales y del centro y norte de Europa. Con edades comprendidas entre 21 y 35 años, profesionales con estudios superiores e ingresos medios entorno a los 18.000€ anuales.

Entre ellos debemos incluir a las nuevas generaciones de "singles" y "gays" cuyos ingresos y nivel de consumo superan a la media. Estos son, por lo general, gente preocupada por su salud y que buscan nuevas experiencias. Así como buscar un sitio de reunión adecuado donde encontrar amigos en un ambiente relajado y distendido.

1.3 Análisis de la situación interna

Los productos ofertados por "LeClub" se caracterizan por su elevada calidad y por su procedencia natural. Utilizando como novedad la combinación de coctelería con comida servida mediante buffet dentro de un ambiente apropiado para el ocio y la relajación, elementos que nos posicionarán en el mercado.

De esta forma, "LeClub" ofrece a sus clientes un nuevo concepto de restaurante donde el protagonista es el cóctel acompañado por una exquisita variedad de platos servidos mediante buffet. Mientras disfrutan de la mejor música Chill-Out. Se trabajará en una amplia gama de bebidas y en un menú buffet sano. Basado en la dieta mediterránea y asiática.

2. Diagnóstico de la situación

Un análisis DAFO describe las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades dentro del plan estratégico. El análisis contiene una serie de datos que difieren en cuanto importancia y exactitud. Estos datos muestran los puntos críticos desde el análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Amenazas y

Oportunidades) para mostrar donde centrar la atención para el éxito del negocio.

Amenazas:

- Dificultades para encontrar financiación.
- Descenso del poder adquisitivo de los españoles y su contagio a países como Francia y Reino Unido.
- Estacionalidad de Denia como destino turístico.
- Competidores ya consolidados en el área. -
- Subida de precios debido al encarecimiento de las materias primas, incremento del IVA e impuestos sobre el alcohol.

Oportunidades:

- Incremento de la entrada de turistas extranjeros en España.
- Aumento del número de personas con alto poder adquisitivo.
- Crecimiento en el número de personas solteras y de parejas sin hijos.
- Mejoras en la tecnología de conservación de alimentos en buffet.
- Imagen de Denia como destino de alta calidad.

Debilidades:

- Bajo presupuesto en promoción y publicidad.
- Localización muy cercana a competidores directos.
- Marca no conocida por los potenciales consumidores.
- Mala imagen de los buffet.

Fortalezas:

- Situación privilegiada por el paso de visitantes y turistas.
- RRHH preparados y con conocimiento de al menos un idioma extranjero (mínimo inglés).
- Nuevo concepto que une cócteles y buffet de lujo, "efecto novedad".
- Restaurante de alta imagen.

3. Establecimiento de objetivos

Buscamos posicionarnos como primera opción de restauración y coctelería, así como la satisfacción y fidelización de nuestros clientes.

Como objetivos cualitativos:

1. Potenciar la imagen de nuestro negocio entre nuestro público objetivo.
2. Fidelización del cliente, ser la primera opción de restauración.
3. Crear una marca reconocida en Denia y alrededores.
4. Innovación y flexibilidad ante nuestra demanda.

PLAN DE NEGOCIO

1. Concepto de Negocio

"LeClub" es un restaurante basado en la cultura del Aperitivo Milanés, especializado en servicio de coctelería incluyendo el servicio de buffet.

La idea parte del concepto italiano del Aperitivo. Este parte del mismo principio que la típica tapa española, con la diferencia de que en este caso incluimos el servicio de buffet en el precio de los cócteles.

Nuestros clientes se verán envueltos en un ambiente con lo mejor de la música Chill-Out mientras despiertan su creatividad combinando ensaladas, pastas y otros platos de cocina de la dieta mediterránea y del sudeste asiático a su gusto.

Uno de los principales objetivos del restaurante será contribuir con el comercio local en la mayor medida posible, contando para ellos con proveedores y productos de origen autóctono.

2. Modelo de Negocio

Las bases sobre las cuales se sustenta el negocio es la venta de alimentos y bebidas. Todo ello amenizado con la mejor música Chill-Out.

Bebidas. Cóctel con o sin alcohol, a la carta y servidos en mesa. Se ofrecerá a nuestros clientes una gran variedad de cócteles para satisfacción de los paladares más exquisitos. Estos se dividirán según su complejidad de elaboración. Cada cóctel irá acompañado de una cuidada decoración y su copa correspondiente. Como complemento y teniendo en cuenta aquellos a los que no les apetezca consumir un

cócteles, se ofrecerá la posibilidad de consumir otras bebidas en la carta. También se incluirá una carta básica de cafés.

Comida. Disponible mediante el servicio de buffet. En la medida de lo posible, todos los alimentos procederán del comercio local. El buffet se distribuirá en diferentes módulos dependiendo del tipo de alimento a la cual se refieran, teniendo en cuenta los estándares de conservación: platos fríos, platos calientes y postres. Evitaremos la presentación típica del buffet, con alientos "amontonados". Cuidando al mínimo el modo en el que se expongan al público.

Música. El local se verá envuelto en el sonido Chill-Out. Desde las versiones de clásicos del Pop como The Beatles, Abba o Moby; hasta el Chill-House más comercial. En fiestas especiales contaremos con Dj's invitados.

3. Ubicación

Denia es la capital de la comarca de la Marina Alta, situada en el norte de la provincia de Alicante. Sus principales atractivos turísticos son la playa y el Parque Natural de El Montgó, aunque también cabe destacar la importancia de su puerto como una de las principales conexiones marítimas entre la península y las islas Baleares.

La escollera de la Dársena de Babor se caracteriza por ser una de las principales zonas de ocio de la ciudad. En ella contamos con diferentes restaurantes, pubs y discotecas muy concurridos todo el año.

Entre los clientes potenciales de esta zona, hayamos turistas tanto nacionales y extranjeros, siendo las nacionalidades alemana e inglesa las más representativas; así como también los residentes en la ciudad y en los yates atracados en el puerto. El perfil del usuario es un joven nacional o extranjero (principalmente alemán) de

unos 21 - 35 años, con un poder adquisitivo de medio-alto.

Algunos de competidores más directos son:

- **Zensa Marina.** Bar de copas y terraza de verano con terraza y piscina. Incorpora una amplia variedad de cócteles y sirven alimentos a la carta. Mayor competidor puesto que ambos locales nos hayamos en la Dársena de Babor del puerto de Denia. Abierto de Mayo a Septiembre.

- **Zensa Lounge.** Idéntica carta que el anterior e instalaciones muy similares, a excepción de la piscina. Abierto todo el año.

- **Carrer La Mar.** Calle muy conocida para el ocio nocturno en Denia. Situada en el casco antiguo de la ciudad, ofrece una amplia variedad de bares de tapas y pub a un precio asequible.

4. Características del Local

Para la realización de nuestro negocio, contaremos con un local de 287,5 m², de los cuales 150 m² serán ocupados por la sala principal, 100 m² corresponderán a la terraza y 37,5 m² a la cocina.

En el interior de la sala principal, hayamos el buffet de tipo fijo, dotado con las instalaciones necesarias para la conservación de alimentos en las condiciones y temperatura que requiera cada uno de ellos; la barra totalmente equipada, almacén y baños, tanto de hombres como de mujeres, dotados de instalaciones para permitir la accesibilidad de minusválidos.

La terraza contará con techo y cristaleras retráctiles que permitirán su uso tanto en temporada de verano como en invierno, no desaprovechando el espacio cualquiera que sea la temporada en la que nos encontremos.

El restaurante estará ubicado en un edificio que constará solo de planta baja y orientado hacia el mar, más concretamente en dirección al puerto deportivo de Denia.

Su situación en la escollera de la Dársena de Babor del puerto de Denia, le sitúa en una de las zonas más conocidas de ocio en Denia. Y a su vez permitirá una mayor visibilidad y accesibilidad por parte del cliente potencial.

5. Capacidad del Negocio

En función de los momentos y principales motivos de consumo que "*LeClub*" quiere satisfacer, estableceremos el horario de apertura desde las **6 de la tarde hasta las 2 de la madrugada**, ininterrumpidamente durante los meses de verano (junio, julio, agosto, septiembre y octubre hasta la finalización del puente del Pilar), fines de semana, vísperas y festivos.

"*LeClub*" abrirá sus puertas a las 6 de la tarde, iniciando su servicio de buffet con el menú completo e ininterrumpidamente hasta las 12 de la noche. Con el fin de preservar los alimentos y ofrecer siempre la máxima calidad y salubridad; estos serán sustituidos cada 2 horas en caso de no ser consumidos.

A partir de media noche **sólo se servirán bebidas** en el restaurante. En este momento la iluminación se volverá más tenue y la música aumentará su volumen para dar paso al **Midnight Time**. Momento en el cual nuestros clientes podrán disfrutar del sonido Chill-House más actual mientras disfrutan de un delicioso cóctel realizado por nuestros expertos Barman/Barwoman.

Se pretende así satisfacer a nuestros clientes las necesidades que se derivan del ocio, la diversión, descanso y alimentación. A continuación se adjunta la matriz de motivos y momentos de consumo, con la cual podremos observar de manera

más gráfica en función de que necesidad nuestros clientes consumirán en un momento u otro.

| | Cena | Midnight Time |
|---------------------|-------------|----------------------|
| Ocio | X | X |
| Diversión | X | X |
| Descanso | X | X |
| Alimentación | X | |

Matriz motivos de consumo / Momentos de consumo

El restaurante contará con un total de **56 plazas**, repartidas entre la terraza y la sala principal. A continuación se describe las plazas de las que dispone cada zona del restaurante, así como los turnos y la capacidad diaria que les corresponde a cada una de ellas:

– **Sala principal:** 8 mesas de 4 plazas cada una, con un total de 32 plazas. Se calcula que contaremos con 2 turnos de 18 a 20 horas, 2 de 20h hasta media noche y dos en el *Midnight Time*. Obtenemos así 192 clientes por día.

– **Terraza:** 6 mesas de 4 plazas, con un total de 24 plazas. Calculamos 3 turnos en cena y 2 en *Midnight Time*, obteniendo de este modo un total de 120 clientes por día.

Cumpliendo nuestras expectativas, el restaurante registraría un flujo de 312 clientes por día.

6. Producto

En “*LeClub*” encontramos dos microproductos claramente diferenciados, el **buffet** y la **coctelería**.

El Buffet, de 18 a 0:00 horas. Los clientes contarán con la posibilidad de elaborar sus propios platos de pastas y ensaladas, combinando los ingredientes y salsas que prefieran. También se incluirán elementos de la dieta del sud-este asiático como sopas Pho y diferentes tipos de Sushi. Así como arroces típicos de la comarca y alrededores.

La **coctelería** es nuestro otro punto fuerte. Ésta será realizada en nuestra barra dispuesta en el fondo de la sala principal a modo de escenario, para que todo aquel que quiera disfrutar de un buen cóctel en “*LeClub*” pueda ser testigo de su realización.

La carta de cócteles será fija y estará compuesta por bebidas tanto alcohólicas como no alcohólicas, así como también combinados y diferentes bebidas para aquellos que prefieran evitar el cóctel. Las mezclas se realizarán con productos naturales y licores de primeras marcas. En la carta se especificará los ingredientes empleados para la elaboración de cada uno de ellos.

