

Carreras: Administración de Empresas Turísticas y Mercadeo

**Diplomado: Plan de Negocio y Gestión Integral de Proyectos de
Emprendimiento en Línea**

Proyecto:

Guavaberry Restaurant

Autora:

Zuleyka Santos

Facilitadores Acompañantes:

Jorge Mena

Julio Angel García

Eliana Campos

18 de diciembre del 2020,
Santiago de los Caballeros,
República Dominicana

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO.....	1-2
INTRODUCCION.....	3-4
Antecedentes del sector.....	5-6
Planteamiento del problema.....	07
Objetivo general.....	07
Objetivo específico.....	07
Importancia y justificación.....	08
Metodología.....	08
Delimitación del proyecto.....	08
Limitaciones del proyecto.....	09
Métodos de recolección de datos.....	10
SECCIÓN 1: ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO.....	11
1.1 Descripción de la empresa.....	12
1.2 Imagen Corporativa o Brand Kit.....	12
1.2.1 Logo e Isotipo.....	12
1.2.2 Eslogan.....	12
1.2.3 Colores.....	12
1.2.4 Tipografía.....	12
1.3 Filosofía de negocios.....	13
1.3.1 Misión.....	13
1.3.2 Visión.....	13
1.3.3 Valores.....	13
1.4 Ventajas competitivas.....	13
1.4.1 Valor agregado.....	13
1.4.2 Estrategias de diferenciación.....	13
SECCIÓN 2: ESTRUCTURA DEL ENTORNO.....	14
2.1 Análisis FODA del proyecto.....	15
2.2 Análisis de la competencia.....	15
2.2.Principales competidores.....	16
2.3 Fortalezas y debilidades de la competencia.....	16
2.4 Análisis de la demanda o consumidores.....	17
2.5 Análisis y presentación de los resultados de la encuesta.....	25

SECCIÓN 3: ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA.....	26
3.1 Mercado meta.....	27
3.2 Descripción del servicio.....	27
3.3 Estrategias de precios.....	28
3.4 Estrategias de distribución.....	29
3.5 Estrategias de comunicación.....	30
SECCIÓN 4: ESTRUCTURA TÉCNICA.....	31
4.1 Principales socios claves del proyecto.....	32
4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones.....	33
4.3 Áreas operativas del proyecto.....	34-35
4.4 Organigrama.....	36
4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente.....	37
4.6 Políticas operativas del negocio.....	37
4.7 Normas laborales.....	37-40
SECCIÓN 5: ESTRUCTURA FINANCIERA.....	41
5.1 Plan de inversión.....	42
5.2 Plan de medios online.....	42
5.3 Proyección de ventas por temporada.....	43-44
5.4 Estado de flujos de efectivo proforma.....	45
5.5 Estado de resultados proforma.....	46
CONCLUSIONES.....	47-48
BIBLIOGRAFÍAS.....	49
cuestionario.....	50
anexos.....	51-68

I. RESUMEN EJECUTIVO

El 14 de octubre de 1893 llegaron los cocolos a la República Dominicana. Estos eran negros, provenientes de las islas del Caribe inglés: Vieque, San Thomas y Barbada. Desembarcaron en Santo Domingo en la goleta “España Ponceña”, de ahí fueron trasladados a San Pedro de Macorís.

A su llegada este grupo étnico no consumía los alimentos de la isla, sino que aprovecharon para dar a conocer su propia forma alimenticia, sus ingredientes y sus platos más relevantes. Ellos aportaron a nuestra gastronomía una gran variedad de platos basados en tres ingredientes la harina de trigo o maíz, el pescado y el coco

Aunque la gastronomía cocola ha tenido un gran impacto en nuestra cultura sus aportes se han limitado solamente a San Pedro de Macorís y en algunas otras pocas regiones.

A causa de estas problemáticas el desconocimiento de la cultura, gastronomía e historia de nuestro país, nos impide maximizar el potencial turístico que tenemos.

Este proyecto busca fortalecer, establecer y mantener a través del conocimiento de la cultura cocola y su origen; la economía del municipio en primer lugar y llegar hacer un pilar dentro del turismo gastronómico del país.

Guavaberry restaurant estará ubicado en el municipio de Jima Abajo, provincia la Vega.

Este establecimiento estará tanto en diseño como en los productos a ofrecer basado en la cultura cocola y otras actividades a desarrollarse según el gusto popular.

Este restaurant ofrecerá servicios gratuitos de Delivery puerta a puerta con los nuevos estándares de higiene.

Los principales platos de la gastronomía cocola como el funchi con pescado, Domplin con bacalao, coconete, yanique que, asado y frito, pan cocolo, pan de gloria, pan de maíz y dulce de coco. licores guaba Berry, Mabí, Sari. Además, comida criolla, bebidas de otra gastronomía vigente en el país y cualquier platillo especial que deseen los consumidores.

De igual forma dentro del establecimiento habrá un salón de actividades donde se harán actividades propias de la cultura cocola y también el salón se rentará para actividades privadas de cualquier índole.

Guavaberry restaurant busca diferenciarse de los demás restaurantes de la provincia de la vega.

