



Mi Universidad

Plan de negocios

Nombre del Alumno: Carolina del Rocío Ramírez Hernández

Nombre del tema: plan de negocios de restaurant Tenocé

Parcial: 3re

Nombre de la Materia: Taller de emprendedor

Nombre del profesor: Ing. Juan Manuel Jaime Díaz

Nombre de la Licenciatura: Arquitectura

Cuatrimestre: 9°

“Plan de negocios del Restaurante Tenocté”

Logo de restaurant



El tecnoté es un árbol representativo comiteco, el nombre se usa para representar al restaurante como un hogar de descanso para el comensal.

Logo de repostería fina



Tecnoté es una palabra de origen tojolabal, y proviene de las raíces tenok= algo- dón y te'= **árbol**, por lo cual significaría “**árbol** como el algodón”; lo que genera nuestro segundo logo, el cual es una adaptación del primero para lo que es el área de repostería y panadería.

Eslogan:

Un deleite a tu paladar

Descripción:

Restaurant enfocado en un ambiente cálido, natural y de descanso, su objetivo principal se basará en la comodidad, atención y el mejor sabor.

Ofrecerá: pizza en todas sus variedades (a la leña, al horno, al sarten), cortes de carne con distintas guarniciones, sushi y comida oriental, así como una gran variedad de repostería y panadería.

Contará con gran ambientación natural con áreas principalmente enfocados en un ambiente familiar, con área para niños controlada, hamacas, sillones, mesas y una diversidad de espacios compartidos, además de espacios más privados o alejados para mayor comodidad.

La localización se elige debido a dos principales razones:

- las grandes dimensiones de los terrenos existentes en la zona son de gran proporción, lo que ayuda a construir un propio estacionamiento para el restaurant.
- La lejanía de este con el centro de la ciudad, nos aleja del bullicio y el ambiente acelerado, propiciando un ambiente de paz y comodidad, el cual es uno de los objetivos de este restaurant.

Actualmente dicha zona es un área de sembradío, con solo una construcción cercana, ayudando al ambiente natural deseado, además de no generar competencia cercana a esta.

Misión:

La misión de la empresa se basa en dar el mejor servicio y calidad en sus productos, así como generar la mejor comodidad, tranquilidad y experiencia familiar al momento de consumir en nuestro establecimiento.

visión:

Se enfoca en lograr ser un espacio de calma, y descanso del mundo moderno, siguiendo lineamientos de conservación con zonas verdes, manteniendo la atención hacia el cliente de la mejor manera, y proporcionándole la experiencia de placer en cada platillo, esto se logrará actualizando los platillos con el paso de los años, creando nuevas temáticas y sabores exclusivos de la fecha o temporada. Y manteniendo el aspecto y tranquilidad del lugar, construyendo mayores espacios de comodidad.

Valores:

- Calidad
- Buena atención
- Servicio de excelencia
- Seguridad
- Buen sabor

Análisis FODA

Fortalezas:

- Innovación en platillos y productos
- Ubicación concentrada en la naturaleza
- Ambientación natural y pacífica
- Gestión de recursos
- Uso de marca o logo familiar al público
- Productos frescos
- Temáticas concentradas en sectores o días celebres

Oportunidades:

- Mejoramiento de calidad
- Alianzas estratégicas
- Ampliaciones y expansión

Debilidad:

- El producto tiene poco tiempo de vida
- Falta de suministros para la preparación

Amenazas:

- Problemas de calidad de materia prima
- Moda pasajera
- Precios y costos
- Problema con el servicio al cliente

Objetivos

Corto plazo:

El objetivo se concentra en la satisfacción del cliente, a la comodidad de este dentro de los diferentes espacios y le reconocimiento del restaurant por su gran sabor

Mediano plazo:

Volverse una marca estable, siendo identificada principalmente por la comodidad de sus espacios familiares, con sabores e innovaciones constantes, siendo además una marca ecológica.

Largo plazo:

Expansión del mercado cercano como: san Cristóbal y Tuxtla, estableciendo una misma premisa de descanso familiar con el mejor sabor y ambientación.

Localización

El restaurant Tenocté se ubicará en el KM 5, carretera Comitán –Margaritas



Segmento del mercado

En el corto plazo el segmento de mercado elegido, es el de Comitán de Domínguez, Chipas; La edad en que fluctúa es de 15 a 74 años, siendo un total de 57,727 personas, de las cuales el 44.58% son hombres y el 55.42% son mujeres, el 85% son personas locales y el 15% son personas foráneas cercanas.

