

PLAN DE EMPRESA PARA UN RESTAURANTE DE COMIDA PARA LLEVAR EN EL MUNICIPIO DE NULES

TRABAJO FINAL DE CARRERA DE GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA

Autora: Marta Vedrí Peirats

Director: José María Torralba Martínez

Valencia, Noviembre de 2014



Agradecimientos

A mi familia por su esfuerzo diario por darme la oportunidad de poder estudiar una carrera universitaria.

A José María por su constante dedicación, paciencia y por darme una oportunidad cuando nadie más lo hizo.

A Jesús por creer en mí y darme la confianza que necesitaba.

A mis amigas por sus buenos consejos. Sobre todo a Ma^a Carmen por ese granito de arena que me aporta todos los días.

A Eva por su tiempo dedicado.

A Blas y su familia, por su ayuda final cuando más la necesitaba.

A todos muchas gracias.



ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	8
ÍNDICE DE LAS SIGLAS	9
ÍNDICE DE ESCANDALLOS.....	10
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. OBJETO DEL TRABAJO FINAL DE CARRERA.....	12
1.2. OBJETIVOS DEL TRABAJO FINAL DE CARRERA	12
1.3. METODOLOGÍA.....	13
1.4. ESTRUCTURA DOCUMENTAL	14
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LAS ASIGNATURAS CURSADAS POR EL ALUMNO Y RELACIONADAS CON LA ELABORACIÓN DEL TFC	16
1.6. BIBLIOGRAFÍA DEL CAPÍTULO 1.....	20
CAPÍTULO 2. DEFINICIÓN DEL PROYECTO Y LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA	21
2.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO.....	22
2.1.1. LA IDEA.....	22
2.1.2. NECESIDADES QUE SATISFACE.....	22
2.2 UBICACIÓN	23
2.3 LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA	26
2.3.1 FORMA JURÍDICA Y JUSTIFICACIÓN	26
2.4 TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA. COSTES	31
2.5. BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO 2	33
CAPÍTULO 3. ANÁLISIS INTERNO, ANÁLISIS DEL ENTORNO, DAFO Y ESTUDIO DE MERCADO.....	35
3.1 ANÁLISIS INTERNO	36
3.1.1. CUADRO DE APTITUDES Y ACTITUDES	36
3.1.2. TEST DEL EMPRENDEDOR	37
3.1.3. CURRÍCULUM	38
3.1.4. AUTOANÁLISIS.....	40
3.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	40
3.2.1. MACROENTORNO.....	40
3.2.2. MICROENTORNO	49
3.3. ANÁLISIS DAFO	53
3.4. ESTUDIO DE MERCADO	54
3.5. BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO 3	61
CAPÍTULO 4. PLANIFICACIÓN DE LA EMPRESA	63
4.1 PLAN DE MARKETING	64
4.1.1 NOMBRE COMERCIAL, LOGO, IMAGEN CORPORATIVA	64
4.1.2. PRODUCTO.....	65
4.1.3. PRECIO	67
4.1.4. DISTRIBUCIÓN	69
4.1.5. PROMOCIÓN	69
4.2. PLAN DE PRODUCCIÓN E INFRAESTRUCTURAS.....	72



4.2.1. PRESUPUESTOS.....	72
4.2.3. ESCANDALLOS	77
4.2.4. PLANO.....	93
4.2.5. UBICACIÓN DE LA MAQUINARIA Y MOBILIARIO.....	94
4.2.6. GASTOS DE STOCK INICIALES, AFORO Y TICKET MEDIO	98
4.3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	102
4.3.1. PUESTOS DE TRABAJO Y ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	102
4.3.2. PLAN DE CONTRATACIÓN.....	105
4.3.3. PLAN DE EXTERNALIZACIÓN DE FUNCIONES	108
4.3.4. MANUAL DE BIENVENIDA	108
4.3.5. PLAN DE FORMACIÓN.....	109
4.4. PLAN DE CALIDAD	109
4.4.1. INTRODUCCIÓN	110
4.4.2. OBJETO.....	110
4.4.3. REQUISITOS LEGALES:.....	110
4.4.4. PROTECCIÓN DE DATOS.....	112
4.4.5. DIRECCIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	112
4.4.6. INFRAESTRUCTURA.....	113
4.4.7. EQUIPAMIENTO.....	115
4.4.8. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA.....	117
4.4.9. REALIZACIÓN DEL PRODUCTO/ PRESTACIÓN DEL SERVICIO.....	120
4.4.10. REQUISITOS COMUNES	121
4.4.11. COMPRAS. ALMACENAMIENTO.....	122
4.4.12. TRAZABILIDAD	123
4.4.13. ANÁLISIS DE DATOS Y MEJORA CONTINUA	123
4.5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	125
4.6. BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO 4	131
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES	134
BIBLIOGRAFÍA	137
ANEXOS	142
ANEXO 1. MANUAL DE BIENVENIDA	143
ANEXO 2 MANUAL DE FORMACIÓN.....	156

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2.1 Esquema de círculos. Fuente: Basado en PENALONGA, Anxo y MUR, Fernando. EIE Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Santillana 2013	22
Ilustración 2.2 Localización del municipio de Nules. Fuente: Google Maps. (Fecha de consulta: 05/10/2014)	23
Ilustración 2.3 Plano de algunas Calles del Municipio de Nules. Fuente: Google Maps. (Fecha de consulta: 05/10/2014)	24
Ilustración 2.4 Fachada 1 del local en el cruce de la calle les torres con la calle Santa Bárbara. Fuente: Google Maps (Fecha de consulta: 05/10/2014)	24
Ilustración 2.5 Fachada 2 del local en el cruce de la calle Santa Bárbara con la calle Santo Antonio. Fuente: Google Maps (Fecha de consulta: 05/10/2014).....	25
Ilustración 2.6 Fachada 3 del local en la calle Santa Bárbara. Fuente: Google Maps (Fecha de consulta: 05/10/2014)	25
Ilustración 2.7 Plano del local en la situación actual. Fuente: Catastro Virtual y modificaciones propias. (Fecha de consulta: 05/10/2014)	26
Ilustración 2.8 Vista del local en 3D. Fuente: Catastro virtual y modificaciones propias. (Fecha de consulta: 05/10/2014)	26
Ilustración 3.9 Test emprendedor - 060. Fuente: 060.es. Fecha consulta: 03.11.2014	37
Ilustración 3.10 Cinco fuerzas de Porter. Basado en PENALONGA, Anxo y MUR, Fernando. EIE Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Santillana 2013.....	49
Ilustración 3.11 Análisis DAFO. Elaboración propia basada en PENALONGA, Anxo y MUR, Fernando. EIE Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Santillana 2013	54
Ilustración 3.12 Encuesta de mercado para un local de comida para llevar. (Elaboración propia)	56
Ilustración 4.13 Logotipo de la empresa (Elaboración propia) Fuente: www.vistaprint.com Consulta: 15 septiembre 2014.....	64
Ilustración 4.14 Carta para encargos parte delantera (Elaboración propia).....	65
Ilustración 4.15 Carta para encargos parte trasera (Elaboración propia).....	65
Ilustración 4.16 Menú diario (Elaboración propia)	66
Ilustración 4.17 Prototipo tarjeta de empresa. Fuente: www.vistaprint.com Consulta: 10 de noviembre de 2014.....	71
Ilustración 4.18 Plano general del local. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com	93
Ilustración 4.19 Fachada del local. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com.....	93
Ilustración 4.20 Plano del local a escala. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com.....	94
Ilustración 4.21 Plano del almacén. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com	95
Ilustración 4.22 Plano de la cocina. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com	95
Ilustración 4.23 Plano de la sala. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com	96
Ilustración 4.24 Diseño del local en 3D. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com	96
Ilustración 4.25 Diseño del local en 3D 2. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com	97
Ilustración 4.26 Diseño del plano en 3D 3. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com.....	97
Ilustración 4.27 Organigrama y puestos de trabajo de la empresa (Elaboración propia)	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Costes de Tasas de la puesta en marcha. Costes de la puesta en marcha. [En línea]. Generalitat Jove IVAJ. [Consulta: 04 noviembre 2014]. Disponible en: http://www.gvajove.es/ivaj/opencms/IVAJ/es/empleo/SL.html	32
Tabla 3.2. Cuadro de aptitudes y actitudes (Elaboración propia)	36
Tabla 3.3 PIB España 2014: Evolución Trimestral. www.datosmacro.com Consulta 5 de noviembre de 2014	41
Tabla 3.4 IPC Hoteles, cafés y restaurantes 2014 www.datosmacro.com Consulta 7 noviembre	42
Tabla 3.5 Desempleo en España Septiembre 2014 www.datosmacro.com Consulta: 7 noviembre 2014	43
Tabla 3.6 Población Nules por habitantes. Ine.es (consulta 4 de noviembre de 2014)	54
Tabla 3.7 Población de Nules por edades. Ficha municipal, portal estadístico de la Generalitat (consulta 4 de noviembre de 2014)	55
Tabla 4.8 Tabla de precios escandallados (Elaboración propia).....	67
Tabla 4.9 Cuñas de radio Fuente: www.anunciosradio.com/publicidad/index.php . Fecha de consulta: 10 de noviembre de 2014	69
Tabla 4.10 Cuñas de radio elegidas.	70
Tabla 4.11 Presupuesto publicidad en periódicos. Fuente: www.oblicua.es/publicidad/publicidad-prensa.htm Consulta: 10 de noviembre de 2014	70
Tabla 4.12 Presupuesto productos promocionales Fuente: www.regalosdeempresa.com . Consulta: 10 de noviembre de 2014	71
Tabla 4.13 Presupuesto uniformidad del personal. Fuente: Milas SL vestuario profesional	72
Tabla 4.14 Presupuesto maquinaria de cocina y sala. Fuente: Catálogo EURAST	72
Tabla 4.15 Presupuesto mobiliario. Fuentes: IKEA, Leroymerlin	73
Tabla 4.16 Presupuesto reforma y obras. Presupuesto realizado por Ruiz Decor, Nules	73
Tabla 4.17 Presupuesto utensilios de cocina. Fuente: Tienda crisol e ILVO.es	74
Tabla 4.18 Gastos de stock iniciales (Elaboración propia)	99
Tabla 4.19 Estimación de clientes por día (Elaboración propia)	100
Tabla 4.20 Gastos de materia prima diarios según clientes (Elaboración propia)	100
Tabla 4.21 Ingresos según el tique medio y clientes (Elaboración propia).....	100
Tabla 4.22 Grupos según días (Elaboración propia).....	101
Tabla 4.23 Días laborables separados por grupos (Elaboración propia)	101
Tabla 4.24 Cálculo de gastos anuales (Elaboración propia)	101
Tabla 4.25 Cálculo de ingresos anuales (Elaboración propia)	102
Tabla 4.26 Funciones del jefe de cocina (Elaboración propia)	103
Tabla 4.27 Funciones del ayudante de cocina (Elaboración propia).....	103
Tabla 4.28 Funciones del dependiente (Elaboración propia).....	103
Tabla 4.29 Funciones personal de la limpieza (Elaboración propia)	104
Tabla 4.30 Jornada de trabajo del cocinero (Elaboración propia)	106
Tabla 4.31 Jornada de trabajo del ayudante de cocina (Elaboración propia).....	106
Tabla 4.32 Jornada de trabajo del dependiente (Elaboración propia).....	106
Tabla 4.33 Jornada de trabajo de la persona encargada de la limpieza (Elaboración propia)	107
Tabla 4.34 Coste total del personal (Elaboración propia en base a apuntes de la profesora Asunción Molés, asignatura Recursos humanos y dirección de equipos en restauración)	108
Tabla 4.35 Balance inicial (Elaboración propia) Basado en la asignatura Gestión financiera y contabilidad I. 1ºcurso de la diplomatura en gestión y administración pública.....	125
Tabla 4.36 Estudio de viabilidad del proyecto (Elaboración propia) Basado en la asignatura Gestión financiera y contabilidad I. 1ºcurso de la diplomatura en gestión y administración pública.	127
Tabla 4.37 VAN y TIR del proyecto (Elaboración propia) Basado en la asignatura Gestión financiera y contabilidad I. 1ºcurso de la diplomatura en gestión y administración pública.	128
Tabla 4.38 Estudio del Pay Back (Elaboración propia). Basado en la asignatura Gestión financiera y contabilidad I. 1ºcurso de la diplomatura en gestión y administración pública.	130



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3.1 Evolución Tasa de crecimiento PIB España www.datosmacro.com Consulta 5 noviembre de 2014	41
Gráfico 3.2 IPC Hoteles, cafés y restaurantes 2014 www.datosmacro.com Consulta 7 noviembre 2014	43
Gráfico 3.3 Desempleo en España Septiembre 2014 www.datosmacro.com Consulta 7 noviembre 2014	44
Gráfico 3.4 Tipo de interés Banco central Europeo. www.datosmacro.com Consulta 10 noviembre 2014	44
Gráfico 3.5 Pirámide de población. Años 2013 y 2023. www.ine.es Consulta: 10 noviembre de 2014 .	45
Gráfico 3.6. Población Nules por habitantes. ine.es (consulta 4 de noviembre de 2014).....	54
Gráfico 3.7 Población de Nules por edades Ficha municipal, portal estadístico de la Generalitat (consulta 4 de noviembre de 2014).....	55
Gráfico 3.8 Encuesta. Sexo Hombre/Mujer (Elaboración propia)	57
Gráfico 3.9 Encuesta. Edad (Elaboración propia)	57
Gráfico 3.10 Encuesta. ¿Compras comida para llevar?(Elaboración propia)	57
Gráfico 3.11 Encuesta. ¿Con que frecuencia?(Elaboración propia)	58
Gráfico 3.12 Encuesta. ¿Qué tipo de comida comprarías?(Elaboración propia).....	58
Gráfico 3.13 Encuesta. ¿Cuándo consumirías comida para llevar?(Elaboración propia)	59
Gráfico 3.14 Encuesta. ¿Comida o cena?(Elaboración propia)	59
Gráfico 3.15 Encuesta. ¿Menú diario o platos sueltos?(Elaboración propia)	59
Gráfico 3.16 Encuesta. ¿Pides postre?(Elaboración propia).....	60
Gráfico 3.17 Encuesta. ¿Consumirías platos preparados en un local destinado a ello?(Elaboración propia).....	60



ÍNDICE DE LAS SIGLAS

ASONAMAN.....	39
BOE.....	28
CIRCE.....	31
DAFO.....	53
<i>EIE</i>	33, 61, 138
I.T.....	31
IAE.....	32
ID_CIRCE.....	28
IES.....	38
IPC.....	41
IRPF.....	30
IS.....	29
ITP/AJD.....	30
PIB.....	40
RD-L.....	30
RMC.....	31
RR.HH.....	36
SL.....	28
SLNE.....	27
STT-CIRCE.....	28
TFC.....	38
TPV.....	49



ÍNDICE DE ESCANDALLOS

Escandallo 1 Croquetas de champiñones (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	77
Escandallo 2 Croquetas de ave (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	78
Escandallo 3 Ensaladilla (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres. ..	79
Escandallo 4 Huevos rellenos de atún (Elaboración propia basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	80
Escandallo 5 Huevos rellenos de champiñones (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	81
Escandallo 6 Patatas bravas (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	82
Escandallo 7 Arroz a la cubana (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	83
Escandallo 8 Paella (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	84
Escandallo 9 Costillas a la miel (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	85
Escandallo 10 Pollo al curry (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	86
Escandallo 11 Solomillo relleno (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	87
Escandallo 12 Ensalada campera (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	88
Escandallo 13 Ensalada de queso de cabra con vinagreta de membrillo (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	89
Escandallo 14 Flan de vainilla (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	90
Escandallo 15 Tarta 3 chocolates (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	91
Escandallo 16 Tarta de queso con arándanos (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.	92

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. OBJETO DEL TRABAJO FINAL DE CARRERA

1.2. OBJETIVOS DEL TRABAJO FINAL DE CARRERA

1.3. METODOLOGÍA

1.4. ESTRUCTURA DOCUMENTAL

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LAS ASIGNATURAS CURSADAS POR EL ALUMNO Y RELACIONADAS CON LA ELABORACIÓN DEL TFC

1.6. BIBLIOGRAFÍA DEL CAPÍTULO 1

1.1. OBJETO DEL TRABAJO FINAL DE CARRERA

El objeto del presente proyecto es la realización de un plan de empresa para un establecimiento de comidas para llevar, y estimar la viabilidad del proyecto. A pesar de que el panorama económico que sufre este país no es muy alentador, se pretende averiguar si puede ser rentable la apertura de un negocio de este tipo, con las condiciones de las que disponemos.

1.2. OBJETIVOS DEL TRABAJO FINAL DE CARRERA

Los objetivos que pretendemos alcanzar mediante el presente proyecto son los siguientes:

- Estudiar el entorno que nos rodea, analizando distintas variables macroeconómicas.
- Analizar cuál será el público objetivo que mejor se adapta a los servicios que ofrecemos y cuáles son los hábitos de estos frente a la crisis y sus preferencias.
- Comprobar quiénes son nuestros competidores directos y sus principales características.

A nivel interno de la empresa:

- Analizar cuáles son nuestros puntos fuertes y débiles.
- Determinar estrategias para llevar a cabo.
- Establecer la misión, valores y la visión que tiene nuestro negocio.
- Definir cada puesto de trabajo.
- Crear la distribución ideal de nuestro negocio.
- Justificar la localización donde llevaremos a cabo la actividad.
- Proponer un plan de producción para poder establecer los precios que se van a aplicar en base a los escandallos de los platos que vamos a producir.
- Realizar un plan de marketing para conocer que estrategias de comunicación pueden funcionar para que nuestro negocio sea conocido y atraiga a clientes.
- Desarrollar un plan económico financiero que dé respuesta a las necesidades tanto de inversión como de financiación que necesita el negocio para poder empezar a funcionar.

1.3. METODOLOGÍA

Han sido distintas y variadas las fuentes consultadas para la realización del presente proyecto. Si bien es cierto que gracias a internet se ha podido acceder a diversos trabajos y publicaciones que han inspirado este proyecto, siempre se ha comprobado que aquello que se ha consultado tuviese consistencia lógica y que, por supuesto, tuviese un trasfondo fundamentado o publicado por un organismo público, como es el caso de la universidad. Evidentemente, los trabajos publicados por las universidades, y tutelados por profesores son los que nos han ofrecido las mayores garantías.

Por otro lado, y justo para la realización del plan financiero, se realizó un auténtico trabajo de campo a fin de que el resultado fuese lo más fidedigno posible. Así pues, se presentó el proyecto y el plan financiero en unas oficinas bancarias de confianza, donde nos ofrecieron un préstamo ICO para siete años por la cantidad que faltaba para cubrir la inversión inicial.

También pudimos contar con el consejo y la visión de un importante empresario dedicado a la hostelería quien, aunque la tipología de su trabajo nada tiene que ver con el fundamento de este proyecto, gracias a sus conocimientos empresariales, pudo revisar las cifras del plan de viabilidad.

En otros puntos del proyecto, pudimos consultar, entre otras, distintas fuentes documentales:

- BARRACHINA, Isabel. Apuntes de Contabilidad Financiera, de 1º curso de la diplomatura en Gestión y Administración Pública de la Universidad Politécnica de Valencia. Valencia: 2009-2010.
- CARTAGENA BENÍTEZ, PABLO ALBERTO. "Plan De Empresa De Cadena De Restaurantes De Comida Rápida Y Saludable En Valencia".27/11/13 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)
- DALMAU, J. I. y HERVÁS, J. L. (2003). Estratégica y política de empresa, una introducción. UPV. Valencia
- DÍAZ, Elena y LEÓN, Miriam. Gestión Administrativa y Comercial en Restauración. Editorial Paraninfo 2014
- DÍAZ, Elena y LEÓN, Miriam. Recursos Humanos y Dirección de Equipos en Restauración. Editorial Paraninfo 2013

- MIGUEL MOLINA, M^a Del Rosario De. Apuntes de Gestión Administrativa I, de la diplomatura en Gestión y Administración Pública de la Universidad Politécnica de Valencia. Valencia: 2010-2011.
- NARANJO RUIZ, ANDRÉS. "Creación Y Puesta En Marcha De Empresa Para La Preparación Y Entrega De Comida Preparada (Easyfood S.L.)".11/09/13 (Director Académico: Estellés Miguel, Sofía)
- PENALONGA, Anxo y MUR, Fernando. EIE Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Santillana 2013.
- RAMIÓ, Carles (2010): Teoría de la Organización y Administración Pública. Ed. Tecnos y Universitat Pompeu Fabra.
- TABERNER TARAZONA, JOSE DOMINGO. Plan De Empresa Para Un Restaurante De Comida Sana De Nueva Creación Denominado "SlowFood SI".24/07/08 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)
- TORRALBA, José María y GUIJARRO, Ester. Apuntes de Gestión administrativa II de la diplomatura en Gestión y Administración Pública de la Universidad Politécnica de Valencia. Valencia: 2010-2011.

1.4. ESTRUCTURA DOCUMENTAL

El contenido de dicho trabajo se divide en cinco capítulos. Antes de empezar con los capítulos encontramos, el índice de contenido, el índice de figuras, el índice de tablas, el índice de gráficos y el de siglas.

La "Introducción" expone cuál es el objeto del trabajo, los objetivos, la metodología, y la justificación de las asignaturas cursadas a lo largo de la diplomatura de GAP a utilizar.

El segundo capítulo denominado "definición del trabajo y legalización de la empresa" explica la idea de proyecto, y la ubicación de este, justificando su localización estratégica. Y también explicamos la forma jurídica de la empresa y los trámites de constitución y puesta en marcha, así como sus costes.

En el tercer capítulo denominado "Análisis interno, análisis del entorno, DAFO y Estudio de mercado" tratamos de explicar las aptitudes y actitudes personales de la autora del TFC para llevar a cabo este proyecto. El curriculum, y una autoevaluación para tratar

de demostrar la capacidad emprendedora. También estudiamos el macroentorno, y el microentorno. Dentro del primero, analizamos los factores económicos, socioculturales, político legales y tecnológicos. Y referente al microentorno estudiamos la competencia, los proveedores, los clientes y el producto sustitutivo. Realizamos un análisis DAFO. Y finalmente un estudio de mercado, estudiando los clientes, los proveedores, la competencia y los productos sustitutivos. Realizamos un diseño de encuestas, y estudios de todos los factores que nos rodean para sacar el máximo beneficio a la empresa.

El cuarto capítulo denominado “planificación de la empresa” es uno de los más extensos. Encontramos un plan de marketing para dar a conocer nuestra empresa. El logo, nombre comercial e imagen corporativa que utilizamos, así como el producto, el precio y su distribución. También el plan de producción e infraestructuras. En él se realizan cada uno de los presupuestos desde la reforma del local hasta el mínimo menaje necesario, la oferta gastronómica, los escandallos de cada uno de los platos de esta oferta, el plano del local, sus dimensiones, la ubicación de la maquinaria, los permisos de obras, gastos de stock iniciales, y la estimación del ticket medio que deberán realizar los clientes. Continuamos con el plan de recursos humanos. Dentro de este grupo desarrollamos el organigrama de la empresa, los departamentos que comprende, la estructura organizativa, horarios, métodos de trabajo, y todo un plan de bienvenida muy desarrollado. Este es un manual que se le da al trabajador para tener toda la información necesaria sobre la empresa.

Otro punto es el del plan de calidad de la empresa. Este es un documento que especifica qué procedimientos y recursos asociados deben aplicarse, quién debe aplicarlos y cuándo deben aplicarse a un proyecto, producto, proceso o contrato específico. En nuestro caso, se centra en los procesos y en quien debe y cuándo aplicarlos. Y por último, el plan económico y financiero, donde realizamos todos los cálculos para demostrar la viabilidad de la empresa y desarrollamos los costes, gastos, ingresos y beneficios.

Para terminar, en el capítulo cinco denominado “Conclusiones” describimos las conclusiones generales del proyecto y las conclusiones finales.



1.5. JUSTIFICACIÓN DE LAS ASIGNATURAS CURSADAS POR EL ALUMNO Y RELACIONADAS CON LA ELABORACIÓN DEL TFC

INICIO TFC	PRÓLOGO, SUMARIO, ÍNDICES, SIGLAS Y RESUMEN GENERAL DEL TRABAJO
Asignaturas relacionadas	<ul style="list-style-type: none">- Gestión Administrativa II- Información y documentación administrativa / Informática Básica- Información y Documentación Administrativa I y II
Breve justificación	<p>La asignatura Gestión Administrativa II es de especial interés para la elaboración de este trabajo. Tanto las normas para la redacción de los textos, cita de tablas y figuras, elaboración del índice y referencias bibliográficas.</p> <p>La asignatura de Información y Documentación Administrativa / Informática Básica e Información y Documentación Administrativa I y II son imprescindibles para llevar a cabo este trabajo ya que se impartieron conocimientos básicos de informática en diversas aplicaciones de tratamiento de texto, hojas de cálculo, bases de datos...</p>

CAPÍTULO 1	INTRODUCCIÓN
Asignaturas relacionadas	<ul style="list-style-type: none">- Información y documentación administrativa / Informática Básica- Información y Documentación Administrativa I y II- Gestión Administrativa II
Breve	Tanto para el inicio del TFC, como para el primer capítulo y los siguientes tiene incidencia los



justificación	conocimientos adquiridos en las asignaturas Información y documentación Administrativa, Informática Básica, e Información, Documentación Administrativa I y II y Gestión Administrativa II por los motivos ya comentados anteriormente.
---------------	---

CAPÍTULO 2	DEFINICIÓN DEL PROYECTO Y LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA
Asignaturas relacionadas	Teoría social II Derecho administrativo I Derecho administrativo II Derecho constitucional I Derecho constitucional II Derecho autonómico y local
Breve justificación	En la asignatura de Teoría Social II aprendimos a realizar estudios de la población lo que nos sirve para saber cuál es el sitio más adecuado para la apertura de nuestra empresa, y el tipo de negocio más apropiado. Todas las asignaturas de derecho hacen referencia a la legalidad de la empresa, desde permisos necesarios para la reforma del local, su apertura, plazos de presentaciones de la documentación y su forma jurídica.

CAPÍTULO 3	ANÁLISIS INTERNO, ANÁLISIS DEL ENTORNO, DAFO Y ESTUDIO DE MERCADO
Asignaturas relacionadas	Gestión Administrativa I Sistema Económico y Financiero I Sistema Económico y Financiero II Sistema Económico y Financiero III



	Teoría social II
Breve justificación	<p>En la asignatura de Gestión Administrativa I se realiza el aprendizaje de habilidades, además de conocimientos, para adoptar decisiones en diferentes situaciones y poder resolver posibles conflictos. Y lo que hacemos en este capítulo es analizarnos internamente para comprobar si estamos preparados para llevar a cabo esta empresa. Y también fue donde estudiamos el análisis DAFO.</p> <p>Las tres asignaturas de Economía nos ayudan a crear una idea general del sector haciendo referencia a la situación española y a su contexto económico.</p> <p>La Microeconomía nos ayuda a estudiar el sector con más profundidad especialmente lo referido a la estructuración del mercado y los agentes que conforman la oferta y la demanda.</p> <p>Por otra parte la Sociología nos ayuda en el estudio de la estructura de la población y la estratificación social.</p> <p>Y en cuanto al estudio de mercado se realiza una pequeña introducción al sector del turismo para determinar en qué situación se encuentra y ver si nos puede o no beneficiar. Por otro lado se hace una breve introducción al propio sector de la restauración, analizando tanto el empleo, los precios y la cifra de negocio, obteniéndose así una visión amplia del sector</p>

CAPÍTULO 4	PLANIFICACIÓN DE LA EMPRESA
Asignaturas relacionadas	<p>Marketing en el sector público</p> <p>Gestión administrativa II</p>



	<p>Legislación laboral y de la prevención</p> <p>Gestión de calidad</p> <p>Gestión financiera y contabilidad I</p> <p>Gestión financiera y contabilidad II</p>
Breve justificación	<p>Aunque este proyecto está basado en una empresa privada, hay muchos puntos del marketing en el sector público que han servido para desarrollar este capítulo. También en gestión administrativa II hay un tema sobre marketing.</p> <p>El plan de producción e infraestructuras se encuentra por una parte dentro de la asignatura gestión administrativa II, en el cap. 5 de Ramió, donde aparece la gestión de servicios y por otra parte se desarrollará como punto fuerte de los estudios en restauración.</p> <p>El plan de recursos humanos lo relacionaremos con la asignatura de legislación laboral y de la prevención, donde aprendimos suficientes conocimientos teórico-prácticos en derecho laboral.</p> <p>En el plan de calidad introducimos la asignatura de Gestión de calidad como el conjunto de actividades que debe desarrollar cualquier empresa para conseguir prestar servicios de calidad a los clientes.</p> <p>Y finalmente en el plan económico y financiero vamos a poner en práctica los ejercicios y la contabilidad aprendida en las asignaturas de Gestión Financiera y Contabilidad I y II para observar si el proyecto es viable económicamente.</p>

CAPÍTULO 5	CONCLUSIONES
Asignaturas relacionadas	<ul style="list-style-type: none"> - Informática y documentación administrativa/Informática básica - Información y documentación Administrativa I y II

	<ul style="list-style-type: none">- Derecho Administrativo I y II- Derecho Constitucional I y II- Estructuras políticas/Formas políticas- Estructuras políticas/Administraciones públicas- Gestión Administrativa I, II,III- Derecho Autonómico y local- Gestión de Proyectos en el Sector Público- Marketing en el Sector Público- Control de la Eficiencia en las Administraciones Públicas- Gestión de la calidad
Breve justificación	En general todas las asignaturas impartidas a lo largo de la titulación de GAP contribuirán a hacer posible del capítulo de Conclusiones de este trabajo, pues todas ellas aportarán diversos conocimientos necesarios para investigar y llevar a cabo su elaboración.

1.6. BIBLIOGRAFÍA DEL CAPÍTULO 1

CARTAGENA BENÍTEZ, PABLO ALBERTO. "Plan De Empresa De Cadena De Restaurantes De Comida Rápida Y Saludable En Valencia".27/11/13 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)

NARANJO RUIZ, ANDRÉS. "Creación Y Puesta En Marcha De Empresa Para La Preparación Y Entrega De Comida Preparada (Easyfood S.L.)".11/09/13 (Director Académico: Estelles Miguel, Sofía)

TABERNER TARAZONA, JOSE DOMINGO. Plan De Empresa Para Un Restaurante De Comida Sana De Nueva Creación Denominado "SlowFood SI".24/07/08 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)

CAPÍTULO 2. DEFINICIÓN DEL PROYECTO Y LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA

2.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

2.1.1. LA IDEA

2.1.2. NECESIDADES QUE SATISFACE

2.2 UBICACIÓN

2.3 LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA

2.3.1 FORMA JURÍDICA Y JUSTIFICACIÓN

2.4 TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA. COSTES

2.5. BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO 2

2.1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

2.1.1. LA IDEA

La idea de negocio trata de una local en donde el cliente tendrá la opción de poder llevarse la comida a casa o consumirla allí de forma rápida. Véase la ilustración 2.1.

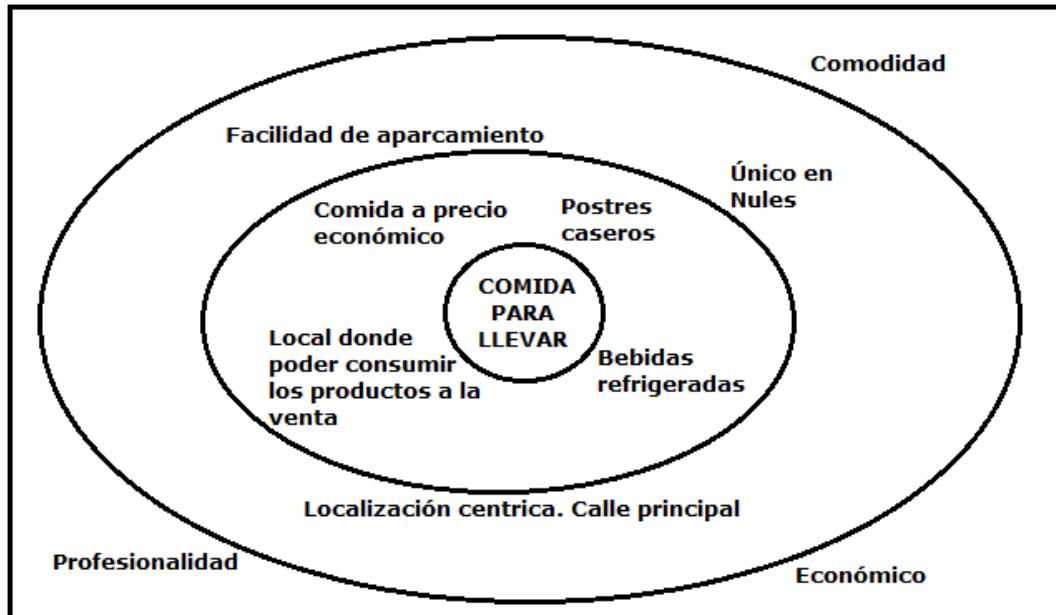


Ilustración 2.1 Esquema de círculos. Fuente: Basado en PENALONGA, Anxo y MUR, Fernando. EIE Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Santillana 2013

2.1.2. NECESIDADES QUE SATISFACE

Dentro de la idea se puede encontrar una comida totalmente casera, con productos frescos y de temporada como verduras, frutas... y productos básicos y económicos como son el arroz, la pasta y las legumbres, para así poder tener unos precios asequibles a todo tipo de bolsillos sin afectar a la calidad de los productos. Mejor expresarse en impersonal. Se contará también con platos de carne y pescados de la zona y unos postres caseros deliciosos. Se ofrecerán menús semanales, equilibrados y diferentes todas las semanas. Aparte tendremos platos individuales que realizaremos todos los días según la demanda de los clientes.