7. Atributos y servicios

Los ***atributos*** con los que cuenta el negocio son:

1. Seguridad en la limpieza del local y en la calidad de los alimentos
2. Equilibrio en la composición del buffet
3. Servicio extraordinario por parte del personal
4. Confort ambiental
5. Amplitud de horarios
6. Presentación de los alimentos

7. Decoración acogedora
8. Música relajante y actual
9. Baños limpios con música ambiental

Los **alimentos** serán presentados y preservados en un **buffet de mueble fijo**, de modo que se evite la pérdida de atractivo y sus propiedades nutritivas. Es por ello, que se tendrá en cuenta la presentación de cada plato. Además, se añadirá cartelería para informar a nuestros clientes sobre el contenido de cada una de los alimentos.

Para facilitar el flujo de personas en el buffet, se instalarán señalizaciones que guiarán a los clientes evitando aglomeraciones o confusiones que pueden conllevar a ofrecer una mala imagen de nuestro restaurante.

La **decoración del cóctel** será minuciosamente cuidada, como corresponde. Cada uno de ellos se diferencia de otro por su composición pero también por los elementos decorativos que en él se disponen.

Todo el **local** estará envuelto del estilo lujo-árabe y el sonido Chill-Out Lounge. Los materiales destinados a la decoración serán importados directamente desde Marrakesch, inundando el local de celosías árabes, tules y objetos que recuerden a esta ciudad marroquí.

Pretendemos dotar a "LeClub" de una decoración capaz de expresar lujo y exclusividad. Se caracterizará por la explotación de colores dorados, muebles de madera y otros objetos como pufs y mesas de té.

Entre los **servicios** con los que cuenta el restaurante, ofreceremos a nuestros clientes conexión WiFi gratuita.

8. Cocina y equipamientos

La **cocina** cuenta con 37,5 m², de los cuales 7,5 m² pertenecen al cuarto de basuras. Contará con entrada para proveedores y trabajadores, entrada-salida a comedor y entrada al cuarto de basuras; el cual contará con una puerta propia para la evacuación de residuos.

La cocina se divide en **4 zonas**: de almacenamiento, área de pre-preparación, zona de cocción y zona de limpieza. A continuación se pasará a describir los equipamientos con los cuales se dotará cada uno de estos espacios, además del precio de adquisición de cada uno de ellos. En el ANEXO II se representan todos ellos y su situación dentro de la cocina.

Área de almacenamiento:

Dispensa, realizada en obra.

Congelador vertical.

Armario refrigerador.

Área de preparación:

Mesa mural con puertas y cajones.

Mesa central; 378 €.

Mesa de servicio para alimentos ya emplatados.

Cuarto frío para ensaladas y sushis.

Mesa con cubeta de limpieza para cuarto frío.

Abatidor de temperatura.

Lavamanos.

Zona de cocción:

Plancha a gas.

Horno.

Cocina de 4 fuegos.

Carro de mantenimiento en caliente.

Zona de limpieza:

Fregadero con cubeta de gran capacidad para bandejas.

Lavavajillas.

Mueble mural para guardar platos..

Armario colgante para utensilios varios.

Además de los equipamientos que podemos encontrar en la cocina, también serán de bastante importancia los utilizados en la elaboración de cócteles. Los cuales estarán situados en la barra. A continuación, al igual que hicimos con los equipamientos de la cocina, se describirá los equipamientos que hayamos en

barra:

Botelleros.

Cafetera express automática.

Fabricador de cubitos.

Picadora de hielo.

Lavavasos.

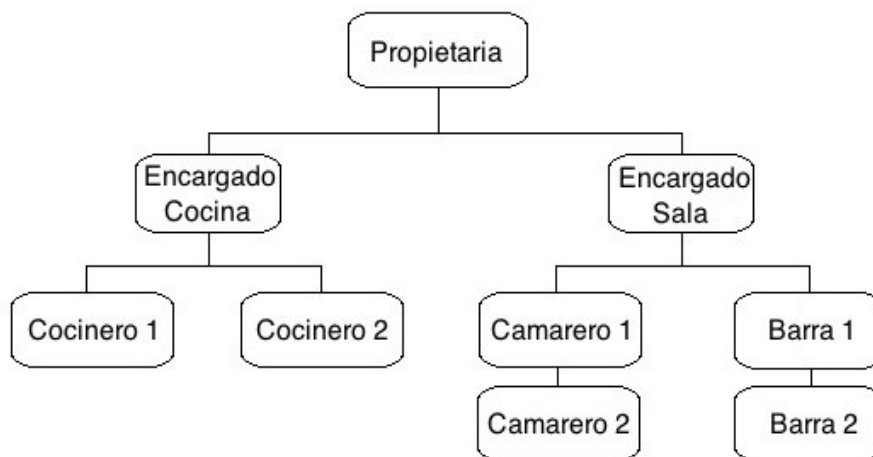
En cuanto al mobiliario en las áreas de consumo, los clientes podrán elegir entre dos ambientes diferentes:

- En la **Sala Principal** se instalarán mesas de madera maciza, con base de acero inoxidable satinado, y sillones de madera de Haya y tapicería dorada de polipiel.

- En la **terraza** se instalarán mesas de té árabe con patas plegables y con decoración mousaharabi. y banquetas con cojines para dar un toque más árabe si cabe.

9. Organización de la empresa

9.1 Organigrama



9.2 Funciones y competencias

A continuación pasaremos a detallar las funciones de los puestos representados en el organigrama, así como las competencias que les concierne a cada uno de ellos.

Propietaria

Funciones

Dirección

Competencias

- Establecimiento de la política de empresa y controlar su cumplimiento.

| | |
|-----------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar el presupuesto anual. - Supervisar las instalaciones del restaurante. - Confeccionar los menús del buffet y cartas de coctelería junto con el jefe del área correspondiente. - Elaborar y supervisar políticas de calidad. - Controlar la productividad y el rendimiento del personal. - Estar constantemente en contacto con los jefes de cada área. |
| <i>Administración</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Recaudar ingresos de caja. - Comprobar cuadros de caja. - Contabilidad. |
| <i>Gestión del personal</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Reclutamiento y selección de nuevo personal. - Realización y entrega de nóminas. - Atención al trabajador. |
| <i>Marketing</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Relaciones públicas. - Campañas comunicacionales. - Promociones. - Conocimiento de nuestro público objetivo. - Canales de comunicación. - Establecimiento de precios. |

Encargado de Cocina

Funciones

Competencias

Aprovisionamiento

Contactar y negociar con proveedores.

Administrar aprovisionamiento.

- Solicitar las mercancías que resulten necesarias para cubrir las exigencias de la producción.
- Controlar consumos
- Establecer normas sobre el control de consumos.
- Controlar el consumo de materias primas de modo que se puedan determinar los nuevos pedidos.

Producción

- Realizar controles de stock
- Transformación de las materias primas en productos listos para cocinar.
- Cocción.
- Manipulación de alimentos .
- Decoración.
- Conservación.

Cocineros 1 y 2

Funciones

Competencias

Aprovisionamiento

- Efectuar la recepción de los artículos solicitados.
- Almacenaje

Producción

- Transformación de las materias primas en productos listos para cocinar.
- Cocción.
- Manipulación de alimentos .
- Manipulación en cuarto frío.
- Decoración.
- Conservación.
- Limpieza y desinfección de utensilios.

Encargado de Sala

Funciones

Competencias

Preparación

- Petición y reposición de suministros.
- Petición y reposición de suministros.
- Coordinación con barra.

Servicio

- Bienvenida al local.
- Acomodar al cliente.

Facturación

- Entrega de la carta de cócteles.
 - Toma de comanda.
 - Supervisión de camareros de sala y barra.
 - Feedback del cliente y despedida.
-
- Máxima atención cuando el cliente pida la cuenta.
 - Realización de la factura.
 - Presentación de la factura.
 - Máxima atención al pago del cliente.
 - Recogida de factura y pago.
 - Control de la caja.
 - Devolución factura y cambio/ ticket tarjeta.

Camareros 1 y 2

Funciones

Control

Competencias en Buffet

- Llevar las bandejas desde la cocina hasta la zona de Buffet, y viceversa (por turnos).
- Conocer los alimentos que componen el buffet.
- Controlar el sitio que le corresponde a cada componente del buffet.
- Controlar la existencia de comida.
- Velar por la buena presencia de los alimentos.
- Ayudar a los clientes en caso de que precisen de sus servicios o consejos.
- Comprobar que los elementos, utensilios y equipos utilizados en el servicio estén en correcto estado de funcionamiento.
- Limpieza del área.

Preparación

Competencias en Sala

- Limpieza del comedor y mobiliario.
- Repaso y colocación de vajilla, cubertería y cristalería.

Servicio

- Preparación de cartas.
- Atención al cliente desde la recepción hasta la salida.
- Acomodar al cliente.
- Entrega de la carta de cócteles.
- Toma de comanda.
- Servicio de bebida.

Barman/Barwoman 1 y 2

Funciones

Competencias

Aprovisionamiento

- Solicitar las mercancías que resulten necesarias para cubrir las exigencias de la producción.
- Controlar consumos
- Establecer normas sobre el control de consumos.
- Controlar el consumo de materias primas de modo que se puedan determinar los nuevos pedidos.
- Realizar controles de existencias

Producción

- Elaboración de cócteles según la receta.
- Acabado y decoración.
- Limpieza y desinfección del área y de los utensilios

9.3 Recursos Humanos

Teniendo en cuenta la capacidad de nuestro negocio en cada momento de consumo, se ha tomado la decisión de tener en plantilla los siguientes recursos humanos:

Propietaria del restaurante.

Encargado de cocina y cocineros. Para la realización del menú de buffet, contamos con que necesitamos un cocinero por cada 100 personas. Se ha añadido un cocinero para auxiliar al encargado de cocina en las tareas de limpieza y preparación. A estos dos, hay que añadir un segundo cocinero que trabajará a tiempo partido y en momentos de alta demanda.

Total de personal en cocina: 3.

Encargado de Sala y camareros. En el servicio se tiene en cuenta, que por cada 20 clientes éstos contarán con 1 camarero. Por ser los meses de invierno de ocupación más baja, el segundo camarero será contratado a tiempo parcial. El jefe de camareros realizará la mismas tareas con sus compañeros con el añadido de ser el responsable principal de la facturación y la caja; así como la organización del personal de sala y barra.

Total de personal en sala y terraza: 3.

Camareros de barra. Para momentos de alta demanda y meses de verano, se contratará un segundo camarero de barra para ayudar en el desarrollo de las actividades de producción de cócteles.

Total de personal en barra: 2

10. Estrategia corporativa

La **visión** de "LeClub" es ser líder del sector de locales Chill-Out de Denia y alrededores, y expandir su negocio para convertirse en la primera marca de restaurantes Chill-Out del Mediterráneo.

La **misión** del negocio es ofrecer el servicio de restauración de buffet y cócteles a la gente que visite la zona del puerto de Denia, todo ello en un entorno

Chill-Out y la atención de nuestros amables y cualificados camareros. Satisfacemos al cliente ofreciéndole la oportunidad de disfrutar de un variado buffet y una amplia variedad de cócteles, mientras se divierte y disfruta de una agradable conversación con sus amigos.