Esto se logrará gracias al servicio ofertado en precio, calidad e higiene y al valor agregado que ofrecerá el establecimiento.

La gastronomía cocola será un gran atractivo en la zona, ya que es una gastronomía poco conocida por el pueblo de Jima y que dicho pueblo busca conocer y experimentar, esta información la obtuvimos gracias a la encuesta realizada de igual manera pudimos ver nuestro mercado objetivo el cual abarcará personas de todas las edades, clases sociales y de otras comunidades.

Una de nuestras metas es hacer que el restaurante esté tanto de forma física como en las diferentes plataformas online entre los más reconocidos restaurantes del país, pero sin perder su temática.

En resumen, guavaberry restaurant es un gran proyecto que se establecerá en el mercado de forma exitosa. Garantizando el crecimiento económico del municipio y del país en cuanto a establecimientos de alimentos y bebidas se refiere.




I.I INTRODUCCIÓN

En la trayectoria del ejercicio de cada una de las estructuras que conforman una empresa se desarrolló dentro de cada una de las estructuras sub-temas que sirven para la fácil comprensión del desarrollo de esta idea de negocio.

Guavaberry restaurant es una empresa dedicada al servicio de gastronomía cocola en el municipio de Jima Abajo; provincia la Vega. Con servicios de Delivery y fundamentada en las redes sociales.

Se busca con este el desarrollo económico industrial de la comunidad y el desarrollo intelectual y económico personal.

Las estructuras trabajadas en esta primera parte fueron:

-  Estructura del entorno
-  Estructura ideológica
-  Estructura mercadológica

Para el desarrollo de toda empresa sabemos que se necesita capital económico la base primordial para que la idea de negocio se materialice.

Culminaremos esta primera base del desarrollo de este proyecto gastronómico conociendo la estructura técnica y financiera que se detallan al final de este informe.

Autora:

Zuleyka Santos

I. Antecedentes del sector

1.1.3 Antecedentes históricos de los restaurantes.

Algunos testimonios históricos y arqueológicos confirman que las tabernas existían desde el 1700 a.C. Se han encontrado pruebas de la existencia de un comedor público en Egipto en 512 a.C., que tenía un menú limitado, ya que solo servía un plato preparado con cereales, aves salvajes y cebolla.

No obstante, los egipcios utilizaban una amplia selección de alimentos para cocinar: guisantes, lentejas, sandía, alcachofas, lechuga, endibias, rábanos, cebollas, ajos, puerros, grasas (animales y vegetales), carne, miel, dátiles y productos lácteos, como la leche, el queso y la mantequilla.

En base al término “Restaurante” es de origen francés y fue utilizado por primera vez en París; al designar este nombre a lo que antes le llamaban tabernas, posadas o casa de comida su éxito fue rotundo y básicamente definitivo. Miles de restaurantes comenzaron a abrir y estos contaban con camareros y mayordomos.

Después de la revolución francesa en 1789, la aristocracia arruinada, no pudo mantener su numerosa servidumbre, y muchos sirvientes desocupados fundaron o se incorporaron a éste nuevo tipo de casa de comidas que surgía en gran número.

No hay registros de los primeros restaurantes de la provincia de la Vega, pero cabe resaltar que hoy en día nuestra provincia cuenta con más de 5 restaurantes formales y un sinnúmero de restaurantes de comida rápida.

Jima Abajo es un pequeño lugar lleno de riquezas naturales y jóvenes talentos; industrialmente no muy desarrollado ya que la única fuente de empleo es la agricultura y no se han desarrollado otras diversidades para el enriquecimiento del municipio.

En el municipio contamos con dos comedores de comida criolla; ambos con gran auge en el municipio; a pesar de sus limitaciones se han podido colocar en el segmento de comida rápida criolla.

Cabe resaltar que en el municipio no existen restaurantes de alta categoría ni con servicios extracurriculares.

Los hoteles, bares y restaurantes son los principales contribuyentes a la economía de República Dominicana; para el año 2017 estos tuvieron un crecimiento de 6.8%

1.2. Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado

La cultura cocola llega a la República Dominicana a través de un grupo llamado los cocolos provenientes del Caribe inglés. Estos a su llegada trajeron con ellos su cultura y su gastronomía.

Estos radicaron en la zona de San Pedro de Macorís. Hasta hoy día su costumbre gastronómica se mantiene, pero no tan desarrollada, ya que se ha mantenido vigente en San Pedro de Macorís.

Con este proyecto se busca establecer un negocio online y físico para dar a conocer la gastronomía cocola y con esta desarrollar una industria de generación de empleo en el municipio de Jima Abajo, La Vega.

a. Objetivo general

- ✚ Desarrollar un plan de negocio online basado en la gastronomía cocola y su cultura sin dejar de involucrar otras gastronomías vigentes en el país para la satisfacción de los posibles clientes.

b. Objetivos específicos

- ✚ Establecer tanto en el mundo online como en el sector empresarial un negocio basado en la gastronomía cocola.
- ✚ Alcanzar el posicionamiento dentro del mercado online gastronómico y ser uno de los mejores tanto en servicios a ofrecer como en innovación.
- ✚ Desarrollar el sector empresarial de generación de empleos para los jóvenes estudiantes tanto del sector como de otras provincias.