Existen distintos valores añadidos para el cliente. El primero será la facilidad de aparcamiento. Otro valor añadido será la no competencia de este tipo de negocio, ya que como tal no existe ninguno en la localidad, aunque si hay negocios no específicos que

ofrecen platos preparados, o supermercados que también tienen esta posibilidad. Pero en este caso la empresa va a dedicarse a este fin y además dispondrá de un local donde poder consumir los productos a la venta.

También otro de los valores añadidos será la localización. Se encuentra en una zona transitada al tratarse de la calle principal que cruza el municipio y al mismo tiempo se encuentra en el centro, a escasos metros de la plaza mayor, donde la afluencia de gente es notable. La estación de autobús esta justo enfrente del local, y la de tren se encuentra a escasos metros, por lo que también es un punto importante de afluencia de personas. Muchos municipios del alrededor no disponen de estación de tren, por lo que utilizan este medio de transporte, desde nuestro municipio, para ir a sus trabajos.

Y para terminar, recalcar que la profesionalidad de todos los trabajadores garantizará un servicio cordial y familiar donde el cliente podrá sentirse como en casa.

2.2 UBICACIÓN

La empresa se sitúa en el municipio de Nules, provincia de Castellón. A 20 km de Castellón de la Plana y a 50 km de Valencia. Véase la Ilustración 2.2.

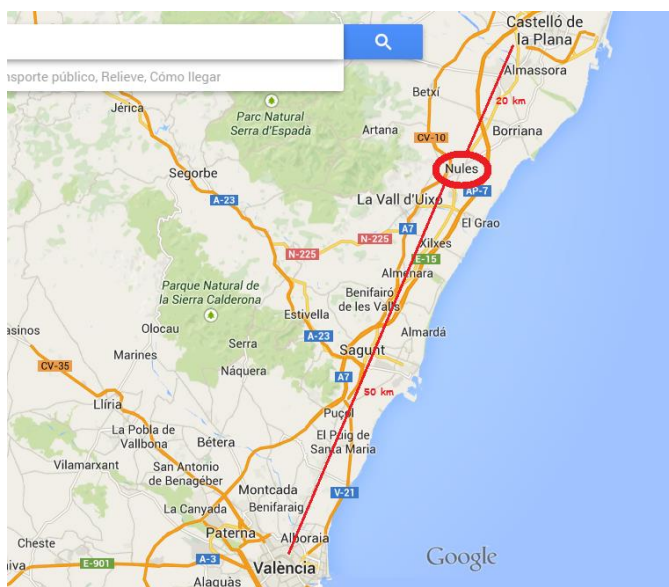


Ilustración 2.2 Localización del municipio de Nules. Fuente: Google Maps. (Fecha de consulta: 05/10/2014)

En frente del negocio se encuentra la parada de autobús más cercana a la estación de RENFE, donde todos los días la afluencia de gente que va del tren al autobús y viceversa es notable.

Su localización se encuentra a 150 metros, aproximadamente, de la zona centro de la Vila,

donde se encuentran la mayoría de los comercios, el ayuntamiento, etc... La entrada se situará en la calle principal del municipio, una zona de

paso de muchos vehículos, por lo que será fácil de reconocer y localizar. Véase la Ilustración 2.3.

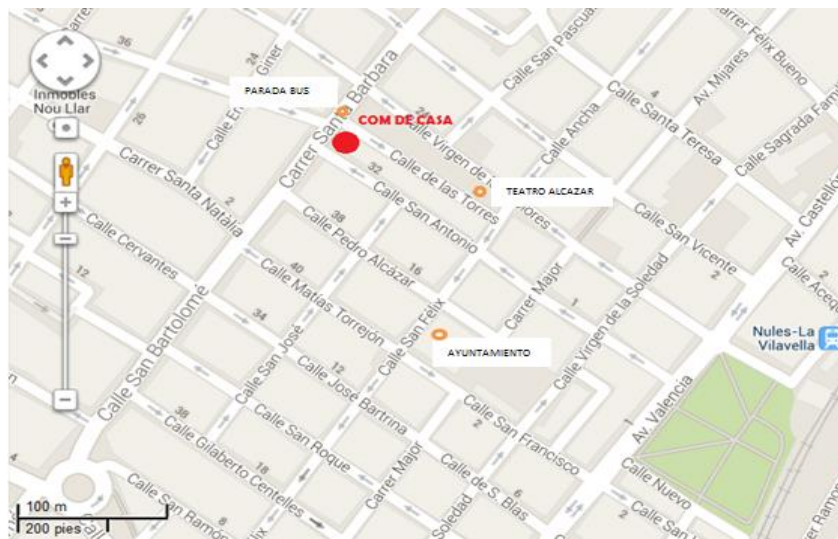


Ilustración 2.3 Plano de algunas Calles del Municipio de Nules. Fuente: Google Maps. (Fecha de consulta: 05/10/2014)



Ilustración 2.4 Fachada 1 del local en el cruce de la calle les torres con la calle Santa Bárbara. Fuente: Google Maps (Fecha de consulta: 05/10/2014)



Ilustración 2.5 Fachada 2 del local en el cruce de la calle Santa Bárbara con la calle Santo Antonio. Fuente: Google Maps (Fecha de consulta: 05/10/2014)



Ilustración 2.6 Fachada 3 del local en la calle Santa Bárbara. Fuente: Google Maps (Fecha de consulta: 05/10/2014)

Las ilustraciones anteriores muestran el local actual. A la izquierda se encuentra el negocio familiar desde hace 50 años. Y a la derecha la vivienda. Adosada a esta casa, que da a tres calles distintas, hay una casa un poco más vieja, también de nuestra propiedad. La idea es reformar ambas casas, para construir el negocio, dejando la tienda la cual estará comunicada con el local de restauración.

En las ilustraciones 2.7 y 2.8 se muestra el plano catastral de ambas viviendas adosadas en donde se detallan los metros cuadrados y la zona que se dispone para el negocio.

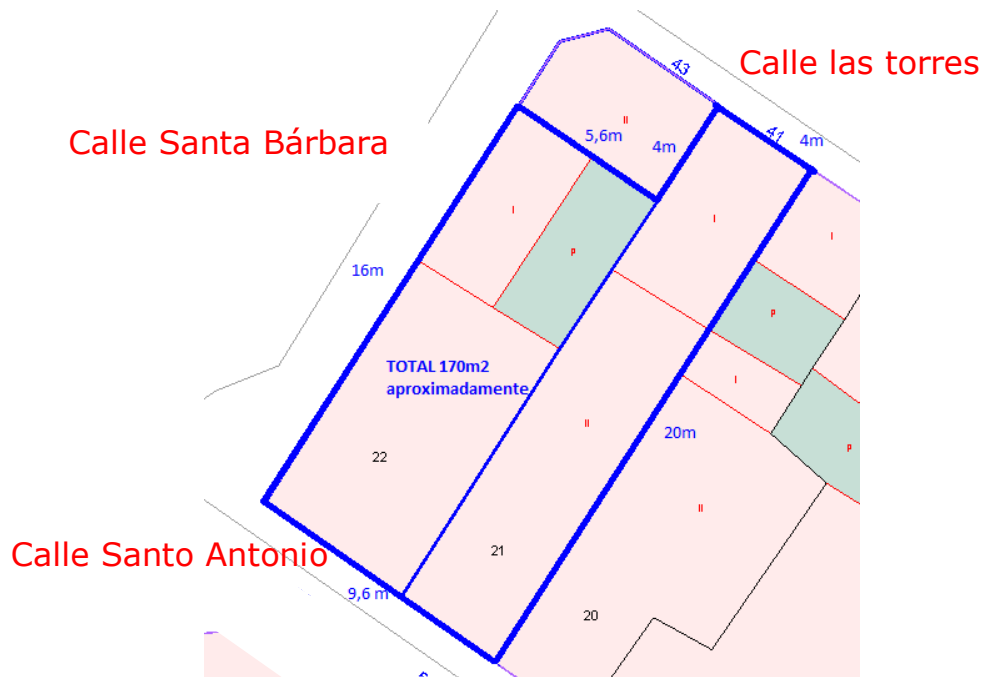


Ilustración 2.7 Plano del local en la situación actual. Fuente: Catastro Virtual y modificaciones propias. (Fecha de consulta: 05/10/2014)



Ilustración 2.8 Vista del local en 3D. Fuente: Catastro virtual y modificaciones propias. (Fecha de consulta: 05/10/2014)

2.3 LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA

2.3.1 FORMA JURÍDICA Y JUSTIFICACIÓN

Se sigue la siguiente fuente: Sociedad Limitada Nueva Empresa [en línea] Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. [Consulta: 6 octubre 2014] Disponible

en: <http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/SLNE/Paginas/SociedadLtdaNuevaEmpresa.aspx>

Sociedad limitada nueva empresa (SLNE)

Se ha elegido este tipo de empresa porque se adapta a las necesidades mejor que cualquier otra. Los socios serán dos. Por el momento se va a crear la empresa por la autora del TFC y el padre de esta que será un socio capitalista. Otro de los motivos que justifican la elección, es que la sociedad limitada nueva empresa no responde ante las deudas de forma ilimitada sino solo se limita al capital aportado. Que en este caso será de 73.772€.

2.3.1.1. DESCRIPCIÓN:

Es una especialidad de la sociedad limitada.

Número de socios Máximo 5

Responsabilidad Limitada al capital aportado

Capital Mínimo 3.012 € Máximo 120.202 €

Fiscalidad Impuesto sobre Sociedades

2.3.1.2 MARCO LEGAL:

La Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE) se rige por la Ley 7/2003, de 1 de abril, que modifica la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

Esta Ley introduce un nuevo capítulo en la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada, el capítulo XII, siendo la Nueva Empresa una especialidad de aquellas. Por lo tanto, aquellos supuestos, que no regula expresamente el mencionado capítulo, se regirán por las disposiciones generales de la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

2.3.1.3. CARACTERÍSTICAS QUE LA DIFERENCIAN

La Nueva Empresa está pensada para los proyectos empresariales más pequeños y más concretamente para facilitar su constitución, y puesta en marcha, de una manera rápida y con plenas garantías jurídicas.

Los elementos más innovadores del Estatuto de la Nueva Empresa son los siguientes:

- Es una especialidad de la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SL).
- El número máximo de socios en el momento de la constitución se limita a cinco, que han de ser personas físicas.
- Se permite la Sociedad Limitada Nueva Empresa Unipersonal.
- El procedimiento de constitución puede ser telemático o presencial y lo eligen siempre los socios.
- El capital social mínimo es de 3.012 € y el máximo de 120.202 €.
- El objeto social es genérico para permitir una mayor flexibilidad en el desarrollo de las actividades empresariales sin necesidad de modificar los estatutos de la sociedad.
- Existe la posibilidad de utilizar unos estatutos sociales orientativos aprobados por el Ministerio de Justicia en la Orden Ministerial 1445/2003, de 4 de junio (BOE, Boletín Oficial del Estado de 5 de junio).
- La utilización de estos estatutos sociales orientativos permite la realización de los trámites de constitución que deben realizar notarios y registradores, en un plazo de 48 horas, lo que supone una importante reducción de los tiempos actuales.
- Utilización de una denominación social especial que incorpora un código alfanumérico (ID_CIRCE, Identificación en el Centro de Información y Red de Creación de Empresas) lo que permite su obtención en 24 horas.
- No es obligatoria la llevanza del libro registro de socios porque el reducido número de socios no lo hace necesario.
- Los administradores de la sociedad tienen que ser socios y no se prevé la existencia de un consejo de administración.

2.3.1.4. DENOMINACIÓN SOCIAL

La denominación social de la Nueva Empresa se compone de los apellidos y el nombre de uno de los socios más un código alfanumérico (ID- CIRCE,). Esta peculiar denominación permite identificar la sociedad de manera inequívoca lo que, en la práctica, se traduce en un ahorro en los plazos para su obtención.

Con ello se evita tener que solicitar tres denominaciones en el Registro Mercantil Central y esperar a que sea confirmada una de ellas.

El mencionado código alfanumérico (ID-CIRCE) se genera por el Sistema de Tramitación Telemática del Centro de Información y Red de Creación de Empresas (STT-CIRCE) y la forma de solicitarlo varía

en función de la forma de tramitación elegida por los socios fundadores.

Esta denominación no excluye la utilización de una marca o anagrama para el tráfico y la correspondencia comercial. Todo ello de conformidad con la normativa correspondiente.

Finalmente hay que tener en cuenta que si el socio titular de la denominación social deja de serlo, por cualquier causa, es obligatorio proceder a la modificación de la misma para que recoja el nombre de uno de los socios. Este cambio supone una modificación de los estatutos sociales.

2.3.1.5. ASPECTOS CONTABLES

Marco legal

Real Decreto 296/2004, de 20 de febrero, por el que se aprueba el régimen simplificado de la contabilidad vigente hasta el momento.

El sistema simplificado de contabilidad de la Sociedad Nueva Empresa

Con el fin de facilitar la gestión de la Sociedad Nueva Empresa se contempla la posibilidad de aplicar un sistema simplificado de contabilidad de forma que, a través de un único registro contable, se permita el cumplimiento de las obligaciones que el ordenamiento jurídico impone en materia contable y fiscal.

Para la consecución de este objetivo se prevé la posibilidad de aplicar:

- Un sistema simplificado de llevanza de contabilidad.
- Y un modelo simplificado de presentación de las cuentas anuales.

2.3.1.6. MARCO FISCAL

La SLNE, como cualquier otra sociedad, está sometida al Impuesto sobre Sociedades (IS).

Este es un impuesto de carácter proporcional que grava el beneficio obtenido a un tipo constante con independencia del montante del beneficio. En la actualidad, el tipo de gravamen general es del 35% pero si la empresa factura menos de 5 millones de €, se contemplan dos tramos: hasta 90.151 € de beneficio, se tributa por el 30% y el resto de beneficios, si los hubiere, por el 35%.

La Ley que regula la SLNE establece las ventajas fiscales que a continuación se enumeran:

- Aplazamiento sin aportaci3n de garantías del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP/AJD), por la modalidad de operaciones societarias durante el plazo de un ańo desde su constituci3n. Este impuesto grava la constituci3n de la sociedad y su tipo general es el 1% del capital social. Desde la entrada en vigor del RD-L (Real Decreto Ley) 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversi3n y la creaci3n de empleo, quedan exentas del pago del ITP/AJD la constituci3n de sociedades.
- Aplazamiento sin aportaci3n de garantías, de las deudas tributarias derivadas del Impuesto sobre Sociedades correspondientes a los dos primeros períodos impositivos concluidos desde su constituci3n.
- Aplazamiento o fraccionamiento, con garantías o sin ellas, de las cantidades derivadas de retenciones o ingresos a cuenta del IRPF (Impuesto Renta Personas Físicas) que se devenguen en el primer ańo desde su constituci3n.
- No existe obligaci3n de efectuar pagos fraccionados del Impuesto sobre Sociedades, a cuenta de las liquidaciones correspondientes a los dos primeros períodos impositivos desde su constituci3n.
- Cuenta ahorro-empresa cuyos fondos deben destinarse a la constituci3n de una SLNE, con una duraci3n mínima de dos ańos con, al menos, un local y un empleado. El régimen fiscal es similar al de la cuenta ahorro vivienda (devoluci3n en el IRPF del 15% del importe depositado en la cuenta con el límite de 9.015,18€ anuales durante un plazo máximo de 4 ańos).

2.3.1.7. LA SEGURIDAD SOCIAL

S3lo las personas físicas podrán ser socios de la Nueva Empresa y deben ser ellos quienes decidan si realizarán una actividad en la SLNE o si s3lo aportarán capital a la Sociedad. Esta decisi3n supone su inclusi3n o no en el Sistema de Seguridad Social.

La creaci3n de una SLNE supone el inicio de una actividad por lo que deben tenerse en cuenta las medidas de reforma económica aprobadas por el Gobierno en 2003 que prevén una reducci3n de cuotas para trabajadores que, en el momento del alta inicial en el Régimen Especial de Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos, tengan 30 ańos o mujeres de 45 o más ańos. La base de cotizaci3n se elegirá entre el 75% de la base mínima y hasta la cuantía de la

base máxima y por un período máximo de 3 años desde el momento del alta. Para este año, las bases de cotización en este régimen son:

- Base Mínima 755,40 €
- Base Máxima 2.731,50 €
- Base límite > 49 años 1.416,00 €
- Tipo (con I.T. (Incapacidad Temporal)) 29,80 €
- Tipo (sin I.T.) 26,50 €

Alta de trabajadores que trabajen por cuenta de la SLNE

Si al iniciar la SLNE su actividad tiene personas que trabajan a su cuenta se procederá a formalizar los datos necesarios para la apertura de Código Cuenta de Cotización, Inscripción del Empresario y Afiliación y alta de trabajadores.”

2.4 TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA. COSTES

La Sociedad Limitada Nueva Empresa requiere los mismos trámites de constitución y puesta en marcha que una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SLR). La única diferencia es que no se debe realizar una reserva previa de la Denominación Social al Registro Mercantil Central (RMC).

Tramitación de forma telemática, a través de CIRCE (Centro de Información y Red de Creación de Empresas). El sistema solicitará la reserva de la Denominación Social al Registro Mercantil Central. El RMC en respuesta a dicha solicitud, envía a CIRCE, la Certificación de la Denominación Social y la factura de la misma.

Tramitación presencial (no telemática). El trámite de reserva de la Denominación Social se realiza siempre telemáticamente a través del Portal CIRCE (www.circe.es) mediante una conexión online al Registro Mercantil Central.

Después de la reserva de la Denominación Social se deben realizar los siguientes trámites:

- Para su constitución:
 - o Notaría (Se firmará la escritura de constitución de la sociedad, en las que constará, entre otra información, los estatutos de la sociedad. La escritura deberá presentarse a inscripción en el Registro mercantil)
 - o Agencia tributaria (1. Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados. 2. Alta de la

Declaración Censal y obtención del Código de Identificación Fiscal. 3. Alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)

- Registro mercantil provincial (Requiere de la inscripción en el registro mercantil provincial para adquirir personalidad jurídica)

- Trámites administrativos:
 - Tesorería General de la Seguridad Social (1. Inscripción de la empresa. 2. Alta de los administradores de la sociedad. 3. Alta y afiliación de los trabajadores)
 - Ayuntamiento (1. Licencia de Actividades e instalaciones y obras. 2. Licencia de Funcionamiento)
 - Consejerías de Trabajo de las Comunidades Autónomas (Dentro de los treinta días siguientes a la apertura del local debe ser comunicada a la autoridad laboral competente, en este caso en la Dirección Provincial del Ministerio de Empleo y Seguridad Social)
 - Inspección Provincial de Trabajo (Deberá realizar el sellado y diligenciado del Libro de Visitas)
 - Servicio Público de Empleo Estatal (Donde se formalizarán los contratos de trabajo. También existe la posibilidad de formalizarlos de forma telemática a través del portal Contrat@)
 - Agencia Española de Protección de Datos (Se deberán registrar los ficheros de carácter personal)
 - Oficina Española de Patentes y Marcas (No es obligatorio, pero se aconseja si se quiere el derecho exclusivo a la utilización de un signo para la identificación de un producto o un servicio en el mercado.)

Los costes de Tasas se presentan en la Tabla 2.1

COSTES DE LA PUESTA EN MARCHA	
Registro mercantil Central	13,94 €
Registro Mercantil Provincial	180 €
Impuesto de Transmisiones Patrimoniales	0 €
Notarios	300 €
Libro de actas y servicio	20€
Comunicación de apertura del centro de trabajo	1,12 €
TOTAL	515.05€

Tabla 2.1 Costes de Tasas de la puesta en marcha. Costes de la puesta en marcha. [En línea]. Generalitat Jove IVAJ. [Consulta: 04 noviembre 2014]. Disponible en: <http://www.gvajove.es/ivaj/opencms/IVAJ/es/empleo/SL.html>

2.5. BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO 2

Libros

PENALONGA, Anxo y MUR, Fernando. *EIE Empresa e Iniciativa Emprendedora*. Editorial Santillana 2013.

TFC consultados

CARTAGENA BENÍTEZ, PABLO ALBERTO. "Plan De Empresa De Cadena De Restaurantes De Comida Rápida Y Saludable En Valencia".27/11/13 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)

NARANJO RUIZ, ANDRÉS. "Creación Y Puesta En Marcha De Empresa Para La Preparación Y Entrega De Comida Preparada (Easyfood S.L.)".11/09/13 (Director Académico: Estellés Miguel, Sofía)

TABERNER TARAZONA, JOSE DOMINGO. Plan De Empresa Para Un Restaurante De Comida Sana De Nueva Creación Denominado "SlowFood SI".24/07/08 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)

Legislación y Normativa

Real Decreto 296/2004, de 20 de febrero, por el que se aprueba el régimen simplificado de la contabilidad, [en línea]. Noticias jurídicas. [Consulta: 03/11/2014] Disponible en: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Privado/rd296-2004.html

Consultas en Web

Costes de la puesta en marcha. [En línea]. Generalitat Jove IVAJ. [Consulta: 04 noviembre 2014]. Disponible en: <http://www.gvajove.es/ivaj/opencms/IVAJ/es/empleo/SL.html>

Google Maps [en línea]. [Consulta: 1 octubre 2014] Disponible en: <https://www.google.es/maps/preview>

Sede electrónica del catastro [en línea] Ministerio de hacienda y administraciones públicas. [Consulta: 1 octubre 2014]. Disponible en: <http://www.sedecatastro.gob.es/>

Sociedad Limitada Nueva Empresa [en línea]. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. [Consulta: 6 octubre 2014] Disponible en: <http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/SLNE/Paginas/SociedadLtdaNuevaEmpresa.aspx>



Trámites administrativos [en línea] Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. [Consulta: 03 noviembre 2014]
Disponible en: <http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/SLNE/TramitesAdministrativos/Paginas/SRLTramitesAdministrativos.aspx>

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS INTERNO, ANÁLISIS DEL ENTORNO, DAFO Y ESTUDIO DE MERCADO

3.1 ANÁLISIS INTERNO

3.1.1. CUADRO DE APTITUDES Y ACTITUDES

3.1.2. TEST DEL EMPRENDEDOR

3.1.3. CURRICULUM

3.1.4. AUTOANÁLISIS

3.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.2.1. MACROENTORNO

3.2.2. MICROENTORNO

3.3. ANÁLISIS DAFO

3.4. ESTUDIO DE MERCADO

3.5. BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO 3

3.1 ANÁLISIS INTERNO

3.1.1. CUADRO DE APTITUDES Y ACTITUDES

En la tabla 3.1 se presentan las Aptitudes y Actitudes.

Tabla 3.2. Cuadro de aptitudes y actitudes (Elaboración propia)

ACTITUDES		APTITUDES	
Optimista	SI	Previsión y proyección	SI
Curioso	SI	Comunicador	AM
Perseverancia	SI	Ver las necesidades de los clientes	SI
Motivación	SI	Conocer el mercado	SI
Confianza autoestima	SI	Técnicas de trabajo en equipo	SI
Sin miedo al fracaso	NO	Ser asertivo	SI
Liderazgo	AM	Saber negociar	AM
Creativo	NO	Técnicas comerciales	SI
Innovador	NO	Experiencia de gestión	SI
Visión a largo plazo	NO	Conocimientos profesionales	AM
Visión de negocio	SI	Conocimientos del sector	AM
Comprometido	SI	Conocimiento de la profesión	SI
Asumir riesgos personales	NO	Conocimientos de gestión (gestión financiera, contabilidad, publicidad, promoción y relaciones públicas, conocimientos de atención al cliente, fiscalidad, técnicas de gestión de RR.HH. (Recursos Humanos)	SI
Trabajador	SI		
Ser arriesgado	NO		
Controlar la frustración	SI		
Perseverancia	SI		
Adaptación a los cambios	SI		
Inteligencia emocional	SI		
Ser asertivo	SI		
Saber negociar	AM		

3.1.2. TEST DEL EMPRENDEDOR

En la ilustración 3.1., se presenta el cuestionario Test del Emprendedor.

Nº	Pregunta
1	¿Te consideras una persona adaptable a los cambios?
2	¿Tienes confianza en tus posibilidades y capacidades?
3	¿Es importante para ti disponer de autonomía en el trabajo?
4	¿Tienes facilidad de comunicación?
5	¿Te consideras creativo?
6	¿Afrontas los problemas con optimismo?
7	¿Tomas la iniciativa ante situaciones complejas nuevas?
8	¿Tienes predisposición para asumir riesgos?
9	¿Tomas notas escritas sobre tus proyectos?
10	¿Arriesgarías recursos propios si pusieras en marcha un proyecto empresarial?
11	¿Te resultaría fácil asignar tareas a los demás?
12	¿Sabes trabajar en equipo?
13	¿Sabes administrar tus recursos económicos?
14	¿Tienes facilidad para negociar con éxito?
15	¿Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto?
16	¿Te planteas los temas con visión de futuro?
17	¿Cumples los plazos que te fijas para realizar un trabajo?
18	¿Sientes motivación por conseguir objetivos?
19	¿Te consideras profesionalmente bueno en aquello que sabes hacer?
20	¿Sacrificarías tu tiempo libre si el trabajo lo demanda?

Ilustración 3.9 Test emprendedor - 060. Fuente: 060.es. Fecha consulta: 03.11.2014

El resultado del anterior cuestionario ha sido el siguiente:

"60 o más puntos: Sin duda dispones de un gran potencial y tu perfil se asemeja bastante al del emprendedor que hemos estado viendo. Ello no quiere decir que ya tengas asegurado el éxito pero sin duda a nivel personal partes de una buena base."

3.1.3. CURRICULUM

DATOS PERSONALES:

Nombre: Marta Vedrí Peirats

DATOS ACADÉMICOS:

- Cursando 2º del ciclo superior DIRECCIÓN EN SERVICIOS DE RESTAURACIÓN en C.I.P.F.P. Costa azahar, hostelería y turismo. (Castellón). A falta de solo el Proyecto De dirección de servicios de restauración.
- Finalizando Diplomatura en Gestión Administrativa Pública (Universidad Politécnica de Valencia) Promoción 2009-2012. A falta de solo el TFC.
- Título de TÉCNICO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS (IES Gilabert de Centelles de Nules, Castellón) Prácticas en la empresa INFORMASA de Vila-Real. Promoción 2007-2009
- Título de TÉCNICO MEDIO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA (IES Instituto de Educación Secundaria Gilabert de Centelles de Nules, Castellón). Prácticas en la empresa INFORMASA de Vila-Real. Promoción 2005-2007
- Graduado en Educación Secundaria

CURSOS:

- Protocolo social, empresarial, nacional e internacional (Centro de formación Mar Díaz) 80 h.
- Administrativo Comercial (Centre de estudis Espadà. La Vall d'Uxó)- 379h
- Experto en nóminas y seguros sociales (Confederación de empresarios de Castellón CEC)- 309h
- Prevención de riesgos en trabajos de gestión administrativa. (IES Gilabert de Centelles)- 8h

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- Salón de banquetes Els Lledoners de Castellón como jefa de rango los fines de semana. Marzo 2013 hasta el momento



- 2 meses de prácticas (julio y agosto 2013) como ayudante de rango en el hotel MARQUÉS DE RISCAL en sus dos restaurantes mayormente, y también en roomservice, banquetes y wine bar.
- Trabajos eventuales en bares y cafeterías los fines de semana y festivos.(2010 a 2012)
- 3 temporadas de bodas y comuniones, desde marzo hasta septiembre, los sábados y domingos como ayudante de cocina en el restaurante Les moreres de la Vall d'Uxó.(2007 a 2009)
- 455 h. de prácticas en empresas como administrativa.

IDIOMAS

Inglés. Nivel Básico Con certificado oficial (Marco común Europeo de referencia nivel A2)

Valenciano. Nativo

INFORMÁTICA

Conocimientos medio-altos a nivel de usuario:

Windows XP, HOME, W7, W8.

Open Office 3.1

Microsoft Office

Contaplús

Nominaplús

OTROS DATOS DE INTERÉS:

- Certificado de formación en higiene alimentaria. Realizando el curso de formación de comidas preparadas. Emitido por el centro de Formación Asociación Manipuladores de alimentos de Elche. (ASONAMAN)(Asociación Manipuladores Alimentos)
- Disponibilidad de vehículo propio y desplazamiento.
- Gran entusiasmo y facilidad para aprender y dar lo máximo en todo momento.
- Facilidad y experiencia en trabajos de cara al público.

3.1.4. AUTOANÁLISIS

¿Cómo soy? La que esto suscribe se considera una persona optimista, perseverante, positiva, motivada, comprometida, trabajadora, asertiva, tiene conocimientos del sector y también de gestión.

¿Qué soy capaz de hacer? La que esto suscribe se considera que lucha por sus metas, y no se viene abajo si no las consigue. Piensa que esto es un trabajo constante del día a día, y que si se lo propone lo conseguirá.

¿Qué conocimientos poseo? La que esto suscribe posee conocimientos de diferentes tipos. Desde administración privada y pública, hasta conocimientos en restauración. Informática, algo de idiomas, protocolo... y también amplios conocimientos a nivel teórico y práctico de cara al público.

¿Qué trabajos me agradan? La que esto suscribe no tiene claro todavía cuales son los trabajos que más le agradan, aunque sabe que los trabajos en la restauración son su punto fuerte, y que está preparada para desarrollar desde el trabajo de mínimo nivel hasta trabajos de más alto nivel.

3.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.2.1. MACROENTORNO

3.2.1.1. FACTORES ECONÓMICOS

PIB

Es la variable que nos permite medir el crecimiento de una economía durante un periodo determinado, ya que es el valor total de bienes y servicios producido por dicha economía en el periodo. Si la economía crece afecta, por un lado, a las expectativas de inversión empresarial, a la mejora de la renta per cápita, y en definitiva a la capacidad de consumo en servicios de restauración. También afecta a la creación de empleo y a la reducción del déficit público puesto que cuanto mejor marcha la economía más recauda el estado. Por este motivo los restauradores deben estar atentos a la evolución del PIB (Producto Interior Bruto).

El producto interior bruto de España en el segundo trimestre de 2014 ha crecido un 0,6% respecto al trimestre anterior. Esta tasa es 2 décimas mayor que la del primer trimestre de 2014, que fue del 0,4%.

La variación interanual del PIB ha sido del 1,2%, 7 décimas mayor que la del primer trimestre de 2014, que fue del 0,5%.

La cifra del PIB en el segundo trimestre de 2014 fue de 257.476 millones de euros, con lo que España se sitúa como la 7ª economía en el ranking de PIB trimestral.