Las creencias y **valores** por en los cuales se mueve nuestra organización son los siguientes:

- Desarrollar una cultura de correcta actitud de servicio, convivencia y armonía en un ambiente de profesionalismo, honestidad y entusiasmo en el trabajo.
- Pensar y adecuar nuestros actos buscando la satisfacción del cliente como propia. Ponernos en la piel de nuestros comensales y a hacer las cosas como deseamos que sean hechas para nosotros.
- Rigor en la selección de los proveedores y de las materias primas con las que elaboramos nuestros platos; y en el seguimiento de los procedimientos de seguridad alimenticia.
- Crear nuestros productos con la búsqueda de la satisfacción propia y de nuestros clientes. Hacer las cosas con la idea y el sentimiento de hacer bien nuestro trabajo.

Basándonos en la visión, la misión y los valores que guían *LeClub*, nuestros objetivos serán:

- Satisfacer a nuestros clientes.
- Supervivencia de la empresa para la consecución del resto de objetivos.
- Acceso a mayores y progresivas cotas de rentabilidad.
- Progresar, crecer y expandirnos.

11. Estrategia competitiva

"LeClub" tendrá ventaja competitiva en la **diferenciación**, con la finalidad de estimular la preferencia por el producto a nuestros clientes y distinguir el restaurante de otros similares comercializados por la competencia.

Con la finalidad de desarrollar nuestra ventaja competitiva y entender la dinámica que influye en nuestro sector y nuestra posición en él, realizaremos **el Análisis de las 5 fuerzas de Porter**:

1. *Amenaza de entrada de nuevos competidores.* Comprobar la dificultad que supone la entrada de nuevos participantes en nuestro mercado.

2. *Rivalidad entre los competidores.* En nuestro mercado los competidores están muy bien posicionados y son muy numerosos, esto conllevará a constantes guerras de precios, promociones y entrada de nuevos productos.

3. *Poder de negociación de los proveedores.* Analizar si los proveedores están muy bien organizados gremialmente, tienen fuertes recursos y pueden imponer sus condiciones de precio y tamaño de pedido.

4. *Poder de negociación de los compradores.* A mayor organización de los compradores y ante la existencia de productos sustitutivos, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y de servicios.

5. *Amenaza de entrada de productos sustitutivos.* En el caso de entrada de un producto sustitutivo, éste limitaría el potencial del restaurante.

Hecho el análisis, nuestra estrategia para competir en el mercado dónde nos vamos a adentrar será la **estrategia del retador**. Queremos sustituir al líder en locales Chill-Out en la ciudad de Denia para así dominar el mercado. Para ello realizaremos un ataque lateral: atacar su punto débil que su servicio a la carta.

12. Procesos de negocio

Los procesos, subprocesos y tareas básicos que se realizan en nuestro restaurante son los siguientes:

2. Aprovisionamiento.

1. *Administrar aprovisionamiento.*
 1. Solicitar las mercancías que resulten necesarias para cubrir las exigencias de la producción.
 2. Efectuar la recepción de los artículos solicitados.
 3. Almacenar las mercancías de manera que se mantengan en perfecto estado hasta su utilización.
2. *Controlar consumos*
 1. Establecer normas sobre el control de consumos.
 2. Controlar el consumo de materias primas de modo que se puedan determinar los nuevos pedidos.
 3. Realizar controles de existencias

3. Producción

1. *Pre-preparación.*
 1. Transformación de las materias primas en productos listos para cocinar.
2. *Preparación.*

1. Cocción.
2. Manipulación de alimentos .
3. *Acabado.*
 1. Decoración.
 2. Conservación.

4. Servicio.

1. *Preparación.*
 1. Limpieza del comedor y mobiliario.
 2. Repaso y colocación de vajilla, cubertería y cristalería.
 3. Petición y reposición de suministros.
 4. Preparación de cartas.
 5. Coordinación con cocina.
2. *Prestación.*
 1. Atención al cliente desde la recepción hasta la salida.
 2. Acomodar al cliente.
 3. Entrega de la carta de cócteles.
 4. Toma de comanda.
 5. Servicio de bebida.
3. *Facturación*
 1. Máxima atención cuando el cliente pida la cuenta
 2. Presentación de la factura
 3. Máxima atención al pago del cliente
 4. Recogida de factura y pago
 5. Devolución factura y cambio/ ticket tarjeta.
 6. Despedida del cliente

5. Gestión general.

1. *Política de empresa.*
 1. Establecimiento de las políticas.
 2. Controlar el cumplimiento.
2. *Administración*
 1. Recaudar ingresos de caja.
 2. Comprobar cuadros de caja.
 3. Llevar la contabilidad.
3. *Control presupuestario*
 1. Comunicación entre áreas.
 2. Realización de presupuesto.
 3. Revisión de presupuestos.
 4. Verificar recursos económicos disponibles.
4. *Gestión del personal.*
 1. Reclutamiento y selección de nuevo personal.
 2. Realización y entrega de nóminas.
 3. Atención al trabajador.

4.5. Marketing

4. Relaciones públicas.
5. Campañas comunicacionales.
6. Promociones.
7. Conocimiento de nuestro público objetivo.
8. Canales de comunicación.
9. *Establecimiento de precios.*

PLAN ECONÓMICO

1. Ingresos

1.1 Ingresos buffet

| | Capacidad ¹ | Días ² | Ocupación ³ | Servicios ⁴ | Precio ⁵ | Subtotal ⁶ |
|-------------------|------------------------|-------------------|------------------------|------------------------|---------------------|-----------------------|
| Enero | 200 | 5 | 30% | 300 | 12,00 € | 3.600 € |
| | 200 | 5 | 60% | 600 | 12,00 € | 7.200 € |
| | 200 | 6 | 95% | 1.140 | 12,00 € | 13.680 € |
| | | 16 | 62% | 2.040 | | 24.480 € |
| Febrero | 200 | 4 | 30% | 240 | 12,00 € | 2.880 € |
| | 200 | 4 | 60% | 480 | 12,00 € | 5.760 € |
| | 200 | 4 | 90% | 720 | 12,00 € | 8.640 € |
| | | 12 | 60% | 1.440 | | 17.280 € |
| Marzo | 200 | 5 | 30% | 300 | 12,00 € | 3.600 € |
| | 200 | 2 | 35% | 140 | 12,00 € | 1.680 € |
| | 200 | 3 | 60% | 360 | 12,00 € | 4.320 € |
| | 200 | 2 | 80% | 320 | 12,00 € | 3.840 € |
| | 200 | 5 | 90% | 900 | 12,00 € | 10.800 € |
| | 17 | 59% | 2.020 | | 24.240 € | |
| Abril | 200 | 2 | 20% | 80 | 12,00 € | 960 € |
| | 200 | 4 | 30% | 240 | 12,00 € | 2.880 € |
| | 200 | 5 | 60% | 600 | 12,00 € | 7.200 € |
| | 200 | 5 | 90% | 900 | 12,00 € | 10.800 € |
| | 200 | 3 | 95% | 570 | 12,00 € | 6.840 € |
| | 19 | 59% | 2.390 | | 28.680 € | |
| Mayo | 200 | 5 | 30% | 300 | 12,00 € | 3.600 € |
| | 200 | 4 | 60% | 480 | 12,00 € | 5.760 € |
| | 200 | 4 | 90% | 720 | 12,00 € | 8.640 € |
| | 200 | 2 | 95% | 380 | 12,00 € | 4.560 € |
| | 15 | 69% | 1.880 | | 22.560 € | |
| Junio | 200 | 15 | 20% | 600 | 12,00 € | 7.200 € |
| | 200 | 4 | 30% | 240 | 12,00 € | 2.880 € |
| | 200 | 4 | 60% | 480 | 12,00 € | 5.760 € |
| | 200 | 5 | 90% | 900 | 12,00 € | 10.800 € |
| | 200 | 2 | 95% | 380 | 12,00 € | 4.560 € |
| | 30 | 59% | 2.600 | | 31.200 € | |
| Julio | 200 | 4 | 70% | 560 | 12,00 € | 6.720 € |
| | 200 | 12 | 75% | 1.800 | 12,00 € | 21.600 € |
| | 200 | 6 | 85% | 1.020 | 12,00 € | 12.240 € |
| | 200 | 9 | 95% | 1.710 | 12,00 € | 20.520 € |
| | 31 | 81% | 5.090 | | 61.080 € | |
| Agosto | 200 | 13 | 80% | 2.080 | 12,00 € | 24.960 € |
| | 200 | 5 | 85% | 850 | 12,00 € | 10.200 € |
| | 200 | 4 | 90% | 720 | 12,00 € | 8.640 € |
| | 200 | 9 | 99% | 1.782 | 12,00 € | 21.384 € |
| | 31 | 89% | 5.432 | | 65.184 € | |
| Septiembre | 200 | 3 | 30% | 180 | 12,00 € | 2.160 € |
| | 200 | 14 | 50% | 1.400 | 12,00 € | 16.800 € |
| | 200 | 6 | 70% | 840 | 12,00 € | 10.080 € |
| | 200 | 5 | 90% | 900 | 12,00 € | 10.800 € |
| | 200 | 2 | 95% | 380 | 12,00 € | 4.560 € |
| | 30 | 67% | 3.700 | | 44.400 € | |
| Octubre | 200 | 4 | 20% | 160 | 12,00 € | 1.920 € |
| | 200 | 4 | 30% | 240 | 12,00 € | 2.880 € |
| | 200 | 5 | 70% | 700 | 12,00 € | 8.400 € |
| | 200 | 7 | 90% | 1.260 | 12,00 € | 15.120 € |
| | 20 | 53% | 2.360 | | 28.320 € | |
| Noviembre | 200 | 4 | 30% | 240 | 12,00 € | 2.880 € |
| | 200 | 4 | 60% | 480 | 12,00 € | 5.760 € |
| | 200 | 5 | 90% | 900 | 12,00 € | 10.800 € |
| | 13 | 60% | 1.620 | | 19.440 € | |
| Diciembre | 200 | 5 | 30% | 300 | 12,00 € | 3.600 € |
| | 200 | 3 | 60% | 360 | 12,00 € | 4.320 € |
| | 200 | 6 | 95% | 1.140 | 12,00 € | 13.680 € |
| | 56 | 1 | 100% | 56 | 72,00 € | 4.032 € |
| | 15 | 71% | 1.856 | | 25.632 € | |