1.5. Importancia y justificación del proyecto

- ✚ Aspecto profesional: Vincular otras empresas inversionistas al proyecto
- ✚ Aspecto personal: Emprender mi propio negocio a través de los conocimientos adquiridos. Con la intención de mejorar mi estilo de vida económico y el de miles de jóvenes desempleados.
- ✚ Aspecto social: Formar parte del desarrollo industrial del municipio

1.6. Metodología

Para la realización de este proyecto utilice varias fuentes tales como: libros, investigación documental y encuestas.

1.6.1. Técnicas utilizadas para la recolección de datos

- ✚ Análisis de contenidos bibliográficos.
- ✚ Encuestas a posibles consumidores.
- ✚ Simulaciones de ventas online.

Las técnicas utilizadas para la indagación y desarrollo de este tema se utilizaron técnicas diversas desde las experiencias personales vividas hasta encuestas realizadas a los munícipes.

1.7. Delimitación del proyecto

Los servicios y productos que ofrecerá este proyecto se estarán ofreciendo a nivel nacional a través del local físico y a través de las redes a todos los munícipes con servicios a domicilio.


Este restaurante cocolo a través de las diversas páginas web, redes sociales y otros espacios tecnológicos podrá ofrecer sus servicios a nivel nacional, llegando a cada rincón del país con una oferta tentadora y eficaz a través de las webs.

1.8. Limitaciones del proyecto

- ✚ El entorno
- ✚ Limitación financiera
- ✚ El poco auge empresarial

1.9. Métodos para la recolección de datos

1.9.1 Modelo de negocios Canva Board:

Modelo de canva Board diseñado para: Restaurant Guavaberry			Diseñado por: Zulevka Santos	
<u>Socios claves</u> Proveedores 	<u>Actividades claves</u> Elaboración de alimentos y bebidas. Reserva para eventos. Transporte a domicilio	<u>Propuesta de valor</u> Guavaberry Restaurant Especialista en ofrecer y dar a conocer la gastronomía cocola. Para los más exigentes paladares. Con los mejores precios del mercado, con todos los estándares de salubridad, según las nuevas reglas sanitarias	<u>Relaciones con los clientes</u> Relación personal a través del local físico y relación de servicio con pedidos online	<u>Segmentos de clientes</u> A toda la población nacional
	<u>Recursos claves</u> Recursos humanos Chef y ayudante Meseros Administradores Delivery Diseñadores de		<u>Canales de distribución</u> Redes sociales Sitio web Local físico	
<u>Estructuras de costes</u> Publicidad Administrador Costes Personal Insumos			<u>Líneas de ingresos</u> Snacks Alquiler de salón para eventos Bebidas alcohólicas y personalizadas Tarjeta, efectivo, transferencia bancaria y pago contra	

I. ESTRUCTURA IDEOLÓGICA DEL PROYECTO

1.1. Descripción de la empresa

Guavaberry restaurant es una empresa de cocina local y cocola, que tiene como finalidad expandir la gastronomía cocola en cada rincón del país y establecer un negocio en el municipio de Jima abajo, provincia la vega.

1.2. Imagen Corporativa o Brand Kit Logo e Isotipo:



Eslogan:

✚ Sabor cocolo de verdad

Colores (representar en pantones, buscar aplicación en la web)



Tipografías: El tipo de letra utilizado en el logo cocogoose bold

1.3. Filosofía de negocios

- ✚ Misión: Guavaberry restaurant es una empresa gastronómica comprometida al buen servicio; satisfaciendo las necesidades de sus clientes en un ambiente fresco, innovador y de respeto.
- ✚ Visión: Ser pioneros en el desarrollo de la industria gastronómica del municipio
- ✚ Valores: Transparencia, eficiencia, pasión, orientación al cliente

1.4.-Ventajas competitivas

Valor agregado

Guavaberry restaurant es un establecimiento que ofrecerá servicios de delivery gratuitos a la puerta de tu casa, ventas de artículos artesanales y regalos propios de la cultura cocola.

1.5. Estrategias de diferenciación

Este proyecto de restaurante temático se diferenciará de los demás restaurantes o comedores del municipio de Jima Abajo en:

- 1- Gastronomía diferencial (típica de los cocolos)
- 2- Publicidad profesional
- 3- Servicios de Delivery
- 4- Infraestructura basada en la cultura cocola
- 5- Actividades recreativas

II. ESTRUCTURA DEL ENTORNO

2.1. ANALISIS FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad gastronómica. • Actividades familiares educativas. • Publicidad profesional • Servicios online • Delivery gratis para la zona 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento económico personal y/o desarrollo de la comunidad. • Introducción de un nuevo mercado a un mercado en decadencia donde el crecimiento y la innovación no está presente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de inversionistas. • El desconocimiento de la cultura cocola en el municipio. • Infraestructura inadecuada 	<ul style="list-style-type: none"> • No adaptación por parte de los munícipes a esta gastronomía. • El desarrollo de un mercado más competitivo. • Caída del negocio

2.2 Análisis de la competencia

En el municipio de Jima Abajo; provincia la vega existen dos (2) comedores de comida criolla dominicana. Ambos se han establecido en el municipio con un buen auge de servicios dentro del local y fuera por igual, pero sin servicios adicionales.