Consumo mensual aparente

El número de clientes potenciales es de 57, 727, el consumo aparente por cliente es de:

- 15,000 personas lo consumirán 1 vez por semana
- 2,000 personas lo consumirán 2 veces a la semana
- 25,000 personas lo consumirán 1 vez al mes
- 15,727 personas lo consumirán ocasionalmente

El consumo aparente mensual del mercado es de 101, 000 porciones individuales

Conclusiones

Preguntas:

1. Rango de edad:

- A) 15 a 25 B) 26 a 40 C) 41 a 65 D) 65 o mas

2. ¿Cada cuánto tu o tu familia come fuera?

- A) 1 vez por Semana B) 2 o más veces por semana C) 1 vez al mes D) 2 o más al mes E) más de 1 anualmente

3. ¿Qué consideras más importante en un platillo?

- A) Innovación B) Costo C) Diseño D) Sabor

4. ¿Cuándo comes fuera normalmente buscas lugares:

- A) Tranquilos y familiares B) En pareja y románticos C) Cómodos y solitarios D) Divertidos para salir con amigos

5. ¿Qué tipo de música te gustaría escuchar durante tu merienda?

- A) POP B) Clásicas C) Viejitas D) Otra: _____ E) No escucho música al comer

6. ¿Qué platillo prefieres proba o consumes más al salir?

- A) Cortes B) Pizza C) comida oriental o sushi

7. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un platillo de corte y guarnición?

- A) \$ 300 a 350 B) \$ 350 a 400 C) más de \$400

8. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una pizza grande con complementos?

- A) \$ 120 a 180 B) \$ 250 a 300 C) más de \$ 300

9. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un platillo de comida oriental o sushi más complementos?

- A) \$ 120 a 150 B) \$ 150 a 180 C) más de \$180

10. ¿Te gustaría que el restaurant tuviera decoraciones y platillos innovadores, de días festivos o temáticos?

- A) si B) no C) Depende del tema (ejemplifique que tema no es de su agrado)

11. ¿Usted consume postres siempre que va a algún restaurant?

- A) Siempre B) casi siempre C) De vez en cuando E) casi nunca

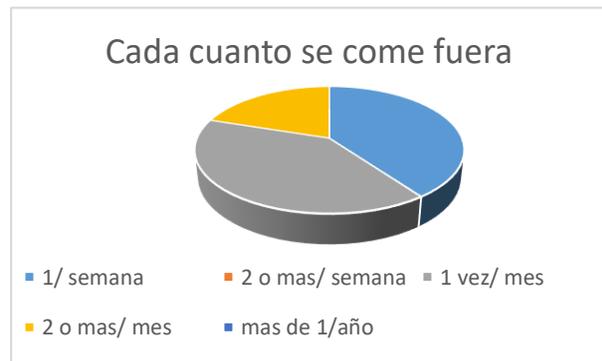
12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre?

- A) \$ 40 a 45 B) \$ 45 a 60 C) \$ 60 o más

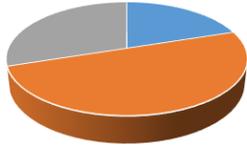
13. Para comprar comida afuera normalmente uso:

- A) Servicio a domicilio B) Consumo en local C) Llamo y paso por el

Graficas:

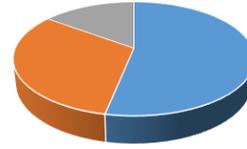


Musica



■ Pop ■ Clásicas ■ Viejitas ■ Otra ■ Sin musica

Platillo favorito



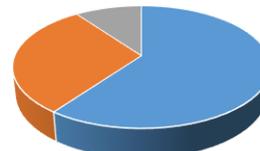
■ Cortes ■ Pizza ■ Comida oriental o sushi