1.2 Ingresos Bebidas

| | Capacidad | Días | Ocupación | Servicios | Precio Medio ⁷ | Subtotal |
|------------|-----------|-----------|-------------|-----------------|---------------------------|--------------------|
| Enero | 312 | 5 | 35% | 546,00 | 8,16 € | 4.455,36 € |
| | 312 | 5 | 65% | 1.014,00 | 8,16 € | 8.274,24 € |
| | 312 | 6 | 95% | 1.778,40 | 8,16 € | 14.511,74 € |
| | | 16 | 65% | 3.338,40 | | 27.241,34 € |
| Febrero | 312 | 4 | 35% | 436,80 | 8,16 € | 3.564,29 € |
| | 312 | 4 | 65% | 811,20 | 8,16 € | 6.619,39 € |
| | 312 | 4 | 90% | 1.123,20 | 8,16 € | 9.165,31 € |
| | | 12 | 63% | 2.371,20 | | 19.348,99 € |
| Marzo | 312 | 2 | 30% | 187,20 | 8,16 € | 1.527,55 € |
| | 312 | 5 | 40% | 624,00 | 8,16 € | 5.091,84 € |
| | 312 | 3 | 65% | 608,40 | 8,16 € | 4.964,54 € |
| | 312 | 7 | 90% | 1.965,60 | 8,16 € | 16.039,30 € |
| | 312 | 2 | 95% | 592,80 | 8,16 € | 4.837,25 € |
| | | 19 | 64% | 3.978,00 | | 32.460,48 € |
| Abril | 312 | 2 | 25% | 156,00 | 8,16 € | 1.272,96 € |
| | 312 | 4 | 35% | 436,80 | 8,16 € | 3.564,29 € |
| | 312 | 4 | 70% | 873,60 | 8,16 € | 7.128,58 € |
| | 312 | 6 | 90% | 1.684,80 | 8,16 € | 13.747,97 € |
| | 312 | 3 | 95% | 889,20 | 8,16 € | 7.255,87 € |
| | | 19 | 63% | 4.040,40 | | 32.969,66 € |
| Mayo | 312 | 5 | 30% | 468,00 | 8,16 € | 3.818,88 € |
| | 312 | 4 | 70% | 873,60 | 8,16 € | 7.128,58 € |
| | 312 | 4 | 90% | 1.123,20 | 8,16 € | 9.165,31 € |
| | 312 | 2 | 95% | 592,80 | 8,16 € | 4.837,25 € |
| | | 15 | 71% | 3.057,60 | | 24.950,02 € |
| Junio | 312 | 15 | 30% | 1.404,00 | 8,16 € | 11.456,64 € |
| | 312 | 4 | 45% | 561,60 | 8,16 € | 4.582,66 € |
| | 312 | 4 | 70% | 873,60 | 8,16 € | 7.128,58 € |
| | 312 | 5 | 90% | 1.404,00 | 8,16 € | 11.456,64 € |
| | 312 | 2 | 95% | 592,80 | 8,16 € | 4.837,25 € |
| | | 30 | 66% | 1.435,20 | | 34.624,51 € |
| Julio | 312 | 12 | 70% | 2.620,80 | 8,16 € | 21.385,73 € |
| | 312 | 4 | 75% | 936,00 | 8,16 € | 7.637,76 € |
| | 312 | 6 | 85% | 1.591,20 | 8,16 € | 12.984,19 € |
| | 312 | 9 | 95% | 2.667,60 | 8,16 € | 21.767,62 € |
| | | 31 | 81% | 7.815,60 | | 63.775,30 € |
| Agosto | 312 | 13 | 70% | 2.839,20 | 8,16 € | 23.167,87 € |
| | 312 | 5 | 80% | 1.248,00 | 8,16 € | 10.183,68 € |
| | 312 | 4 | 90% | 1.123,20 | 8,16 € | 9.165,31 € |
| | 312 | 9 | 99% | 2.779,92 | 8,16 € | 22.684,15 € |
| | | 31 | 85% | 7.990,32 | | 65.201,01 € |
| Septiembre | 312 | 14 | 50% | 2.184,00 | 8,16 € | 17.821,44 € |
| | 312 | 3 | 60% | 561,60 | 8,16 € | 4.582,66 € |
| | 312 | 6 | 75% | 1.404,00 | 8,16 € | 11.456,64 € |
| | 312 | 5 | 80% | 1.248,00 | 8,16 € | 10.183,68 € |
| | 312 | 2 | 90% | 561,60 | 8,16 € | 4.582,66 € |
| | | 30 | 71% | 5.959,20 | | 48.627,07 € |
| Octubre | 312 | 4 | 25% | 312,00 | 8,16 € | 2.545,92 € |
| | 312 | 4 | 45% | 561,60 | 8,16 € | 4.582,66 € |
| | 312 | 5 | 80% | 1.248,00 | 8,16 € | 10.183,68 € |
| | 312 | 7 | 90% | 1.965,60 | 8,16 € | 16.039,30 € |
| | | 20 | 60% | 4.087,20 | | 33.351,55 € |
| Noviembre | 312 | 4 | 35% | 436,80 | 8,16 € | 3.564,29 € |
| | 312 | 4 | 80% | 998,40 | 8,16 € | 8.146,94 € |
| | 312 | 5 | 90% | 1.404,00 | 8,16 € | 11.456,64 € |
| | | 13 | 68% | 2.839,20 | | 23.167,87 € |
| Diciembre | 312 | 5 | 40% | 624,00 | 8,16 € | 5.091,84 € |
| | 312 | 3 | 85% | 795,60 | 8,16 € | 6.492,10 € |
| | 312 | 6 | 90% | 1.684,80 | 8,16 € | 13.747,97 € |
| | 56 | 1 | 100% | 56,00 | 48,00 € | 2.688,00 € |
| | | 15 | 105% | 3.160,40 | | 28.019,90 € |

1.3 Cuenta de Ingresos

| Ingresos Buffet | | | | | | |
|-----------------|------------------|------------|-------------------|------------------|--------------|---------------------|
| Mes | Capacidad diaria | Días mes | % Ocupación media | Servicios | Precio Medio | Subtotal |
| Enero | 200 | 16 | 62% | 2.040,00 | 12,00 € | 24.480,00 € |
| Febrero | 200 | 12 | 60% | 1.440,00 | 12,00 € | 17.280,00 € |
| Marzo | 200 | 17 | 59% | 2.020,00 | 12,00 € | 24.240,00 € |
| Abril | 200 | 19 | 59% | 2.390,00 | 12,00 € | 28.680,00 € |
| Mayo | 200 | 15 | 69% | 1.880,00 | 12,00 € | 22.560,00 € |
| Junio | 200 | 30 | 59% | 2.600,00 | 12,00 € | 31.200,00 € |
| Julio | 200 | 31 | 81% | 5.090,00 | 12,00 € | 61.080,00 € |
| Agosto | 200 | 31 | 89% | 5.432,00 | 12,00 € | 65.184,00 € |
| Septiembre | 200 | 30 | 67% | 3.700,00 | 12,00 € | 44.400,00 € |
| Octubre | 200 | 20 | 53% | 2.360,00 | 12,00 € | 28.320,00 € |
| Noviembre | 200 | 13 | 60% | 1.620,00 | 12,00 € | 19.440,00 € |
| Diciembre | 200 | 15 | 71% | 1.856,00 | 12,00 € | 22.272,00 € |
| | | 249 | | 32.428,00 | | 389.136,00 € |

| Ingresos Coctelería | | | | | | |
|---------------------|------------------|------------|-------------------|------------------|--------------|---------------------|
| Mes | Capacidad diaria | Días mes | % Ocupación media | Servicios | Precio Medio | Subtotal |
| Enero | 312 | 16 | 65% | 3.244,80 | 8,16 € | 27.241,34 € |
| Febrero | 312 | 12 | 63% | 2.371,20 | 8,16 € | 19.348,99 € |
| Marzo | 312 | 17 | 64% | 3.394,56 | 8,16 € | 32.460,48 € |
| Abril | 312 | 19 | 63% | 3.734,64 | 8,16 € | 32.969,66 € |
| Mayo | 312 | 15 | 71% | 3.334,50 | 8,16 € | 24.950,02 € |
| Junio | 312 | 30 | 66% | 6.177,60 | 8,16 € | 34.624,51 € |
| Julio | 312 | 31 | 81% | 7.858,50 | 8,16 € | 63.775,30 € |
| Agosto | 312 | 31 | 85% | 8.197,02 | 8,16 € | 65.201,01 € |
| Septiembre | 312 | 30 | 71% | 6.645,60 | 8,16 € | 48.627,07 € |
| Octubre | 312 | 20 | 60% | 3.744,00 | 8,16 € | 33.351,55 € |
| Noviembre | 312 | 13 | 68% | 2.771,60 | 8,16 € | 23.167,87 € |
| Diciembre | 312 | 15 | 72% | 3.354,00 | 8,16 € | 28.019,90 € |
| | | 249 | | 54.828,02 | | 433.737,72 € |

2. Cuenta de Gastos

2.1 Gastos Generales

| GASTOS GENERALES | | |
|-------------------------------|---------------------|--------------------|
| | Concepto | Importe Anual |
| Gastos Fijos | | |
| | Instal. Eléctricas | 1.500,00 € |
| | Teléfono | 100,00 € |
| | Aire Acondicionado | 800,00 € |
| | Higiénico Sanitario | 1.500,00 € |
| | Seg. Incendios | 1.500,00 € |
| | Seguros | 7.000,00 € |
| | Basuras | 4.000,00 € |
| | Gest/Contabilidad | 2.500,00 € |
| | Asesorías | 1.150,00 € |
| Total Costes Fijos | | 20.050,00 € |
| Gastos Variables | | |
| | Vajilla/Cristalería | 1.200,00 € |
| | Uniformes | 500,00 € |
| | Decoración | 2.000,00 € |
| | Mantenimiento | 9.000,00 € |
| | Subtotal | 12.700,00 € |
| | Marketing | 4.500,00 € |
| | Material Oficina | 2.100,00 € |
| | Publicidad | 6.000,00 € |
| | Subtotal | 12.600,00 € |
| Total Gastos Variables | | 25.300,00 € |