Principales competidores

Comedor Alibel: más de 25 años brindando sus servicios de comida típica dominicana a la comunidad solo con local física

Comedor Nino: con tres años en el mercado gastronómico de comida criolla. Ofrece desayuno, almuerzo y cena. Local físico no tiene servicios de envío ni redes sociales como valor agregado.

- ✚ Fortalezas: Ambos están establecidos en el mercado, aunque con sus diferentes tipos de estrategias
- ✚ Debilidades: No tienen servicios agregados ni cuentan con las nuevas herramientas tecnológicas.

2.3. Análisis de la demanda o consumidores

2.4. Análisis y presentación de los resultados de la encuesta

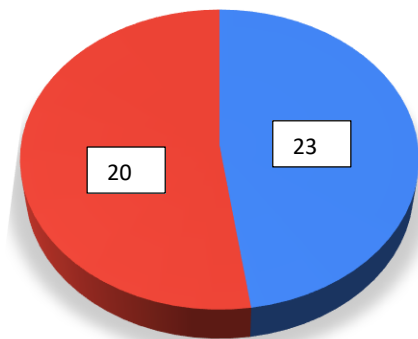
2.5.

Género	Frecuencia
Masculino	20
Femenino	23
Total	43

Fuente: pregunta 1 de la encuesta aplicada a los usuarios

Gráfico No. 1

GENERO DE LOS ENCUESTADOS



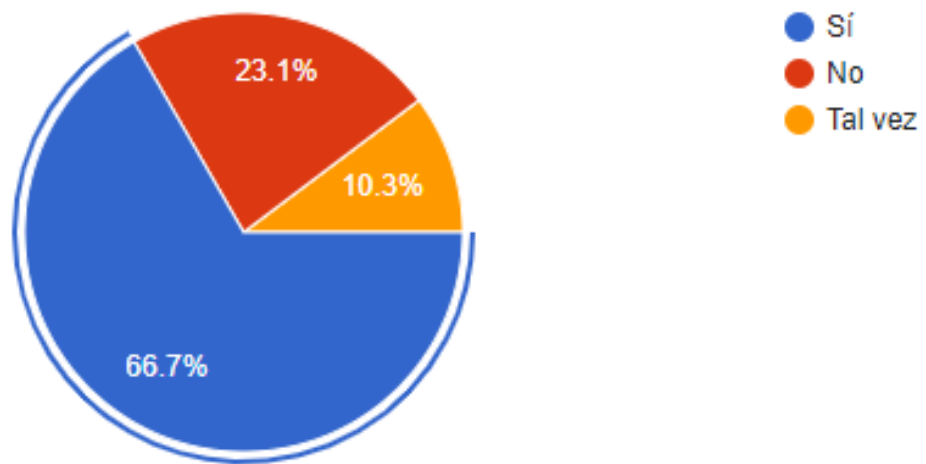
■ Masculino

■ Femenino

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	66.7%
No	9	23.1%
Tal vez	4	10.3%
Total	39	100%

El gráfico corresponde al número de personas encuestadas sobre la gastronomía cocola con un total de 43 personas. 20 del género masculino y 23 del género femenino.

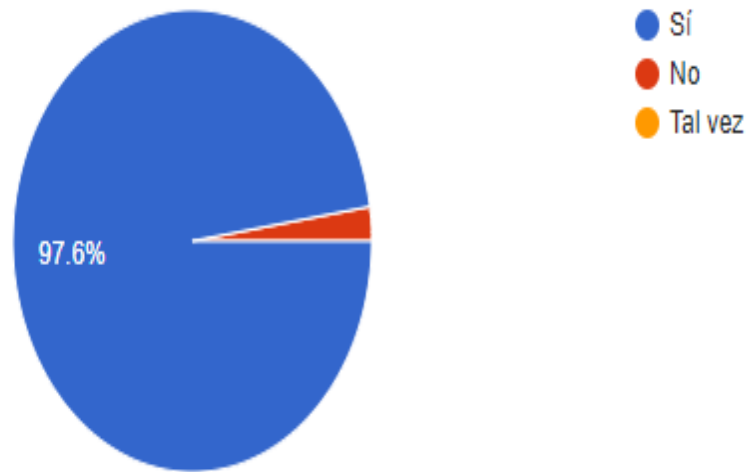
¿Conoce usted quienes eran los cocolos y cuáles fueron sus aportes culturales, gastronómicos y sociales recibidos en nuestro país?



La siguiente gráfica muestra la frecuencia de porcentaje sobre el conocimiento de la gastronomía cocola en el municipio de Jima Abajo; provincia la Vega.

¿Alguna vez ha escuchado mencionar de los yaniqueque, los domplines, el mabí, el pescado con coco, el guavaberry y los coconetes?