Fecha	PIB Mill. €	Var. Trim.	Var. Anual
II Trimestre 2014	257.476€	0,6%	1,2%
I Trimestre 2014	256.731€	0,4%	0,5%

Tabla 3.3 PIB España 2014: Evolución Trimestral. www.datosmacro.com Consulta 5 de noviembre de 2014

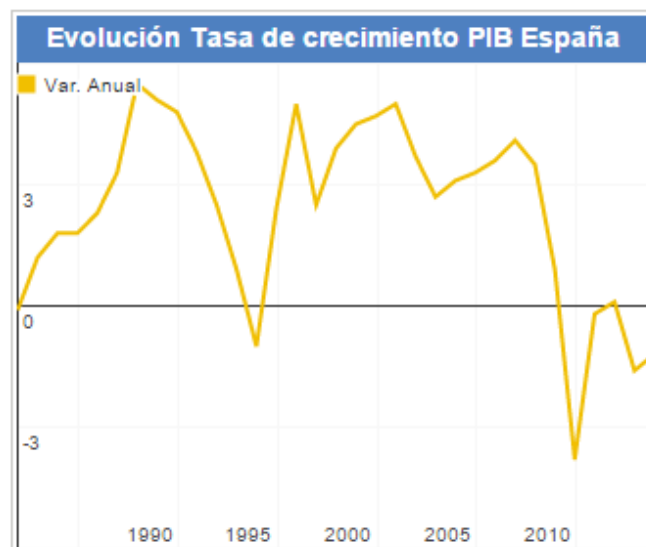


Gráfico 3.1 Evolución Tasa de crecimiento PIB España www.datosmacro.com Consulta 5 noviembre de 2014

IPC (Índice de Precios al Consumo)

El nivel general de precios, sirve para controlar la inflación (Crecimiento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios). Si nuestros precios suben más que los precios de los competidores estaremos perdiendo competitividad, puesto que los clientes nos percibirán como más caros.

IPC - Hoteles, cafés y restaurantes 2014

	Interanual	Acumulado desde Enero	Mensual
Octubre 2014	0,6%	1,1%	-0,4%
Septiembre 2014	0,7%	1,5%	-1,0%
Agosto 2014	0,6%	2,6%	0,8%
Julio 2014	0,4%	1,8%	0,7%
Junio 2014	0,4%	1,1%	0,3%
Mayo 2014	0,5%	0,8%	-0,1%
Abril 2014	0,7%	1,0%	0,8%
Marzo 2014	0,2%	0,1%	0,3%
Febrero 2014	0,2%	-0,1%	0,1%
Enero 2014	0,1%	-0,2%	-0,2%
Diciembre 2013	0,2%	0,2%	0%
Noviembre 2013	0,2%	0,2%	-0,5%
Octubre 2013	0,2%	0,6%	-0,3%

Tabla 3.4 IPC Hoteles, cafés y restaurantes 2014 www.datosmacro.com Consulta 7 noviembre

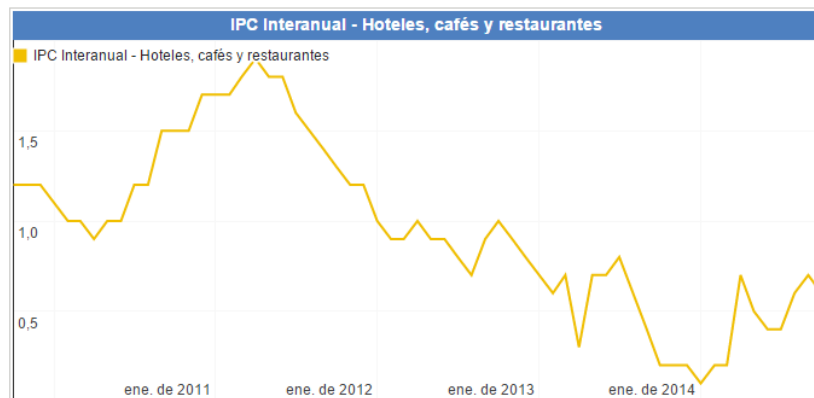


Gráfico 3.2 IPC Hoteles, cafés y restaurantes 2014 www.datosmacro.com Consulta 7 noviembre 2014

Mercado laboral

El nivel de desempleo es una variable económica a seguir, según sean sus cifras y su evolución se puede convertir en un problema social y económico. En definitiva, el desempleo afecta directamente al consumo evolucionando ambos de forma inversa, y a la vez a la disponibilidad de mano de obra, factor, por otro lado, muy crítico por su escasez y carácter inflacionista dentro de la estructura de costes del restaurante.

	<u>Total</u>	<u>Hombres</u>	<u>Mujeres</u>
Paro	24,0%	22,8%	25,4%
Paro menores de 25	53,7%	53,6%	53,7%
Paro de 25 años o más	21,8%	20,5%	23,3%

Tabla 3.5 Desempleo en España Septiembre 2014 www.datosmacro.com Consulta: 7 noviembre 2014

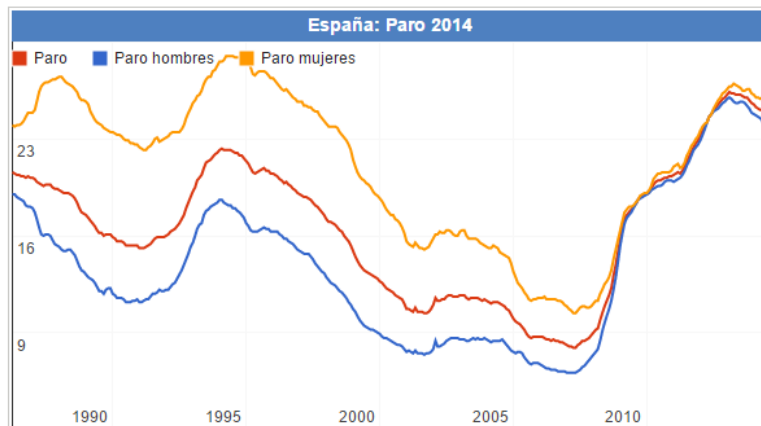


Gráfico 3.3 Desempleo en España Septiembre 2014 www.datosmacro.com Consulta 7 noviembre 2014

El tipo de interés

Es el principal instrumento de la política monetaria, puesto que sus variaciones tienen efectos inmediatos sobre la inflación y sobre la renta disponible. Si el tipo de interés baja, aumenta la demanda de las empresas y de los consumidores privados dando lugar a una reactivación o calentamiento de la economía

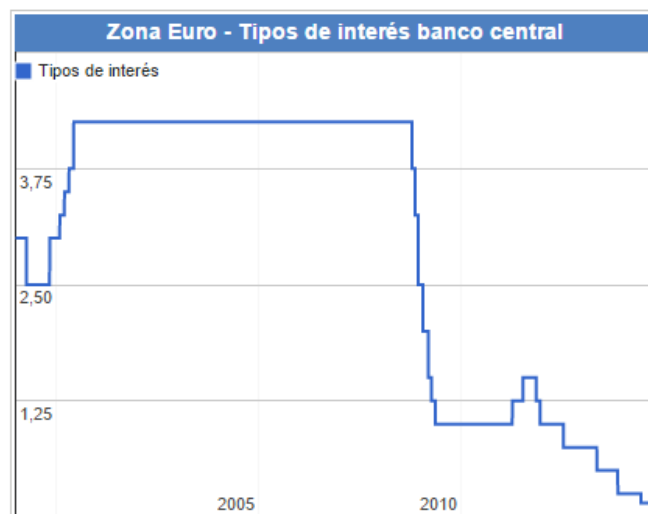


Gráfico 3.4 Tipo de interés Banco central Europeo. www.datosmacro.com Consulta 10 noviembre 2014

3.2.1.2. FACTORES SOCIOCULTURALES

Evolución demográfica española

“Los cambios demográficos, afectan en gran medida al mercado de la restauración, y por suerte, son perfectamente predecibles puesto que son cambios relativamente lentos. De esta forma es fácil predecir cómo será la pirámide demográfica de un país dentro de diez años

partiendo de la pirámide actual de la tasa de natalidad y de la esperanza de vida. Es obvio que en Europa estamos marchando, salvo que la inmigración proveniente del hemisferio sur lo evite, hacia un envejecimiento de la población. En este sentido se están abriendo interesantes oportunidades de mercado en la restauración: por un lado, el envejecimiento poblacional abre la puerta a la creación de servicios de restauración para el segmento de la tercera edad como puede ser la especialización en servicios de restauración para geriátricos, el desarrollo de entrega de comida a domicilio para personas de la tercera edad, así como la creación de platos precocinados con texturas y composiciones nutritivas adecuadas a este segmento.." (Artículo de la revista de los profesionales de la restauración & el foodservice, Factores del "Macro- entorno" que afectan al restaurante)

Podemos ver en la gráfica 3.5 la evolución demográfica, dentro de diez años, de la que habla el consultor de hostelería Ricardo Ortiz en su artículo.

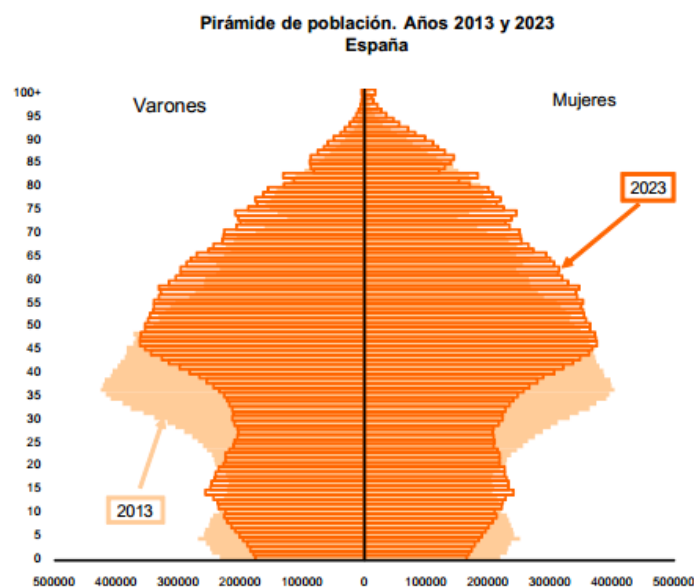


Gráfico 3.5 Pirámide de población. Años 2013 y 2023. www.ine.es Consulta: 10 noviembre de 2014

Los aspectos psicosociales

En los últimos años este aspecto ha cobrado mucha importancia, ya que se ha disparado la tendencia social enfocada a la cuidadísima estética personal y a controlar la salud de forma intensa. Esto conlleva a un gran cambio en los hábitos alimenticios, en la composición de las dietas, por ello se incluye en muchos restaurantes la información nutricional y el origen de estos platos.

Este podría ser a corto plazo un nuevo proyecto a desarrollar dentro de nuestra empresa.

3.2.1.3. FACTORES POLÍTICO LEGALES

Normativa estatal

ORDEN de 17 de marzo de 1965, por la que se aprueba la ordenación turística de restaurantes (BOE de 29 de marzo).

Normativa autonómica

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

Ley antitabaco 2011 (Ley 42/2010 modifica a la ley 28/2005)

Ley 42/2010, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.

3.2.1.3. FACTORES TECNOLÓGICOS

Nuevos sistemas de elaboración, conservación y regeneración.

Conservación por frío

Huerta: de 3 a 6 o 7 grados.

Huevos, carnes y embutidos: de 1 a 3 grados.

Congelación lenta a -20°C o ultra congelación rápida a -40°C con -18°C en el núcleo.

Deshidratación

Consiste en hacer perder agua al producto de manera que se hace muy difícil el desarrollo de microorganismos ya que estos necesitan agua para desarrollarse. Potencia las propiedades organolépticas sin pérdida de propiedades.

Salazón

Consiste en la penetración de sal dentro del producto, la sal absorbe la humedad y provoca una deshidratación parcial e impide el posible desarrollo de bacterias y microorganismos. En salazones de carne se elabora una salmuera en la que los nitrificantes hacen que la

hemoglobina de la carne no se oxide, dándole ese color rosado que de otro modo se tornaría gris (5-7% máximo).

Ahumado

Es la penetración en el producto de unos agentes bactericidas presentes en el humo que unido a la deshidratación del producto y la conservación en frío hacen prácticamente imposible el desarrollo de bacterias. Además en muchos productos el ahumado se suma a una salazón previa. Para el ahumado se emplean leñas o serrín de maderas aromáticas que no sean resinosas.

Adobo

Se introduce el producto troceado en una preparación con elementos que además de aromatizar mejoran la conservación.

Escabeche

Se mete el género en un preparado cocinado a base de vinagre, aceite, sal, vino blanco, laurel, pimienta negra en grano, ajo, cebolla, zanahoria y algo de azúcar -para quitar la acidez-.

Encurtido

Inmersión de un género en vinagre aromatizado con especias.

Confitado

Consiste en el cocinado del producto con su propia grasa o una grasa añadida y su posterior mantenimiento perfectamente cubierto con la grasa.

Compotas

Consiste en aumentar la concentración de azúcar en un producto. En procesos industriales se completan con la esterilización.

Pasteurización

En este proceso se destruyen todas las formas vegetativas de los microorganismos patógenos de los alimentos y se destruye o inactiva la casi totalidad de la flora. Se emplea en productos lácteos y ovoproductos.

Cocción al vacío

Consiste en aplicar calor a un alimento previamente envasado en un recipiente hermético y resistente al calor cuya atmósfera ha sido modificada.

Esta cocción se caracteriza porque se realiza a baja temperatura y durante un período de tiempo más largo que la cocción tradicional consiguiendo que la temperatura a nivel de corazón de cada producto sea muy exacta y la justa para mantener y resaltar todas sus cualidades tanto dietéticas como organolépticas. Tiene la ventaja de que permite organizar mejor la cocina.

Requiere formación, mucha precisión, una brigada de apoyo y mucho cuidado con las temperaturas.

Envasado al vacío

Pros: conservación, contaminación, traslado, propiedades, trazabilidad.

Recipientes de envasado al vacío

- *De conservación*: para guardar alimentos a temperatura ambiente en refrigeración y congelación. De diferentes grosores, según el producto.
- *Para cocción*: soporta la temperatura de cocción en cualquier recipiente o máquina que esté en contacto con agua o en medio húmedo. Permite mantener una temperatura constante para la cocción del alimento.
- *Retráctiles*: soportan tanto el frío como el calor. Se utilizan para la conservación y cocción de productos que necesiten quedar bien sujetos. Se recomiendan para alimentos que producen exudados y para mantener la forma de un alimento.

Productos de cuarta y quinta gama

Productos de 4ta gama son productos como frutas, ensalada en bolsa, hortalizas frescas, lavadas y preparadas para el consumo. Habiendo sido objeto de pelado, cortado o algún otro preparado para la integridad del producto.

Productos de 5ta gama son productos cocinados, envasados al vacío y refrigerados.

Terminal Punto de venta (TPV)

El TPV o Terminal Punto de Venta, es un dispositivo tecnológico que ayuda a realizar la gestión del negocio de venta al público. Dispone de unos sistemas informáticos especializados, que permiten crear e imprimir el tique que venta, así como realizar inventarios de los productos.

3.2.2. MICROENTORNO

Análisis de las cinco fuerzas de Porter.

El modelo de las cinco fuerzas de Porter, ha sido la herramienta analítica más comúnmente utilizada para analizar el entorno y elaborar estrategias.

Las cinco fuerzas competitivas básicas:

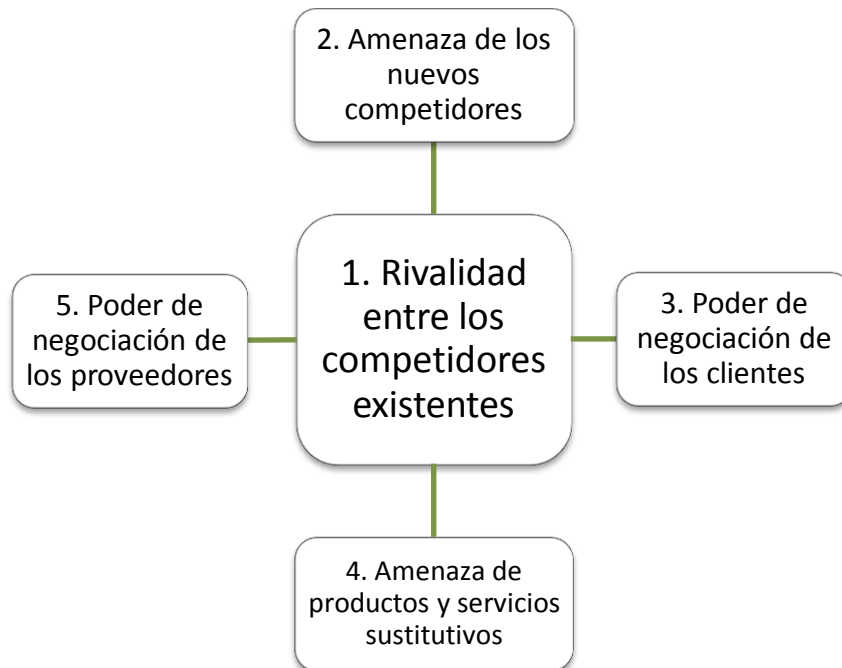


Ilustración 3.10 Cinco fuerzas de Porter. Basado en PENALONGA, Anxo y MUR, Fernando. EIE Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Santillana 2013

Cada una de estas fuerzas afecta a la capacidad de una empresa para competir en un mercado concreto.

1. Rivalidad entre los competidores existentes.

Por suerte nos encontramos en una localidad donde no encontramos competidores directos, ya que no hay ningún negocio que se dedique exclusivamente a la comida para llevar. El municipio cuenta con distintos restaurantes o supermercados, que venden platos

precocinados, aunque no son de la calidad que nuestra empresa va a ofrecer.

2. Amenaza de los nuevos competidores.

Vamos a analizar los siguientes factores, para determinar cómo nos puede afectar la entrada de nuevos competidores para nuestro negocio.

- Requerimientos de capital

Montar un restaurante requiere de un desembolso elevado, ya que se necesita de un local adecuado para albergar una cocina completa, la adaptación del local, compra de materias primas, pago de salarios de empleados... Esto puede beneficiarnos, ya que unido al momento de recesión económica por el que atraviesa el país, pocos serán los que se atrevan a abrir un restaurante, con las mismas o parecidas características que el nuestro.

- Diferenciación del producto

Este factor es muy importante desde el punto de vista de captación de clientes. No solo debemos diferenciarnos con productos de calidad, y precios asequibles, sino ofrecer un ambiente tranquilo, limpio y moderno.

- Identidad de marca

Nuestro objetivo principal es crear una marca y que el público nos reconozca por ella, a partir de este momento nuestro objetivo tendría que ser intentar fidelizar a los clientes.

- Economías de escala

Ser un restaurante de nueva creación y sin identidad de marca, hace que no podamos aprovecharnos de las ventajas de las economías de escala. Estas harían que nuestros costes disminuyesen por unidad producida. Pero a la larga, según vaya funcionando el negocio, podemos plantear la posibilidad de crear una cadena de restaurantes, para así poder beneficiarnos de lo que nos ofrecieran las economías de escala. Esto es un negocio a largo plazo, de momento vamos a centrarnos en dar a conocer la marca.

- Localización favorable

El hecho de estar situado en una zona céntrica y de paso por los distintos medios de transporte, la afluencia de público está asegurada. Esto nos beneficia frente a restaurantes que se encuentran peor situados, o frente a otros que se encuentran alejados de su público objetivo.

- Costes de cambio

Los clientes no incurrir en ningún tipo de coste al cambiar de restaurante, esto implica un beneficio muy elevado para cualquier empresa que se quiera establecer. Gracias a esto una empresa que oferte un producto y un servicio de calidad, puede tener una clientela asegurada, sin el temor de que los clientes permanezcan en los negocios de siempre, porque en el caso de que existiese algún tipo de coste, sería muy difícil arrebatarse la clientela a un competidor.

3. Poder de negociación con los clientes.

El interés de los compradores, es adquirir los productos/servicios a unos precios lo más bajos posible y esto podrán conseguirlo en mayor o menor medida en función del poder de negociación que tengan.

Aspectos importantes:

- Fragmentación del sector

El hecho de que en este sector no haya mucha competencia, hace que los clientes no tengan muchas posibilidades entre las que poder elegir. Eso nos beneficia en gran medida.

- Estandarización del producto

Que nuestro negocio sea un restaurante hace que no podamos diferenciar mucho el producto. Sin embargo el hecho de que mezclamos productos típicos de la comida casera con técnicas de la alta cocina, hace que ofrezcamos algo diferente y además de calidad. Esto puede beneficiarnos ante la competencia, por el hecho de no ofrecer los mismos productos de siempre.

- Bajos costes de cambio

La ausencia de costes para el cliente cuando cambia de restaurantes, hace que éstos tengan un mayor poder sobre nosotros. Por lo que nuestra lucha debe ir encaminada a intentar fidelizar a los clientes.

- Sensibilidad del comprador al precio

El precio es uno de los factores de mayor sensibilidad cuando un consumidor evalúa un producto o servicio. No se deben poner ni precios demasiado altos, ni demasiado bajos, esto se debe a que si establecemos precios bajos, los clientes pueden asociar el servicio y el producto como de baja calidad. Por otro lado si ponemos precios elevados, los clientes no acudirían al restaurante.

4. Poder de negociación con los proveedores.

- Facilidades o costes para el cambio de proveedor

Nuestro negocio maneja muchos proveedores ya que un restaurante tiene que abastecerse de muchos productos, como pueden ser comidas frías, envasadas, carnes, pescados, panadería, bebidas, etc. Encontrar productos de calidad a buen precio no es tan sencillo, por lo que la empresa deberá realizar un exhaustivo estudio de los proveedores para ofrecer a los clientes productos que se diferencien de los de los competidores.

- Grado de diferenciación de los productos que ofertan

Los productos que ofertan nuestros proveedores están diferenciados, ya que se les exige calidad y en algún caso denominación de origen, y no todos son capaces de satisfacer estas necesidades.

- Concentración del sector proveedores

El sector de la hostelería cuenta con un número muy elevado de empresas que se encargan de suministrar materias primas, y esto hace que tengamos que contralar los cambios que puedan producir los proveedores, ya que éstos poseen un gran impacto sobre las operaciones de un restaurante.

5. Amenaza de productos y servicios sustitutivos.

En nuestro caso son tres los tipos de restaurantes que podrían suponer una amenaza como producto sustitutivo por su semejanza al tipo de negocio que queremos llevar a cabo.

- Comida para llevar: Establecimientos con una oferta más o menos amplia de comidas expuestas en vitrinas frías y calientes y bebidas para ser llevadas y consumidas fuera del establecimiento. La vajilla y menaje usados son recipientes desechables y suelen ser serigrafiados con la marca del establecimiento. Muchos de estos establecimientos ofrecen la opción de reparto a domicilio. En nuestro

caso no habría ninguna amenaza por este tipo de restaurantes ya que no hay ninguno en el municipio.

- Restaurante de comida rápida: Restauración que permite al cliente llevarse la comida o comerla en el propio local, con un horario muy flexible. Alguna de las características de este tipo de locales son: Oferta muy reducida, a base de hamburguesas, pizzas y ensaladas, etc. Uso de vajilla, vasos y cubiertos desechables. Línea de producción racionalizada al máximo, con un máximo de eficacia, con el mínimo personal, y en conexión directa con el mostrador de entrega, a la vista del cliente. Estos locales se encuentran a mínimo 10 km de nuestra localidad, por lo que tampoco es una amenaza, aunque la gente va a propósito a estos restaurantes porque no hay ninguna opción en nuestro municipio.

- Restaurantes de alta cocina: Los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa. El pedido es "a la carta" o de "menú", por lo que los alimentos son cocinados al momento. El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los platos que consume. Existen camareros, dirigidos por un Maître. El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos. Por eso no son una amenaza a nuestro producto, ya que nuestro negocio va enfocado al sector de clientes de clase media y los restaurantes de alta cocina van enfocados a clientes de clase media/alta.

3.3. ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de experiencia en el negocio. -No se tiene suficiente información financiera para la toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> -Competidores con gran calidad de producto. -La empresa está limitada con recursos financieros y materiales para invertir en el mercado. Posible respuesta negativa de los clientes.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> -Servicio y cocina de calidad. -Experiencia de los trabajadores. -Infraestructura propia -Ubicación céntrica 	<ul style="list-style-type: none"> -Posibilidad de crear una empresa más grande -Posibles nuevos clientes a través de la venta on-line. Únicos en el municipio

-Productos adaptados al bolsillo de cualquier cliente.

Ilustración 3.11 Análisis DAFO. Elaboración propia basada en PENALONGA, Anxo y MUR, Fernando. EIE Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Santillana 2013

3.4. ESTUDIO DE MERCADO

- Estudio demográfico

El municipio de Nules se encuentra en la costa al sur de la provincia de Castellón. Dentro del núcleo de población, como pedanía, se encuentra Mascarell, un municipio amurallado de alrededor de unas 250 personas, incluidas en el padrón municipal, así como el poblado marítimo. Nules también rodea totalmente a la localidad de Villavieja, la cual cuenta con 3.272 habitantes y se encuentra a tan solo 1.5 km del municipio.

Esto hace que nuestra empresa, puede llegar a tener un gran número de clientes, dada la baja competencia en ambos municipios, la pedanía y la playa y también al encontrarse en un sitio privilegiado.

Población de Nules	Total	Hombres	Mujeres
	13573	6758	6815

Tabla 3.6 Población Nules por habitantes. Ine.es (consulta 4 de noviembre de 2014)

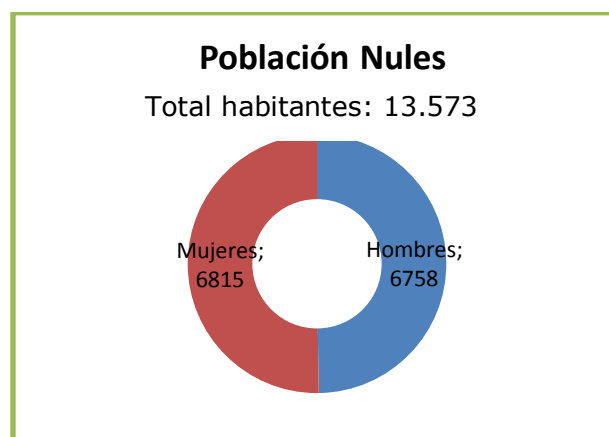


Gráfico 3.6. Población Nules por habitantes. Ine.es (consulta 4 de noviembre de 2014)

Población por edades

	Hombres	Mujeres	Total
0 a 14	1059	1134	2193
15 a 64	4699	4374	9073
65 o mas	1000	1307	2307
total	6758	6815	13573

Tabla 3.7 Población de Nules por edades. Ficha municipal, portal estadístico de la Generalitat (consulta 4 de noviembre de 2014)

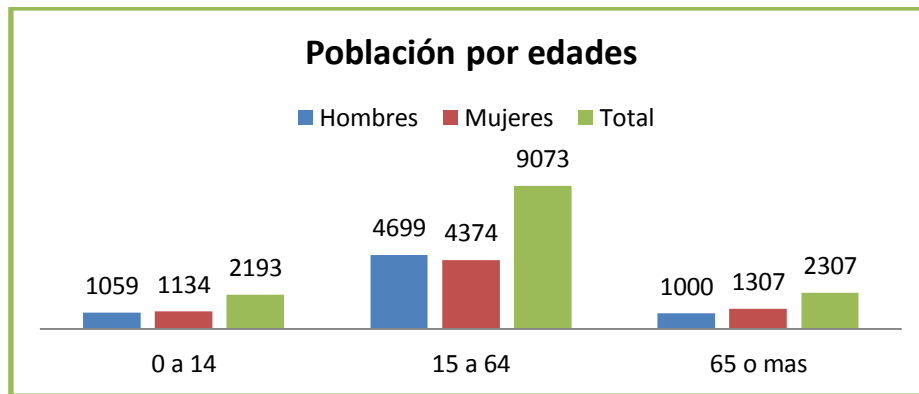


Gráfico 3.7 Población de Nules por edades Ficha municipal, portal estadístico de la Generalitat (consulta 4 de noviembre de 2014)

Y después de analizar demográficamente, en los gráficos 3.1 y 3.2, la zona en la que vamos a trabajar, vamos a investigar un poco más a fondo, cuáles serían nuestros clientes potenciales, que tipo de comida podríamos ofrecer, etc... Para ello hemos realizado una pequeña encuesta directa y personal, a 100 personas al azar, que pasaban por delante del actual local en donde se va a situar nuestra empresa.

**RESULTADO DE LA ENCUESTA DE MERCADO PARA UN LOCAL DE
COMIDA PARA LLEVAR****INDIQUE CON UN CÍRCULO UNA SOLA OPCIÓN DE CADA PREGUNTA**

1. SEXO: Mujer **68** Hombre **32**
2. EDAD: 18 a 30 **25** 31 a 64 **65** +65 **10**
3. ¿Sueles comprar comida para llevar?
 - a. Si **98**
 - b. No **2**
 - c. No sabe/No contesta **0**
4. ¿Con que frecuencia?
 - a. A diario **5**
 - b. Varias veces por semana **26**
 - c. Una vez por semana **48**
 - d. Una vez cada dos semanas **5**
 - e. Una vez al mes **10**
 - f. Una vez al año **4**
 - g. Ninguna **2**
5. ¿Qué tipo de comida comprarías?
 - a. Comida casera **56**
 - b. Bocadillos, hamburguesas, etc... **8**
 - c. Pizzas **30**
 - d. Ensaladas **6**
 - e. Otro: _____ (indica cual) **0**
6. ¿Entre que días de la semana consumes o consumirías comida para llevar?
 - a. De lunes a viernes **47**
 - b. Viernes, sábado y domingo **38**
 - c. Ambos **13**
 - d. Ninguno **2**
 - e. Otro: _____ (indica cual) **0**
7. ¿Qué comidas sueles hacer cuando consumes comida para llevar?
 - a. Comida **38**
 - b. Cena **46**
 - c. Ambas **14**
 - d. Ninguna **2**
8. ¿Prefieres un menú diario completo o platos sueltos?
 - a. Platos sueltos **26**
 - b. Menú diario **41**
 - c. Según el día **33**
 - d. Otro: _____ (indica cual) **0**
9. ¿sueles pedir postre?
 - a. Siempre **6**
 - b. Casi siempre **34**
 - c. Algunas veces **23**
 - d. Nunca **37**
10. ¿Consumirías platos preparados de comida casera en un local a modo de comida rápida?
 - a. Si **24**
 - b. No **19**
 - c. Tal vez **57**

Ilustración 3.12 Encuesta de mercado para un local de comida para llevar. (Elaboración propia)

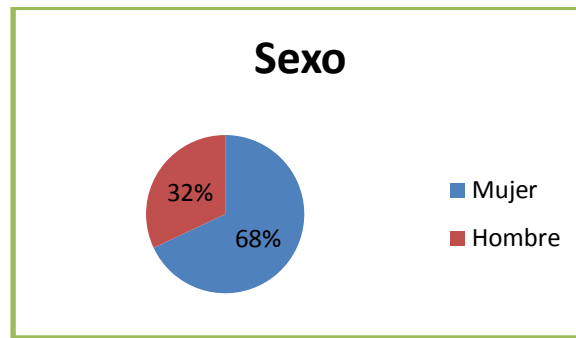


Gráfico 3.8 Encuesta. Sexo Hombre/Mujer (Elaboración propia)

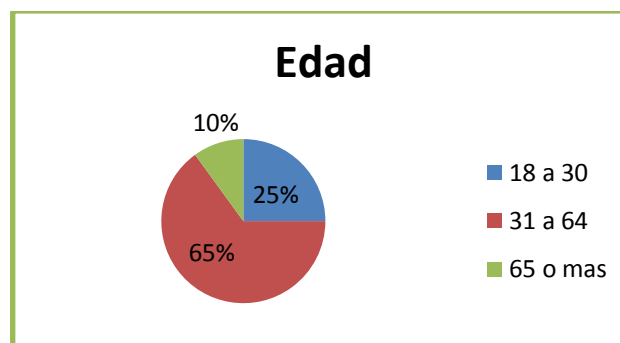


Gráfico 3.9 Encuesta. Edad (Elaboración propia)

Con las dos primeras preguntas de la encuesta queríamos saber cuáles puede que sean nuestros clientes potenciales. Nos hemos basado en el tipo de gente que pasa por allí en un horario y días determinados. Esto no significa que sea esta gente la que visitará nuestra empresa pero podemos hacer el estudio en base a ellos. En este caso, la mayor parte de las personas son mujeres, aunque también hay un porcentaje elevado de hombres que consumen comida para llevar. Y por edad podemos ver que el 90% nuestros clientes van a tener entre 18 y 64 años.

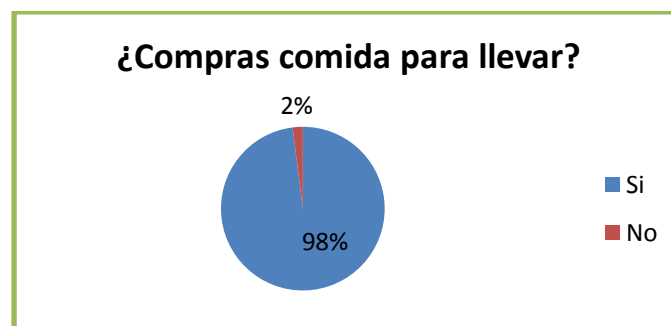


Gráfico 3.10 Encuesta. ¿Compras comida para llevar?(Elaboración propia)

Pasando a la siguiente pregunta, “¿Compraría comida para llevar?”, del gráfico 3.5, podemos ver el elevado número de personas que

consumen este tipo de comida. Pero, ¿con que frecuencia? Los encuestados han determinado que consumen comida para llevar una o varias veces por semana. Pocos son los que lo hacen mensualmente o anualmente, como podemos ver en el gráfico 3.6. También tendremos en cuenta a aquellos clientes que consumen diariamente comida para llevar, para poder así realizar una oferta diferente a diario.