1.3 Mano de Obra³

| | Propietaria | Enc Cocina | Cocinero 1 | Cocinero 2 | Enc. Sala | Camarero 1 | Camarero 2 | Barman 1 | Barman 2 | Total | S.S | Total |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| enero | 1.500,00 € | 1.044,48 € | 879,36 € | 549,60 € | 972,80 € | 879,36 € | 549,60 € | 922,88 € | 576,80 € | 7.874,88 € | 2.756,21 € | 10.631,09 € |
| febrero | 1.500,00 € | 783,36 € | 659,52 € | 439,68 € | 729,60 € | 659,52 € | 439,68 € | 692,16 € | 461,44 € | 6.364,96 € | 2.227,74 € | 8.592,70 € |
| marzo | 1.500,00 € | 1.109,76 € | 934,32 € | 439,68 € | 1.033,60 € | 934,32 € | 439,68 € | 980,56 € | 461,44 € | 7.833,36 € | 2.741,68 € | 10.575,04 € |
| abril | 1.500,00 € | 1.240,32 € | 1.044,24 € | 439,68 € | 1.155,20 € | 1.044,24 € | 439,68 € | 1.095,92 € | 461,44 € | 8.420,72 € | 2.947,25 € | 11.367,97 € |
| mayo | 1.500,00 € | 979,20 € | 824,40 € | 549,60 € | 912,00 € | 824,40 € | 549,60 € | 865,20 € | 576,80 € | 7.581,20 € | 2.653,42 € | 10.234,62 € |
| junio | 1.500,00 € | 1.379,04 € | 1.161,03 € | 1.161,03 € | 1.284,40 € | 1.161,03 € | 1.161,03 € | 1.218,49 € | 1.218,49 € | 11.244,54 € | 3.935,59 € | 15.180,13 € |
| julio | 1.500,00 € | 1.379,04 € | 1.161,03 € | 1.161,03 € | 1.284,40 € | 1.161,03 € | 1.161,03 € | 1.218,49 € | 1.218,49 € | 11.244,54 € | 3.935,59 € | 15.180,13 € |
| agosto | 1.500,00 € | 1.379,04 € | 1.161,03 € | 1.161,03 € | 1.284,40 € | 1.161,03 € | 1.161,03 € | 1.218,49 € | 1.218,49 € | 11.244,54 € | 3.935,59 € | 15.180,13 € |
| septiembre | 1.500,00 € | 1.379,04 € | 1.161,03 € | 1.161,03 € | 1.284,40 € | 1.161,03 € | 1.161,03 € | 1.218,49 € | 1.218,49 € | 11.244,54 € | 3.935,59 € | 15.180,13 € |
| octubre | 1.500,00 € | 1.305,60 € | 1.099,20 € | 604,56 € | 1.216,00 € | 1.099,20 € | 604,56 € | 1.153,60 € | 634,48 € | 9.217,20 € | 3.226,02 € | 12.443,22 € |
| noviembre | 1.500,00 € | 848,64 € | 714,48 € | 439,68 € | 790,40 € | 714,48 € | 439,68 € | 749,84 € | 461,44 € | 6.658,64 € | 2.330,52 € | 8.989,16 € |
| diciembre | 1.500,00 € | 979,20 € | 824,40 € | 604,56 € | 912,00 € | 824,40 € | 604,56 € | 865,20 € | 634,48 € | 7.748,80 € | 2.712,08 € | 10.460,88 € |
| Total | 18.000,00 € | 13.806,72 € | 11.624,04 € | 6.292,92 € | 12.859,20 € | 11.624,04 € | 6.292,92 € | 12.199,32 € | 6.604,36 € | 106.677,92 € | 37.337,27 € | 144.015,19 € |

| Salario por horas | |
|-------------------|--------|
| Jefe Cocina | 8,16 € |
| Jefe Sala | 7,60 € |
| Barman | 7,21 € |
| Cocinero | 6,87 € |
| Camarero | 6,87 € |

| | Número de horas | |
|------------|-----------------|---------|
| | Completo | Parcial |
| enero | 128 | 80 |
| febrero | 96 | 64 |
| marzo | 136 | 64 |
| abril | 152 | 64 |
| mayo | 120 | 80 |
| junio | 169 | 169 |
| julio | 169 | 169 |
| agosto | 169 | 169 |
| septiembre | 169 | 169 |
| octubre | 160 | 88 |
| noviembre | 104 | 64 |
| diciembre | 120 | 88 |

³ Datos extraídos del DEL CONVENIO COLECTIVO PARA EL SECTOR DE HOSTELERÍA DE LA PROVINCIA DE ALICANTE PARA LOS AÑOS 2009, 2010 Y 2011

3. Presupuesto

| INGRESOS | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Buffet | 24.480,00 € | 17.280,00 € | 24.240,00 € | 28.680,00 € | 22.560,00 € | 31.200,00 € | 61.080,00 € | 65.184,00 € | 44.400,00 € | 28.320,00 € | 19.440,00 € | 22.272,00 € | 389.136,00 € |
| Coctelería | 27.241,34 € | 19.348,99 € | 32.460,48 € | 32.969,66 € | 24.950,02 € | 34.624,51 € | 63.775,30 € | 65.201,01 € | 48.627,07 € | 33.351,55 € | 23.167,87 € | 28.019,90 € | 433.737,72 € |
| TOTAL INGR. | 51.721,34 € | 36.628,99 € | 56.700,48 € | 61.649,66 € | 47.510,02 € | 65.824,51 € | 124.855,30 € | 130.385,01 € | 93.027,07 € | 61.671,55 € | 42.607,87 € | 50.291,90 € | 822.873,72 € |
| COSTES | | | | | | | | | | | | | |
| Personal | 7.874,88 € | 6.364,96 € | 7.833,36 € | 8.420,72 € | 7.581,20 € | 11.244,54 € | 11.244,54 € | 11.244,54 € | 11.244,54 € | 9.217,20 € | 6.658,64 € | 7.748,80 € | 106.677,92 € |
| S.S. | 2.756,21 € | 2.227,74 € | 2.741,68 € | 2.947,25 € | 2.653,42 € | 3.935,59 € | 3.935,59 € | 3.935,59 € | 3.935,59 € | 3.226,02 € | 2.330,52 € | 2.712,08 € | 37.337,27 € |
| Total M.O. | 10.631,09 € | 8.592,70 € | 10.575,04 € | 11.367,97 € | 10.234,62 € | 15.180,13 € | 15.180,13 € | 15.180,13 € | 15.180,13 € | 12.443,22 € | 8.989,16 € | 10.460,88 € | 144.015,19 € |
| Materia Prima | 12.930,34 € | 9.157,25 € | 14.175,12 € | 15.412,42 € | 11.877,50 € | 16.456,13 € | 31.213,82 € | 32.596,25 € | 23.256,77 € | 15.417,89 € | 10.651,97 € | 12.572,98 € | 205.718,43 € |
| Prod. Limpieza | 115,00 € | 115,00 € | 115,00 € | 115,00 € | 115,00 € | 150,00 € | 150,00 € | 150,00 € | 150,00 € | 115,00 € | 115,00 € | 115,00 € | 1.520,00 € |
| Suministros | 240,00 € | 180,00 € | 255,00 € | 285,00 € | 225,00 € | 450,00 € | 465,00 € | 465,00 € | 450,00 € | 300,00 € | 195,00 € | 225,00 € | 3.735,00 € |
| Lavandería | 50,00 € | 50,00 € | 50,00 € | 50,00 € | 50,00 € | 200,00 € | 200,00 € | 200,00 € | 200,00 € | 50,00 € | 50,00 € | 50,00 € | 1.200,00 € |
| TOTAL C. DTOS. | 13.335,34 € | 9.502,25 € | 14.595,12 € | 15.862,42 € | 12.267,50 € | 17.256,13 € | 32.028,82 € | 33.411,25 € | 24.056,77 € | 15.882,89 € | 11.011,97 € | 12.962,98 € | 212.173,43 € |
| TOTAL COSTES | 23.966,42 € | 18.094,94 € | 25.170,16 € | 27.230,39 € | 22.502,12 € | 32.436,26 € | 47.208,95 € | 48.591,38 € | 39.236,90 € | 28.326,11 € | 20.001,13 € | 23.423,86 € | 356.188,62 € |
| GASTOS | | | | | | | | | | | | | |
| G.G. Fijos | 1.670,83 € | 1.670,83 € | 1.670,83 € | 1.670,83 € | 1.670,83 € | 1.670,83 € | 1.670,83 € | 1.670,83 € | 1.670,83 € | 1.670,83 € | 1.670,83 € | 1.670,83 € | 20.050,00 € |
| G.G. Variables | 1.265,00 € | 1.265,00 € | 1.265,00 € | 1.265,00 € | 1.265,00 € | 3.795,00 € | 3.795,00 € | 3.795,00 € | 3.795,00 € | 1.265,00 € | 1.265,00 € | 1.265,00 € | 25.300,00 € |
| TOTAL GASTOS | 2.935,83 € | 2.935,83 € | 2.935,83 € | 2.935,83 € | 2.935,83 € | 5.465,83 € | 5.465,83 € | 5.465,83 € | 5.465,83 € | 2.935,83 € | 2.935,83 € | 2.935,83 € | 45.350,00 € |
| TOTAL GENERAL | 26.902,26 € | 21.030,78 € | 28.105,99 € | 30.166,22 € | 25.437,96 € | 37.902,09 € | 52.674,79 € | 54.057,22 € | 44.702,73 € | 31.261,94 € | 22.936,97 € | 26.359,69 € | 401.538,62 € |
| M.B.E | 27.754,92 € | 18.534,05 € | 31.530,32 € | 34.419,28 € | 25.007,89 € | 33.388,26 € | 77.646,34 € | 81.793,63 € | 53.790,18 € | 33.345,44 € | 22.606,74 € | 26.868,05 € | 466.685,09 € |
| M.N.E | 24.819,09 € | 15.598,21 € | 28.594,49 € | 31.483,44 € | 22.072,06 € | 27.922,42 € | 72.180,51 € | 76.327,80 € | 48.324,34 € | 30.409,61 € | 19.670,91 € | 23.932,21 € | 421.335,09 € |

PLAN DE MARKETING MIX

1. El Plan

1.2 Producto

La principal estrategia definida a la variable del del marketing mix producto, es alcanzar un posicionamiento ventajoso en el área con un producto novedosos, combinando lo mejor de la coctelería con un exquisito buffet.

"*LeClub*" se encuentra en un mercado saturado por otras ofertas de ocio. Las cuales también ofrecen una amplia oferta en coctelería, música Chill-Out y alimentación. Es por ello que queremos introducir como novedad el buffet en la oferta como atractivo.

Nuestro concepto de negocio proviene del aperitivo milanés. El cual retoma la idea de la típica tapa española pero con un pequeño matiz que la diferencia. El buffet es totalmente gratis por la consumición de un cóctel. De esta manera, el aperitivo se vuelve una alternativa a la cena típica de un restaurante. Disfrutando al mismo tiempo de una bonita atmósfera y la mejor música Chill-Out.

El producto servido en nuestro restaurante, se podrá dividir en los siguientes bloques:

- **Cócteles con alcohol.** Blue Lion, Londoner, Daiquiri (fresa y *LeClub*), West End Star, Exotic Strawberry, Melonio, Mojito (tradicional, mango, melón, fresa, piña), Caipiriña, Sweet In Heaven, Notting Hill, Watermelon Deluxe, *LeClub*.

- **Cócteles sin alcohol.** Wimbledon, Pride Day, San Francisco, Mojito Virgen (tradicional, mango, melón, fresa, piña). – Combinados, zumos,

refrescos, agua, cerveza, bebidas energéticas y cafés no incluyen buffet.

Por el consumo de éstos se incluye el servicio de buffet siguiente:

- **Pastas variadas:** Espagueti, tortelini, macarrones, ravioli vegetarianos. Salsas servidas a parte.
- **Arroces:** Risotto de pescados, pimentitos rellenos, arroz a banda, arroz al estilo Thai.
- **Ensalada Mediterránea:** Ingredientes presentados por separado, para crear su propia ensalada.
- **Ensaladas preparadas:** De pollo, tropical, de pavo, de marisco. Aliños servidos a parte.
- **Sushi:** Nigiri, Hosomaki, Gunkan, Futomaki, Temaki.
- **Sopas Pho:** Sopas de origen vietnamita. Se presentan como un combinado de vegetales, a los cuales se puede añadir ternera o pollo, y se añade un caldo preparado. Tras dejar reposar el caldo 5 minutos, está listo para consumir. Caldo servido a parte.
- **Postres:** Tartas caseras y postres tradicionales de la comarca.

1.2 Precio

De manera genérica la estrategia a seguir ha de posibilitar el mantenimiento de unos precios ligeramente superiores al de nuestros competidores. Ello reforzará al mismo tiempo la imagen de un producto mayor calidad. Además, en este precio también se incluye el buffet incluido en el consumo del cóctel.