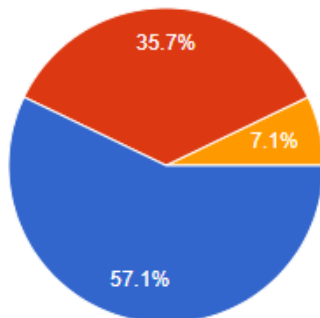
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	41	96.6%
No	1	2.4%
Tal vez	0	
Total	42	100%



Del total de las personas encuestadas 42 para un por ciento de 97.6 respondieron haber escuchado mencionar sobre los alimentos mencionados en la pregunta y solo un 2.4% para un total de una (1) persona no haber escuchado sobre dichos alimentos.

¿Sabía usted que los alimentos y bebidas mencionados anteriormente son herencia gastronómica de los cocos?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	57.1%
No	15	35.7%
Tal vez	3	7.1
Total	42	100%



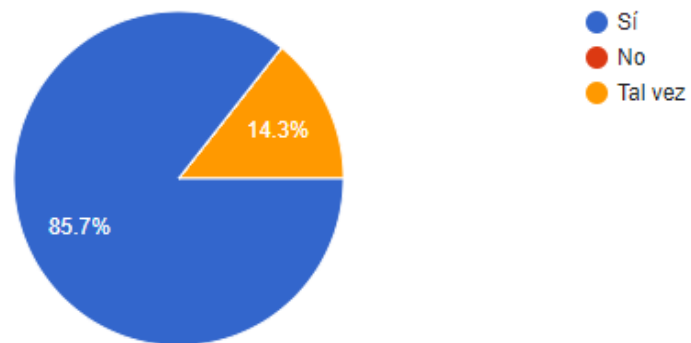
- Sí
- No
- Tal vez

En esta tabla vemos como las personas

Encuestadas muestran en gran numero el conocimiento de algunos elementos de la gastronomía cocola.

¿Le gustaría probar dichos platos y bebidas en un restaurante temático en este municipio?

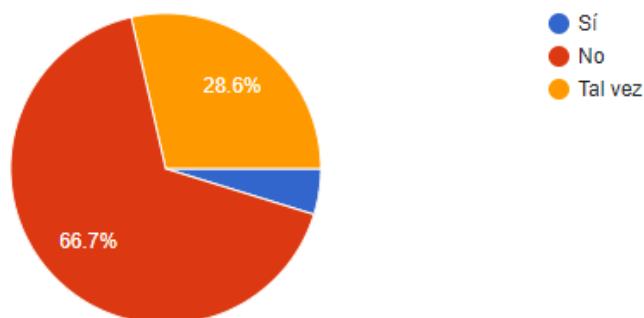
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	36	85.7%
No	0	0
Tal vez	6	14.3%
Ninguno	1	0
Total	43	100%



Grafica de muestreo donde el 85% de los encuestados les gustaría probar esta gastronomía en el municipio.

¿Existe en el municipio de Jima Abajo un restaurante temático basado en la herencia cultural y gastronómica de los cocolos?

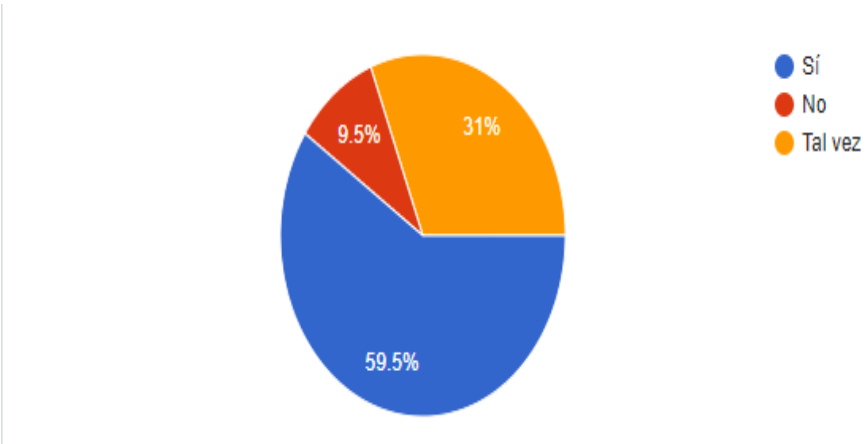
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	4.8%
No	28	66.7%
Tal vez	12	28.6%
No sabe	1	0
Total	43	100%



Esta grafica muestra la evidencia de que en el municipio no existe un restaurante un restaurante temático basado en esta gastronomía.