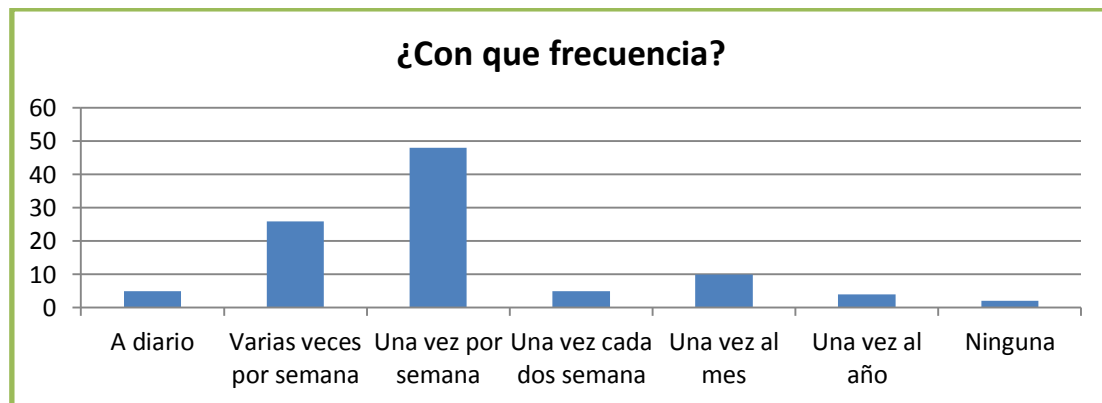


Gráfico 3.11 Encuesta. ¿Con que frecuencia?(Elaboración propia)

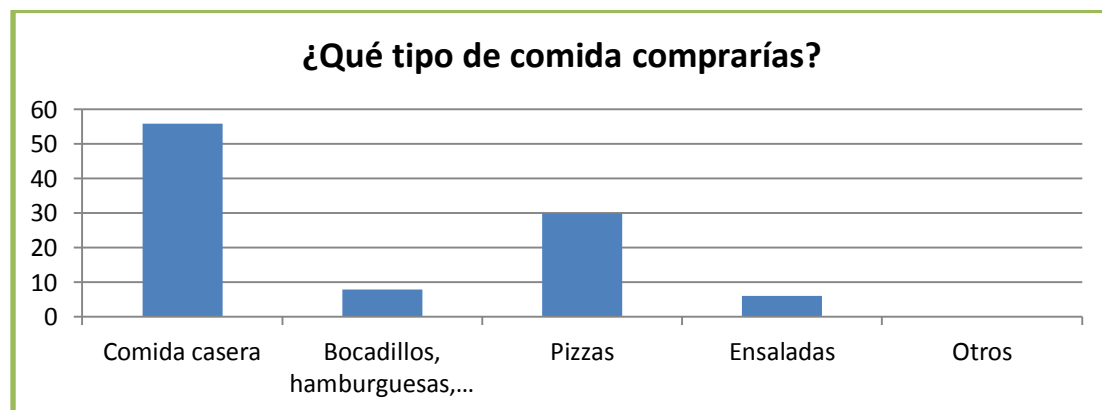


Gráfico 3.12 Encuesta. ¿Qué tipo de comida comprarías?(Elaboración propia)

Después de observar el gráfico 3.7 parece que la idea de negocio va bien encaminada, ya que la mayor parte de los encuestados prefiere la comida casera a la rápida. Aunque también vamos a tener en cuenta, a la hora de realizar la oferta gastronómica, la posibilidad de ofrecer pizzas en los menús diarios, o como porciones para llevar, ya que es otro tipo de comida bastante demandada.

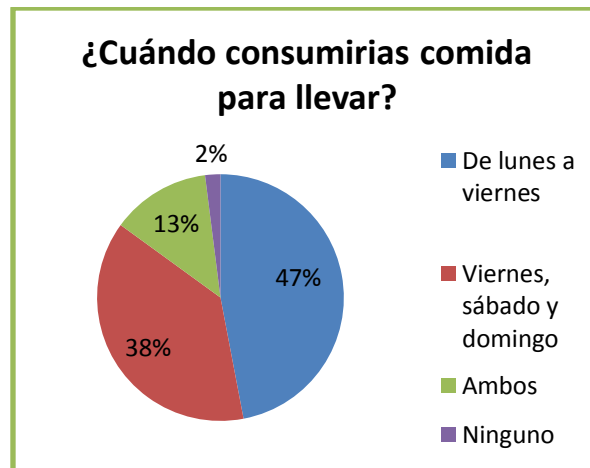


Gráfico 3.13 Encuesta. ¿Cuándo consumirías comida para llevar?(Elaboración propia)

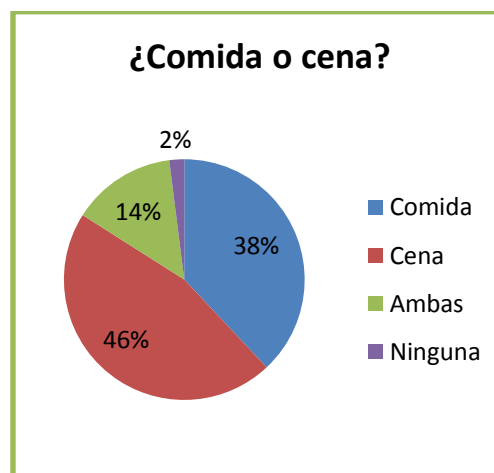


Gráfico 3.14 Encuesta. ¿Comida o cena?(Elaboración propia)

En base a las preguntas “¿cuándo consumirías comida para llevar?” y “¿Comida o cena?”, de los gráficos 3.8 y 3.9, vamos a determinar nuestro horario de trabajo. En este caso de lunes a viernes el local estará abierto por las mañanas, mientras que en fin de semana estará abierto para dar servicio de comidas y cenas.

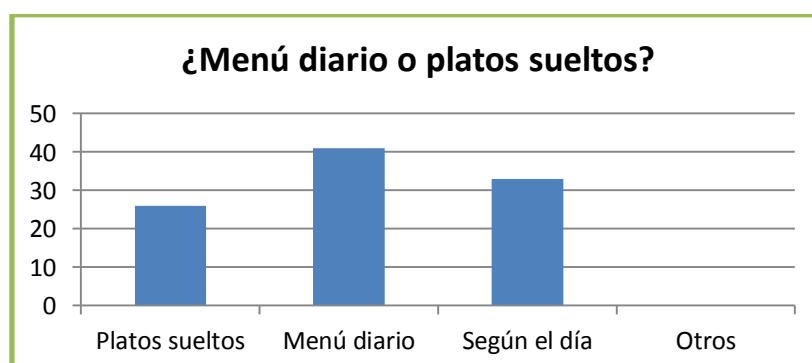


Gráfico 3.15 Encuesta. ¿Menú diario o platos sueltos?(Elaboración propia)

Dada la demanda tanto de platos sueltos como de menú diario, que se observa en el gráfico 3.10, ofreceremos ambos servicios, todos los días, incluidos los fines de semana.

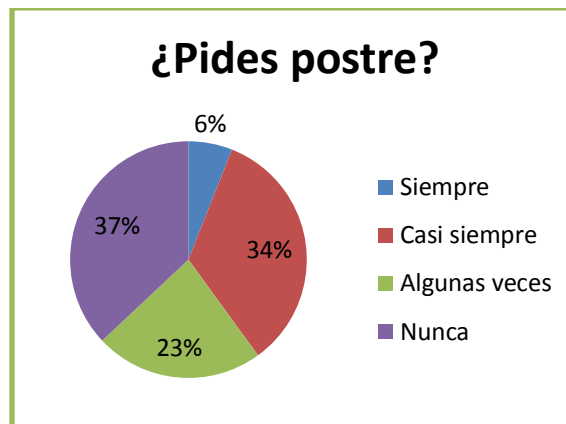


Gráfico 3.16 Encuesta. ¿Pides postre?(Elaboración propia)

En el gráfico 3.11 podemos ver que más del 50% o no toma postre, o en muy raras ocasiones lo hace. Muchas veces no lo piden, o bien porque después de una copiosa comida es muy pesado, porque los precios son elevados, o porque la calidad de estos no es demasiado buena. Así que nosotros vamos a realizar postres totalmente caseros, sabrosos, a precios económicos y con las raciones adecuadas para que cada día nuestros clientes quieran llevarse un postre para después de la comida.

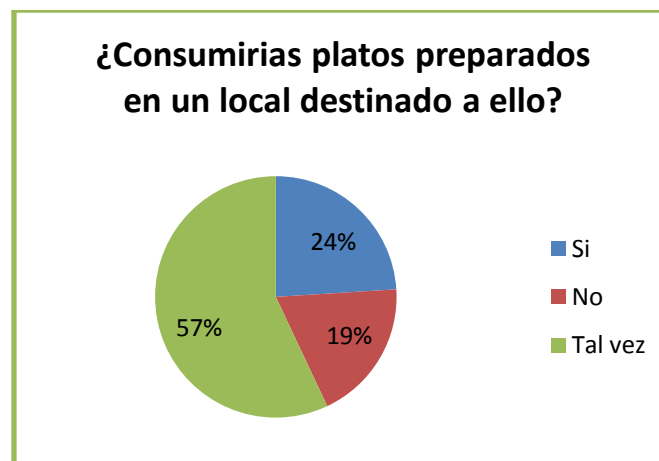


Gráfico 3.17 Encuesta. ¿Consumirías platos preparados en un local destinado a ello?(Elaboración propia)

Y para terminar con el análisis de la encuesta, podemos observar en el gráfico 3.12 que, solo un 24% de los encuestados haría uso de nuestras instalaciones para comer los alimentos comprados, mientras que un 57% tal vez lo haría. Por eso vamos a centrarnos en ese 57% de la gente que posiblemente lo haría y les vamos a dar un entorno

agradable, limpio y confortable, para que hicieran uso de el sin ninguna duda.

3.5. BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO 3

Libros

DALMAU, J. I. Y HERVÁS, J. L (2003). Estratégica y política de empresa, una introducción. UPV. Valencia

PENALONGA, Anxo y MUR, Fernando. EIE Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Santillana 2013.

TFC consultados

CARTAGENA BENÍTEZ, PABLO ALBERTO. "Plan De Empresa De Cadena De Restaurantes De Comida Rápida Y Saludable En Valencia".27/11/13 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)

NARANJO RUIZ, ANDRÉS. "Creación Y Puesta En Marcha De Empresa Para La Preparación Y Entrega De Comida Preparada (Easyfood S.L)".11/09/13 (Director Académico: Estelles Miguel, Sofia)

TABERNER TARAZONA, JOSE DOMINGO. Plan De Empresa Para Un Restaurante De Comida Sana De Nueva Creación Denominado "SlowFood SI".24/07/08 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)

Apuntes de profesores

BARRACHINA, Isabel. Apuntes de Contabilidad Financiera de 1º curso de la diplomatura de Gestión y Administración Pública de la Universidad Politécnica de Valencia. Valencia: 2009-2010.

MIGUEL MOLINA, M^a Del Rosario De. Apuntes de Gestión Administrativa I de la diplomatura de Gestión y Administración Pública de la Universidad Politécnica de Valencia. Valencia: 2010-2011.

Legislación

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

Ley 42/2010, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.

ORDEN de 17 de marzo de 1965, por la que se aprueba la ordenación turística de restaurantes (BOE de 29 de marzo).

Consultas en Web

Emprendedores.es Elaborar una encuesta de satisfacción [En línea] (Consulta: 4 noviembre de 2014) Disponible en: www.emprendedores.es

Generalitat Valenciana. Portal estadístico. Ficha municipal [En línea] (Consulta: 4 noviembre de 2014) Disponible en: www.ive.es/portal/page/portal/IVE_PEGV/CONTENTS/fichas_mun/cas/Fichas/12082.pdf

Gobierno de España. 060.es Test del emprendedor [en línea] [Consulta: 03 de noviembre de 2014] Disponible en: documentos.060.es/060_empresas/Test_emprendedor.html

Instituto Nacional de Estadística. Población de Nules [En línea] (Consulta: 4 noviembre de 2014) Disponible en: www.ine.es

Ricardo Ortiz (2009). GESTIÓN RESTAURANTES .Factores del “Macro-Entorno” que afectan al restaurante. [En línea]. (Consulta: 4 de noviembre de 2014) Disponible en: http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=367.

CAPÍTULO 4. PLANIFICACIÓN DE LA EMPRESA

4.1 PLAN DE MARKETING

4.1.1 NOMBRE COMERCIAL, LOGO, IMAGEN CORPORATIVA

4.1.2. PRODUCTO

4.1.3. PRECIO

4.1.4. DISTRIBUCIÓN

4.1.5. PROMOCIÓN

4.2. PLAN DE PRODUCCIÓN E INFRAESTRUCTURAS

4.2.1. PRESUPUESTOS

4.2.3. ESCANDALLOS

4.2.4. PLANO

4.2.5. UBICACIÓN DE LA MAQUINARIA Y MOBILIARIO

4.2.6. GASTOS DE STOCK INICIALES, AFORO Y TICKET MEDIO

4.3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.3.1. PUESTOS DE TRABAJO Y ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

4.3.2. PLAN DE CONTRATACIÓN

4.3.3. PLAN DE EXTERNALIZACIÓN DE FUNCIONES

4.3.4. MANUAL DE BIENVENIDA

4.3.5. PLAN DE FORMACIÓN

4.4. PLAN DE CALIDAD

4.4.1. INTRODUCCIÓN

4.4.2. OBJETO

4.4.3. REQUISITOS LEGALES:

4.4.4. PROTECCIÓN DE DATOS

4.4.5. DIRECCIÓN Y RECURSOS HUMANOS

4.4.6. INFRAESTRUCTURA

4.4.7. EQUIPAMIENTO

4.4.8. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

4.4.9. REALIZACIÓN DEL PRODUCTO/ PRESTACIÓN DEL

SERVICIO

4.4.10. REQUISITOS COMUNES

4.4.11. COMPRAS. ALMACENAMIENTO

4.4.12. TRAZABILIDAD

4.4.13. ANÁLISIS DE DATOS Y MEJORA CONTINUA

4.5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

4.6. BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO 4

4.1 PLAN DE MARKETING

4.1.1 NOMBRE COMERCIAL, LOGO, IMAGEN CORPORATIVA

El logotipo es la cara de la empresa. Muchas veces será lo primero que vea la gente y también será su principal recuerdo. Debemos disponer de uno que nos identifique fácilmente, que nos diferencie de la competencia y que quede grabado en la mente de la gente. Véase ilustración 4.13.



Ilustración 4.13 Logotipo de la empresa (Elaboración propia) Fuente:
www.vistaprint.com Consulta: 15 septiembre 2014

La imagen corporativa de nuestra empresa sería una línea muy básica de colores neutros como el blanco, verde, la madera clara. Una imagen fresca, limpia y moderna.

Lo simple funciona

A la gente le gustan las cosas fáciles de procesar y fácil de recordar. La mayoría de logotipos no emplean demasiados colores ni demasiados trazos, por eso hemos elegido un logo simple y con colores neutros.

Debe identificar a la empresa

El diseño del logotipo debe encajar perfectamente con el mensaje que queremos difundir. Es un diseño divertido, sencillo y denota confianza.

Fácil de recordar

Nuestro logotipo debe ayudar a recordar al consumidor nuestro negocio y lo que representamos.

Que llame la atención

Somos una empresa nueva por lo que debemos elegir un buen diseño que sea impactante y llame la atención del usuario. De este modo causaremos cierto impacto en el consumidor y se quedará con la imagen de nuestro negocio, incluso podremos vernos favorecidos por

el boca a boca. Queremos conseguir llamar la atención pero tampoco sin irnos al extremo ya que podremos causar el efecto contrario al que perseguimos.

4.1.2. PRODUCTO

En las ilustraciones 4.14 y 4.15 podemos ver la carta de platos que podremos preparar bajo pedido, o platos que variaremos según días en el expositor.

CARNES		PESCADOS		POSTRES	
Pollo asado entero	3,00	Caldereta	3,00	Flan de vainilla	2,00
Pollo asado en cuartos	3,00	Marmitaco	3,00	Flan de huevo	3,00
Longanizas con tomate	3,00	Merluza a la vasca	3,00	Flan de café	3,00
Lomo en salsa	3,00	Bacalao gratinado		Crema catalana	3,00
Conejo guisado al ajillo	3,00	con ajoaceite	3,00	Tiramisú	3,00
Conejo asado con patatas	3,00			Panna cotta	3,00
Fricase de conejo con setas	3,00			Tarta queso	2,50
Pollo al curry	4,50			Tarta 3 chocolates	2,50
Costillas a la miel	4,60			Macedonia	3,00
Solomillo relleno	4,50				

ENCARGOS 686.42.13.54 hbles



Ilustración 4.14 Carta para encargos parte delantera (Elaboración propia)

APERITIVOS		ENSALADAS		PASTAS		ARROCES	
Patatas bravas	2,20	Ensalada campera	2,25	Pasta fresca a la carbonara	3,00	Arroz negro	3,00
Ensaladilla rusa	3,00	Ensalada de queso de cabra	3,60	Canelones de pollo	3,00	Arroz al horno	3,00
Migas	3,00	Ensalada de arroz	3,00	Canelones de verdura	3,00	Arroz a la cubana	2,30
Huevos rellenos de atún	2,70	Ensalada de pasta	3,00	Canelones de espinacas	3,00	Paella	3,50
Huevos rellenos de champiñones	3,00	Ensalada caprese	3,00	Lasaña de carne	3,00	Paella de verduras	3,00
Croquetas de ave	3,50			Lasaña de setas y queso	3,00		
Croquetas de espinacas	3,00			Tallarines con setas y gambas	3,00	LEGUMBRES	
Croquetas de garbanzos	3,00			Macarrones al pesto	3,00	Potaje	3,00
Croquetas de zanahoria	3,00			Tallarines boloñesa	3,00	Lentejas	3,00
Croquetas de champiñones	2,30			Fideua	3,00	Alubias	3,00
						Cocido	3,00



Ilustración 4.15 Carta para encargos parte trasera (Elaboración propia)

Aparte de todo esto tendremos unos menús diarios, como podemos ver en la ilustración 4.16, los cuales iremos diseñando semana a semana para que los clientes no se cansen de comer siempre lo mismo. Y también contaremos con la sugerencia de temporada, una carta nueva en donde añadiremos nuevos platos según el producto de temporada en ese momento.



Ilustración 4.16 Menú diario (Elaboración propia)

El modelo de carta que hemos diseñado, ha sido finalmente un cuadríptico de acordeón a doble cara. Elegimos este tamaño porque es fácil de manejar para el cliente, económico de cambiar o renovar y acorde con lo que será nuestro local.

Los colores son muy básicos, el blanco, el gris oscuro y el verde lima, para darle un toque de frescura. La frescura de nuestros productos vegetales que son los que queremos que más se consuman, ya que fomentamos la comida rápida saludable.

El logotipo ha sido elegido entre diferentes modelos, con el cual nos sentimos identificados ya que representa un gorro de cocina feliz, sano, y que expresa lo que queremos transmitir al cliente, una imagen simple, fresca, sana, alegre, y al mismo tiempo sencilla como nuestros platos. También la consideramos una imagen fácil de recordar para los clientes.

El cuadríptico nos ha facilitado el poder poner cada grupo de la oferta gastronómica en una cara de la carta, habiendo distintos platos de cada grupo y distintos grupos.

En resumen, hemos querido transmitir lo que la empresa quiere ofrecer a sus clientes.

Tipo de producto:

- Por su perecibilidad son bienes no duraderos, ya que se agotan con el uso. Es decir una vez los consumes ya no existen.
- Por su finalidad son de consumo. Por eso hemos elegido un tipo de envase donde se conservará por mayor tiempo el producto, y sus características no se verán modificadas tan rápidamente.

Los envases:

- Los envases de estos productos para llevar serán de material Polipropileno (PP). Ya que se pueden refrigerar y meter en el microondas que es lo que más nos interesa.

4.1.3. PRECIO

Se presentan seguidamente distintos ejemplos de platos con el Coste estimado de las materias primas, el Ratio a aplicar (Ratio= Precio de venta/Costes de materias primas).

GRUPO	PLATO	COSTE MATERIAS PRIMAS RACIÓN	RATIO	PRECIO VENTA	PRECIO VENTA FINAL (REDONDEO)	DESVIACIÓN UNITARIA
Aperitivos	Croquetas de ave	0,88	4	3,52	3,50 €	-0,02
Aperitivos	croquetas de champiñones	0,57	4	2,28	2,30 €	0,02
Aperitivos	Ensaladilla	0,73	4	2,92	3,00 €	0,08
Aperitivos	Huevos rellenos de atún	0,66	4	2,64	2,70 €	0,06
Aperitivos	Huevos rellenos de champiñones	0,87	4	3,48	3,50 €	0,02
Aperitivos	Patatas bravas	0,36	6	2,16	2,20 €	0,04
Arroces	Arroz a la cubana	0,38	6	2,28	2,30 €	0,02
Arroces	Paella	0,91	4	3,64	3,50 €	-0,14
Carne	Costillas a la miel	1,15	4	4,60	4,60 €	0,00
Carne	Pollo al curry	1,12	4	4,48	4,50 €	0,02
Carne	Solomillo relleno	2,27	2	4,54	4,50 €	-0,04
Ensaladas	Ensalada Campera	0,37	6	2,22	2,25 €	0,03
Ensaladas	Ensalada de queso de cabra	0,89	4	3,56	3,60 €	0,04
Postres	Flan de vainilla	0,34	6	2,04	2,00 €	-0,04
Postres	Tarta de 3 chocolates	0,6	4	2,40	2,50 €	0,10
Postres	Tarta de queso con arándanos	0,52	5	2,60	2,50 €	-0,10
DESVIACIÓN DEL PRECIO TOTAL						0,09

Tabla 4.8 Tabla de precios escandallados (Elaboración propia)

El escandallo realizado es para las raciones individuales, no para las raciones de menú. Estas últimas serán determinadas por el precio y la cantidad del menú en ese día. Los escandallos los veremos más tarde en el plan de producción e infraestructuras.

En la primera columna encontramos el grupo al que pertenecen los platos.

En la segunda columna los platos de la carta escandallados.

En la tercera columna se indican los costes de materias primas que implican para la empresa realizar una ración del plato que se indica.

La cuarta columna, "Ratio", el cociente, entre el precio de venta y el coste de las materias primas que hemos elegido para ese plato en concreto, según su coste de materias primas, su popularidad, etc... siguiendo unas pautas estudiadas. El ratio es más alto cuando el precio de las materias primas es muy bajo, y al revés. También aumentamos el ratio cuando el producto es muy demandado, aunque tenemos que tener en cuenta que si es demandado también puede ser porque su precio es razonable y la gente está dispuesta a pagar ese precio por el producto y no más. Por eso no podemos abusar de su popularidad para aumentar mucho el precio. Aunque en alguna ocasión suceda lo contrario. Encontramos que hay platos que es mejor bajar el ratio para que se vendan más y poder sacar mayor beneficio vendiendo más cantidad y no a mayor precio.

La quinta columna, "precio de venta", multiplica el coste de la ración por el ratio. Este sería el precio por el que deberíamos vender el producto para ganar el margen de beneficio que nos hemos planteado anteriormente en el ratio.

Por lo que en la sexta columna nos basamos en el precio de venta y jugamos con los números mágicos para ponerle un precio final al producto que sea llamativo para el cliente. Intentaremos no subir o bajar mucho los precios. Y eso lo comprobamos en la última columna.

La séptima y última columna, indica las desviaciones de los precios que hemos puesto a la carta finalmente. Por ejemplo, si después de calcular el precio final según el ratio, nos sale un precio de 2,28 y lo aumentamos a 2,30, encontramos una desviación positiva del precio. Aumentamos 0,02 céntimos el producto al calculado. Por lo contrario si después de calcular el precio final según el ratio nos sale un precio de 3,64, y el precio final de venta es de 3.50 tenemos una desviación

negativa y estaríamos ganando 0,14 céntimos menos de lo que queríamos.

Al final lo que nos interesa es la desviación final, que la calculamos de la suma y resta de las desviaciones unitarias. Por lo que nos debe salir positiva para no dejar de ganar lo que habíamos planeado.

4.1.4. DISTRIBUCIÓN

Comprende todo lo necesario para hacer llegar el producto al consumidor. Si tenemos en cuenta las características del producto podemos decir que son en su totalidad productos perecederos, ya que son platos preparados, bebidas, etc.

El canal de distribución sería corto, ya que lo producimos y lo vendemos directamente al consumidor.

4.1.5. PROMOCIÓN

Los tipos de promoción que utilizaremos para dar a conocer la empresa y nuestros productos serán por los siguientes medios de comunicación: Radio. En las tablas 4.9 y 4.10.

CUÑAS DE RADIO

PRODUCTO	FRANJA HORARIA	PRECIO CUÑA
Cadena Cope - Castellón	12:30-13:30 [L-V]	26,52€
Cadena 100 - Castellón	06:00-10:00 [L-V]	31,82€
Europa FM - Castellón	06:00-10:00 [L-V]	36,72€
40 Principales - Castellón	10:00-14:00 [L-V]	36,92€
40 Principales - Castellón	06:00-10:00 [L-V]	38,96€
Onda Cero - Castellón	11:00-12:30 [L-V]	43,86€
Cadena Ser - Castellón	06:00-10:00 [L-V]	72,22€

Tabla 4.9 Cuñas de radio Fuente: www.anunciosradio.com/publicidad/index.php. Fecha de consulta: 10 de noviembre de 2014

A la hora de elegir el mejor contrato de cuñas de radio, hemos elegido los horarios de mañana, ya que es cuando la gente se encuentra en el trabajo escuchando la radio, o en el coche. De momento solo nos interesaría la cuña de radio para la apertura del local, para darnos a conocer. Por lo que en principio colocaríamos un par de anuncios cada día durante 10 días antes de la apertura del local. En la cope en el horario de 12:30 a 13:30 uno, y en los 40 principales de 10:00 a 14:00 el otro. Por lo que el gasto final total de los anuncios en radio sería:

Producto	Franja horaria	Precio	Nº cuñas	Precio total
Cadena Cope - Castellón	12:30-13:30 [L-V]	26,52€	10	265,20 €
40 Principales - Castellón	10:00-14:00 [L-V]	36,92€	10	369,20 €
Precio total final				634,40 €

Tabla 4.10 Cuñas de radio elegidas.

PERIÓDICOS

Provincia	Diarios	Página laborables	Página festivos
Castellón	Mediterráneo Castellón	1.896 €	2.275 €

Tabla 4.11 Presupuesto publicidad en periódicos. Fuente: www.oblicua.es/publicidad/publicidad-prensa.htm Consulta: 10 de noviembre de 2014

El precio de los anuncios en los periódicos también es elevado. Por lo que hemos decidido que de momento nos daremos a conocer por la radio y el boca a boca de la gente.

PRODUCTOS PROMOCIONALES



Los bolígrafos se regalarán el día de la inauguración con motivo de atraer a la gente a nuestro local. Estos irán acompañados de una tarjeta de descuento.

Precio: 0,15 €

Pedido mínimo: 400 unidades



Esta bolsa estará marcada con el logo de la empresa, teléfono y dirección. La entregaremos por compras superiores a 15 euros. La ventaja de estas bolsas es que son reutilizables por lo que la gente podrá utilizarla para ir a comprar a cualquier sitio haciendo publicidad de nuestra empresa.

Precio: 0,43 €

Pedido mínimo: 140 unidades

Unidades	Producto promocional	Precio unitario	Total
400	boli	0.15 €	60.00€
140	bolsa	0.43 €	60.02€
Total presupuesto			120.02 €

Tabla 4.12 Presupuesto productos promocionales Fuente:
www.regalosdeempresa.com. Consulta: 10 de noviembre de 2014

TARJETAS DESCUENTO

Estas tarjetas las regalaremos el día de la inauguración junto con los bolígrafos. Por la compra de 10 menús regalaremos el siguiente. De esta manera estamos incitando a que la gente venga a comprar por el simple echo de comer un día gratis. Y lo que también estaremos consiguiendo con esto es que a parte del menú que se lleven de la promoción caigan en la tentación de comprar algo más.



Ilustración 4.17 Prototipo tarjeta de empresa. Fuente: www.vistaprint.com
Consulta: 10 de noviembre de 2014

4.2. PLAN DE PRODUCCIÓN E INFRAESTRUCTURAS

4.2.1. PRESUPUESTOS

En las tablas 4.13. a 4.17. se presentan los presupuestos detallados de las principales inversiones iniciales.