Costo de Corte



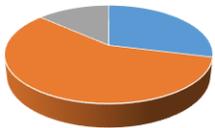
■ 300 a 350 ■ 350 a 400 ■ mas de 400

Precio pizza



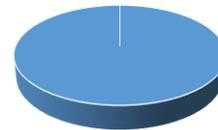
■ 120-180 ■ 250-300 ■ mas de 300

Precio comida oriental-sushi



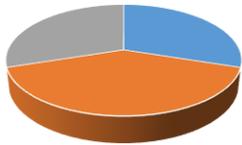
■ 120-150 ■ 150-180 ■ mas de 180

Decoración e innovación



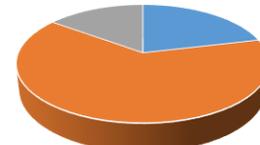
■ si ■ no ■ Depende del tema

Consumo de postres

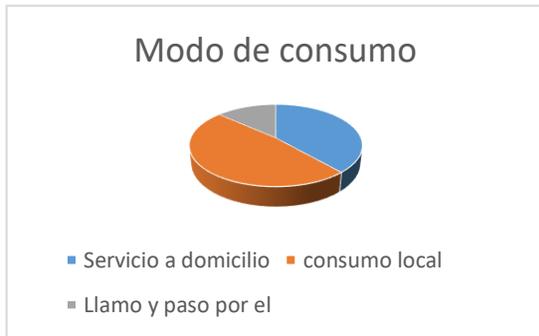


■ Siempre ■ Casi siempre
■ De vez en cuando ■ Casi nunca

Costo de postre



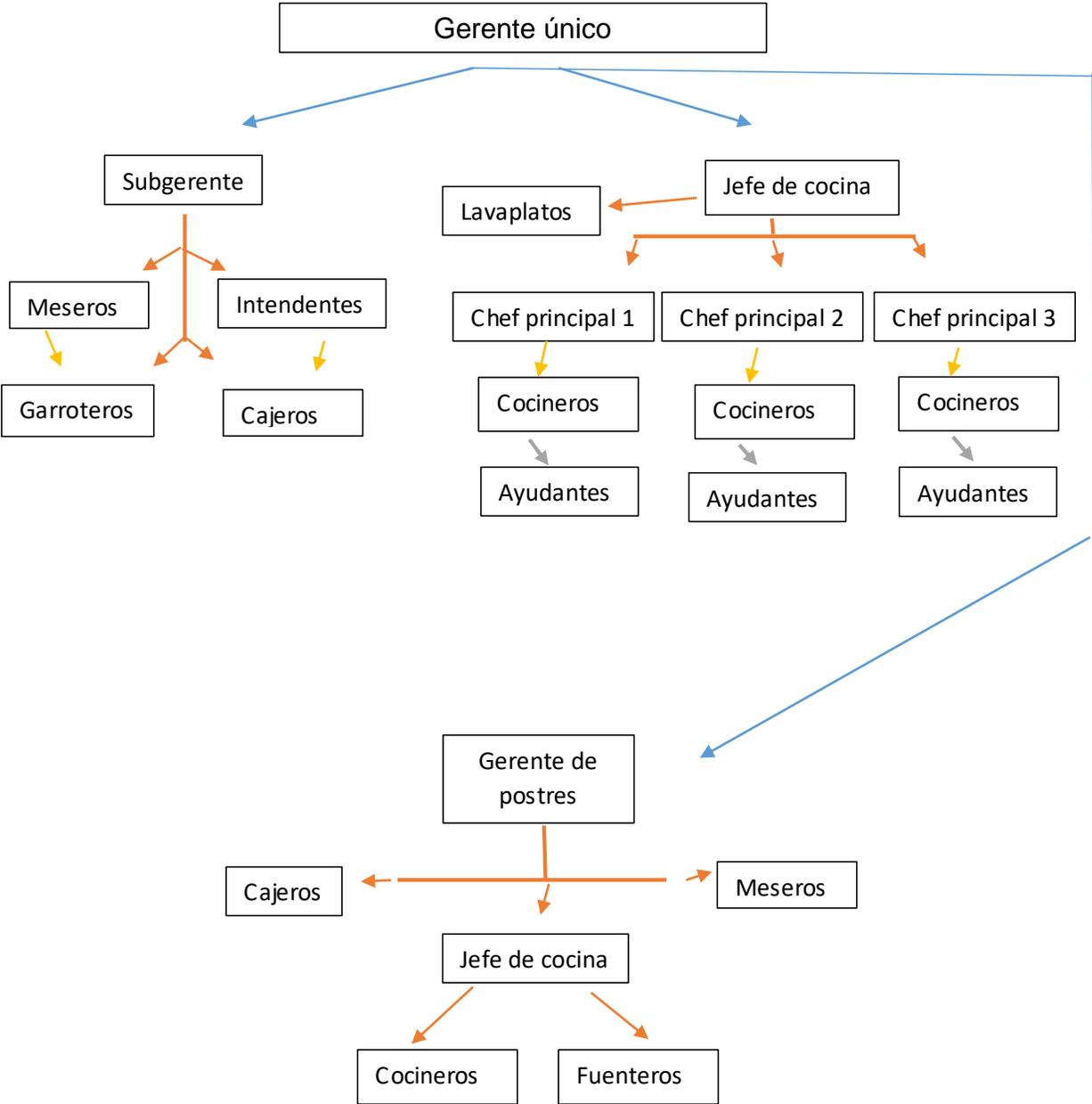
■ 40-45 ■ 45-60 ■ mas de 60



Conclusión:

Para la encuesta realizada tenemos 10 diferentes personas con un rango de 15-65 años, el rango de 65 o mas no fue entrevistado, dentro de este estimado se sabe que la mayoría sale o 1 vez al mes o 1 a la semana. La característica más relevante según los entrevistados fue el sabor. La mayoría eligió un lugar de tranquilidad y familiar para salir, lo que nos da la ventaja por tener una premisa de clima, comodidad y ambiente familiar, aun así, se desea colocar en menos cantidad espacios área amigos o parejas para ese cierto sector de población que la desee. Como tema musical tenemos las clásicas y en segundo lugar las viejitas, los cuales serán los temas centrales a ambientar, variando entre otro tipo musical en días que la temática lo amerite. Como platillo favorito la mayoría opto por corte, en segundo lugar, pizza y 3 sushi, este estimado nos servirá para conocer la mayor demanda y conseguir una proporción de materia prima necesaria para satisfacerla. En costos tenemos un precio máximo de la mayoría de 350, en pizza de 180 y de igual forma en sushi. En cierre total de acuerdo en el tema de decoración o temáticas en ciertos días, siendo así una veracidad certera de hacerlo. En postres tenemos que la mayoría casi siempre consume y que vendrían a gastar un máximo de 60 pesos. Y por último el servicio que más se solicita es el consumo local pero que además está muy por igual del servicio a domicilio, lo que gracias a la encuesta se puede hacer alianzas o generar un propio conductor designado de comida.

Organización de empresa