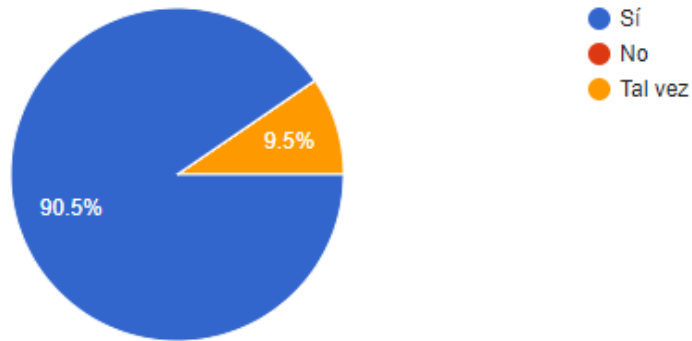
¿Considera usted que este restaurante resulte ser lo suficientemente agradable para los clientes que lo visiten?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	59.5%
No	4	9.5%
Tal vez	13	31%
No sabe	1	0
Total	43	100%



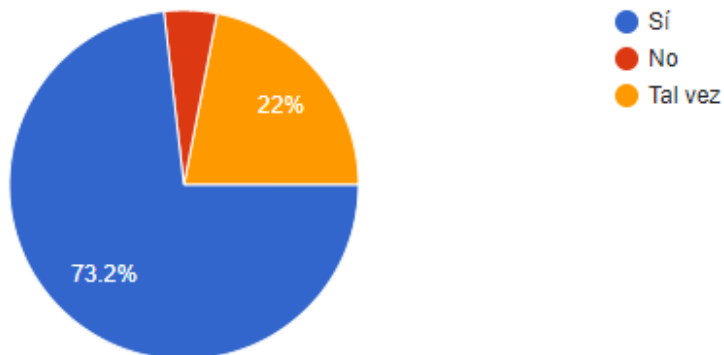
¿Considera usted necesaria la implementación de este tipo de restaurante en este municipio?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	90.5%
No	0	0
Tal vez	4	9.5%
No sabe	10	0
Total	43	100%



¿Considera usted que este restaurante y los servicios a ofrecer tendría éxito en el mercado online?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	30	73.2%
No	4	4.9%
Tal vez	9	22%
Total	43	100%



III. ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

3.1 Mercado Meta

✚ Avatar de cliente

El municipio de Jima abajo cuenta aproximadamente con una población de 29,000 habitantes. De todas las edades, clases sociales y diversas ocupaciones.

Nuestros posibles consumidores figuran entre las edades de 30-60 años. entre los cuales tenemos en el municipio profesionales de diversas áreas, comunicadores y comerciantes.

De acuerdo a la encuesta realizada nuestros posibles clientes valoran la calidad en el servicio, precios asequibles y transparentes, innovación, higiene y rapidez en el servicio brindado

Para la estimulación y permanencia de nuestros consumidores utilizaremos detalles como son la compra de accesorios de la cultura coca y artículos artesanales.

✚ Principales necesidades o deseos y expectativas

Ambiente acogedor, servicios de envío seguros, calidad, eficiencia e higiene, buenos precios, buen servicio al cliente, amabilidad, respeto, cortesía y asesoría de ser necesario

3.2 Descripción del producto o servicio

- ✚ **Servicio:** comida, postres, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, sala de eventos y servicio gratuito de Delivery.
- ✚ **Características:** higiene, calidad, buen sabor, variedad, rapidez e innovación
- ✚ **Garantías:** para los servicios de envíos; el cliente tendrá la seguridad de la entrega del producto que haya solicitado en buena calidad, saludable e higiénica devolución de no haber cumplido con lo anteriormente dicho
- ✚ **Beneficios:** entrega satisfactoria, pago en efectivo, transferencia o por tarjeta de crédito.
- ✚ **Ventajas:** calidad, seguridad de envío, regalos por preferencia, buenos precios y servicios.
- ✚ **Formato de compra:** compra online, redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp)

3.3 Estrategias de precios

- **Costo o inversión de producción o adquisición**

El costo de inversión de la prestación de servicio representará un 60% del precio de venta y estará distribuido de manera siguiente:

Costos de operación 15%
Costos de mano de obra 45%

- **Margen de beneficios**

El margen de ganancias establecido para este proyecto es de un 40%.

- **Precio de venta**

Para calcular el precio de venta de los servicios se utilizará el método del costo incrementado, que consiste básicamente en considerar primero lo que cuesta producir, promocionar y tener listo para la venta el servicio y añadir una cantidad adicional que representa el margen de beneficio que se desea, que en este caso es de un 40%.

El costo deberá incluir aquellos gastos relacionados con el negocio como son servicios de electricidad, dominio y hosting, internet, impuestos, marketing, publicidad, etc. Además, deben estar incluidos los costos de materiales, mano de obra y honorarios.

Precio de venta = Costos de operación 10% + Mano de obra 50% + Margen de beneficios 40% = 100%

- **Precios promocionales**

Basados en la información de los estudios realizados, se utilizarán como estrategias de promoción los descuentos de temporada y bonos especiales.

Se otorgará un 10% de descuento a los primeros 20 clientes en solicitar algunos de los servicios ofrecidos y bonos especiales para los primeros 10 clientes en solicitar servicios por segunda ocasión.

- **Formatos de pago**

- ✚ Transferencia
- ✚ Tarjeta de crédito
- ✚ Efectivo

Manejo de devoluciones, descuentos e impuestos

- ✚ **Devolución del producto comestible si este llega fuera de los márgenes de higiene**
- ✚ **Descuentos por fidelidad y por temporadas**
- ✚ **Impuestos de ley**

3.4 Estrategias de distribución

3.4.1 Puntos de exhibición y ventas

- ✚ Facebook
- ✚ Instagram
- ✚ WhatsApp
- ✚ Páginas web corporativa
- ✚ páginas web de afiliación

Formato y medios de distribución física.