PRESUPUESTO UNIFORMIDAD PERSONAL

	Cantidad	PRODUCTO	PRECIO Ud.	TOTAL
COCINA	4	Chaquetilla	32,00 €	128,00 €
	4	Gorro	8,00 €	32,00 €
	4	Delantal	9,00 €	36,00 €
	4	Pantalones	10,00 €	40,00 €
	2	Zapatos	50,00 €	100,00 €
SALA	2	Polo	10,00 €	20,00 €
	2	Delantal	9,00 €	18,00 €
	2	Pantalones	10,00 €	20,00 €
	1	Zapatos	50,00 €	50,00 €
LIMPIEZA	1	Bata	22,00 €	22,00 €
	1	Zapatos	26,00 €	26,00 €
Total				492,00 €

Tabla 4.13 Presupuesto uniformidad del personal. Fuente: Milas SL vestuario profesional

PRESUPUESTO MAQUINARIA DE COCINA Y SALA

Cantidad	PRODUCTO	PRECIO Ud.	TOTAL
1	Freidora doble	920,00 €	920,00 €
1	Cocina	2.220,00 €	2.220,00 €
2	Paellers	2.138,00 €	4.276,00 €
1	Hornos	8.330,00 €	8.330,00 €
1	Frigorífico	3.557,00 €	3.557,00 €
1	Fregadero	4.710,00 €	4.710,00 €
3	Mesa de trabajo	405,00 €	1.215,00 €
2	Estantes	200,00 €	400,00 €
1	Mesa freidora	700,00 €	700,00 €
1	Envasadora vacío	2.650,00 €	2.650,00 €
1	Termo selladora	780,00 €	780,00 €
1	Campana extractora	1.873,00 €	1.873,00 €
1	Congelador	530,00 €	530,00 €
5	Estanterías aluminio	150,00 €	750,00 €
1	Lava perolas	7.400,00 €	7.400,00 €
1	Cesto inox	265,00 €	265,00 €
PRESUPUESTO TOTAL			40.576,00 €

Tabla 4.14 Presupuesto maquinaria de cocina y sala. Fuente: Catálogo EURAST

PRESUPUESTO MOBILIARIO

ZONA	Cantidad	PRODUCTO	PRECIO Ud	TOTAL
Sala	18	Sillas	24,99 €	449,82 €
	8	Mesas	29,99 €	239,92 €
	2	Vitrinas expositoras	1.830,00 €	3.660,00 €
	5	Lámparas	4,99 €	24,95 €
	1	TPV	2.000,00 €	2.000,00 €
	1	Mostrador	2.000,00 €	2.000,00 €
Baño	3	Lavabo	48,00 €	144,00 €
	3	Grifo	35,00 €	105,00 €
	2	Espejo	14,99 €	29,98 €
	3	Inodoro	53,10 €	159,30 €
	3	Dispensador jabón	11,25 €	33,75 €
	3	Secador manos	61,50 €	184,50 €
	3	Portarrollos papel	18,45 €	55,35 €
PRESUPUESTO TOTAL				9.086,57 €

Tabla 4.15 Presupuesto mobiliario. Fuentes: IKEA, Leroymerlin

PRESUPUESTO REFORMA Y OBRAS

Cantidad	PRODUCTO	PRECIO Ud.	TOTAL
1	Obra	60.000,00 €	60.000,00 €
1	Pintura	3.000,00 €	3.000,00 €
1	Instalación eléctrica	5.000,00 €	5.000,00 €
1	Extracciones	2.000,00 €	2.000,00 €
70	Suelo sala m2	4,45 €	311,50 €
20	Suelo baños	3,95 €	79,00 €
52,6	Pared baños	5,95 €	312,97 €
3	Puertas lacadas blancas	89,00 €	267,00 €
4	Ventanales	1.500,00 €	6.000,00 €
2	Puerta entrada	460,00 €	920,00 €
PRESUPUESTO TOTAL			77.890,47 €

Tabla 4.16 Presupuesto reforma y obras. Presupuesto realizado por Ruiz Decor, Nules

PRESUPUESTO UTENSILIOS DE COCINA

Cantidad	PRODUCTO	PRECIO Unidad	TOTAL
6	Tablas corte alta densidad	23,86 €	143,16 €
1	Cuchillo Mondador 6 cm Verde	6,98 €	6,98 €
1	Cuchillo Verduras 10 cm Verde	7,22 €	7,22 €
1	Cuchillo Filetear 17 cm Verde	10,45 €	10,45 €
1	Cuchillo Cocinero 20 cm Verde	16,28 €	16,28 €
1	Cuchillo Cocinero 25 cm Verde	18,90 €	18,90 €
1	Cuchillo Verduras 10 cm Rojo	7,22 €	7,22 €
1	Cuchillo Filetear 17 cm Rojo	10,45 €	10,45 €
1	Cuchillo Cocinero 20 cm Rojo	16,28 €	16,28 €
1	Cuchillo Cocinero 25 cm Rojo	18,90 €	18,90 €
1	Cuchillo Deshuesar 13 cm Rojo	11,12 €	11,12 €
1	Cuchillo Hachuela 20 cm Rojo	29,33 €	29,33 €
1	Cuchillo Carnicero 30 cm Rojo	25,70 €	25,70 €
1	Cuchillo Verduras 10 cm Azul	7,22 €	7,22 €
1	Cuchillo Filetear 17 cm Azul	10,45 €	10,45 €
1	Cuchillo Filetear 20 cm Azul	11,74 €	11,74 €
1	Cuchillo Cocinero 20 cm Azul	16,28 €	16,28 €
1	Cuchillo Cocinero 25 cm Azul	18,90 €	18,90 €
2	Cacerola alta 4 litros	60,63 €	121,26 €
2	Cacerola alta 6,2 litros	74,50 €	149,00 €
1	Cacerola alta 10,2 litros	92,54 €	92,54 €
1	Cacerola alta 14,5 litros	108,93 €	108,93 €
1	colador 25 cm	26,26 €	26,26 €
2	Cazos	11,60 €	23,20 €
2	Espumaderas	11,00 €	22,00 €
1	Espumaderas rejillas	9,90 €	9,90 €
1	Espátula Plancha	15,04 €	15,04 €
1	Batidor 10 varillas	7,80 €	7,80 €
5	Bandeja acero	9,45 €	47,25 €
1	Pinza con pala	3,48 €	3,48 €
1	Rallador 4 caras	10,00 €	10,00 €
5	Cucharas	1,00 €	5,00 €
1	Manga pastelera desechable 100 ud.	24,02 €	24,02 €
1	Sartén efficient 20 cm	23,40 €	23,40 €
1	Sartén efficient 22 cm	24,80 €	24,80 €
1	Sartén efficient 24 cm	27,05 €	27,05 €
2	Paellones 25 raciones	46,41 €	92,82 €
1	Pincel	2,00 €	2,00 €
10	Gastronorms	11,80 €	118,00 €
1	Termomix	1.000,00 €	1.000,00 €
1	Rustidora horno	51,14 €	51,14 €
PRESUPUESTO TOTAL			2.391,47 €

Tabla 4.17 Presupuesto utensilios de cocina. Fuente: Tienda crisol e ILVO.es

PRESUPUESTO FINAL

TOTAL UNIFORMIDAD	492,00 €
TOTAL MAQUINARIA	40.576,00 €
TOTAL MOBILIARIO	9.086,57 €
TOTAL OBRA	77.890,47 €
TOTAL UTENSILIOS	2.391,47 €
TOTAL	130.436,51 €

4.2.2. OFERTA GASTRONÓMICA

A continuación se detallan los diferentes grupos de la oferta gastronómica. Estos serán todos los platos que elaboraremos bajo demanda. Cada día ofreceremos una elección de entre estos, según la demanda y según temporadas.

Aperitivos

- Patatas bravas
- Ensaladilla rusa
- Migas
- Huevos rellenos de atún
- Huevos rellenos de champiñones
- Croquetas de ave
- Croquetas de espinacas
- Croquetas de garbanzos
- Croquetas de zanahoria
- Croquetas de champiñones

Ensaladas

- Ensalada campera
- Ensalada de queso de cabra
- Ensalada de arroz
- Ensalada de pasta
- Ensalada caprese

Pasta

- Pasta fresca a la carbonara
- Canelones de pollo
- Canelones de verdura
- Canelones de espinacas
- Lasaña de carne
- Lasaña de setas y queso
- Tallarines con setas y gambas
- Macarrones al pesto
- Tallarines boloñesa
- Fideuá

Arroces

- Arroz negro
- Arroz al horno
- Arroz a la cubana
- Paella
- Paella de verduras



Legumbres

- Potaje
- Lentejas
- Alubias
- Cocido

Carnes

- Pollo asado entero
- Pollo asado en cuartos
- Longanizas con tomate
- Lomo en salsa
- Conejo guisado al ajillo
- Conejo asado con patatas
- Fricase de conejo con setas
- Pollo al curry
- Costillas a la miel
- Solomillo relleno

Pescados

- Caldereta
- Marmitaco
- Merluza a la vasca
- Bacalao gratinado con ajoaceite

Postres

- Flan de vainilla
- Flan de huevo
- Flan de café
- Crema catalana
- Tiramisú
- Pannacotta
- Tarta queso
- Tarta 3 chocolates
- Macedonia

4.2.3. ESCANDALLOS

Vamos a ver a continuación los escandallos realizados de los platos que vamos a ofrecer para la apertura del local, y los cogeremos de referencia como media para calcular el gasto que nos puede suponer mensualmente según las raciones que produzcamos.

RACIONES		PRECIO RACIÓN			PRECIO €	
4	8	COSTE	Ratio venta	P.VENTA		
		0,57	4	2,28	PRECIO €	
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS	Unitario	Total	
0,200	0,400	kg	champiñones	2,00	0,80	
0,050	0,100	kg	gambas	10,00	1,00	
0,100	0,200	kg	cebolla	0,40	0,08	
0,060	0,120	kg	mantequilla	5,00	0,60	
0,060	0,120	kg	harina	0,55	0,07	
0,500	1,000	l	leche	0,50	0,50	
1,000	2,000	u	huevo	0,16	0,32	
0,100	0,200	kg	pan rallado	0,92	0,18	
0,020	0,040	l	aceite oliva virgen extra	3,00	0,12	
0,100	0,200	l	aceite oliva suave	2,40	0,48	
0,001	0,002	kg	sal	0,21	0,00	
4,000	8,000	u	envase	0,05	0,40	
		c/s	Géneros no valorados			
PRECIO COSTE TOTAL					4,55	

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	LIMPIAR, LAMINAR Y SALTEAR	Los champiñones en una sartén con un chorrito de aceite de oliva virgen extra. Saltear y sazonar. Triturar con la thermomix.
2	FUNDIR	La mantequilla en un cazo.
3	PICAR, AÑADIR Y POCHAR	La cebolla junto con la mantequilla
4	PELAR, PICAR Y AÑADIR	Las gambas y rehogarlas.
5	INCORPORAR	La harina y remover con las varillas.
6	INCORPORAR	Los champiñones y cocinar 10 minutos hasta que espese
7	VERTER	La masa sobre una fuente y dejar enfriar en el frigorífico
8	FORMAR	Las croquetas
9	PASAR	Por huevo batido y pan rallado
10	FREÍR	Con abundante aceite
11	ESCURRIR	Sobre papel absorbente

Escandallo 1 Croquetas de champiñones (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN		PRECIO €	
4	8	COSTE	Ratio venta	P.VENTA	
		0,88	4	3,52	
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS	Unitario	Total
0,250	0,500	kg	magro de gallina	2,18	1,09
1,000	2,000	u	puerro	0,35	0,70
0,090	0,180	kg	zanahoria	0,60	0,11
0,005	0,010	kg	diente de ajo	3,25	0,03
2,000	4,000	u	huevos	0,16	0,64
0,005	0,010	u	vaina de vainilla	35,00	0,35
0,250	0,500	l	leche	0,50	0,25
0,060	0,120	kg	mantequilla	5,00	0,60
0,150	0,300	kg	harina	0,55	0,17
0,100	0,200	kg	pan rallado	0,92	0,18
0,500	1,000	l	aceite de oliva	2,40	2,40
0,001	0,002	kg	cebollino	50,00	0,10
0,001	0,002	kg	sal	0,21	0,00
0,001	0,002	kg	pimienta	12,25	0,02
4,000	8,000	u	envase	0,05	0,40
PRECIO COSTE TOTAL					7,04



FICHA TÉCNICA DE HOSTELERÍA
CROQUETAS DE AVE

CATEGORÍA: **APERITIVO**

MÉTODO DE COCINADO:



UTENSILIOS

Tabla
Cuchillo
Cazuela
Colador grande o chino
Cazo
Varillas
Fuente
freidora

OBSERVACIONES

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	LIMPIAR Y PICAR	El puerro
2	PELAR Y TROCEAR	La zanahoria
3	DORAR	El puerro en una cazuela con aceite a fuego lento.
4	AÑADIR	La zanahoria y el ajo machacado. Rehogar.
5	AÑADIR	La gallina.
6	CUBRIR	Con agua y dejar que se haga el caldo durante 30 minutos.
7	COLAR	El caldo
8	DESMIGAR	La gallina
9	COCER	La leche con la vainilla, abierta, en una cazuela. Cuando rompa a hervir retirar del fuego y dejar reposar 10 minutos. Y Un huevo durante 10 minutos
10	FUNDIR	La mantequilla en una cazuelita
11	AÑADIR	La harina y rehogar bien hasta que se obtenga un color avellanado.
12	VERTER	El caldo de gallina caliente y seguidamente la leche. Seguir removiendo hasta que espese.
13	AÑADIR	La gallina desmigada y el huevo duro bien picado. Salpimentar y cocinar durante 10 minutos.
14	REPOSAR	La masa en una fuente y dejar reposar.
15	FORMAR	Bolitas y rebozar en harina, huevo batido y pan rallado
16	FREÍR	En la freidora y escurrir en un plato forrado de papel absorbente.

Escandallo 2 Croquetas de ave (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

 COM DE CASA		<i>FICHA TÉCNICA DE HOSTELERÍA</i>				ENSALADILLA	
		CATEGORÍA: APERITIVO					
		MÉTODO DE COCINADO:					
RACIONES		PRECIO RACIÓN					
2	20	COSTE		Ratio venta	P.VENTA	PRECIO €	
		0,73		4	2,93		
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS		Unitario	Total	UTENSILIOS Cazuela Espumadera Cuchillo 3 boles Cuchara
0,250	2,500	kg	patatas		0,45	1,13	
0,050	0,500	kg	zanahorias		0,60	0,30	
1,000	10,000	u	huevo		0,16	1,60	
0,010	0,100	kg	aceitunas rellenas		2,81	0,28	
0,100	1,000	kg	atun		6,00	6,00	
0,150	1,500	kg	mahonesa		2,89	4,34	
0,010	0,100	kg	sal		0,21	0,02	
2,000	20,000	u	envase		0,05	1,00	
		c/s	Géneros no valorados				
PRECIO COSTE TOTAL						14,66	
OBSERVACIONES							
Nº	ORDEN	DESARROLLO					
1	Hervir	Las patatas con piel durante 20 min y los huevos 10 min					
2	Pelar y rallar	Las zanahorias					
3	Machacar	Las patatas ya hervidas con un tenedor					
4	Rallar	La zanahoria					
5	Mezclar	En un bol las patatas, la zanahoria, el atún, las aceitunas cortadas en trocitos pequeños, y la mahonesa					

Escandallo 3 Ensaladilla (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN			PRECIO €	
3	6	COSTE	Ratio venta	P. VENTA		
		0,66	4	2,62		
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS		Unitario	Total
7,000	14,000	u	huevos		0,16	2,24
0,020	0,040	u	aceitunas sin hueso		2,81	0,11
0,050	0,100	kg	atun aceite vegetal		6,00	0,60
0,001	0,002	kg	perejil picado		5,50	0,01
0,150	0,300	kg	mahonesa		2,89	0,87
1,000	2,000	u	envase		0,05	0,10
		c/s	Géneros no valorados			
PRECIO COSTE TOTAL						3,93

FICHA TÉCNICA DE HOSTELERÍA

HUEVOS RELLENOS DE ATÚN

CATEGORÍA: APERITIVO

MÉTODO DE COCINADO:



UTENSILIOS

Cazuela
Cuchillo
Rallador
Cuchara
3 boles

OBSERVACIONES

Cada ración cuenta con 2 huevos enteros... 4 medios huevos rellenos.

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	COCER	Los huevos en una cazuela con agua durante 10-12 minutos desde que el agua empiece a hervir.
2	PELAR Y CORTAR	Los huevos por la mitad.
3	SEPARAR	Las yemas de las claras, teniendo cuidado de que no se rompan.
4	RALLAR	La yema con un rallador
5	RESERVAR	Las yemas y las claras por separado
6	GUARDAR	La clara de un huevo para decorar
7	PICAR Y RESERVAR	La clara
8	DESMIGAR	El atún y ponerlo en un cuenco
9	AGREGAR	La mahonesa al cuenco del atún
10	ESPOLVOREAR	Con perejil picado y mezclar bien
11	RELLENAR	Las 12 mitades de la clara de huevo y poner encima de esta un hilo de mahonesa y cubrir con yema rallada.
12	COLOCAR	Media aceituna rellena encima de cada huevo

Escandallo 4 Huevos rellenos de atún (Elaboración propia basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN		PRECIO €	
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS	Unitario	Total
4	8				
9,000	18,000	u	huevos	0,16	2,88
0,050	0,100	kg	gambas	10,00	1,00
0,100	0,200	kg	cebolla	0,40	0,08
0,005	0,010	kg	diente de ajo	3,25	0,03
0,250	0,500	kg	champiñones	2,00	1,00
0,300	0,600	ml	nata cocinar	2,50	1,50
0,001	0,002	ml	vinagre	0,74	0,00
0,010	0,020	ml	aceite	2,40	0,05
4,000	8,000	u	envase	0,05	0,40
		c/s	Géneros no valorados		
PRECIO COSTE TOTAL					6,94

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	COCER	Los huevos en una cazuela con agua durante 10-12 minutos desde que el agua empiece a hervir.
2	PELAR Y CORTAR	Los huevos por la mitad.
3	SEPARAR	Las yemas de las claras, teniendo cuidado de que no se rompan.
4	RESERVAR	Las yemas y las claras por separado
5	PICAR Y RESERVAR	La clara
6	PELAR Y PICAR	La cebolleta y el diente de ajo finamente.
7	POCHAR	La cebolleta y el ajo en una sartén con un chorro de aceite.
8	PICAR Y AGREGAR	Los champiñones y cocinarlos un poco.
9	PELAR Y PICAR	Las gambas e incorporar
10	INCORPORAR	4 yemas enteras
11	INCORPORAR Y TRITURAR	El relleno
12	RELLENAR	Los huevos cocidos con una manga pastelera
13	COCINAR	La nata con el resto de las yemas de huevo y dejar reducir.
14	CUBRIR	Los huevos con la salsa anterior



FICHA TÉCNICA DE HOSTELERÍA
HUEVOS RELLENOS DE CHAMPIÑONES

CATEGORÍA: **APERITIVO**

MÉTODO DE COCINADO:



UTENSILIOS

Cazuela
Espumadera
Cuchillo
3 boles
Sartén
Manga pastelera
Cuchara

OBSERVACIONES

Las raciones constan de 2 huevos enteros. 4 mitades rellenas.

Escandallo 5 Huevos rellenos de champiñones (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN			PRECIO €		
4	20	COSTE	Ratio venta	P.VENTA			
		0,36	6	2,19			
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS		Unitario	Total	UTENSILIOS
0,600	3,000	kg	patatas		0,45	1,35	Cazuela
0,200	1,000	l	aceite		2,40	2,40	Espumadera
0,100	0,500	kg	alioli		4,50	2,25	Cuchillo
0,005	0,025	kg	pimenton rojo dulce		7,50	0,19	1 bol
0,001	0,005	kg	perejil		5,50	0,03	Freidora
0,001	0,005	kg	sal		0,21	0,00	Cuchara
0,005	0,025	u	diente de ajo		3,25	0,08	
4,000	20,000	u	envase		0,05	1,00	
		c/s	Géneros no valorados				
PRECIO COSTE TOTAL						7,30	
OBSERVACIONES							

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	LIMPIAR	Las patatas con abundante agua
2	HERVIR	Las patatas durante 10 minutos sin quitarle la piel.
3	PELAR	Las patatas
4	CORTAR	Las patatas de forma irregular de una medida de 1cm por 1cm más o menos
5	FREIR	Las patatas con abundante aceite
6	PICAR	El diente de ajo y el perejil
7	MEZCLAR	La picada anterior, el ajoaceite y las patatas
8	AÑADIR	El pimentón rojo

Escandallo 6 Patatas bravas (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN			PRECIO €	
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS	Unitario	Total	
4	20					
0,500	2,500	kg	arroz	0,95	2,38	
0,030	0,150	l	aceite de oliva	2,40	0,36	
0,005	0,025	kg	sal	0,21	0,01	
0,010	0,050	u	diente de ajo	3,25	0,16	
0,250	1,250	l	tomate triturado	1,24	1,55	
4,000	20,000	u	huevos	0,16	3,20	
4,000	20,000	u	envases	0,05	1,00	
		c/s	Géneros no valorados			
PRECIO COSTE TOTAL					8,65	



FICHA TÉCNICA DE HOSTELERÍA

ARROZ A LA CUBANA

CATEGORÍA: **ARROCES**

MÉTODO DE COCINADO:



UTENSILIOS

- Cazuela
- Espumadera
- Cuchillo
- Sartén
- Colador grande
- Cuchara

OBSERVACIONES

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	HERVIR	El arroz con agua, aceite, sal y un diente de ajo, durante 20 minutos
2	ESCURRIR	El arroz hervido
3	FREIR	El tomate triturado
4	FREIR	Los huevos

Escandallo 7 Arroz a la cubana (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN		PRECIO €	
10	30	COSTE	Ratio venta	P.VENTA	
		0,92	4	3,69	
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS	Unitario	Total
0,300	0,900	l	aceite	2,40	2,16
1,000	3,000	kg	pollo	2,18	6,54
0,500	1,500	kg	conejo	4,00	6,00
0,200	0,600	kg	costilla de cerdo	4,55	2,73
0,200	0,600	kg	judías verde o rotjet	1,50	0,90
0,200	0,600	kg	pimiento rojo	1,50	0,90
0,300	0,900	kg	alcachofas	1,25	1,13
0,500	1,500	kg	tomate maduro o de pera	1,00	1,50
0,005	0,015	ud	diente de ajo	3,25	0,05
0,100	0,300	kg	garrofon	1,50	0,45
1,250	3,750	kg	arroz	0,95	3,56
0,100	0,300	kg	sal	0,21	0,06
0,001	0,003	kg	pimenton dulce	28,43	0,09
1,000	3,000	sobre	azafrán	0,04	0,12
10,000	30,000	u	envases	0,05	1,50
		c/s	Géneros no valorados		
PRECIO COSTE TOTAL					27,68



FICHA TÉCNICA DE HOSTELERÍA

PAELLA

CATEGORÍA: **ARROCES**

MÉTODO DE COCINADO:



UTENSILIOS

- Paellero
- Paella
- Espumadera
- Cuchillo
- Tabla para cortar
- Boles
- Cuchara

OBSERVACIONES

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	CORTAR	El pimiento rojo en tiras, las judías en trozos de 4 cm, y las alcachofas en 4 o 6 trozos según sean de grandes.
2	AÑADIR	El aceite en la paella y la sal por el borde de la paella
3	FREÍR	El pimiento rojo y la alcachofa. Reservar.
4	FREÍR	La carne
5	AÑADIR	El tomate rallado junto con el ajo picado hasta que este frito.
6	AÑADIR	El pimentón dulce, las judías y el garrofón y remover.
7	AÑADIR	El agua y dejar hervir 45 min a fuego medio.
8	COMPROBAR	De sal.
9	AÑADIR	El azafrán.
10	AÑADIR	El arroz y dejar cocer 20 minutos.
11	AÑADIR	El pimiento frito y las alcachofas 5 minutos antes de terminar de cocer el arroz

Escandallo 8 Paella (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN			PRECIO €	
4	20	COSTE	Ratio venta	P.VENTA		
		1,20	4	4,82		
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS	Unitario	Total	
0,800	4,000	kg	costillas de cerdo	4,55	18,20	
0,200	1,000	kg	miel	4,50	4,50	
0,005	0,025	l	aceite	2,40	0,06	
0,001	0,005	kg	oregano	52,15	0,26	
0,001	0,005	kg	pimienta	12,25	0,06	
0,005	0,025	kg	sal	0,21	0,01	
4,000	20,000	Unidad	unidades	0,05	1,00	
		c/s	Géneros no valorados			
PRECIO COSTE TOTAL					24,09	



FICHA TÉCNICA DE HOSTELERÍA
COSTILLAS A LA MIEL

CATEGORÍA: CARNES

MÉTODO DE COCINADO: HORNO



UTENSILIOS

Bandeja gastronorm
Pincel
Cuchillo
Tabla carne
horno

OBSERVACIONES

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	Cortar	El costillar a tiras
2	Impregnar	El fondo de la fuente gastronorm con aceite
3	Salpimentar	Las costillas
4	Incorporar	Las costillas en la fuente
5	Impregnar	Con miel todos los trozos de costilla
6	Añadir	El orégano por encima de la carne
7	Hornear	Durante 90 minutos a 160°C sin ventilador

Escandallo 9 Costillas a la miel (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN		PRECIO €	
4	20	COSTE	Ratio venta	P.VENTA	
		1,12	4	4,48	
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS	Unitario	Total
1,500	7,500	kg	pollo	2,18	16,35
0,100	0,500	kg	cebolla	0,40	0,20
0,100	0,500	kg	zanahoria	0,60	0,30
0,005	0,025	kg	diente de ajo	3,25	0,08
0,150	0,750	kg	manzana	0,80	0,60
0,050	0,250	l	leche de coco	5,38	1,35
0,100	0,500	l	zumo de un limon	1,00	0,50
0,005	0,025	l	aceite	2,40	0,06
0,004	0,020	kg	curry	45,00	0,90
0,005	0,025	kg	pimienta	12,25	0,31
0,005	0,025	kg	sal	0,21	0,01
0,500	2,500	l	agua	0,30	0,75
4,000	20,000	u	envases	0,05	1,00
		c/s	Géneros no valorados		
PRECIO COSTE TOTAL					22,40



FICHA TÉCNICA DE HOSTELERÍA
POLLO AL CURRY

CATEGORÍA: **CARNES**

MÉTODO DE COCINADO:



UTENSILIOS

- Gastronorm
- Horno
- Cuchillo carne
- Pincel
- Cazuela
- Espátula
- tablas de corte carne

OBSERVACIONES

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	Trocear y salpimentar	El pollo
2	Agregar	El curry y el zumo de limón y dejar MACERAR al menos durante 15-20 minutos
3	Hornear	Los trozos de pollo en una gastronorm durante 50 minutos a 180°
4	Reservar	El jugo resultante del macerado
5	Picar, pochar y sazonar	Los ajos, la cebolla y la zanahoria en una cazuela
6	Picar y añadir	La manzana picada.
7	Añadir	A la cazuela, del sofrito de verduras, el jugo macerado, la leche de coco y el agua
8	Mezclar, cocinar y triturar	Durante 5-7 minutos la salsa.
9	Incorporar	A la salsa los trozos de pollo y hornear durante 10 minutos mas

Escandallo 10 Pollo al curry (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN			PRECIO €	
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS	Unitario	Total	
4	20					
0,840	4,200	kg	solomillo de cerdo	7,80	32,76	
0,050	0,250	kg	mouse de foie	8,33	2,08	
0,100	0,500	kg	bacon	4,90	2,45	
0,100	0,500	kg	mermelada de fresa	2,40	1,20	
1,000	5,000	hoja	masa de hojaldre	1,00	5,00	
0,001	0,005	kg	sal	0,21	0,00	
0,001	0,005	kg	pimienta	12,25	0,06	
0,002	0,010	l	aceite	2,40	0,02	
1,000	5,000	u	huevo	0,16	0,80	
4,000	20,000	u	envase	0,05	1,00	
		c/s	Géneros no valorados			
PRECIO COSTE TOTAL					45,38	



FICHA TÉCNICA DE HOSTELERÍA
SOLOMILLO RELLENO

CATEGORÍA: **CARNE**

MÉTODO DE COCINADO:



UTENSILIOS

Cuchillo
Fuente horno
Cuchara
Varillas
Pincel
Horno

OBSERVACIONES

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	Abrir y salpimentar	Los solomillos
2	Untar	Los solomillos con el foie
3	Añadir	Encima la mermelada y el bacón
4	Cerrar	El solomillo
5	Envolver	Con la masa de hojaldre
6	Batir	El huevo
7	Untar	El hojaldre con el huevo batido
8	Hornear	Durante 30 minutos a 180°C sin ventilador

Escandallo 11 Solomillo relleno (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN			PRECIO €	
4	20	COSTE	Ratio venta	P.VENTA		
		0,37	6	2,25		
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS	Unitario	Total	
0,800	4,000	kg	patatas	0,45	1,80	
0,100	0,500	kg	tomate pera	1,00	0,50	
0,050	0,250	kg	cebolla	0,40	0,10	
0,125	0,625	kg	zanahorias	0,60	0,38	
0,100	0,500	kg	pimiento verde	2,00	1,00	
0,050	0,250	kg	aceitunas	2,81	0,70	
0,150	0,750	kg	maiz dulce	1,93	1,45	
0,005	0,025	kg	diente de ajo	3,25	0,08	
0,001	0,005	kg	perejil	5,50	0,03	
0,030	0,150	l	aceite de oliva	2,40	0,36	
0,010	0,050	l	vinagre	0,74	0,04	
0,001	0,005	kg	sal	0,21	0,00	
0,001	0,005	kg	pimienta	12,25	0,06	
4,000	20,000	u	envases	0,05	1,00	
		c/s	Géneros no valorados			
PRECIO COSTE TOTAL					7,49	

UTENSILIOS	
Cazuela	
Espumadera	
Cuchillo de verduras	
Boles 3	

OBSERVACIONES	

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	LAVAR Y COCER	Las patatas con piel
2	Enfriar, pelar y cortar en lonchas	Las patatas cuando estén listas. Ponerlas en una fuente grande.
3	Picar y machacar	El diente de ajo y el perejil
4	Añadir	A la mezcla anterior aceite, vinagre, sal y pimienta.
5	Añadir	La vinagreta anterior a las patatas.
6	Pelar, lavar y cortar	La cebolla en aros
7	Lavar y cortar	El tomate, el pimiento y las zanahorias.
8	Mezclar	Todo en la fuente con las patatas
9	Picar y añadir	Las aceitunas y el maíz a la fuente.

Escandallo 12 Ensalada campera (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN			PRECIO €	
4	20	COSTE	Ratio venta	P.VENTA		
		0,94	4	3,77		
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS		Unitario	Total
0,100	0,500	u	rulo de queso de cabra		10,28	5,14
0,500	2,500	u	lechuga		0,45	1,13
0,500	2,500	u	hoja de roble		0,60	1,50
0,500	2,500	u	rúcula		1,69	4,23
0,125	0,625	kg	tomate raft		2,50	1,56
0,100	0,500	kg	pera		0,80	0,40
0,050	0,250	kg	membrillo		4,40	1,10
0,010	0,050	kg	avellanas		13,90	0,70
0,025	0,125	kg	harina		0,55	0,07
0,100	0,500	l	aceite de oliva		2,40	1,20
0,100	0,500	l	vinagre de sidra		1,64	0,82
0,003	0,013	kg	sal		0,21	0,00
4,000	20,000	u	envases		0,05	1,00
		c/s	Géneros no valorados			
PRECIO COSTE TOTAL						18,84



FICHA TÉCNICA DE HOSTELERÍA

ENSALADA DE QUESO DE CABRA CON VINAGRETA DE MEMBRILLO

CATEGORÍA: **ENSALADAS**

MÉTODO DE COCINADO:



UTENSILIOS

- Cuchillo
- Tabla
- Sartén
- Espátula
- Bol

OBSERVACIONES

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	Fundir	El membrillo con el vinagre
2	Colar y agregar	El aceite fuera del fuego y una pizca de sal. Reservar la vinagreta
3	Tostar	Las avellanas en una sartén sin nada de aceite. Reservar
4	Lavar y cortar	Las hojas de lechuga y el tomate
5	Pelar y picar	La pera.
6	Cortar	El queso en dados
7	Enharinar	Los dados de queso y cocinar a la plancha.
8	Mezclar	En un bol las hojas de lechuga, el tomate y la pera.
9	Añadir	El queso y la vinagreta

Escandallo 13 Ensalada de queso de cabra con vinagreta de membrillo (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN			PRECIO €	
8	16	COSTE	Ratio venta	P.VENTA		
		0,34	6	2,07		
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS	Unitario	Total	
0,500	1,000	l	leche	0,50	0,50	
0,005	0,010	u	vaina de vainilla	35,00	0,35	
5,000	10,000	u	huevos	0,16	1,60	
0,130	0,260	kg	azucar	1,00	0,26	
0,100	0,200	kg	azucar	1,00	0,20	
1,000	2,000	u	canela en rama	0,90	1,80	
8,000	16,000	u	envase	0,05	0,80	
		c/s	Géneros no valorados			
PRECIO COSTE TOTAL					5,51	

FICHA TÉCNICA DE HOSTELERÍA

FLAN DE VAINILLA

CATEGORÍA: POSTRES

MÉTODO DE COCINADO:

UTENSILIOS


- Cazuela
- Espumadera
- Cuchillo
- 3 boles
- Sartén
- Manga pastelera
- Cuchara

OBSERVACIONES

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	Colocar	La mariposa dentro de la thermomix
2	Incorporar	La leche y la vaina de vainilla en el vaso. 8 min, 100º velocidad cuchara.
3	Dejar	Templar la mezcla sin quitar la vaina de vainilla
4	Quitar	La vaina de vainilla
5	Poner	El vaso en la maquina
6	Añadir	Los 0.130 kg de azúcar, los huevos y mezclar 15 segundos velocidad 4
7	Caramelizar	El resto del azúcar y verterlo en las flaneras.
8	Añadir	A las flaneras el líquido resultante del vaso y dejar enfriar en la nevera

Escandallo 14 Flan de vainilla (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN			PRECIO €	
12	24	COSTE	Ratio venta	P.VENTA		
		0,60	4	2,39		
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS	Unitario	Total	
0,090	0,180	kg	mantequilla	5,00	0,90	
0,200	0,400	kg	galletas	1,24	0,50	
0,150	0,300	kg	chocolate negro	4,60	1,38	
0,150	0,300	kg	chocolate con leche	4,60	1,38	
0,150	0,300	kg	chocolate blanco	4,60	1,38	
0,300	0,600	kg	azucar	1,00	0,60	
1,000	2,000	l	nata	2,30	4,60	
0,500	1,000	l	leche	0,50	0,50	
3,000	6,000	sobres	cuajada	0,35	2,10	
10,000	20,000	u	envase	0,05	1,00	
		c/s	Géneros no valorados			
PRECIO COSTE TOTAL					14,34	



UTENSILIOS
Thermomix
Molde 25cm diámetro
Cuchara

OBSERVACIONES

Escandallo 15 Tarta 3 chocolates (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

RACIONES		PRECIO RACIÓN			PRECIO €	
10	20	COSTE	Ratio venta	P.VENTA		
		0,52	5	2,58		
Cant.	Cant.	Unidad	MATERIAS PRIMAS		Unitario	Total
3,000	6,000	u	huevos		0,16	0,96
2,000	4,000	sobres	cuajada		0,35	1,40
0,200	0,400	kg	queso fresco untar		3,85	1,54
0,180	0,360	kg	azucar		1,00	0,36
0,500	1,000	l	leche		0,50	0,50
0,200	0,400	kg	galletas		1,24	0,50
0,090	0,180	kg	mantequilla		5,00	0,90
0,250	0,500	kg	arandanos		6,30	3,15
10,000	20,000	u	envase		0,05	1,00
		c/s	Géneros no valorados			
PRECIO COSTE TOTAL					10,31	

UTENSILIOS		
Thermomix		
Molde 25 cm diámetro		
Cuchara		
OBSERVACIONES		

Nº	ORDEN	DESARROLLO
1	Triturar	En el vaso las galletas y la mantequilla con tres golpes de turbo
2	Verter	La mezcla anterior en el molde y con la ayuda de la cuchara repartir y presionar por todo el molde
3	Añadir	En el vaso la leche, los huevos, el azúcar, la cuajada y el queso.
4	Mezclar	7 min, 90°C, velocidad 4
5	Añadir	La mezcla al molde y dejar que se enfríe
6	Añadir	Encima de la tarta la mermelada de arándanos

Escandallo 16 Tarta de queso con arándanos (Elaboración propia) basado en apuntes del profesor Miguel Angel Torres.