Dado que nos queremos dirigir a un sector de la población con una renta medio-alta, y que nuestra intención es ser un negocio rentable desde el primer año de explotación; ofreceremos diferentes tamaños de precio en función de lo

siguiente:

Cócteles sin alcohol: 6,50 €

Mojitos: 8,50 €

Caipiriña y Daiquiri: 10 €

Cócteles con alcohol elaborados: 12 €

El precio en carta será 12€ superior, con buffet incluido.

Debemos tener en cuenta que algunos de nuestros clientes no quieran consumir cócteles. Para ellos se establecerá el siguiente listado de precios:

Agua: 3 €

Refrescos: 3 €

Zumos variados: 5 €

Bebidas energéticas: 5€

Cervezas: 4,50 €

Combinados nacional: 8 €

Combinados internacional: 9 €

Combinados reserva: 10 €

Café expresso: 1,50 €

Café cortado: 1,75 €

Café con leche: 2 €

Capuccino: 2 €

Precio buffet (no incluido): 12 €

Para las horas de menor consumo, de 18h. a 20h. tendremos nuestra Happy Hour. La promoción constará del segundo cóctel por la mitad de precio.

También se acordarán con las marcas distribuidoras fiestas especiales, como el día del Mojito. En tales fiestas se ofrecerán regalos a todo aquél que consuma mojitos (utilizando el ron de la marca en especial).

Véase Carta en ANEXO III.

1.3 Promoción

Nuestro objetivo en este punto es que el cliente nos conozca y además nos tenga como primera opción en sus momentos de ocio. Por ser una marca nueva, nuestras acciones de penetración serán las siguientes.

Promocionaremos nuestro negocio un mes antes de la apertura desde los locales de ocio más elitistas de la zona. Contactaremos con éstos con el fin de sortear cenas gratis en nuestro establecimiento y establecer futuros acuerdos entre nuestros locales: descuentos en entradas, copas, etc.

También aprovecharemos el auge de las **redes sociales** creando una página en Facebook y Twitter para anunciar promociones, fiestas y todo lo que suceda en "LeClub". Abriremos un perfil en la red de geolocalización "Four Square" desde donde se ofrecerán promociones especiales y animaremos a nuestros clientes a dejar sus comentarios para compartirlos con futuros clientes.

Se promocionará nuestro producto en los hoteles de 4 y 5 estrellas de los alrededores con el reparto de Flyers, como puedan ser el hotel Denia Marriott La Sella o el Oliva Nova Golf Hotel. Animando a los empleados a visitar nuestras instalaciones con descuentos, para que conozcan el producto y puedan promocionarlo entre sus clientes.

Otro punto fuerte para nuestra promoción, es la esponsorización en torneos

de Golf aprovechando la cercanía de 3 campos a nuestra localización (Oliva Nova, La Sella y Jávea).

1.4 Distribución

En cuanto a distribución debemos tener en cuenta 3 aspectos: nuestros proveedores, cómo distribuimos el producto y de qué modo lo presentamos.

Como consecuencia de la situación de incertidumbre económica que vivimos en el momento presente, nuestro poder de negociación frente a los proveedores es más que favorecedor. Las empresas subsidiarias de nuestro sector no pasan por sus mejores momentos de liquidez y no cuentan con el poder que tenían en años anteriores. Como resultado, podemos lograr materias primas a un precio menor por una calidad mayor.

En "*LeClub*" queremos proveernos desde agentes locales, pues ello contribuye positivamente en la economía de la comarca y repercute en una mayor calidad del producto que servimos al cliente final. Además, facilita la comunicación entre los canales de distribución y ayuda en mayor medida a evitar roturas de stock en los momentos clave. Como ejemplo, las bebidas utilizadas para la elaboración de nuestros cócteles procederán de distribuidores locales, el arroz empleado será el de la marjal Pego-Oliva, el pescado será traído directamente desde la lonja de Denia y se servirán productos típicos en nuestro menú (véase Arroz a Banda).

"*LeClub*" hará llegar su producto a sus clientes de dos modos diferentes. Los cócteles y otras bebidas serán servidos en mesa, junto a una ficha que será mostrada al encargado del buffet para demostrar que su consumición incluye también la comida servida en el buffet.

Los platos del buffet se servirán del siguiente modo:

- **Pastas variadas:** Servidas en fuentes, desde las cuales el cliente se podrá servir. Las salsas se dispondrán junto a las fuentes para que el cliente se sirva de ellas.
- **Arroces:** Servidos en pequeñas cazuelas, divididas ya en raciones para ser tomadas directamente.
- **Ensalada Mediterránea:** Ingredientes presentados por separado, para crear su propia ensalada y combinar con los aliños preferidos.
- **Ensaladas preparadas:** Servidas en fuentes, desde las cuales el cliente podrá servirse la cantidad deseada.
- **Sushi:** Presentados de modo individual y divididos por tipo. Se podrán tomar de forma individual y ser consumidos con palillos. –
- **Sopas Pho:** Servidas en pequeñas cazuelas con los condimentos ya preparados. El cliente añadirá el caldo dentro del recipiente, pudiendo hacerlo a su gusto y utilizar palillos para su consumo.
- **Postres:** Servidos en raciones.

Los platos utilizado para el servicio de los clientes serán cuadrados y de tamaño tipo postre.

Así mismo, se tendrá el mismo detalle en las copas utilizadas para la coctelería. Adaptando éstas a la necesidad de cada uno de los cócteles.

2. Control del Plan de Marketing

Véase ANEXO IV.

VIABILIDAD DEL PLAN Y CONCLUSIONES

En el análisis económico el proyecto demuestra ser rentable para ponerse en funcionamiento en un futuro. El factor determinante para el éxito del negocio será la captación de clientes, en ello es donde el marketing debe ser lo más efectivo posible y los esfuerzos deben centrarse en atraer y fidelizar al cliente.

El control de costes será de vital importancia con la finalidad de garantizar la supervivencia de la empresa. Los riesgos se reducirán si la afluencia de clientes es constante y los costes se mantienen bajos. El momento ideal para la inauguración del local será justo antes del verano, cuando la afluencia de turistas es mayor y la población local sale para disfrutar del ambiente ya pre-veraniego. Entonces es cuando mejor funcionará el más efectivo de los mecanismos de marketing y, a su vez, el más asequible: el boca a oído.

Confiando en que se cumplan las previsiones de demanda, o que puedan incluso ser sobrepasadas. Gracias al nuevo producto que se introduce en Denia con "LeClub" se puede garantizar que la idea puede tener mucho éxito y puede ser el sólo el principio de una cadena que se expanda a nivel nacional.

ANEXOS

ANEXO I. Declaración responsable para la apertura de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos.

Ayuntamiento de Denia.



AJUNTAMENT DE DÈNIA

ÀREA D'URBANISME

DECLARACION RESPONSABLE PARA LA APERTURA DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS, ACTIVIDADES RECREATIVAS Y ESTABLECIMIENTOS PÚBLICOS.

(De aforo igual o inferior a 500 personas y que no supongan una especial situación de riesgo sujeta a autorización administrativa según Ley 14/2010, de 3 de diciembre de la Generalitat Valenciana y normativa concordante)

| | | |
|--|-----------------------|------------|
| A) DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL TITULAR | | |
| NOMBRE Y APELLIDOS DEL TITULAR: | | |
| DNI/NIE/CIF: | TELEFONO: | |
| DOMICILIO/DOMICILIO SOCIAL: | | |
| DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIONES: | | |
| POBLACION: | C.P.: | PROVINCIA: |
| Actúa en nombre propio. | | |
| Actúa en representación del titular. | | |
| DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE PETICIONARIO (rellenar sólo si procede) | | |
| NOMBRE Y APELLIDOS: | | |
| DNI: | TELEFONO: | |
| Actúa como representante en calidad de (Administrador, Apoderado...): | | |
| DOMICILIO: | | |
| DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIONES: | | |
| POBLACION: | C.P.: | PROVINCIA: |
| B) DATOS DEL ESPECTÁCULO, ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO PÚBLICO: | | |
| NOMBRE COMERCIAL: | | |
| EMPLAZAMIENTO: | | |
| REFERENCIA CATASTRAL: | TELÉFONO: | |
| DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD, ESPECTÁCULO O ESTABLECIMIENTO PÚBLICO: | | |
| SE CUMPLEN LAS CONDICIONES PARA QUE LA ACTIVIDAD DESCRITA NO ESTÉ SUJETA AL PROCEDIMIENTO DE APERTURA MEDIANTE AUTORIZACIÓN (Indicar SI o NO): | | |
| EPÍGRAFE DEL CATÁLOGO ANEXO LEY 14/2010 (en su caso, dado su carácter no exhaustivo): | | |
| AFORO: | CARGA TÉRMICA (M/m2): | |
| SUPERFICIE ÚTIL (m2): | POTENCIA EN KW: | |
| TIENE AMBIENTACIÓN O AMENIZACIÓN MUSICAL, SEGÚN PROYECTO (táchese lo que proceda): SI / NO | | |
| HA SOLICITADO CERTIFICADO DE COMPATIBILIDAD URBANÍSTICA CON EL PLANEAMIENTO URBANÍSTICO VIGENTE EN FECHA (rellenar) _____ y nº de expediente: | | |
| En caso de no haberse solicitado previamente, el procedimiento de apertura mediante Declaración Responsable | | |

M. I. AJUNTAMENT DE DÈNIA • C.I.F.: P-0306300-E • PL. CONSTITUCIÓ, 10 • 03700 DÈNIA • TFNO. 96 578 0100 – FAX: 96 578 99 86
 ÀREA D'URBANISME • RONDA MURALLS, 42 • 03700 DÈNIA • TFNO. 96 642 41 43 – FAX: 96 643 08 35

no se entenderá iniciado.

EN CASO DE QUE SE TRATE DE ESPECTÁCULO CON ANIMALES:

D....., en calidad de organizador del espectáculo, declaro mi compromiso de que los animales que intervienen en el mismo no serán objeto de maltrato o crueldad.

Fecha y firma.....

EN LA VÍA PÚBLICA (táchese lo que proceda): SI / NO

PRECISA REALIZACIÓN DE OBRAS PARA SU PUESTA EN MARCHA (táchese lo que proceda): SI / NO
En caso afirmativo rellenar el siguiente apartado:

* OBRA MAYOR: Las obras precisas para implantar la actividad descrita han obtenido licencia de obra mayor otorgada en el expediente administrativo 3411.....

* OBRA MENOR: Las obras precisas para implantar la actividad descrita son obras menores, sujetas a:
Licencia de obra menor, otorgada en el expediente administrativo nº 3421.....
Declaración Responsable de obra menor, presentada en el exp. advo. nº 3422.....
Comunicación previa de obra menor, presentada en el exp. advo. nº 3423.....

AUTORIZACIONES E INFORMES SECTORIALES PREVIOS (A rellenar, en su caso). LA ACTIVIDAD CORRESPONDIENTE DISPONE DE LAS AUTORIZACIONES E INFORMES SECTORIALES PREVIOS EXIGIBLES EN MATERIA DE (táchese lo que proceda):

Autorización o concesión sobre el dominio público otorgada mediante Resolución de fecha:
Dispone de Declaración de Interés Comunitario, otorgada por Resolución de fecha:.....
Está sujeta a la Legislación de Impacto Ambiental, verificada mediante resolución de fecha:
Dispone de Autorización en materia de Patrimonio Cultural, otorgada por Resolución de fecha:.....
Dispone de otras Autorizaciones e informes previos exigibles: (indique cuáles).....