- ✚ **Empresas dedicadas al servicio de distribución de alimentos y bebidas**
- ✚ **El local del negocio**
- ✚ **Servicios propios de Delivery**
- ✚ **Puntos de ventas**

3.5 Estrategias de comunicación

3.5.1 Tácticas promocionales

- ✚ Tácticas de recomendación
- ✚ Descuentos por temporada
- ✚ Concursos

3.5.2 Tácticas publicitarias promocionales

- Creación de menú online

3.5.3 Tácticas promocionales de medios

Promoción por Instagram, Facebook, telegram, WhatsApp

3.5.4 Tácticas de ventas

- Imagen corporativa
- Diseño
- Variedad del producto

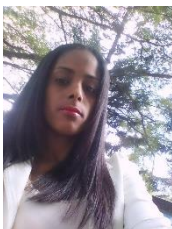
3.5.5 Tácticas de relaciones públicas

- Página web con un plan de marketing
- Las redes sociales
- Publicidad impresa

IV. ESTRUCTURA TÉCNICA

4.1 Principales socios claves del proyecto

Accionistas o Inversionistas: Guavaberry restaurant estará conformada por tres socios, los cuales serán los inversionistas del mismo



Lic. Zuleyka Santos, con el 50% de las acciones. Licenciada en administración de empresas turísticas y hoteleras de la UAPA



Lic. Yuleisi Díaz Paulino, con el 25% de las acciones. Abogada, egresada de la UAPA



Lic. Merary Rojas, con un 25% de las acciones y encargada de grupos y eventos del restaurante. Egresada de la UASD de la carrera administración de empresa.

Proveedores

Los proveedores de los distintos servicios y productos ofertados están ubicados en diferentes zonas del país. De igual forma se estará trabajando con proveedores de otras localidades con el fin de llevar al consumidor alimentos de calidad y tener un control en cuanto a los precios de costes.

Los proveedores son un eje importante en el desarrollo de un negocio, es por tal razón que se debe tener los mejores proveedores en cuanto a calidad y a precios se refiere.

Entre los diferentes proveedores tendremos a:

ARIDOM SRL dedicados a la distribución, fabricación e importación y exportación de mariscos. Estos están ubicados en la carretera sabaneta 160 La vega, Republica dominicana.

AGROJUNTA distribuidores de frutas ubicados en Santiago, Rep.Dom.

AHUMADITOS distribuidores de carnes, ubicados en santo domingo

CASECA productores lácteos ubicados en santo domingo

Como proveedores de bebidas, arroces y harina contaremos con **ALMACENES HATUEY**.

guavaberry restaurant para su implementación en el mercado online contará con plataforma digitales como canva sirve para desarrollar los menús del restaurante de forma creativa, Wix cuenta con más de 60 plantillas gratuitas para restaurantes y wordpress ayudará para complementar el sitio web que tendrá nuestro restaurante.

Dentro de la publicidad estarán las redes sociales como:

-  Instagram
-  Facebook
-  Telegram
-  Páginas web
-  YouTube
-  LinkedIn Corporación



Edenorte como proveedor de servicio eléctrico

Suplidores

Los suplidores son aquellas personas físicas y/o establecimientos que se dedican a la venta de los diferentes servicios de los fabricantes o proveedores.

En el caso de guavaberry restaurant se suplirá directamente de los proveedores antes mencionados.

Plataformas online

-  Wix.
-  GoDaddy
-  WordPress
-  Facebook
-  Instagram
-  LinkedIn

4.2 Asesores o especialistas de producción y Operaciones

- ✚ Diseño gráfico: Para el diseño de nuestro portal web trabajaremos con PDG estudio; expertos en diseños, social media y audiovisuales
- ✚ Soporte técnico: INTSERT (inteligencia de servicios tecnológicos de restaurantes) es la plataforma que brindara sus servicios tecnológicos para cualquier inconveniente que se tenga con nuestra plataforma online y de igual manera de forma física.
- ✚ Manejo de sitios web: En cuanto al manejo de la página web del restaurante; la misma está en proceso de gestación. Para este proceso contamos con el apoyo de CMS que es un programa que se encarga o permite el manejo de diseños y administración de contenidos de páginas web.

4.3 Áreas operativas del proyecto

Gerencia administrativa

- ✚ Los gerentes de restaurantes se encargan de diversas funciones dentro del área general del establecimiento de A&B algunas de estas son:
- ✚ Determinar el tipo de servicios a ofrecer e implementar los procedimientos operativos pertinentes
- ✚ Estimar los costos de A&B
- ✚ Llevar el inventario y adquirir insumos, equipos y bebidas.
- ✚ Establecer estándares de desempeño para el buen servicio al cliente
- ✚ Desarrollar estrategia de mercado e implementar publicidad.