4.2.4. PLANO

En el plano general de la ilustración 4.18 podemos observar cómo estará situado nuestro negocio. La entrada principal de los clientes se sitúa en la calle Santa Bárbara, mientras que la entrada de las mercancías y pedidos se sitúa en la calle Les Torres.



Ilustración 4.18 Plano general del local. Elaboración propia. Fuente: foorplanner.com



Ilustración 4.19 Fachada del local. Elaboración propia. Fuente: foorplanner.com

En la ilustración 4.19 observamos el prototipo de lo que será la fachada, con la entrada principal y la imagen de las mesas. En la parte lisa, al lado de la puerta, será donde pondremos el rótulo en grande del logo de nuestra empresa, de este modo todos los que pasen por la calle podrán verlo sin problema.

Seguidamente en la ilustración 4.20 nos centramos solamente en el plano del local. Podemos observar tres zonas diferenciadas. La

primera zona es la del salón con 97,5 m², la segunda la de la cocina con 30 m², y la tercera la zona de almacén y la de empleados con 28 m². Por lo tanto las dimensiones del local son de 155,5 m².



Ilustración 4.20 Plano del local a escala. Elaboración propia. Fuente: foorplanner.com

4.2.5. UBICACIÓN DE LA MAQUINARIA Y MOBILIARIO

A continuación vamos a explicar zona por zona la localización de cada maquinaria y el mobiliario.

ALMACÉN:

Vamos a empezar explicando el principio del ciclo. La recepción de mercancías. En el momento que recibimos las mercancías, estas son comprobadas desde el escritorio de recepción y seguidamente son repartidas a su lugar correspondiente. En el cuarto "verde" que vemos en la ilustración 4.21, será donde almacenemos los productos de limpieza, los envases, y demás productos no perecederos. Y automáticamente las que necesiten ser refrigeradas pasarán a la cocina, donde se encuentran las cámaras frigoríficas y el congelador, como veremos a continuación. También en esta zona se encuentran las taquillas, la cafetera y el baño de uso exclusivo del personal.



Ilustración 4.21 Plano del almacén. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com

COCINA:

Continuando con la cocina, véase ilustración 4.22, tenemos al principio del pasillo unos estantes, en donde podremos almacenar parte del utillaje de la cocina. Justo al lado, encontramos dos cámaras frigoríficas y el congelador. Siguiendo en la misma línea encontramos la zona de lavado, con el fregadero y el “lava perolas”. Más adelante el horno, la freidora doble, los fogones y dos paelleros, y una mesa central con armarios de almacenaje.



Ilustración 4.22 Plano de la cocina. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com

SALA:

Para finalizar el ciclo, cuando el producto está terminado lo exponemos en las vitrinas expositoras que encontramos en la sala. En esta también encontraremos 7 mesas cuadradas y una redonda, con 18 sillas en total. Estas están por si algún cliente quiere comer tranquilamente en el local. Pero lo normal será que lo recojan para llevar. Y por último también contaremos con dos baños, el de señoras y el de caballeros.

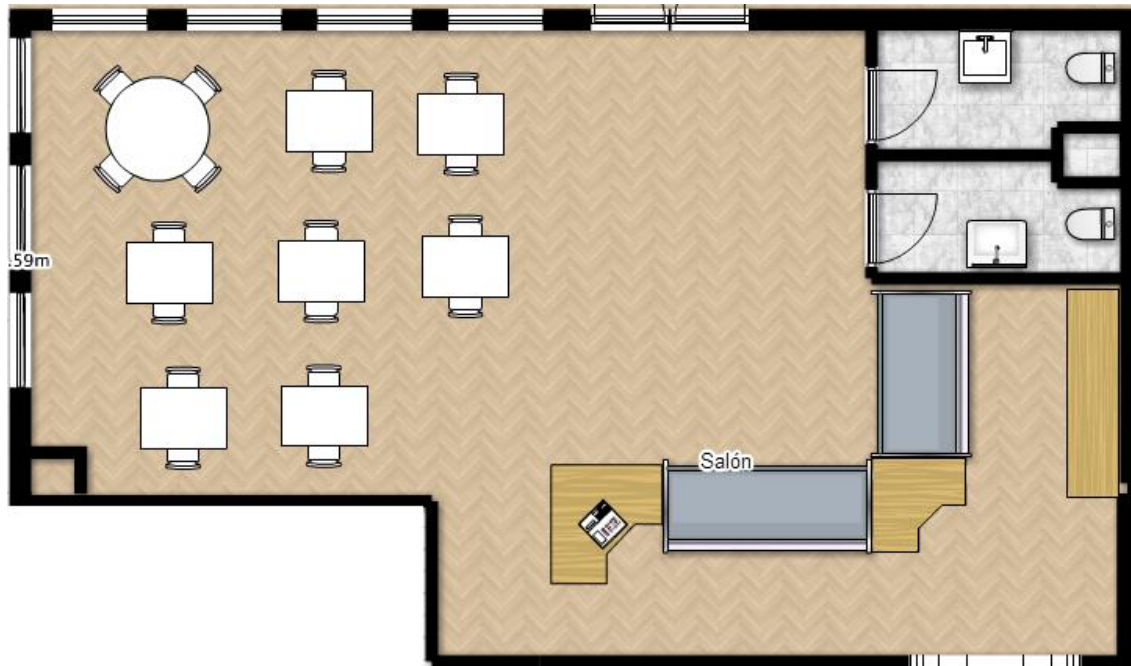


Ilustración 4.23 Plano de la sala. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com

Por lo tanto, este sería el resultado final del local con vistas en tres dimensiones.



Ilustración 4.24 Diseño del local en 3D. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com



Ilustración 4.25 Diseño del local en 3D 2. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com



Ilustración 4.26 Diseño del plano en 3D 3. Elaboración propia. Fuente: floorplanner.com

4.2.6. GASTOS DE STOCK INICIALES, AFORO Y TICKET MEDIO

Para calcular los gastos de stock iniciales hemos sumado todas las materias primas necesarias para realizar todos los platos del primer día. Como vamos a realizar los pedidos semanalmente, multiplicaremos estos gastos por la parte proporcional de raciones que vayamos a producir durante toda la semana. Esto lo explicaremos más tarde. De momento vamos a calcular el gasto de stock del primer día.

Cantidad	Ud. medida	Producto	Precio unitario	Precio total
3,98	l	Aceite oliva suave	2,40 €	9,55 €
0,04	l	Aceite oliva virgen extra	3,00 €	0,12 €
0,39	kg	Aceitunas rellenas	2,81 €	1,10 €
2,5	l	Agua	0,30 €	0,75 €
0,9	kg	Alcachofas	1,25 €	1,13 €
0,5	kg	Alioli	4,50 €	2,25 €
0,5	kg	Arándanos	6,30 €	3,15 €
6,25	kg	Arroz	0,95 €	5,94 €
1,1	kg	Atún	6,00 €	6,60 €
0,05	kg	Avellanas	13,90 €	0,70 €
3	sobres	Azafrán	0,04 €	0,12 €
1,42	kg	Azúcar	1,00 €	1,42 €
0,5	kg	Bacón	4,90 €	2,45 €
2	u	Canela en rama	0,90 €	1,80 €
1,15	kg	Cebolla	0,40 €	0,46 €
0,002	kg	Cebollino	50,00 €	0,10 €
0,9	kg	Champiñones	2,00 €	1,80 €
0,3	kg	Chocolate blanco	4,60 €	1,38 €
0,3	kg	Chocolate con leche	4,60 €	1,38 €
0,3	kg	Chocolate negro	4,60 €	1,38 €
1,5	kg	Conejo	4,00 €	6,00 €
4,6	kg	Costilla de cerdo	4,55 €	20,93 €
10	sobres	Cuajada	0,35 €	3,50 €
0,002	kg	Curry	45,00 €	0,09 €
0,16	kg	Diente de ajo	3,25 €	0,52 €
280	u	Envases	0,05 €	14,00 €
0,8	kg	Galletas	1,24 €	0,99 €
0,200	kg	Gambas	10,00 €	2,00 €
0,3	kg	Garrofón	1,50 €	0,45 €
0,545	kg	Harina	0,55 €	0,30 €
2,5	u	Hoja de roble	0,60 €	1,50 €
5	hojas	Hojaldre	1,00 €	5,00 €

89	u	Huevo	0,16 €	14,24 €
0,6	kg	Judías verdes	1,50 €	0,90 €
3,6	l	Leche	0,50 €	1,80 €
0,25	l	Leche de coco	5,38 €	1,35 €
2,5	u	Lechuga	0,45 €	1,13 €
1	u	Limón	1,00 €	1,00 €
0,5	kg	Magro gallina	2,18 €	1,09 €
1,8	kg	Mahonesa	2,89 €	5,20 €
0,75	kg	Maíz dulce	1,93 €	1,45 €
0,6	kg	Mantequilla	5,00 €	3,00 €
0,75	kg	Manzana	0,80 €	0,60 €
0,25	kg	Membrillo	4,40 €	1,10 €
0,5	kg	Mermelada fresa	2,40 €	1,20 €
1	kg	Miel	4,50 €	4,50 €
0,25	kg	Mouse de foie	8,33 €	2,08 €
2,6	l	Nata	2,50 €	6,50 €
0,005	kg	Orégano	52,15 €	0,26 €
0,4	kg	Pan rallado	0,92 €	0,37 €
9,5	kg	Patatas	0,45 €	4,28 €
0,5	kg	Pera	0,80 €	0,40 €
0,012	kg	Perejil picado	5,50 €	0,07 €
0,028	kg	Pimentón rojo dulce	7,50 €	0,21 €
0,0195	kg	Pimienta	12,25 €	0,24 €
0,6	kg	Pimiento rojo	1,50 €	0,90 €
0,5	kg	Pimiento verde	2,00 €	1,00 €
10,5	kg	Pollo	2,18 €	22,89 €
2	u	Puerro	0,35 €	0,70 €
0,4	kg	Queso fresco untar	3,85 €	1,54 €
2,5	u	Rúcula	1,69 €	4,23 €
0,5	u	Rulo queso de cabra	10,28 €	5,14 €
0,507	kg	Sal	0,21 €	0,11 €
4,2	kg	Solomillo de cerdo	7,80 €	32,76 €
2	kg	Tomate pera	1,00 €	2,00 €
0,625	kg	Tomate raft	2,50 €	1,56 €
1,25	l	Tomate triturado	1,24 €	1,55 €
0,02	u	Vaina vainilla	35,00 €	0,70 €
0,552	l	Vinagre	0,74 €	0,41 €
1,805	kg	Zanahoria	0,60 €	1,08 €
TOTAL PEDIDO				228,36 €

Tabla 4.18 Gastos de stock iniciales (Elaboración propia)

Hemos calculado 280 raciones de diferentes platos de la carta. Esta será una media para calcular el gasto semanal, mensual y anual. Sabemos que todos los días no vendemos las mismas raciones, ya

que hay días que solo abriremos por las mañanas y otros días por la mañana y por la tarde, por lo que he hemos calculado cuantas raciones podemos vender aproximadamente cada día de la semana. Por otra parte calculamos que cada persona puede comprar una media de 2 raciones. Por eso los días que abriremos solo de mañana hemos calculado que podremos vender 280 raciones para 140 personas. Al ser un local para llevar no es necesario que todas las personas vengan a por la comida, sino que una sola persona puede llevarse comida para más gente. Como son familias, grupos de amigos, etc...

Las tablas 4.19 a 4.25 explican, la primera, el número de clientes que podemos estimar que comprarán por día. La siguiente, la tabla 4.20, indica los gastos medios de materia prima que utilizaremos diariamente, y con los que más tarde en la tabla 4.24 calcularemos los gastos mensuales para el plan financiero.

ESTIMACIÓN DE CLIENTES POR DÍA						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Cerrado	140	140	140	250	250	200

Tabla 4.19 Estimación de clientes por día (Elaboración propia)

GASTOS DE MATERIA PRIMA DIARIOS SEGÚN CLIENTES						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Cerrado	228,36	228,36	228,36	407,79	407,79	326,23

Tabla 4.20 Gastos de materia prima diarios según clientes (Elaboración propia)

ESTIMACIÓN TIQUET MEDIO POR PERSONA	6 EUROS
--	---------

INGRESOS SEGÚN EL TIQUET MEDIO Y CLIENTES						
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Cerrado	840	840	840	1500	1500	1200

Tabla 4.21 Ingresos según el tique medio y clientes (Elaboración propia)

Para calcular los gastos e ingresos mensuales hemos realizado en una hoja Excel, diferentes fórmulas. Para ello hemos indicado los datos separando los días martes, miércoles y jueves en el grupo A. Los viernes y sábados en el grupo B y el domingo en el grupo C. Véase las siguientes tablas 4.22.

MARTES	A
MIÉRCOLES	
JUEVES	
VIERNES	B
SÁBADO	
DOMINGO	C

	A	B	C
GASTOS	228,36	407,79	326,23
INGRESOS	840	1500	1200

Tabla 4.22 Grupos según días (Elaboración propia)

Después de separar los días por grupos, vamos a calcular cuántos días laborables hay en el mes para cada grupo. Por ejemplo. En enero hay 13 días que son o martes o miércoles o jueves, 10 días que son viernes o sábados y 4 domingos. Esto nos hace más fácil calcular los gastos e ingresos según los días laborables del mes.

DIAS AL MES	A	B	C
Enero	13	10	4
Febrero	12	8	4
Marzo	13	8	5
Abril	14	8	3
Mayo	12	10	5
Junio	13	8	4
Julio	5	4	2
Agosto	9	6	3
Septiembre	14	8	4
Octubre	13	10	4
Noviembre	12	8	5
Diciembre	15	8	4

Tabla 4.23 Días laborables separados por grupos (Elaboración propia)

En las siguientes tablas, 4.24 y 4.25, podemos ver el cálculo de los gastos e ingresos diferenciados por días, realizados en una hoja Excel. Al final de las tablas, encontramos el total mensual y anual de cada uno de ellos.

GASTOS	A	B	C	TOTALES
Enero	2.968,68	4.077,90	1.304,92	8.351,50
Febrero	2.740,32	3.262,32	1.304,92	7.307,56
Marzo	2.968,68	3.262,32	1.631,15	7.862,15
Abril	3.197,04	3.262,32	978,69	7.438,05
Mayo	2.740,32	4.077,90	1.631,15	8.449,37
Junio	2.968,68	3.262,32	1.304,92	7.535,92
Julio	1.141,80	1.631,16	652,46	3.425,42
Agosto	2.055,24	2.446,74	978,69	5.480,67
Septiembre	3.197,04	3.262,32	1.304,92	7.764,28
Octubre	2.968,68	4.077,90	1.304,92	8.351,50
Noviembre	2.740,32	3.262,32	1.631,15	7.633,79
Diciembre	3.425,40	3.262,32	1.304,92	7.992,64
TOTAL DE GASTOS				87.592,85

Tabla 4.24 Cálculo de gastos anuales (Elaboración propia)

INGRESOS	A	B	C	TOTALES
Enero	10.920	15.000	4.800	30.720
Febrero	10.080	12.000	4.800	26.880
Marzo	10.920	12.000	6.000	28.920
Abril	11.760	12.000	3.600	27.360
Mayo	10.080	15.000	6.000	31.080
Junio	10.920	12.000	4.800	27.720
Julio	4.200	6.000	2.400	12.600
Agosto	7.560	9.000	3.600	20.160
Septiembre	11.760	12.000	4.800	28.560
Octubre	10.920	15.000	4.800	30.720
Noviembre	10.080	12.000	6.000	28.080
Diciembre	12.600	12.000	4.800	29.400
TOTAL DE INGRESOS				322.200

Tabla 4.25 Cálculo de ingresos anuales (Elaboración propia)

4.3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.3.1. PUESTOS DE TRABAJO Y ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Puesto que se trata de un local de comida para llevar, los empleados que necesitaremos en un principio son los siguientes, y realizan las funciones que a continuación se describen. (En función de la marcha del restaurante, se evaluará la posibilidad de aumentar la plantilla o prescindir de alguno de los trabajadores).

- Gerente (en este caso será la autora del proyecto)
- Jefe de cocina
- Ayudante de cocina
- Dependiente
- Limpieza

Las funciones de estos se desarrollan en las siguientes tablas. Véase las tablas 4.26 a 4.29.

- NOMBRE DEL PUESTO: JEFE DE COCINA
<p>IDENTIFICACION DEL PUESTO Persona de la que depende: Gerente Dependen de él: Ayudante de cocina Nº de empleados: 4</p>
<p>DESCRIPCION DEL TRABAJO Puesto de trabajo: Cocina Actividad a realizar: Encargado de la realización de las comidas, realización de la hoja de pedido, del personal subordinado cuando lo haya. Resultado: que la comida sea de muy buena calidad, sabrosa y que los clientes vuelvan a mi local siempre que lo necesiten.</p>
<p>OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES Llevar a cabo la <i>mise en place</i>: organizarse el trabajo, pre elaborar los platos necesarios. Tener preparados todos los platos para la apertura del local. Durante el servicio: Ordenar el almacén diariamente así como las cámaras.</p>

Pre elaborar si es necesario para el día siguiente. Estar atento a posibles pedidos en el momento del servicio.
Después del servicio: dejar toda la cocina recogida para que sea la persona encargada de la limpieza quien termine de limpiar todo.

Tabla 4.26 Funciones del jefe de cocina (Elaboración propia)

- NOMBRE DEL PUESTO: AYUDANTE DE COCINA
<p>IDENTIFICACION DEL PUESTO Persona de la que depende: jefe de cocina Dependen de él: ----- Nº de empleados: 4</p>
<p>DESCRIPCION DEL TRABAJO Puesto de trabajo: Cocina Actividad a realizar: Ayudará al cocinero en sus funciones Resultado: que la comida sea de muy buena calidad, sabrosa y que los clientes vuelvan a mi local siempre que lo necesiten.</p>
<p>OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES Llevar a cabo la <i>mise en place</i>: ayudar al jefe de cocina a pre elaborar los platos necesarios. Tener preparados todos los platos para la apertura del local. Durante el servicio: Ordenar el almacén diariamente así como las cámaras. Pre elaborar si es necesario para el día siguiente. Estar atento a posibles pedidos en el momento del servicio. Después del servicio: dejar toda la cocina recogida para que sea la persona encargada de la limpieza quien termine de limpiar todo.</p>

Tabla 4.27 Funciones del ayudante de cocina (Elaboración propia)

NOMBRE DEL PUESTO: DEPENDIENTE
<p>IDENTIFICACION DEL PUESTO Persona de la que depende: Gerente Dependen de él: ----- Nº de empleados: 4</p>
<p>DESCRIPCION DEL TRABAJO Puesto de trabajo: Local de cara al cliente Actividad a realizar: Encargado de la atención al cliente. Resultado: Servir la comida en los recipientes apropiados, si es necesario, y atender a los clientes desde que entran hasta que se van.</p>
<p>OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES Llevar a cabo la <i>mise en place</i>: Reordenar el local, rellenando las cámaras que se encuentren vacías o a medias. Encender la máquina de cobro, y controlar que hay suficientes envases preparados para la hora del servicio. Durante el servicio: atender a los clientes en el pedido, y cobro. Después del servicio: Dejar todo ordenado y limpio, dejando a poder ser preparado todo lo posible para el día siguiente.</p>

Tabla 4.28 Funciones del dependiente (Elaboración propia)

NOMBRE DEL PUESTO: LIMPIEZA
<p>IDENTIFICACION DEL PUESTO Persona de la que depende: Gerente Dependen de él: ----- Nº de empleados: 4</p>

DESCRIPCION DEL TRABAJO

Puesto de trabajo: Todo el local

Actividad a realizar: Se encarga de fregar tanto los útiles utilizados en la cocina como la limpieza de esta y del local comercial.

Resultado: que este todo correctamente limpio y desinfectado al final de cada jornada laboral.

OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES

Después del servicio: Fregar los útiles de la cocina que estén sucios. Limpiar suelos, maquinaria y cámaras cuando lo indique el superior. Se encargara también de sacar la basura al finalizar el trabajo diario.

Tabla 4.29 Funciones personal de la limpieza (Elaboración propia)

El organigrama, y puestos de trabajo, de nuestra empresa lo podemos ver en la ilustración 4.27.

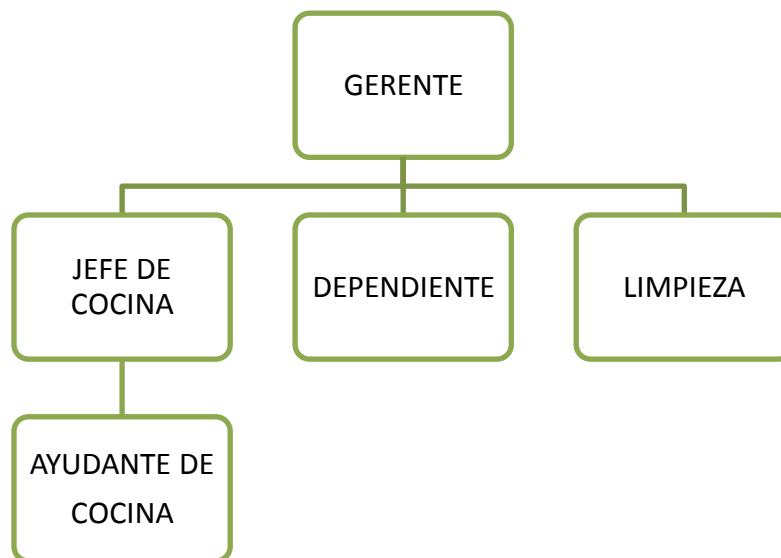


Ilustración 4.27 Organigrama y puestos de trabajo de la empresa (Elaboración propia)

Según su forma el organigrama de nuestra empresa es vertical. Las unidades se despliegan de arriba hacia abajo y el titular se ubica en el extremo superior y las jerarquías se despliegan de manera escalonada.

Según su contenido es de personal, ya que en cada unidad organizativa anotamos el nombre de la persona, al cual dirigirse en cualquier momento. En este caso todavía no está la plantilla fija, por lo que indicamos el puesto de trabajo. En el momento que esto cambie serán los nombres de los empleados y sus fotos los que pasaran a formar parte del organigrama al lado de cada puesto.

Y según su fin perseguido sería de análisis, donde se comprenden las unidades organizativas que incluye la empresa desde el gerente hasta el ayudante.

- Conocimientos técnicos requeridos

Nuestros trabajadores deben cumplir unos requisitos para poder trabajar en nuestra empresa.

Como explicamos en el apartado 3.1. Análisis interno, ya describimos las cualidades que debe tener la gerente.

El jefe de cocina debe tener las cualidades de un líder, ya que dirige a una persona y se encarga del resultado final del producto. Debe organizar, motivar y guiar a los empleados, para que estos rindan al máximo. Se valorara positivamente el saber trabajar en grupo, ya que son muchas las horas en las que los empleados estarán juntos.

El dependiente debe tener don de gentes y ser amable, para que los clientes reconozcan la profesionalidad y calidad del servicio que ofrecemos. También deben ser comunicativos, serviciales, y trabajar con alegría de cara a los clientes. Y por lo tanto deben saber resolver cualquier situación inesperada eficazmente.

Y por último la persona que se encarga de la limpieza del local debe realizar su trabajo de manera adecuada, ya que debemos ofrecer una imagen adecuada e impoluta de nuestro local.

A todos ellos se les exigirán las condiciones de puntualidad, competencia y el saber seguir las ordenes de sus superiores en cualquiera de los casos.

4.3.2. PLAN DE CONTRATACIÓN

Para cada uno de nuestros trabajadores se ha diseñado un horario personalizado, en el cual se indican las horas que debe realizar cada día. Empezando por el cocinero, como podemos observar en la tabla 4.30, este dispone de una jornada completa de 40 horas semanales, al igual que el dependiente, véase tabla 4.32. Como ayuda al cocinero, se dispone de una persona a media jornada, como vemos en la tabla 4.31. Y para finalizar, la persona que se encarga de la limpieza vendrá de apoyo solo 10 horas semanales, repartidas de la forma que podemos ver en la tabla 4.33.

JORNADA DE TRABAJO

COCINERO

Día semana	Entrada	Salida	Entrada	Salida	Horas normales
Martes	7:30	14:30	L	L	7
Miércoles	L	L	L	L	L
Jueves	8:30	15:30	L	L	7
Viernes	8:00	13:00	17:00	21:00	9
Sábado	8:00	13:00	17:00	21:00	9
Domingo	8:00	13:00	17:00	20:00	8
TOTALES SEMANALES					40

Tabla 4.30 Jornada de trabajo del cocinero (Elaboración propia)

AYUDANTE DE COCINA

Día semana	Entrada	Salida	Entrada	Salida	Horas normales
Martes	11:30	14:30	L	L	3
Miércoles	8.30	13:30	L	L	5
Jueves	L	L	L	L	L
Viernes	10:00	12:00	18:00	21:00	5
Sábado	10:00	12:00	18:00	21:00	5
Domingo	10:00	12:00	L	L	2
TOTALES SEMANALES					20

Tabla 4.31 Jornada de trabajo del ayudante de cocina (Elaboración propia)

DEPENDIENTE

Día semana	Entrada	Salida	Entrada	Salida	Horas normales
Martes	11:00	16:00	L	L	5
Miércoles	11:00	16:00	L	L	5
Jueves	11.00	16:00	L	L	5
Viernes	12:30	16:00	19:00	23:30	8
Sábado	12:30	16:00	19:00	00:30	9
Domingo	12:30	16:00	19:00	23:30	8
TOTALES SEMANALES					40

Tabla 4.32 Jornada de trabajo del dependiente (Elaboración propia)

LIMPIEZA

Día semana	Entrada	Salida	Entrada	Salida	Horas normales
Martes	15:00	16:00			1
Miércoles	15:00	16:00			1
Jueves	14:00	16:00			2
Viernes			22:00	00:00	2
Sábado			22:00	00:00	2
Domingo			22:00	00:00	2
TOTALES SEMANALES					10

Tabla 4.33 Jornada de trabajo de la persona encargada de la limpieza (Elaboración propia)

TIPOS DE CONTRATO

Por el momento el contrato de todos los trabajadores será temporal. De este modo probaremos a cada uno de ellos y si hay alguno que no cumpla con los requisitos que nuestra empresa pide, podemos prescindir de él y contratar a otra persona.

El primer contrato será el del jefe de cocina y el del dependiente. Este será a jornada completa. El periodo de prueba de ambos será de 1 mes y la duración del contrato será de 6 meses, prorrogándose otros 6 meses y siendo indefinido después de estos periodos.

El contrato del ayudante de cocina será a temporal a tiempo parcial, siendo su jornada de 20 horas semanales. También contará con un periodo de prueba de un mes, y la duración del contrato será de 6 meses, prorrogándose otros 6 más y siendo indefinido después de estos periodos.

El mismo caso que el anterior será para la persona de la limpieza, aunque esta realizará solo 10 horas semanales. Y los periodos de prueba y la duración del contrato serán igual a los anteriores.

EL SALARIO

El salario de nuestros trabajadores corresponderá al indicado en el convenio colectivo de trabajo para el sector de las industrias de la hostelería de la provincia de Castellón (Código de Convenio 1200225). En la actualidad no está vigente, por lo cual podríamos acogernos al estatuto de los trabajadores para calcularlo. Pero hemos

decidido acogernos al convenio ya que si hubiese un acuerdo y lo aprobaran, la empresa debería pagar los retrasos de salario, y así evitamos el riesgo de calcular mal los gastos de personal.

COSTE DEL PERSONAL

En el coste de personal vamos a calcular el gasto mensual de todos nuestros trabajadores. La tabla 4.34 es el resumen realizado en una hoja Excel de cada uno de los trabajadores incluyendo al gerente.

RESUMEN DE NÓMINAS CONTABLE Y DE COSTES (MES)						
ENERO 2015						
		40 HORAS	20 HORAS	40 HORAS	10 HORAS	
EMPLEADO	AUTONOMO	JEFE COCINA	AYUD COCINA	CAMARERO	LIMPIEZA	
NOMBRE						
PRIMER APELL						
SEGUNDO APELL						
FECHA ALTA						TOTAL
						EMPRESA
SALARIO BASE	1.100,00	1.084,65	512,35	1.051,29	250,11	3.998,40
P.P. EXTRAS	275,00	271,16	128,09	262,82	62,53	999,60
TOTAL DEVENGADO	1.375,00	1.355,81	640,44	1.314,11	312,64	4.998,00 BRUTO
ANTICIPO	53,07					53,07 AUTÓNOMO
DTO.C.COM		63,72	30,10	61,76	14,69	170,28 SS TRABAJADOR
DOT.ACC.		23,05	10,89	22,34	5,31	61,59 SS TRABAJADOR
RETEN.IRPF	151,25	135,58	12,81	144,55	6,25	450,45 HACIENDA
TOTAL RETENCION	204,32	222,35	53,80	228,66	26,26	735,39
TOTAL LIQUIDO	1.170,68	1.133,46	586,64	1.085,46	286,38	4.262,61 NOMINA LIMPIO
COSTE S.S.EMPR		421,66	199,18	408,69	97,23	1.126,75 31,1 SS
COSTE H.E.EMPR						
COSTE ACC.EMPR		16,95	8,01	16,43	3,91	45,29 1,25 SEGÚN CNAE SS
TOTAL COSTE S.S.		438,61	207,18	425,12	101,14	1.172,04 SS EMPRESA
TOTAL	1.375,00	1.794,42	847,62	1.739,23	413,78	6.170,04 COSTE TOTAL TRABAJADORES
BASE ÚNICA		1.355,81	640,44	1.314,11	312,64	3.623,00
BASE ACCIDENTE		1.355,81	640,44	1.314,11	312,64	3.623,00

Tabla 4.34 Coste total del personal (Elaboración propia en base a apuntes de la profesora Asunción Molés, asignatura Recursos humanos y dirección de equipos en restauración)

4.3.3. PLAN DE EXTERNALIZACIÓN DE FUNCIONES

En este caso, nuestra empresa, por el momento, no contratará ningún consultor externo, ya que es una pequeña empresa y por el momento la gerente se podrá hacer cargo de todo lo que a gestión se refiere.

En el momento que nuestra empresa pudiera extenderse, estudiaríamos la posibilidad de contratar los servicios en temas jurídicos, comerciales, tecnológicos, o los que fuesen necesarios para ampliar o gestionar correctamente esta.

4.3.4. MANUAL DE BIENVENIDA

El manual de bienvenida, es aquel que contiene la información necesaria para que los nuevos empleados deban saber acerca de la empresa para poder desarrollar el trabajo correctamente. Este plan orienta a los nuevos empleados y sirve de guía por si algún empleado de siempre de la empresa lo utilice de referencia en el caso de duda.

En él podemos encontrar la siguiente información:

- Mensaje de bienvenida
- Información sobre la empresa
- Métodos de trabajo
- Cultura de la empresa: Misión, visión y evolución
- Organización Básica del negocio
- Horario de Trabajo
- Sistemas de control de asistencia
- Vacaciones
- Permisos retribuidos
- Calendario laboral
- Riesgos laborales
- Normativa de la empresa
- Documentación adjunta

Al final del TFC se adjunta el anexo 1 con el manual de bienvenida de nuestra empresa. Basado en apuntes de la profesora Asunción Molés, asignatura Recursos humanos y dirección de equipos en restauración

4.3.5. PLAN DE FORMACIÓN

Este manual es otro manual que entrega la empresa a los nuevos empleados, donde se detalla la formación que van a recibir en nuestra empresa o por empresas externas, para llevar a cabo el trabajo de manera correcta.

Así como el manual anterior, al final del TFC se adjunta el anexo 2 que hace referencia al plan de formación. Basado en apuntes de la profesora Asunción Molés, asignatura Recursos humanos y dirección de equipos en restauración

4.4. PLAN DE CALIDAD

Basado en apuntes del profesor Miguel Ángel Torres, en la asignatura de planificación y dirección de eventos 2º curso del ciclo superior de dirección en servicios de restauración.