C) DECLARACIÓN RESPONSABLE

El que suscribe **DECLARA RESPONSABLEMENTE:**

1.- Que cumple todos los requisitos técnicos y administrativos establecidos por la normativa vigente para la apertura del local.

2.- Que dispone de la documentación que así lo acredita.

3.- Que se compromete a mantener su cumplimiento durante el período de tiempo en que se desarrolle el espectáculo público, actividad recreativa o establecimiento público descrito.

Todo ello atendiendo a que, conforme al art. 71.bis, apartado 4 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de RJAPPAC, la inexactitud, falsedad u omisión, de carácter esencial, en cualquier dato, manifestación o documento que se acompañe o incorpore a una declaración responsable o a una comunicación previa, o la no presentación ante la Administración competente de la declaración responsable, determinará la imposibilidad de continuar con el ejercicio del derecho o actividad afectada desde el momento en que se tenga constancia de tales hechos, sin perjuicio de las responsabilidades penales, civiles o administrativas a que hubiera lugar. Asimismo, la resolución de la Administración Pública que declare tales circunstancias podrá determinar la obligación del interesado de restituir la situación jurídica al momento previo al reconocimiento o al ejercicio del derecho o al inicio de la actividad correspondiente, así como la imposibilidad de instar un nuevo procedimiento con el mismo objeto durante un período de tiempo determinado, todo ello conforme a los términos establecidos en las normas sectoriales de aplicación. Igualmente, la veracidad de lo declarado está sujeto a las facultades de comprobación, control e inspección que tengan atribuidas las Administraciones Públicas.

D) DOCUMENTACION QUE SE ACOMPAÑA (Márquese lo que proceda)

Documentación esencial cuya falta de aportación impide la tramitación, entendiéndose como no iniciado el trámite de Declaración Responsable (art. 9 de la Ley 14/2010, de 3 de diciembre y demás normativa vigente):

Fotocopia del documento identificativo de la persona solicitante (en caso de persona física DNI, permiso de residencia de extranjeros, en su caso y documento acreditativo de la representación por



AJUNTAMENT DE DÈNIA

ÀREA D'URBANISME

M. I. AJUNTAMENT DE DÈNIA • C.I.F.: P-0306000-E • PL. CONSTITUCIÓ, 10 • 03700 DÈNIA • TFNO. 96 578 0100 - FAX. 96 578 99 86
 ÀREA D'URBANISME • RONDA MURALLS, 42 • 03700 DÈNIA • TFNO. 96 642 41 43 - FAX. 96 643 08 35

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----------------------------|---------------|----------------------------|---------------|-----------------------------|---------------|-----------------------------|---------------|-----------------------------|---------------|-----------------------------|---------------|-----------------------------|---------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|-----------------|
| <p>cualquier medio admitido en derecho en caso de que actúe en nombre de otra persona) o en caso de persona jurídica (CIF y fotocopia de la escritura de constitución).</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Autoliquidación de la Tasa por tramitación de servicios administrativos y justificación de haberse producido su ingreso conforme a lo previsto en las Ordenanzas Fiscales.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Copia del proyecto de la obra y actividad firmado por técnico competente y visado por el colegio profesional, si así procediere, de acuerdo con lo dispuesto en la normativa en vigor sobre visado colegial obligatorio, <u>que se refiera al cumplimiento de todos los requisitos técnicos</u> necesarios para la apertura del local e incluya Estudio Acústico y manifieste que se cumplen las condiciones legal y reglamentariamente previstas para que la actividad descrita no esté sujeta al procedimiento de apertura mediante autorización.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p><u>Certificado final</u> redactado y firmado por técnico competente y visado, si así procede, por colegio profesional, en el que se acredite que el establecimiento reúne las condiciones establecidas en el Código Técnico de la Edificación, Reglamento Electrotécnico para Baja tensión, normativa de protección contra el ruido y la contaminación acústica, normativa sobre accesibilidad en las infraestructuras, el urbanismo, la edificación y el transporte y demás normativa vigente para que la actividad pueda ser ejercida en el referido emplazamiento.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Asimismo, en caso de que se hubieran llevado a cabo <u>obras y urbanización</u>, se deberán presentar <u>certificados finales técnicos visados</u> relativos a la correcta finalización de las mismas, conforme a lo dispuesto en la legislación de Ordenación y Calidad de la Edificación.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>O bien, en lugar del certificado anterior, certificado expedido por empresa que disponga de la calificación de Organismo de Certificación Administrativa (OCA).</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Certificado que acredite la suscripción de un contrato de seguro para cubrir los riesgos derivados de la explotación, en los términos legal y reglamentariamente establecidos. Los capitales mínimos que deberán prever las pólizas de seguros para cubrir los riesgos derivados de la explotación tendrán la siguiente cuantía, en consideración al aforo máximo autorizado:</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="0"> <tr> <td>Aforo de hasta 25 personas</td> <td>150.000 euros</td> </tr> <tr> <td>Aforo de hasta 50 personas</td> <td>300.000 euros</td> </tr> <tr> <td>Aforo de hasta 100 personas</td> <td>400.000 euros</td> </tr> <tr> <td>Aforo de hasta 200 personas</td> <td>500.000 euros</td> </tr> <tr> <td>Aforo de hasta 300 personas</td> <td>600.000 euros</td> </tr> <tr> <td>Aforo de hasta 500 personas</td> <td>750.000 euros</td> </tr> <tr> <td>Aforo de hasta 700 personas</td> <td>900.000 euros</td> </tr> <tr> <td>Aforo de hasta 1.000 personas</td> <td>1.000.000 euros</td> </tr> <tr> <td>Aforo de hasta 1.500 personas</td> <td>1.200.000 euros</td> </tr> <tr> <td>Aforo de hasta 5.000 personas</td> <td>1.800.000 euros</td> </tr> </table> | Aforo de hasta 25 personas | 150.000 euros | Aforo de hasta 50 personas | 300.000 euros | Aforo de hasta 100 personas | 400.000 euros | Aforo de hasta 200 personas | 500.000 euros | Aforo de hasta 300 personas | 600.000 euros | Aforo de hasta 500 personas | 750.000 euros | Aforo de hasta 700 personas | 900.000 euros | Aforo de hasta 1.000 personas | 1.000.000 euros | Aforo de hasta 1.500 personas | 1.200.000 euros | Aforo de hasta 5.000 personas | 1.800.000 euros |
| Aforo de hasta 25 personas | 150.000 euros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aforo de hasta 50 personas | 300.000 euros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aforo de hasta 100 personas | 400.000 euros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aforo de hasta 200 personas | 500.000 euros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aforo de hasta 300 personas | 600.000 euros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aforo de hasta 500 personas | 750.000 euros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aforo de hasta 700 personas | 900.000 euros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aforo de hasta 1.000 personas | 1.000.000 euros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aforo de hasta 1.500 personas | 1.200.000 euros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aforo de hasta 5.000 personas | 1.800.000 euros | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>En los locales, recintos o establecimientos de aforo superior a 5.000 personas y hasta 25.000 personas se incrementará la cuantía mínima establecida en las normas anteriores, en 120.000 euros por cada 2.500 personas o fracción de aforo. En los locales, recintos o establecimientos de aforo superior de 25.000 personas se incrementará la cuantía resultante de la aplicación de las normas anteriores en 120.000 euros por cada 5.000 personas de aforo o fracción.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Boletín de instalación eléctrica presentado en el servicio de Industria de la Consellería competente.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>En caso de aportar documentación técnica suscrita por técnico titulado competente sin visado del Colegio Oficial correspondiente y tratándose de documentación técnica de visado no obligatorio según la normativa vigente en la materia, aporta DECLARACIÓN RESPONSABLE SUSCRITA POR TÉCNICO TITULADO COMPETENTE PARA LA PRESENTACIÓN DE DOCUMENTACIÓN TÉCNICA SIN VISADO.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>E) DOCUMENTACION QUE SE DECLARA RESPONSABLEMENTE POSEER (Márquese lo que proceda):</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Documentación Fiscal</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas (Modelo 036 I.A.E.)</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Notificaciones administrativas de las licencias urbanísticas de obras de adecuación y de primera utilización del establecimiento.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Programas de mantenimiento exigidos en las instalaciones industriales para la prevención y control de la legionelosis</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Documentación para medidas de control de riesgos inherentes a los accidentes graves en los que intervengan sustancias peligrosas

Contrato de mantenimiento de las instalaciones de protección contra incendios por empresa autorizada

Documentación específica de la actividad y de sus instalaciones, exigida por la normativa técnica correspondiente

A TALES EFECTOS SE PRESTA CONSENTIMIENTO AL M. I. AYUNTAMIENTO PARA QUE PUEDA CONSULTAR Y TRANSMITIR CUANTOS DATOS RESULTEN PRECISOS PARA COMPROBAR LA VERACIDAD DE LOS DATOS EXPUESTOS, SIN PERJUICIO DE LAS RESTRICCIONES QUE SE PREVEAN EN LAS NORMAS DE APLICACIÓN

DÉNIA, A _____ DE _____ DE 20_____

(FIRMA)



AJUNTAMENT DE DÈNIA

ÀREA D'URBANISME

CERTIFICADO SUSCRIPCION DE SEGURO DE ESPECTACULOS PUBLICOS, ACTIVIDADES RECREATIVAS Y ESTABLECIMIENTOS PUBLICOS

A) DATOS DEL TITULAR DE LA ACTIVIDAD

NOMBRE Y APELLIDOS DEL TITULAR:

DNI/NIE/CIF

B) DATOS DEL ESPECTÁCULO, ACTIVIDAD O ESTABLECIMIENTO PÚBLICO:

NOMBRE COMERCIAL:

EMPLAZAMIENTO:

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD, ESPECTÁCULO O ESTABLECIMIENTO PÚBLICO:

C) DATOS DE LA COMPAÑÍA ASEGURADORA

RAZON SOCIAL:

DIRECCION:

CIF:

TELÉFONO:

D. _____ en calidad de _____ de la Compañía Aseguradora _____, correduría de seguros _____

CERTIFICA

Que nuestra entidad ha expedido un seguro de responsabilidad civil con número de póliza _____, que cubre la responsabilidad civil de los riesgos derivados de la explotación de la actividad, así como el riesgo de incendio y posibles daños al público asistente, a terceros y al personal que preste sus servicios en el establecimiento, espectáculo o actividad.

La cuantía asegurada se eleva a _____ euros, cumpliendo la cantidad exigida en la normativa vigente en materia de Espectáculos Públicos, Actividades Recreativas y Establecimientos Públicos, siendo el período de cobertura el comprendido entre el ___/___/___ y el ___/___/___.

Dicha póliza se encuentra al corriente de pago.