Definición de los puestos:

- Gerente único: Es que está por encima de todos, supervisa y toma decisiones. Este puede ser tanto como un empleado como el mismo dueño, esto dependerá de la magnitud del restaurant.
-
- Subgerente: supervisa y coordina a la persona secundaria para que el restaurant se mueva de firma efectiva
- Meseros: son aquellos que tienen contacto directo con el consumidor, sirven como puente entre el producto y el usuario.
- Intendentes: son aquellos que se encargan de limpiar y mantener aseado tanto los espacios del personal como del consumidor.
- Cajeros: se encargan de ejecutar las cuentas o gastos del consumidor dentro del establecimiento.
- Garrotero: se encargan de limpiar la mesa y montarla para el próximo servicio, Es el ayudante del mesero.
- Jefe de cocina: Es el encargado de coordinar y verificar el buen funcionamiento de la cocina, es el de mayor puesto dentro de la cocina por los que puede mandar directamente a todos.
- Chef principal: son aquellos que coordinan a un grupo de cocineros dentro e su campo o especialidad, como jefe de un equipo.
- Lavaplatos: Son aquellos que ayudan a limpiar los utensilios de cocina
- Cocineros: son aquellos que se encargan de preparar y cocinar los platillos.

- Ayudantes: sirven como apoyo y servicio de los cocineros. Ayudan en trabajos pequeños para acelerar el proceso del platillo, además de que pueden rotar entre equipos de cocineros.
- Gerente de postres: se encarga de coordinar y supervisar a todos los empleados dentro del área exclusiva de repostería.
- Fuentero: Prepara bebidas y postre según los ingredientes.

Bibliografía

- Fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advertieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.
- Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.
- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill
- Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. (2010). Tu modelo de negocio.. sf: Deusto.
- Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc Graw hill
- Kotler, p., & armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: pearson.
- REYES Ponce, A. (2008). Administración de empresas. Teoría y práctica. México: Limusa