4.4.1. INTRODUCCIÓN

El presente Plan de Calidad describe el conjunto de acciones que se deben afrontar para la mejora de la calidad de la empresa “Com de casa”, teniendo como objetivos principales el aumento de la satisfacción del cliente y el cumplimiento de los requisitos reglamentarios.

Los planes de calidad se conciben con el fin de proporcionar una herramienta eficaz que permita aumentar la satisfacción del cliente mediante la mejora continua de la gestión de los procesos internos. Para lograr este objetivo se definen una serie de cláusulas cuyo cumplimiento por parte de la empresa traerá consigo una mejora de la calidad en los procesos, con la finalidad de ofrecer productos y servicios de alto valor añadido para el cliente.

La implantación del presente plan de calidad supone un paso hacia la implantación de sistemas de gestión de la calidad más completos (sobre todo a nivel documental) y está en línea con la Norma Internacional UNE-EN ISO 9001: 2000.

4.4.2. OBJETO

El objeto del presente plan es establecer las acciones a realizar para la mejora continua de la calidad. Asimismo, el plan proporciona un punto de referencia hacia el que evolucionar en materia de calidad.

Los objetivos del presente plan son:

- Asegurar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus expectativas y necesidades.
- Orientar a los trabajadores en la gestión de los procesos internos y fomentar su desarrollo en materia de calidad.
- Definir los mínimos de calidad exigibles.

4.4.3. REQUISITOS LEGALES:

a) Tener al corriente los impuestos relativos a los trabajadores IRPF y Seguridad Social. Cumplir las obligaciones fiscales respecto a los empleados.

b) Tener al corriente el IAE y el Impuesto de Sociedades.

c) Tener la licencia de apertura y todos los permisos a nivel nacional o local que le sean de aplicación.

d) Tener vigente la inscripción en el Registro General Sanitario.

e) Cumplir la normativa básica:

- Reglamento (CE) nº 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la higiene de los productos alimenticios y

- Reglamento (CE) 178/2002, de 28 de Enero de 2002, del Parlamento Europeo y del Consejo, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria.

f) Cumplir la normativa específica aplicable al sector. Disponer de dicha normativa, además de un mecanismo eficaz para actualizarla y transmitir las exigencias a las personas afectadas dentro de la organización.

Seguridad e Higiene

a) Cumplir con la Ley de Prevención de Riesgos Laborales. Plan de Calidad. Sector Restauración, Bares, Cafeterías y Hostelería

b) Se debe garantizar la seguridad de los empleados y de los clientes, y en general se debe cumplir la normativa vigente en materia de prevención de riesgos laborales.

c) Se debe prestar una especial atención a las instalaciones que pueden presentar un riesgo mayor como aparatos a presión, instalaciones eléctricas, etc., y asegurar que cumplen los requisitos legales de protección y seguridad.

d) Debe existir un plan de evacuación en caso de emergencia.

e) La organización debe disponer de un listado de los números de teléfono de emergencia a disposición de todos los trabajadores.

f) El establecimiento debe estar equipado con todo lo necesario en materia de seguridad de las instalaciones (salidas de emergencia, extinción de incendios, señalización, protección, etc.). Se debe definir un plan específico de mantenimiento preventivo de los equipos de seguridad y mantener registros físicos de su cumplimiento.

g) El establecimiento debe contar con un botiquín de primeros auxilios y tener prevista una rápida evacuación al centro sanitario más próximo en caso de producirse alguna emergencia médica.

h) El propietario debe suscribir seguros de responsabilidad civil y de responsabilidad de alimentos.

Ambientales

a) La Dirección del establecimiento debe definir un plan de buenas prácticas dentro del cual se debe incluir toda aquella normativa ambiental que le sea de aplicación.

b) La organización debe cumplir en la medida de lo posible la normativa ambiental referente a mercancías y residuos tóxicos y peligrosos y envases que le sea aplicable.

c) La organización debe cumplir en la medida de lo posible la normativa referente a residuos asimilables a urbanos que le sea aplicable.

4.4.4. PROTECCIÓN DE DATOS

Con respecto a los ficheros de datos de carácter personal, la organización debe adoptar las medidas de seguridad exigibles (nivel básico, medio o alto) que garanticen la seguridad de los mismos y eviten su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado.

4.4.5. DIRECCIÓN Y RECURSOS HUMANOS

Responsabilidad de la Dirección

La dirección de la organización tiene la responsabilidad de crear una cultura basada en la calidad de los productos y servicios que suministra. Para ello debe:

a) Redactar una política de calidad, darla a conocer a todos los miembros de la organización y fijar unos objetivos en materia de calidad.

b) Asegurar la disponibilidad de los recursos, tanto humanos como técnicos, para el cumplimiento de las acciones del presente plan.

c) Comunicar las necesidades y expectativas de los clientes a todas las personas de la organización y controlar que sean entendidas.

d) Proporcionar al personal de la organización la formación necesaria para asegurar que las necesidades y expectativas de los clientes son satisfechas.

- e) Establecer los mecanismos de control necesarios para verificar que las acciones del presente plan son llevadas a cabo de forma adecuada.
- f) Definir y comunicar el organigrama de la organización, aprobado por la dirección.
- g) Conocer, recopilar, controlar, actualizar y cumplir estrictamente toda la normativa, legislación y Ordenanzas.

Recursos Humanos

La organización debe asegurar una gestión adecuada de los recursos humanos basada en la formación del personal y el compromiso con la calidad. En concreto la organización debe realizar las siguientes acciones:

- a) Definir y comunicar las responsabilidades y autoridades de cada persona.
- b) Definir los requisitos mínimos de formación de los responsables de la organización. Mantener registros que acrediten el cumplimiento de dichos requisitos.
- c) Detectar y documentar las necesidades formativas del personal y proporcionarle la formación adecuada para asegurar la capacidad operativa y técnica de la organización.
- d) Asegurar la formación de los empleados en materia de calidad según la Convocatoria de Planes de Formación para trabajadores y empresarios de Pymes
- e) Mantener registros de las acciones formativas realizadas por las personas de la organización (certificados de asistencia, aprovechamiento, etc.).
- f) Evaluar las acciones formativas que se realicen para determinar su eficacia.

4.4.6. INFRAESTRUCTURA

La organización debe proporcionar y mantener las instalaciones necesarias para asegurar la calidad en el suministro de sus productos y servicios. En concreto se deben asegurar los siguientes puntos:

Instalaciones de Trabajo ***Requisitos Comunes***

- a) En la entrada del establecimiento debe aparecer en un lugar visible el nombre del restaurante, información sobre los horarios de apertura y las distintas formas de pago, si las hubiera.
- b) En los accesos no debe haber barreras físicas, para facilitar el acceso a los minusválidos.

Sanitarios

- a) El número y amplitud de los aseos del local debe ser suficiente en relación a la capacidad del restaurante.
- b) Las instalaciones de los aseos deben estar en buen estado de uso y conservación y con una decoración armoniosa.
- c) Los aseos deben disponer de algún sistema de ventilación eficaz, ya sea interior o exterior.
- d) Los aseos no deben tener barreras físicas que impidan o dificulten el acceso de los minusválidos.
- e) Así mismo, los cuartos de baño deben disponer de agua caliente

Cocina

- a) Las instalaciones de la cocina deben estar en perfecto estado de uso y conservación.
- b) Las instalaciones deben estar diseñadas para que se cumplan los requisitos que dicta la correcta manipulación de alimentos incluida la prevención de la contaminación cruzada (la que se produce al poner en contacto diferentes tipos de alimentos o alimentos en distintos estados de preparación).
- c) En general las instalaciones deben cumplir la reglamentación técnico-sanitaria vigente para el sector.
- d) Las instalaciones deben quedar a disposición de cualquier inspección que las autoridades sanitarias realicen. Se deben guardar los certificados de las mismas.

Barra

- a) La barra debe estar en buen estado de uso y conservación.
- b) Debe ser fácil su limpieza y desinfección.

c) Debe poseer zonas diferenciadas para colocar los alimentos y bebidas, la vajilla, el menaje y otros (como productos de limpieza, caja registradora, etc.) que en ningún caso deben mezclarse.

Sala

a) Las instalaciones y el mobiliario de la zona de estancia del cliente, deben estar en buen estado de uso y conservación y tener una decoración armoniosa.

b) Las mesas se deben colocar de una forma ordenada, de forma que se aproveche el máximo espacio posible pero sin estrecheces.

c) La distribución del mobiliario de la sala debe permitir la cómoda movilidad de los camareros y clientes.

Otras instalaciones

Cualquier otra instalación que posea el restaurante (terraza, jardines, zona de recepción, etc.) queda incluida en el plan de calidad, por lo que debe estar a la altura del resto de las instalaciones en cuanto a estado de uso, conservación, limpieza, etc.

4.4.7. EQUIPAMIENTO

Sanitarios

a) El aseo debe estar equipado como mínimo con lavabo e inodoro.

b) La iluminación del aseo debe ser adecuada y suficiente.

c) Debe poseer colgador para papel higiénico con papel suficiente, espejo, papelería, escobilla, dosificador de jabón y un sistema para secarse las manos. En el aseo femenino es recomendable la existencia de contenedores higiénicos y maquinaria con material higiénico personal.

Cocina

a) La zona destinada a la manipulación y preparación de alimentos debe tener una iluminación adecuada y suficiente.

b) En la zona de preparación de alimentos calientes se debe asegurar un correcto sistema de ventilación y extracción de humos.

- c) Debe existir un sistema que permita mantener los platos que están a la espera de ser servidos a la temperatura adecuada, ya sea caliente o fría.
- d) Se debe disponer de un lavavajillas que asegure que el menaje se lava con agua a la temperatura necesaria para una correcta desinfección.
- e) La cocina debe estar equipada con todo el utillaje de cocina que se considere necesario, el cual debe cumplir las normas de la correcta manipulación de alimentos (no utilizar madera, etc.).
- f) Los grifos deben tener un sistema de accionamiento no manual para evitar el contacto con las manos. Asimismo, debe haber un dosificador de jabón bactericida para el lavado y desinfección de las manos.
- g) En general la cocina debe estar equipada con todo lo necesario para cumplir la normativa sanitaria vigente.

Sala

- a) Debe existir un sistema de climatización que asegure la temperatura adecuada en la sala en cada época del año.
- b) La sala debe poseer una iluminación adecuada y suficiente.
- c) La mantelería y el menaje se deben colocar en mobiliario cerrado y limpio. Este mobiliario se debe colocar en un lugar que no moleste a los comensales.
- d) La mantelería y el menaje deben ser suficientes para que se cubran sobradamente las necesidades del local en momentos de máxima ocupación.
- e) La mantelería y el menaje deben estar en buen estado de conservación y uso.
- f) En el caso de poseer música ambiente, ésta debe ser suave y colocarse a un volumen no molesto.
- g) Se debe disponer de algún sistema para colgar la ropa de abrigo (perchas, ganchos, etc.).

Otros equipamientos

El resto de las instalaciones (terraza, recepción, jardines, etc.) deben tener el equipamiento necesario para satisfacer las necesidades de los clientes y estar en buen estado de conservación y uso.

4.4.8. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

La organización es responsable de la correcta limpieza y mantenimiento del establecimiento de tal manera que cumpla con las expectativas del cliente y con la normativa vigente en cuanto a higiene de los alimentos e instalaciones.

Mantenimiento

- a) Debe existir un plan de mantenimiento que garantice el correcto funcionamiento de los equipos existentes en las instalaciones. Se debe llevar un registro por escrito de todas las operaciones de mantenimiento y conservación.
- b) Se considera además obligatorio el cumplimiento de los reglamentos aplicables a las instalaciones del establecimiento, tales como inspecciones y revisiones de instalaciones eléctricas, de gas, etc.
- c) Todos los elementos de equipamiento deben estar en buen estado de uso y conservación, reparando o sustituyendo cualquiera que esté defectuoso.
- d) Si durante el uso diario de alguna instalación se observa alguna anomalía, se debe dar aviso a la persona responsable.
- e) Cualquier anomalía de la que informe un cliente, debe ser solucionada de inmediato.
- f) Las instalaciones tales como sistemas de calefacción, aire acondicionado, cámaras frigoríficas y de congelación, sistemas de emergencia y contra incendios, etc., deben ser sometidas a las revisiones previstas por sus fabricantes o instaladores, o en su caso a las establecidas por un especialista.
- g) Todas las instalaciones exteriores tales como terrazas, etc. deben igualmente quedar sometidas a mantenimiento

Limpieza

a) Debe existir un lugar especialmente designado para el almacenamiento de útiles y productos de limpieza, con las siguientes características:

- Limpio y ordenado.
- Cerrado, especialmente si contiene productos tóxicos.
- Los productos de limpieza deben llevar etiquetas que los identifiquen y no deben ser trasvasados a otros envases no originales.

b) Debe existir un plan de desratización, desinsectación y desinfección (DDD) acorde con la normativa vigente así como un cartel que lo indique.

c) Todos los empleados deben tener el certificado de manipulador de alimentos y conocer la normativa referente a limpieza y desinfección de este tipo de establecimientos.

Limpieza de la Cocina y/o Barra

a) El área destinada a la preparación de alimentos debe estar perfectamente limpia y ordenada.

b) Debe haber un plan de limpieza y desinfección que contemple la frecuencia con la que se deben limpiar suelos y superficies de trabajo, paredes, techos, equipos de extracción de humos y en general todos los equipos y herramientas usadas durante la preparación y servicio de los platos.

c) Se deben cumplir, en todo momento, las instrucciones sobre limpieza de la zona de preparación de los alimentos, incluidas en la reglamentación de higiene.

Limpieza de la Zona de Almacenamiento

a) El área destinada al almacenamiento de alimentos debe estar perfectamente limpia y ordenada.

b) Se debe elaborar un plan de limpieza que contemple la frecuencia de limpieza y desinfección de suelos, paredes, techos, etc., incluyendo cámaras, neveras y arcones de congelación.

c) Se deben cumplir en todo momento las instrucciones sobre limpieza de la zona de almacenaje de los alimentos incluidos en la reglamentación de higiene.

Limpieza de la Sala

a) La zona del restaurante destinada a la estancia del cliente, debe estar perfectamente limpia y ordenada.

b) La sala se debe limpiar al menos una vez antes del inicio de cada servicio (comida y cena). Todas las mesas deben estar perfectamente montadas antes de la entrada de los clientes.

c) Se debe garantizar un mantenimiento del estado de limpieza durante todo el servicio, especialmente la nueva preparación de las mesas que hayan sido recientemente ocupadas.

d) Se debe asegurar una adecuada ventilación de la sala, ya sea de forma natural o forzada.

Limpieza de Sanitarios

a) Se debe realizar obligatoriamente una limpieza y desinfección antes del inicio de cada jornada.

b) Se debe garantizar un mantenimiento del estado de limpieza del aseo durante todo el día.

c) Se deben disponer de los suficientes productos de reposición (jabón, papel higiénico, etc.) durante todo el día.

Zona de Depósito de Basura

a) Los cubos o depósitos de basura existentes deben llevar bolsa y tapa, se deben vaciar todas las veces que sea necesario y como mínimo una vez al día.

b) Todos los cubos o depósitos de basura deben ser periódicamente lavados y desinfectados.

c) Los contenedores de acumulación de basuras se deben colocar en una zona aislada para evitar los malos olores y el contacto con los alimentos.

d) Se deben seguir todas las disposiciones al respecto contempladas en la normativa correspondiente.

Lavandería y Mantelería

a) Toda la mantelería y uniformes deben estar en perfecto estado de limpieza y uso.

Si existe alguna mancha o rotura, se debe sustituir la prenda por otra nueva.

b) La mantelería se debe cambiar después de cada uso y los uniformes de cocina una vez al día como mínimo, o con más frecuencia si hay signos evidentes de suciedad.

Otras instalaciones

El resto de las instalaciones como terrazas, jardines, etc. también deben incluirse en los planes de limpieza y desinfección.

4.4.9. REALIZACIÓN DEL PRODUCTO/ PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Información y Publicidad

a) El establecimiento debe disponer de información escrita a disposición del cliente con todos los servicios de los que dispone: organización de comidas especiales, menús, etc. Esta información debe estar en la carta al servicio del cliente.

b) La información que aparece en la carta debe ser lo más completa posible, incluyendo los ingredientes de los platos, una breve descripción y los precios.

c) En el caso de editar catálogos publicitarios, anuncios, etc., la información reflejada debe ser un fiel reflejo de la realidad, no crear falsas expectativas al cliente y ser actualizada periódicamente.

d) En el caso de que existan diferentes tarifas en función del consumo o del servicio en mesa o barra, éstas no deben modificar la calidad del servicio ofrecido, y deben ponerse en conocimiento del cliente antes de que realice el pedido.

Reserva

a) El establecimiento debe tener un sistema de gestión de reservas que garantice la disponibilidad de una mesa el día y hora solicitada por el cliente. Se debe informar mediante un cartel sobre la mesa de que está reservada.

Pago y Facturación

- a) Se deben emitir facturas y tickets que detallen de forma desglosada todos los conceptos relacionados con los productos y servicios suministrados por el establecimiento.
- b) Se debe ofrecer al cliente varias formas de pago además de efectivo.

Atención al Cliente

La organización debe asegurar que se satisfacen las expectativas del cliente en lo relativo a la atención y trato personal. En concreto se deben satisfacer los siguientes puntos:

4.4.10. REQUISITOS COMUNES

- a) Los trabajadores deben de mantener una presencia personal adecuada, siendo obligatorio el uso de uniforme para todos los empleados. El personal de cocina debe llevar también gorro, que junto con el uniforme se debe mantener perfectamente limpio según la normativa de manipulación de alimentos.
- b) Es recomendable que el personal que atiende al público disponga de una identificación visible con su nombre.
- c) El trato del personal de la organización con el cliente debe ser cordial y amable en todos los casos. La dirección debe contemplar la atención y el trato al cliente en la política de calidad.
- d) El personal debe asesorar fielmente al cliente sobre todo lo que éste necesite o quiera saber. Para ello, se debe asegurar el conocimiento por parte del personal de los productos y servicios suministrados por la organización.
- e) Se debe asegurar la capacidad del personal para atender al cliente de acuerdo con sus expectativas (rapidez y atención).
- f) En el recibimiento y acomodo del cliente y durante todo el tiempo del servicio, se debe actuar con cortesía y diligencia y se debe estar atento a todas sus indicaciones para atenderle lo más rápidamente posible.
- g) La dirección del establecimiento debe ser accesible al cliente en caso de que éste lo requiera.

h) La atención al cliente se debe realizar por igual a todos los clientes, sin preferencias ni discriminaciones.

i) La organización debe poner a disposición del cliente las hojas de reclamaciones, así como un cartel de información que así lo indique. Si el cliente no hace uso de las hojas oficiales, la organización debe documentar las reclamaciones y atenderlas de forma rápida y eficaz.

j) Se deben documentar las acciones correctoras emprendidas ante las reclamaciones y hacer un seguimiento de las mismas para determinar su eficacia.

4.4.11. COMPRAS. ALMACENAMIENTO

Aprovisionamiento

a) Se debe realizar una evaluación continua de los proveedores mediante registros físicos de las incidencias en las que incurran.

b) Se debe documentar, en los casos necesarios, los requisitos mínimos para la aceptación del producto así como las condiciones especiales de transporte y almacenamiento (para perecederos, congelados, etc.).

c) Los alimentos deben llevar su registro sanitario (R.S.I.) o cualquier otro certificado que sea necesario para garantizar su salubridad.

d) Debe existir al menos una persona nombrada por la dirección (que puede ser ella misma) que tenga entre sus funciones la gestión del aprovisionamiento y la autorización de las compras.

e) Se deben guardar los documentos o tickets de compra durante un plazo razonable de tiempo.

Recepción

a) Se debe llevar un especial cuidado en los controles de recepción de los productos alimenticios, dadas sus especiales características, comprobándose la temperatura de transporte cuando sea necesario, la fecha de caducidad, etc.

b) En el caso de tener que realizar la recepción de las mercancías por la zona de uso de los clientes, se debe planificar la entrega para que se realice en la hora que menos moleste.

c) Se deben gestionar adecuadamente los alimentos y bebidas que no superen los controles de recepción para evitar su consumo accidental.

d) En los casos que sea necesario, de debe controlar y registrar la trazabilidad y procedencia de los productos.

Almacenamiento

a) Se deben designar diferentes zonas de almacenamiento debidamente señalizadas según el producto a almacenar. Como mínimo deben existir cuatro zonas diferenciadas:

- Cámaras frigoríficas (subdivididas en varias según el alimento: pescados, carnes, alimentos cocinados, etc. como prescribe la normativa vigente).

- Cámaras de congelación (subdivididas en varias según el alimento: pescados, carnes, etc. como prescribe la normativa vigente)

- Almacén de alimentos no perecederos y bebidas.

- Almacén de productos de limpieza.

b) Cada una de estas zonas debe garantizar las condiciones de temperatura, humedad, ventilación, etc. que refleje la normativa correspondiente.

c) Se debe controlar, en la medida de lo posible, el stock de los alimentos para disponer siempre de todo lo necesario.

d) Se debe hacer un seguimiento de los productos almacenados para evitar que lleguen al cliente aquellos que puedan estar en mal estado o que hayan sobrepasado su fecha de caducidad.

e) Se deben gestionar adecuadamente los alimentos hallados en mal estado durante el almacenaje.

f) Los productos almacenados deben estar identificados por medios apropiados y fácilmente comprensibles para todo el personal implicado.

4.4.12. TRAZABILIDAD

Cuando la trazabilidad sea un requisito legal o de contrato, la organización debe controlar y registrar la identificación única del producto.

4.4.13. ANÁLISIS DE DATOS Y MEJORA CONTINUA

La organización debe asegurar el funcionamiento de los mecanismos necesarios para el análisis de la actuación de la organización en materia de calidad y satisfacción del cliente.

En concreto debe llevar a cabo las siguientes acciones con una frecuencia no superior a un año:

- a) Analizar la satisfacción de los clientes. Establecer un sistema para conocer las opiniones y sugerencias de los clientes y analizarlas posteriormente.
- b) Analizar las reclamaciones de los clientes y las acciones correctivas adoptadas.
- c) Analizar las no conformidades relacionadas con la prestación del servicio y su control.
- d) Analizar las incidencias y no conformidades relacionadas con los proveedores.
- e) Evaluar el cumplimiento del presente plan de calidad (Cuestionario de Autoevaluación).

Además, se deben documentar las acciones correctivas y preventivas adoptadas a partir de los análisis realizados, y hacer un seguimiento de las mismas.

4.5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

Para llegar rápidamente a la conclusión que más nos interesa de este proyecto, la viabilidad del mismo, hemos realizado un resumen de esta viabilidad.

Primeramente se necesita realizar un balance inicial donde comprobar la inversión que debemos realizar en la empresa. Para ello hemos realizado con una hoja Excel el balance inicial como podemos observar en la tabla 4.35.

BALANCE INICIAL			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO NETO	
<i>Inmovilizado material:</i>		Capital social	73.772
Edificios y terrenos	72.890	PASIVO NO CORRIENTE	
Instalaciones	5.000	Préstamo	60.000
Maquinaria	40.576		
Uillaje	2.391		
Mobiliario	9.086		
Otro Inmovilizado Material	3.829		
TOTAL	133.772		133.772

Tabla 4.35 Balance inicial (Elaboración propia) Basado en la asignatura Gestión financiera y contabilidad I. 1º curso de la diplomatura en gestión y administración pública.

Y ya con el balance inicial cuadrado y calculados los gastos de stock iniciales, aforo y ticket medio en el capítulo, del presente proyecto, 4.2.6., pasamos a realizar un estudio de viabilidad a 7 años, teniendo en cuenta también los costes fijos anuales y las amortizaciones del inmovilizado material.

**ESTUDIO DE VIABILIDAD DEL
PROYECTO**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	
INVERSIÓN INICIAL	-133.772,00								
INGRESOS		322.200,00	331.866,00	341.821,98	352.076,64	362.638,94	373.518,11	384.723,65	incremento 3% anual
COSTES VARIABLES		87.592,85	90.220,64	92.927,25	95.715,07	98.586,52	101.544,12	104.590,44	incremento del 3% anual
MARGEN BRUTO		234.607,15	241.645,36	248.894,73	256.361,57	264.052,41	271.973,99	280.133,21	
COSTES FIJOS									
luz + agua + gas + teléfono		10.800,00	11.124,00	11.457,72	11.801,45	12.155,50	12.520,16	12.895,76	incremento 3% anual
tasa basura		192,00	197,76	203,69	209,80	216,10	222,58	229,26	incremento 3% anual
IBI		271,57	271,57	271,57	271,57	271,57	271,57	271,57	incremento del 3% anual
alcantarillado		18,00	18,54	19,10	19,67	20,26	20,87	21,49	incremento del 3% anual
trabajadores		74.040,00	76.261,20	78.549,04	80.905,51	83.332,67	85.832,65	88.407,63	incremento del 3% anual
AMORTIZACIÓN		13.377,20	13.377,20	13.377,20	13.377,20	13.377,20	13.377,20	13.377,20	a 10 años

BAIT (beneficio antes de intereses y impuestos)		135.908,38	140.395,09	145.016,41	149.776,37	154.679,12	159.728,96	164.930,29	
INTERESES		3.089,00	2.684,00	2.258,00	1.807,00	1.331,00	829,00	299,00	
BENEFICIO DESPUES DE INTERESES Y ANTES DE IMPUESTOS		132.819,38	137.711,09	142.758,41	147.969,37	153.348,12	158.899,96	164.631,29	
IMPUESTOS	0,20	26.563,88	27.542,22	28.551,68	29.593,87	30.669,62	31.779,99	32.926,26	
BENEFICIO NETO		106.255,50	110.168,88	114.206,73	118.375,49	122.678,50	127.119,97	131.705,03	
AMORTIZACIÓN		13.377,20	13.377,20	13.377,20	13.377,20	13.377,20	13.377,20	13.377,20	
DEVOLUCION PRINCIPAL		7.239,00	7.643,00	8.070,00	8.521,00	8.997,00	9.500,00	10.030,00	
CASH FLOW		-133.772,00	85.639,30	89.148,68	92.759,53	96.477,29	100.304,30	104.242,77	108.297,83

estimamos
20% de
impuestos

Tabla 4.36 Estudio de viabilidad del proyecto (Elaboración propia) Basado en la asignatura Gestión financiera y contabilidad I. 1º curso de la diplomatura en gestión y administración pública.

VAN Y TIR DEL PROYECTO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
VAN	-133.772,00	51.745,80	32.547,59	20.462,78	12.859,77	8.078,48	5.072,92	3.184,45

TOTAL VAN 179,78

El TIR, tasa interna de rentabilidad es de un 65,5% por cuanto el VAN es positivo.

En el supuesto de estimar una tasa del 66% el VAN es negativo -788,90 euros.

En suma, la tasa interna de rentabilidad es de un 65,5%, tasas superiores darán un VAN negativo.

El proyecto es rentable, por cuanto considerar una rentabilidad de un 65,5% a 7 años es muy positivo, debido a que en la actualidad viendo el riesgo del proyecto, los tipos de interés de los depósitos a plazo fijo así como los intereses que dan la inversión en deuda pública, vemos que el proyecto, es viable, es rentable y la tasa de rentabilidad es muy superior a considerar las otras dos variables indicadas anteriormente añadiéndole una prima de riesgo del proyecto, por lo tanto el proyecto como mínimo en la actualidad debería dar una rentabilidad del 10% y en el presente proyecto es del 65,5%.

TIR 65,50%

PAY BACK

tasa descuento

proyecto 65,50%

Tabla 4.37 VAN y TIR del proyecto (Elaboración propia) Basado en la asignatura Gestión financiera y contabilidad I. 1º curso de la diplomatura en gestión y administración pública.

ESTUDIO DE PAY BACK

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	
INVERSIÓN INICIAL	-133.772								
INGRESOS		322.200	331.866	341.822	352.077	362.639	373.518	384.724	incremento 3% anual
COSTES VARIABLES		87.593	90.221	92.927	95.715	98.587	101.544	104.590	incremento del 3% anual
MARGEN BRUTO		234.607	241.645	248.895	256.362	264.052	271.974	280.133	
COSTES FIJOS									
luz + agua + gas + teléfono		10.800	11.124	11.458	11.801	12.155	12.520	12.896	incremento 3% anual
tasa basura		192	198	204	210	216	223	229	incremento 3% anual
ibi		272	272	272	272	272	272	272	incremento del 3% anual
alcantarillado		18	19	19	20	20	21	21	incremento del 3% anual
trabajadores		74.040	76.261	78.549	80.906	83.333	85.833	88.408	incremento del 3% anual
AMORTIZACIÓN		13.377	13.377	13.377	13.377	13.377	13.377	13.377	a 10 años
BAIT		135.908	140.395	145.016	149.776	154.679	159.729	164.930	
INTERESES		3.089	2.684	2.258	1.807	1.331	829	299	
BENEFICIO DESPUES DE INTERESES Y ANTES DE IMPUESTOS		132.819	137.711	142.758	147.969	153.348	158.900	164.631	
IMPUESTOS	20,00%	26.564	27.542	28.552	29.594	30.670	31.780	32.926	estimamos 20% de impuestos
BENEFICIO NETO		106.256	110.169	114.207	118.375	122.678	127.120	131.705	

AMORTIZACIÓN	13.377	13.377	13.377	13.377	13.377	13.377	13.377
DEVOLUCION PRINCIPAL	7.239	7.643	8.070	8.521	8.997	9.500	10.030
CASH FLOW	85.639	89.149	92.760	96.477	100.304	104.243	108.298
PAY BACK	-133.772	-48.133	41.016				

El Pay back del presente proyecto se da en el segundo año para ello, se ve claramente que se devuelve íntegramente el dinero invertido a partir del segundo año.

Para el cálculo del pay back hemos considerado el cash flow sin descontarlo a ninguna tasa en concreto.

Tabla 4.38 Estudio del Pay Back (Elaboración propia). Basado en la asignatura Gestión financiera y contabilidad I. 1º curso de la diplomatura en gestión y administración pública.

4.6. BIBLIOGRAFÍA CAPÍTULO 4

Libros

DÍAZ, Elena y LEÓN, Miriam. Gestión Administrativa y Comercial en Restauración. Editorial Paraninfo 2014

DÍAZ, Elena y LEÓN, Miriam. Recursos Humanos y Dirección de Equipos en Restauración. Editorial Paraninfo 2013

RAMIÓ, C. (2010). Teoría de la Organización y Administración Pública. Ed. Técnos y Universitat Pompeu Fabra.

Apuntes de profesores

MOLÉS, Asunción. Apuntes de Recursos Humanos y dirección de equipos en restauración 2º curso del ciclo superior de dirección en servicios de restauración. 2013-2014. CIPFP Costa Azahar. Grao de Castellón.

TORRALBA, José María y GUIJARRO, Ester. Apuntes de Gestión administrativa II de la diplomatura de Gestión y Administración Pública de la Universidad Politécnica de Valencia. Valencia: 2010-2011.

TORRES, Miguel Ángel. Apuntes de planificación y dirección de eventos 2º curso del ciclo superior de dirección en servicios de restauración. 2013-2014. CIPFP Costa Azahar. Grao de Castellón.

TFC consultados

CARTAGENA BENÍTEZ, PABLO ALBERTO. "Plan De Empresa De Cadena De Restaurantes De Comida Rápida Y Saludable En Valencia".27/11/13 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)

NARANJO RUIZ, ANDRÉS. "Creación Y Puesta En Marcha De Empresa Para La Preparación Y Entrega De Comida Preparada (Easyfood S.L)".11/09/13 (Director Académico: Estellés Miguel, Sofía)

TABERNER TARAZONA, JOSE DOMINGO. Plan De Empresa Para Un Restaurante De Comida Sana De Nueva Creación Denominado "SlowFood SI".24/07/08 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)

Legislación y normativa

Convenio colectivo de trabajo para el sector de las industrias de la hostelería de la provincia de Castellón (Código de Convenio 1200225)

Decreto 77/1994, de 12 de abril, del Gobierno Valenciano, por el que se regulan las Hojas de Reclamaciones de los consumidores y usuarios de la Comunidad Valenciana.

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

Ley 42/2010, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.

ORDEN de 17 de marzo de 1965, por la que se aprueba la ordenación turística de restaurantes. (BOE de 29 de marzo).

Consultas en la web

Cuñas de radio. [En línea] Anuncios radio. [Consulta: 10 noviembre 2014] Disponible en: www.anuncios-radio.com/publicidad/index.php

Plano del local. [En línea] Floorplanner [Consulta: 17 de septiembre de 2014] Disponible en: www.foorplanner.com

Presupuesto maquinaria de cocina y sala. [En línea] EURAST [Consulta: 15 de septiembre de 2014] Disponible en: www.eurast.com

Presupuesto mobiliario. Fuentes: IKEA, Leroy merlín.