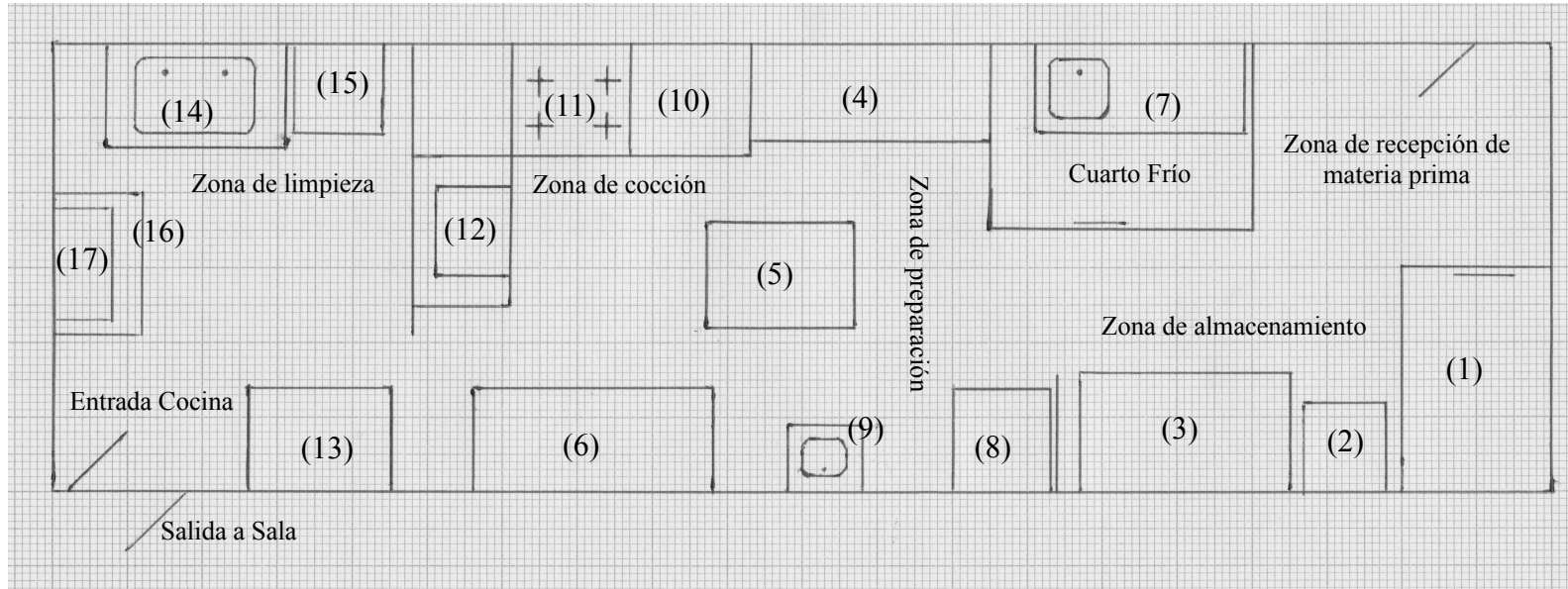
Y para que así conste, firmo el presente certificado

DÈNIA, A _____ DE _____ DE 20_____

(FIRMA DEL SOLICITANTE)

ANEXO II. Plano de Cocina y Equipamientos

Escala 1:200



(1) Despensa

(2) Congelador Vertical

(3) Armario refrigerador

(4) Mesa mural con puertas y cajones

(5) Mesa Central

(6) Mesa de servicio

(7) Mesa con cubeta

(8) Abatidor de temperatura

(9) Lavamanos

(10) Plancha a gas

(11) Freidora sin humos

(12) Horno

(13) Carro de mantenimiento en caliente

(14) Fregadero con cubeta de gran capacidad

(15) Lavavajillas

(16) Mueble mural guarda platos

(17) Armario para utensilios

ANEXO III. La Carta



Bienvenidos a LeClub

Y ahora déjese llevar por las sensaciones,
que no entren en su vida malas pasiones.
Disfrute de nuestra amplia selección de
cócteles y deléitese de nuestro buffet de
inspiración mediterránea y asiática.
No dude en contactar con nuestros
empleados si surge cualquier duda.
Un saludo,

Eva.

| | |
|---------------------------|---|
| Cócteles con Alcohol..... | 3 |
| Cócteles sin Alcohol..... | 5 |
| Bebidas..... | 6 |
| Cafés..... | 6 |
| Nuestro Buffet..... | 7 |

Horario de verano
De Lunes a Domingo
6 p.m. - 2 a.m.

Horario de invierno
De viernes a Domingo
Visperas y Festivos

Cócteles con Alcohol

Mojito 20,50 €

Ron Cruzan, Lima, Azúcar, Hierbabuena, Ginger Ale

Mojito Fresa 20,50 €

Ron Cruzan, Lima, Azúcar, Hierbabuena, Fresa

Mojito Mango 20,50 €

Ron Cruzan, Lima, Azúcar, Hierbabuena, Mango

Mojito Melón 20,50 €

Ron Cruzan, Lima, Azúcar, Hierbabuena, Melón

Mojito Piña 20,50 €

Ron Cruzan, Lima, Azúcar, Hierbabuena, Piña

Daquiri Fresa 22,00 €

Ron cruzan, Azúcar, Fresa

Daquiri LeClub 22,00 €

Nuestro mejor Daquiri

Caipiriña 22,00 €

Cachaça, Lima, Azúcar

Blue Lion 24,00 €

Ginebra Larios 12, Bols Blue Curaçao, Zumo de Naranja,

Spritz, Gr. de Limón

Buffet incluido

Londoner 24,00 €
Vodka Vox, Bols Melón, Crema de Coco, Frangélico, Zumo de Naranja, Fresa

West End Star 24,00 €
Ron Cruzan, Bols Strawberry, Bols Melón, Zumo de Naranja, Gr. de Maracuyá

Exotic Strawberry 24,00 €
Bols Strawberry, Bols Passion Fruit, Nata, Mango, Naranja, Gr. de Maracuyá

Melonio 24,00 €
Vodka Vox, Bols Melón, Piña, Fresa

Sweet in Heaven 24,00 €
Bailey's, Larios Licor de Avellana, Amaretto, Crema de Coco, Nata, Gr. de Chocolate

Notting Hill 24,00 €
Zumo de Piña, Zumo de Naranja, Gr. de Limón, Gr. de Maracuyá, Granadina.

Watermelon Deluxe 24,00 €
Ron Cruzan, Bols Passion Fruit, Zumo de Arándanos, Sandía, Fresa

LeClub 24,00 €
Vodka Vox, Bols Passion Fruit, Bols Blue Curaçao, Gr. de Maracuyá

Buffet incluido

Cócteles sin Alcohol

Mojito Virgen 18,50 €

Lima, Azúcar, Hierbabuena, Ginger Ale

Mojito Virgen Fresa 18,50 €

Lima, Azúcar, Hierbabuena, Fresa

Mojito Virgen Mango 18,50 €

Lima, Azúcar, Hierbabuena, Mango

Mojito Virgen Melón 18,50 €

Lima, Azúcar, Hierbabuena, Melón

Mojito Virgen Piña 18,50 €

Lima, Azúcar, Hierbabuena, Piña

Wimbledon 18,50 €

Zumo de Naranja, Gr. de Limón, Bitter Lemon, Granadina

Pride Day 18,50 €

Zumo de Piña, Zumo de Naranja, Gr. de Limón, Gr. de Maracuyá, Granadina.

San Francisco 18,50 €

Zumo de Naranja, Zumo de Limón, Zumo de Piña, Zumo de Melocotón, Azúcar, Granadina.

Buffet incluido

Bebidas

Agua 3,00 €
30 cl.

Refrescos 3,00 €

Zumos 5,00 €
Piña, Naranja, Melón, Melocotón, Arándanos

Bebidas energéticas 5,00 €

Cerveza 4,50 €

Combinado Nacional 8,00 €

Combinado Internacional 9,00 €

Combinado Reserva 10,00 €

Cafés

Espresso 1,50 €

Cortado 1,75 €

Capuccino 2,00 €

Buffet no incluido: 12 € por persona

Nuestro Buffet

Ensaladas

Preparadas y a preparar. Ponemos a su disposición los principales componentes de la dieta mediterránea para que usted combine las ensaladas a su gusto.

Pastas

Gran selección de pastas y salsas. Mezcle y experimente.

Arroces

Lo más típico de nuestra región sin perder el contacto con la gente más cool. Desde la tradicional paella hasta el importado risotto.

Sushi

Fieles a la receta procedente del más lejano oriente, sin olvidar los productos de nuestro mar y nuestra tierra. La cocina más sana al alcance de un solo bocado.

Sopas Pho

Presentamos una gran novedad traída directamente desde Vietnam. Añade a nuestros preparados de verduras y ravioli, el caldo más sabroso para disfrutar de este manjar procedente de las selvas del sudeste asiático.

Postres

Nadillas, tartitas y otros componentes de la pastelería más sofisticadas.

ANEXO IV. Control del plan de Marketing

| | Llevado a cabo por | Frecuencia |
|---|--|--|
| Evaluar la capacidad de captación y ventas de los empleados | Propietaria | Semanalmente |
| Comparar resultados de ingresos con lo presupuestado | Propietaria | Mensualmente |
| Encuestas de satisfacción al cliente y su grado de fidelidad | Propietaria y encargados de barra y sala | Trimestralmente |
| Identificar "gaps" en el servicio, su origen y aplicar medidas correctoras | Propietaria y encargados del | Tan pronto se identifique un posible "gap" |
| Establecimiento de procesos por departamento | Propietaria y encargados | Trimestralmente |
| Monotorizar el número de seguidores, críticas y sugerencias en las redes sociales | Propietaria | Diariamente |

BIBLIOGRAFÍA

BECERRA, Enrique. *La gran aventura de montar un restaurante. Manual práctico y de consejos*. Córdoba: Ed. Almuzara. 2006

CERRA, Javier. *Organización y gestión de la restauración*. Javier Cerra. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana. 1995

KOTLER, Philip. WONG, Veronica. SAUNDERS, John. ARSTRONG, Gary. *Principles of Marketing*. Essex: Pearson Education Limited. 2005

OSORIO, Estefanía. Apuntes de Gestión de Producción en Restauración de 2º curso de la Diplomatura en Turismo de la Universidad Politécnica de Valencia. Escuela Politécnica Superior de Gandia. 2008 - 2009

FÜHRMAN, Andreas. Apuntes de Marketing Service de la titulación Tourismusmanagement de la Fachhochschule de Heilbronn, Baden-Württemberg, Alemania.

Decreto 7/2009, de 9 de enero, del Consell, regulador de los establecimientos de restauración de la Comunitat Valenciana. [2009/155]

Decreto 54/2010, de 31 de marzo, del Consell, por el cual se modifica el Decreto 7/2009, de 9 de enero, regulador de los establecimientos de restauración de la Comunitat Valenciana.

Texto articulado del convenio colectivo para el sector de la hostelería de la Provincia de Alicante para los años 2009, 2010 Y 2011 (BOP 02- 09-2009). Código 030042-5.

AYUNTAMIENTO DE DENIA (2011) Trámites - (En caso de nueva apertura). [En línea]. Disponible en: <http://www.denia.es/es/servicios/tramites/tramit.aspx?id=49> [Consulta: 27 de Noviembre de 2011]