Presupuesto productos promocionales [En línea] Regalos de empresa [Consulta: 10 noviembre de 2014] Disponible en: www.regalosdeempresa.com

Presupuesto publicidad en periódicos. [En línea] Oblicua. [Consulta: 10 de noviembre de 2014] Disponible en: www.oblicua.es/publicidad/publicidad-prensa.htm

Presupuesto uniformidad del personal. Fuente: Milas SL vestuario profesional.

Presupuesto utensilios de cocina. [En línea] Tienda crisol [Consulta: 16 de septiembre de 2014] Disponible en: www.tiendacrisol.com

Tarjetas de empresa [En línea] Vistaprint. [Consulta: 10 de noviembre de 2014] Disponible en: www.vistaprint.com

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que podemos llegar en cada uno de los capítulos son las siguientes:

Definición del proyecto y legislación de la empresa:

- La forma organizativa elegida por el negocio, es el de Sociedad de Responsabilidad Limitada Nueva Empresa, es la que mejor se adapta a las características del restaurante, ya que el desembolso inicial es mínimo y sobretodo porque la responsabilidad está limitada al capital aportado.

Análisis interno, análisis del entorno, DAFO y estudio de mercado:

- Para poder hacer frente a la disminución de las ventas, nos hemos centrado en un público con un poder adquisitivo medio, y que por motivos de trabajo tiene que salir a comer fuera con frecuencia, o que sus posibilidades económicas no les permiten cenar de restaurante en muchos eventos familiares como son los cumpleaños, fiestas, navidades, etc.
- Tenemos la suerte de disponer de un local en una zona privilegiada y ser pioneros en establecer un negocio de estas características. Y mejor todavía, porque aún no hay competencia directa, que ofrezcan el mismo tipo de producto.

Planificación de la empresa:

- El hecho de haber creado un negocio de estas características hace que la legislación a cumplir sea muy estricta. Todos los empleados deben conocer la normativa en materia de sanidad y tener los correspondientes cursos de manipulación de alimentos. Y también tendremos en cuenta que el restaurante deberá estar correctamente acondicionado para cumplir con los requisitos que dictan las normas.
- A pesar de que nuestro negocio no trata de forma intensiva las nuevas tecnologías, vamos a contar con unos pequeños productos tecnológicos para poder aumentar la eficiencia en la

gestión como la forma de trabajo, todo ello para conseguir un servicio de calidad ahorrando el máximo tiempo posible.

- Debemos tener una estrecha relación con los proveedores para poder ajustar los precios y sacar un mayor beneficio a nuestros productos.
- Nuestro negocio cuenta con una extensa carta de productos, con lo que podemos modificarla en el momento que creamos conveniente, ya sea por temporadas, en donde habrá productos de muy buena calidad a precios económicos, o porque el plato no se demande lo suficiente. Lo que más nos interesa es que el cliente desee venir a comer nuestra comida.
- Se ha desarrollado un plan de bienvenida y de formación para que los trabajadores realicen las operaciones que deben llevar a cabo de una forma óptima, maximizando el tiempo. Para ello también se les ha asignado a cada uno de ellos unas funciones que podrán ser modificadas según sean necesarias.
- Es imprescindible disponer de trabajadores que se impliquen con la empresa y realicen su labor con profesionalidad. Esto lo tendremos en cuenta a la hora de realizar la selección del personal. La experiencia muchas veces no es lo más importante, pero si es importante para nosotros las ganas de superación, el aprendizaje y la educación en todo momento. Esto hará que estos desempeñen sus funciones de forma eficaz.
- La imagen que queremos ofrecer es de calidad, de confianza e innovación siempre acompañada de la tradición.
- Debemos llevar a cabo una política de descuentos y promociones para fidelizar clientes.
- La gran inversión que necesitamos para llevar a cabo nuestro negocio, implica que sea necesario pedir financiación.
- Entre los costes más elevados a los que tenemos que hacer frente son los gastos de personal. Los empleados deberán estar en consonancia con el flujo de trabajo que esperamos tener.



- El presupuesto de tesorería arroja resultados positivos para los siete años de análisis. Hemos elegido este periodo de tiempo porque es el que necesitamos para devolver la financiación externa que hemos pedido. A partir de aquí se valorará el hacer más inversiones o esperar para realizarlas.
- La liquidez que presenta la empresa, muestra que el negocio dispone de la suficiente capacidad para hacer frente a sus deudas a corto plazo.
- El VAN y el TIR confirman la viabilidad del proyecto.

Por lo tanto, se puede decir que el presente proyecto ha cumplido con su objetivo propuesto y ha sido efectivo.



BIBLIOGRAFÍA

Libros

DALMAU, J. I. Y HERVÁS, J. L (2003). *Estratégica y política de empresa, una introducción*. UPV. Valencia

DÍAZ, Elena y LEÓN, Miriam. *Gestión Administrativa y Comercial en Restauración*. Editorial Paraninfo 2014

DÍAZ, Elena y LEÓN, Miriam. *Recursos Humanos y Dirección de Equipos en Restauración*. Editorial Paraninfo 2013

PENALONGA, Anxo y MUR, Fernando. EIE Empresa e Iniciativa Emprendedora. Editorial Santillana 2013.

RAMIÓ, C. (2010). *Teoría de la Organización y Administración Pública*. Ed. Técno y Universitat Pompeu Fabra.

Apuntes de profesores

BARRACHINA, Isabel. *Apuntes de Contabilidad Financiera de 1º curso de la diplomatura de Gestión y Administración Pública de la Universidad Politécnica de Valencia*. Valencia: 2009-2010.

MIGUEL MOLINA, M^a Del Rosario De. *Apuntes de Gestión Administrativa I de la diplomatura de Gestión y Administración Pública de la Universidad Politécnica de Valencia*. Valencia: 2010-2011.

MOLÉS, Asunción. *Apuntes de Recursos Humanos y dirección de equipos en restauración 2º curso del ciclo superior de dirección en servicios de restauración*. 2013-2014. CIPFP Costa Azahar. Grao de Castellón.

TORRALBA, José María y GUIJARRO, Ester. *Apuntes de Gestión administrativa II de la diplomatura de Gestión y Administración Pública de la Universidad Politécnica de Valencia*. Valencia: 2010-2011.

TORRES, Miguel Ángel. *Apuntes de planificación y dirección de eventos 2º curso del ciclo superior de dirección en servicios de restauración*. 2013-2014. CIPFP Costa Azahar. Grao de Castellón.

TFC consultados

CARTAGENA BENÍTEZ, PABLO ALBERTO. "Plan De Empresa De Cadena De Restaurantes De Comida Rápida Y Saludable En Valencia".27/11/13 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)

NARANJO RUIZ, ANDRÉS. "Creación Y Puesta En Marcha De Empresa Para La Preparación Y Entrega De Comida Preparada (Easyfood S.L.)".11/09/13 (Director Académico: Estellés Miguel, Sofía)

TABERNER TARAZONA, JOSE DOMINGO. Plan De Empresa Para Un Restaurante De Comida Sana De Nueva Creación Denominado "SlowFood SI".24/07/08 (Director Académico: Herrero Blasco, Aurelio)

Legislación y normativa

Convenio colectivo de trabajo para el sector de las industrias de la hostelería de la provincia de Castellón (Código de Convenio 1200225)

Decreto 77/1994, de 12 de abril, del Gobierno Valenciano, por el que se regulan las Hojas de Reclamaciones de los consumidores y usuarios de la Comunidad Valenciana.

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

Ley 42/2010, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.

ORDEN de 17 de marzo de 1965, por la que se aprueba la ordenación turística de restaurantes. (BOE de 29 de marzo).

Real Decreto 296/2004, de 20 de febrero, por el que se aprueba el régimen simplificado de la contabilidad, [en línea]. Noticias jurídicas. [Consulta: 03/11/2014] Disponible en: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Privado/rd296-2004.html

Consultas en la web

Costes de la puesta en marcha. [En línea]. Generalitat Jove IVAJ. [Consulta: 04 noviembre 2014]. Disponible en: <http://www.gvajove.es/ivaj/opencms/IVAJ/es/empleo/SL.html>

Cuñas de radio. [En línea] Anuncios radio. [Consulta: 10 noviembre 2014] Disponible en: www.anuncios-radio.com/publicidad/index.php

Emprendedores.es Elaborar una encuesta de satisfacción [En línea] (Consulta: 4 noviembre de 2014) Disponible en: www.emprendedores.es

Generalitat Valenciana. Portal estadístico. Ficha municipal [En línea] (Consulta: 4 noviembre de 2014) Disponible en: www.ive.es/portal/page/portal/IVE_PEGV/CONTENTS/fichas_mun/cas/Fichas/12082.pdf

Gobierno de España. 060.es Test del emprendedor [en línea] [Consulta: 03 de noviembre de 2014] Disponible en: documentos.060.es/060_empresas/Test_emprendedor.html

Google Maps [en línea]. [Consulta: 1 octubre 2014] Disponible en: <https://www.google.es/maps/preview>

Instituto Nacional de Estadística. Población de Nules [En línea] (Consulta: 4 noviembre de 2014) Disponible en: www.ine.es

Plano del local. [En línea] Floorplanner [Consulta: 17 de septiembre de 2014] Disponible en: www.foorplanner.com

Presupuesto maquinaria de cocina y sala. [En línea] EURAST [Consulta: 15 de septiembre de 2014] Disponible en: www.eurast.com

Presupuesto mobiliario. Fuentes: IKEA, Leroy merlín.

Presupuesto productos promocionales [En línea] Regalos de empresa [Consulta: 10 noviembre de 2014] Disponible en: www.regalosdeempresa.com

Presupuesto publicidad en periódicos. [En línea] Oblicua. [Consulta: 10 de noviembre de 2014] Disponible en: www.oblicua.es/publicidad/publicidad-prensa.htm

Presupuesto uniformidad del personal. Fuente: Milas SL vestuario profesional.

Presupuesto utensilios de cocina. [En línea] Tienda crisol [Consulta: 16 de septiembre de 2014] Disponible en: www.tiendacrisol.com

Ricardo Ortiz (2009). GESTIÓN RESTAURANTES .Factores del “Macro-Entorno” que afectan al restaurante. [En línea]. (Consulta: 4 de noviembre de 2014) Disponible en: http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=367.

Sede electrónica del catastro [en línea] Ministerio de hacienda y administraciones públicas. [Consulta: 1 octubre 2014]. Disponible en: <http://www.sedecatastro.gob.es/>

Sociedad Limitada Nueva Empresa [en línea]. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. [Consulta: 6 octubre 2014] Disponible en: <http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/SLNE/Paginas/SociedadLtdaNuevaEmpresa.aspx>

Tarjetas de empresa [En línea] Vistaprint. [Consulta: 10 de noviembre de 2014] Disponible en: www.vistaprint.com

Trámites administrativos [en línea] Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. [Consulta: 03 noviembre 2014] Disponible en: <http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/SLNE/TramitesAdministrativos/Paginas/SRLTramitesAdministrativos.aspx>



ANEXOS



ANEXO 1. MANUAL DE BIENVENIDA

MANUAL DE BIENVENIDA

17/11/2014
Marta Vedrí Peirats



COM|DE|CASA



ÍNDICE

MENSAJE DE BIENVENIDA	2
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	3
HORARIOS DE APERTURA DEL ESTABLECIMIENTO	3
MÉTODOS DE TRABAJO	3
CULTURA DE LA EMPRESA: MISIÓN, VISIÓN Y EVOLUCIÓN	4
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	4
HORARIOS DE TRABAJO Y TURNOS	6
SISTEMAS DE CONTROL DE ASISTENCIA.....	7
VACACIONES.....	7
PERMISOS	7
CALENDARIO LABORAL.....	9
COMUNICACIÓN: SISTEMAS Y CANALES	10
RIESGOS LABORALES	10
NORMATIVA INTERNA.....	10
DOCUMENTOS ANEXOS	12



MENSAJE DE BIENVENIDA

Desde la Dirección de "COM DE CASA" queremos darte la Bienvenida a nuestro equipo y desearte mucha suerte en esta nueva etapa profesional que esperamos sea lo más fructífera posible.

El objetivo de este manual es facilitar la integración de nuestros nuevos empleados, transmitiéndoles la Política de RRHH así como la cultura de su Compañía.

A través de este pequeño manual conocerás información básica sobre quiénes somos y qué hacemos, además de contar con información relevante que te será de ayuda en tus primeros días en la empresa.

Esperamos que este manual te ayude en tú proceso de adaptación a tú nueva organización y te sirva cómo introducción para conocer nuestra empresa.

Esperamos crecer contigo en esta nueva etapa que comienzas. ¡Bienvenido!

La gerente,
Marta Vedrí
COM DE CASA



INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

"COM DE CASA" forma parte de un proyecto realizado con mucho esfuerzo desde el inicio de este. Cuenta con un equipo reducido y familiar, con posibilidad de ampliación en un periodo medio de tiempo.

COM DE CASA
Dirección: C/Santa Bárbara nº42, 12520 Nules (Castellón)
Teléfono: 686421354
Web: www.comdecasa.es
E-mail: comdecasa@gmail.com

Nuestra empresa no solo cocina platos para llevar, sino que nos acercamos al cliente. Pueden comer en nuestra zona de comedor de autoservicio, si así lo desean.

Nuestra oferta gastronómica diaria cambia todos los días. Contamos con un amplio repertorio conocido en su totalidad por el responsable de cocina.

HORARIOS DE APERTURA DEL ESTABLECIMIENTO

Martes, miércoles y jueves
De 12.30 a 15.30
Viernes, sábado y domingo
De 12.30 a 15.30 y de 19.30 a 23.00

MÉTODOS DE TRABAJO

Trato al cliente: El cliente será siempre lo más importante. El trato cara a este tiene que ser impecable, con educación y simpatía. Se le dará la bienvenida saludando formalmente, recordando a poder ser el nombre de este siempre precediendo el "señor o señora". Les da confianza y se sienten más relajados si los tratas de una manera amable.

Quejas y reclamaciones: Las quejas y reclamaciones de los clientes se me harán saber todas en la menor brevedad posible, y siempre se intentará que el cliente no quede descontento.

Uniforme: El uniforme del personal lo proporcionará la empresa en su totalidad, debiendo estar correctamente limpio y sin ningún desperfecto en el momento del trabajo, ya sea de cara al cliente o no.

Puntualidad en el puesto de trabajo: la puntualidad es fundamental, todo el personal deberá estar en su puesto de trabajo a la hora del comienzo de su turno habiéndose cambiado de ropa. Lo mismo ocurre con la finalización del trabajo, que tendrá lugar en el puesto de trabajo, posteriormente cada uno se cambiará de ropa y firmará.



¿Fumas? Para promover la salud, seguridad y confort de nuestros clientes y empleados, fumar dentro del establecimiento y a la puerta principal de este, no está permitido. El único lugar permitido para fumar es la puerta de descarga, no estando permitido fumar durante el horario laboral.

Apariencia: se espera de todas las personas que trabajan cuiden su apariencia personal, vestimenta, limpieza e higiene. Esto es esencial a la hora de presentar una imagen profesional así como para la seguridad, el confort e higiene.

Higiene. Asegúrate de lavarte y ducharte diariamente. Lleva siempre un desodorante efectivo, cepíllate los dientes después de comer y asegúrate de que tu aliento sea siempre limpio y fresco. Además los chicos deberán ir siempre afeitados.

Manos. Mantén tus manos y tus uñas siempre limpias. No se debe llevar ningún tipo de esmaltes en la cocina.

Joyería. Lleva una cantidad mínima de joyas. Los pendientes deben ser discretos y de tamaño reducido. Está prohibido el uso de pircings.

Tatuajes. No se recomienda llevar tatuajes visibles.

Pelo. Deberá tener un estilo conservador, sin colores demasiado llamativos, y debe estar siempre RECOGIDO y limpio.

Cosméticos perfumes y colonias. El maquillaje debe ser sutil y discreto. Evitar llevar demasiada colonia.

Uniforme. Eres responsable del uniforme que se te entrega. Este deberá estar siempre limpio, sin arrugas ni roturas ya sea en la cocina o de cara al público.

CULTURA DE LA EMPRESA: MISIÓN, VISIÓN Y EVOLUCIÓN

- Misión.
Ofrecer a nuestros clientes con rapidez una comida de calidad, cocinada como en casa y a buen precio.
- Visión.
Ser percibidos en el mercado como una empresa innovadora en el municipio.
- Evolución
Queremos llegar a ser una empresa fuerte y ampliable.

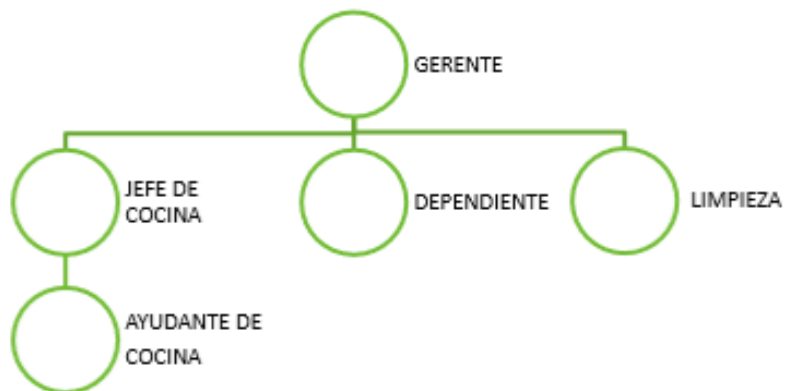
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Según su forma el organigrama de nuestra empresa es vertical. Las unidades se despliegan de arriba hacia abajo y el titular se ubica en el extremo superior y las jerarquías se despliegan de manera escalonada



Según su contenido es de personal, ya que en cada unidad organizativa anotamos el nombre de la persona, y la foto, al cual dirigirse en cualquier momento. En este caso todavía no está la plantilla fija, por lo que indicamos el puesto de trabajo. En el momento que esto cambie serán los nombres de los empleados y sus fotos los que pasaran a formar parte del organigrama.

Y según su fin perseguido sería de análisis, donde se comprenden las unidades organizativas que incluye la empresa desde el gerente hasta el ayudante.





HORARIOS DE TRABAJO Y TURNOS

COCINERO

Día semana	Entrada	Salida	Entrada	Salida	Horas normales
Martes	7:30	14:30	L	L	7
Miércoles	L	L	L	L	L
Jueves	8:30	15:30	L	L	7
Viernes	8:00	13:00	17:00	21:00	9
Sábado	8:00	13:00	17:00	21:00	9
Domingo	8:00	13:00	17:00	20:00	8
TOTALES SEMANALES					40

AYUDANTE DE COCINA

Día semana	Entrada	Salida	Entrada	Salida	Horas normales
Martes	11:30	14:30	L	L	3
Miércoles	8:30	13:30	L	L	5
Jueves	L	L	L	L	L
Viernes	10:00	12:00	18:00	21:00	5
Sábado	10:00	12:00	18:00	21:00	5
Domingo	10:00	12:00	L	L	2
TOTALES SEMANALES					20

DEPENDIENTE

Día semana	Entrada	Salida	Entrada	Salida	Horas normales
Martes	11:00	16:00	L	L	5
Miércoles	11:00	16:00	L	L	5
Jueves	11:00	16:00	L	L	5
Viernes	12:30	16:00	19:00	23:30	8
Sábado	12:30	16:00	19:00	00:30	9
Domingo	12:30	16:00	19:00	23:30	8
TOTALES SEMANALES					40

LIMPIEZA

Día semana	Entrada	Salida	Entrada	Salida	Horas normales
Martes	15:00	16:00			1
Miércoles	15:00	16:00			1
Jueves	14:00	16:00			2
Viernes			22:00	00:00	2
Sábado			22:00	00:00	2
Domingo			22:00	00:00	2
TOTALES SEMANALES					10



SISTEMAS DE CONTROL DE ASISTENCIA

Contamos con un programa de control de asistencia llamado EXACTUS PRO 2013. Realizaremos un curso de formación sobre el programa, para que cada empleado pueda registrar su entrada y salida del trabajo. También se controlaran las ausencias, permisos, vacaciones, etc...

VACACIONES

La empresa permanecerá cerrada las tres últimas semanas de julio y las dos primeras de agosto, desde el 13 de julio al 9 de Agosto ambos inclusive. Por lo que el personal tendrá vacaciones las mismas fechas de cierre.

Julio							Agosto						
L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4	5					1	2
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9
13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16
20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23
27	28	29	30	31			24	25	26	27	28	29	30
							31						

15 de Agosto: Fiesta Nacional de la Virgen

PERMISOS

Permisos laborales por matrimonio

Se podrá ausentar del trabajo durante quince días naturales (festivos incluidos) en caso de matrimonio. Estos días empiezan a contar desde el día de la boda.

La empresa reclamará que lo acredite con el acta del matrimonio.

Permisos laborales por nacimiento de hijo

Si han sido padre tiene permiso retribuido por parte de la empresa de dos días naturales (festivos incluidos) desde el día del nacimiento del niño.

Si su hijo nace un sábado, deberás volver a trabajar el lunes.

Si su hijo nace un miércoles por la noche antes de las 24:00 horas, deberá incorporarse al trabajo el viernes.

Si necesita hacer un desplazamiento de más de 150 km para asistir al nacimiento de su hijo entonces tendrá cuatro días naturales de permiso.

Deberá acreditarlo a la empresa mediante el certificado de nacimiento e incluso se le podrá pedir fotocopia del libro de familia.



Permisos laborales durante la gestación

Tendrá permiso retribuido para asistir a los exámenes prenatales y a las técnicas de preparación al parto cuando éstas se den durante su horario de trabajo.

Deberá acreditarlo mediante certificado de la seguridad social.

Por enfermedad o muerte de parientes de hasta segundo grado

Los parientes de hasta segundo grado son los hijos, nietos, padres, abuelos, hermanos, cuñados y cónyuge, así como los mismos de su marido/mujer (suegros, abuelos de tu cónyuge, cuñados, con cuñados, hijos de tu cónyuge o nietos de su cónyuge).

En caso de parejas de hecho legalmente inscritas tendrán los mismos permisos.

Así por enfermedad grave, accidente, hospitalización, intervención quirúrgica sin hospitalización que requiera reposo domiciliario o fallecimiento tiene un permiso retribuido de dos días naturales.

En este caso se pueden coger dichos días en cualquier momento del proceso de baja u hospitalización del pariente para poder distribuirse los días entre los familiares.

Si necesita hacer más de 150 km de desplazamiento entonces tendrá cuatro días naturales de permiso.

Deberá aportar a la empresa justificante del enfermo con nombre y apellidos y que se especifique vuestra relación de parentesco.

Permisos laborales por mudanza

Para poder hacer una mudanza tiene un día de permiso.

Deberás acreditar dicha mudanza con el cambio del certificado de empadronamiento.

Por cumplimiento de un deber público y personal

Tiene permiso de trabajo retribuido de las horas o días que necesite para cumplir un deber público y personal.



CALENDARIO LABORAL

Enero

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

11 de Enero, Año Nuevo
18 de Enero, Epifanía del Señor

Febrero

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

Marzo

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

15 de Marzo, San José
28 de Marzo, Pasión de la Virgen

Abril

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

18 de Abril, Viernes Santo

Mayo

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

11 de Mayo, Fiesta del Trabajo

Junio

L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

29 de Junio, San Pedro

Julio

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Agosto

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

15 de Agosto, Asunción de la Virgen

Septiembre

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Octubre

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

13 de Octubre, Fiesta Nacional de España

Noviembre

L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

1 de Noviembre, Día de Todos los Santos (Día del difunto en León)

Diciembre

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

4 de Diciembre, Día de la Constitución Española
8 de Diciembre, día de la Unión Europea
4 de Diciembre, Inmigrantes Europeos
23 de Diciembre, Noche del Señor



COMUNICACIÓN: SISTEMAS Y CANALES

Toda comunicación con los superiores, o compañeros se hará de forma ORAL. Cualquier duda, problema o cualquier otro tema se resolverá personalmente con la persona a quien le afecte.

RIESGOS LABORALES

Se facilitará al trabajador el día de su incorporación a la empresa, un manual de prevención de riesgos laborales en hostelería. Deberá leerlo y cumplimentar los cuestionarios que hay de cada unidad didáctica. Y finalmente entregar estos cuestionarios a la gerente.

NORMATIVA INTERNA

REGLAMENTO DE REGIMEN INTERNO:

- Regirá y establecerá las pautas para la actividad diaria.
- Debe prever la forma de actuar ante las situaciones que puedan presentarse en el lugar de trabajo.
- Lo elabora el gerente de la empresa.

CODIGO DE APPCC

- es un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria , de forma lógica y objetiva
- En él se identifican, evalúan y previenen todos los riesgos de contaminación de los productos a nivel físico, químico y biológico a lo largo de todos los procesos de la cadena de suministro, estableciendo medidas preventivas y correctivas para su control tendente a asegurar la inocuidad.
- Se realizará un curso para recibir la información necesaria.

UNIFORMIDAD

El uniforme, como anteriormente se ha comentado, lo proporciona la empresa en su totalidad, siendo las siguientes prendas, según el puesto de trabajo, las que proporcionamos:

Cocina:

- 2 chaquetillas verdes con el logo de la empresa
- 2 pantalones negros de cocina
- Zapatos de cocina
- Gorro negros con el logo de la empresa





Sala:

- Polo negro con el logo de la empresa en verde
- Delantal verde
- Pantalón negro de sala
- Zapatos negros sala



Limpieza:

- Bata de limpieza



CONFIDENCIALIDAD

Se trata de una propiedad de la información que pretende garantizar el acceso sólo a las personas autorizadas. Se firmara un documento de confidencialidad de trabajo dentro de la empresa.



DOCUMENTOS ANEXOS

A la llegada se enseñaran las instalaciones de la empresa y donde se desarrollará el trabajo. Te presentaremos a tus nuevos compañeros. Al mismo tiempo se te hará entrega de toda la documentación de incorporación:

- **Contrato:** Se te facilitará el contrato laboral que recoge las condiciones pactadas para su firma.
- **Uniforme:** la empresa se hace cargo de este, por lo que se te facilitaran los zapatos de trabajo, pantalón, camiseta con el logo de la empresa y delantal con el logo de la empresa.
- **Documento de confidencialidad de la empresa.** Que deberá ser firmado.
- **Manual de Prevención y plan de emergencias:** Manual donde se te forma e informa en materia de Prevención de Riesgos Laborales en tú puesto de trabajo. Y el plan de emergencias de la empresa. Finalizada la lectura de dichos manuales, es obligatorio cumplimentar y firmar el cuestionario que se te facilita y entregarlo al responsable.
- **Código de APPCC.** Que al igual que el anterior, al finalizada su lectura, será de obligatorio cumplimiento un cuestionario firmado y deberás entregármelo personalmente.
- **Revisión médica.** Con el objeto de dar cumplimiento al artículo 22.1 sobre la "vigilancia de salud" de la Ley de Prevención de Riesgos laborales, realizaremos esta vigilancia de salud, entre otras acciones, mediante reconocimientos médicos en función de los riesgos inherentes a la actividad del trabajador en la empresa. El reconocimiento médico, es VOLUNTARIO. Para ello se te hará llegar un formulario, donde deberás de indicar la renuncia o aceptación a dicho reconocimiento.
- **Modelo 145:** Documento que recoge tú situación personal y familiar para poder aplicar la retención correspondiente de IRPF.

ANEXO 2 MANUAL DE FORMACIÓN



INDICE	
INTRODUCCIÓN	3
CURSOS	4
DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PARTICIPANTES	5
Derechos	5
Obligaciones	5
COMUNICACIONES	6
CERTIFICACIONES	6
PRESUPUESTO DE FORMACIÓN	7



INTRODUCCIÓN

La Formación es una herramienta imprescindible para la consecución de objetivos en toda Empresa e Institución que apueste por optimizar sus recursos de personal.

“COM DE CASA” no puede escatimar ni esfuerzos ni en inversión para lograr objetivos que las exigentes necesidades demandan.

Los objetivos del manual son generales (pretende alcanzar la consecución de la calidad y eficiencia de todos los Servicios y Unidades) y específicos (cuya prioridad es la mejora de la actuación diaria del personal trabajador en sus relaciones con los clientes y con sus compañeros).

Para el inicio de la actividad se ofrecen los siguientes cursos:

- Curso de manipulador de alimentos
- Curso EXACTUS PRO 2013
- Curso TPV

La necesaria y posterior evaluación será la confirmación del nivel de consecución.

Sólo resta, una vez más, agradecer el esfuerzo y colaboración de los que creen en este nuevo proyecto.

La gerente,
Marta Vedrí Peirats

3



CURSOS

CURSO MANIPULADOR DE ALIMENTOS

Fecha: por determinar

Asistencia: OBLIGATORIA
Duración: 4h

Dirigido a:
todos los trabajadores de cocina y sala.

Objetivo:
El objetivo general del curso es dotar a los participantes de los conocimientos necesarios para el correcto manejo y manipulación de productos alimenticios, según la normativa vigente, y obtener el carnet oficial.

Tipo de formación:
Formación de acogida

Coste:
40€

CURSO EXACTUS PRO 2013

Fecha: por determinar

Asistencia: OBLIGATORIA
Duración: 3h

Dirigido a:
todos los trabajadores de cocina y sala.

Objetivo:
Conocer el funcionamiento del sistema de control de asistencia.

Tipo de formación:
Formación continuada

Coste:
30€

CURSO TPV

Fecha: por determinar

Asistencia: OBLIGATORIA
Duración: 3h

Dirigido a:
los trabajadores de sala.

Objetivo:
Conocer el funcionamiento del Terminal de punto de venta.

Tipo de formación:
Formación de acogida

Coste:
30€

4



DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PARTICIPANTES

DERECHOS

- Recibir certificado de asistencia y/o aprovechamiento al finalizar el curso.
- Evaluar la acción formativa y a los formadores.
- Realizar propuestas y sugerencias de cara a futuras acciones formativas.

OBLIGACIONES

- Las personas que realicen el curso, adquieren el compromiso de asistir como mínimo a un 90% de las horas lectivas. Aquellos casos, que no cumplan este mínimo por fuerza mayor, debidamente justificado, se estudiará la inasistencia.
- La imposibilidad de asistencia, deberá ser comunicada por escrito y dirigida a la Gerencia, con tres días de antelación.
- En el caso que el personal seleccionado para realizar un curso de formación no asistiese al mismo sin comunicación justificada previa, podrá incurrir en una penalización que la Gerencia determinará.
- Aportar los conocimientos adquiridos en los cursos al buen desempeño del puesto de trabajo.

5



COMUNICACIONES

Con la antelación suficiente, se comunicará a los seleccionados el lugar, fecha y horario de celebración del curso correspondiente, quienes lo pondrán en conocimiento de sus Jefes inmediatos, al objeto que puedan informar de las incidencias que, en su caso, pudieran producirse en el normal funcionamiento del servicio.

El Gerente, a la vista del informe emitido por el jefe de la respectiva Unidad, coordinará la actuación adecuada con objeto de mantener la actividad del servicio y la acción formativa.

CERTIFICACIONES

La Gerencia, al término de cada curso, expedirá certificados de aprovechamiento, a aquellos participantes que acrediten la asistencia del 90% del total de las horas y la superación de las pruebas o actividades de evaluación que se establezcan.

Igualmente, se expedirá certificado de asistencia, cuando por razones imprevistas del servicio y obligaciones legales de inexcusable cumplimiento, no sea posible la asistencia, siendo necesario asistir al menos al 60% de las horas totales del curso.

No se procederá a la expedición de certificados en los siguientes casos:

- Incumplimiento de los requisitos de la convocatoria.
- Falta de asistencia a las horas lectivas o prácticas de cada curso en la proporción indicada anteriormente.

6



PRESUPUESTO DE FORMACIÓN

A continuación, adjunto el presupuesto final y detallado de cada curso.

CURSOS	DESCRIPCIÓN DE LOS COSTES	COSTE DETALLADO	COSTE TOTAL DEL CURSO	Nº PERSONAS QUE REALIZAN EL CURSO	PRESUPUESTO TOTAL
Curso manipulador de alimentos	Material didáctico	5.00€	40.00 €	3	120.00 €
	Persona encargada de hacer el curso	35.00€			
Curso exactus pro 2013	Material didáctico	10.00€	30.00 €	3	90.00 €
	Persona encargada de hacer el curso	20.00€			
Curso tpv	Material didáctico	10.00€	30.00 €	1	30.00 €
	Persona encargada de hacer el curso	20.00€			
TOTAL					240.00 €