Atención al cliente

Atención al cliente en los establecimientos de A&B se rige por la gerencia del mismo. Para brindar un buen servicio al cliente tanto al cliente físico como al cliente online.

En esta ocasión según los estándares de salubridad establecidos a causa de la pandemia y los ya existentes dentro de A&B; guavaberry restaurant tiene las siguientes normas y/o requerimientos para brindar a nuestros clientes online un servicio seguro, confiable y satisfactorio.

Todo nuestro personal de entrega de nuestros servicios, usaran uniforme al momento de hacer la entrega.

El pedido se empacará según las normas de protocolo de manipulación de alimentos y bebidas.

Servicios de pedidos a través de las diferentes redes sociales y páginas web

Pagos por tarjeta de crédito, transferencia bancaria y efectivo.

Ventas y gestión de pedidos

- **Servicios:** Dentro de la gestión de servicios se ofrecerá:
 - 🚚 Pedidos para llevar
 - 🚚 Orden para entregar al lugar que requiera el consumidor
 - 🚚 los pedidos se podrán hacer por llamadas al local, por aplicaciones como pedidos ya, Instagram y WhatsApp.

- **Facturación y cobros**

Para la facturación y cobros de gestión de pedidos utilizaremos los servicios online de Restaweb

- **Contabilidad:** este puesto se encargará de llevar el control de las actividades económicas del negocio. para esto utilizaremos el sistema de puntos de ventas de la plataforma online Epos Now

- Legal: guavaberry restaurant estará constituida por dos socios lo que sería una sociedad SLL.

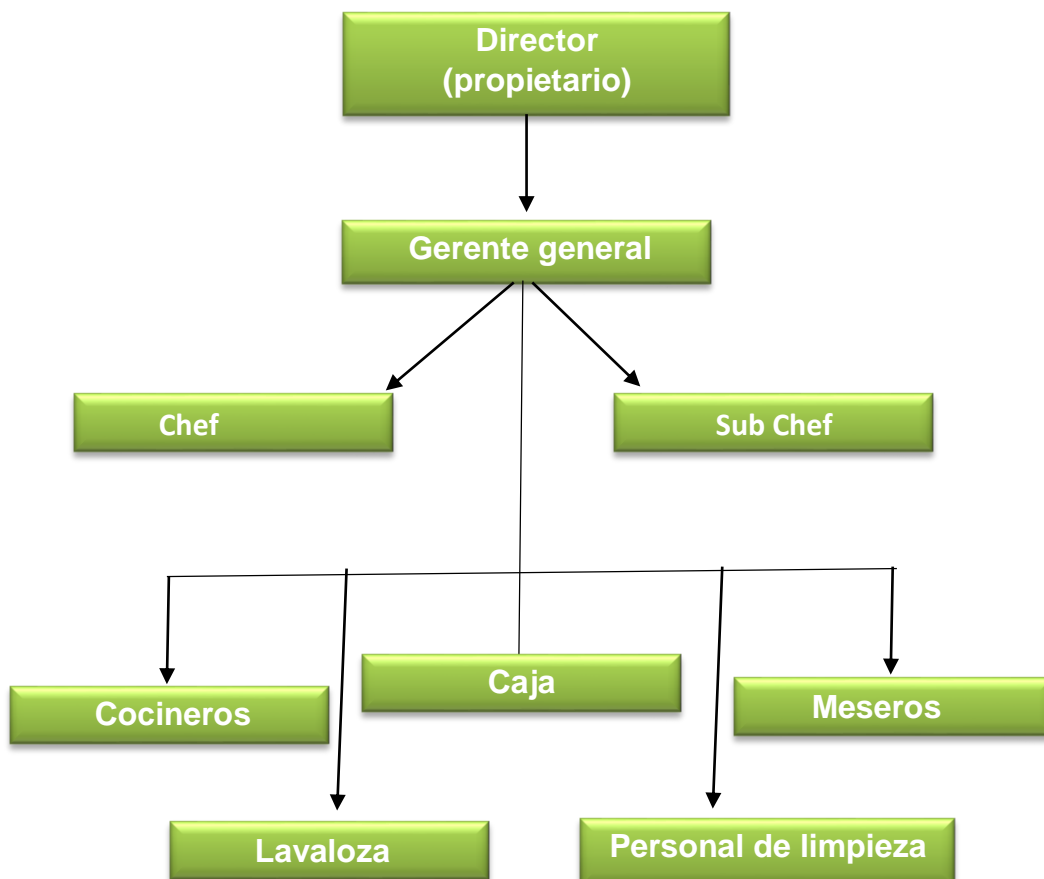
✚ Compras y control de inventarios

El inventario y las compras de los suplementos que requiere el negocio lo vamos a manejar a través de la aplicación web Stock Control esta aplicación permite dar seguimiento a los artículos y da una alerta cuando hay escasez de los mismos.

✚ Actualización de contenidos online

Para las actualizaciones y manejo de contenidos en las redes y pagina web nuestra empresa contratara los servicios tecnológicos de freelance plataforma que cuenta con diseñadores gráficos.

4.4 Estructura Organizacional (organigrama)



4.5 Horario de trabajo y asistencia al cliente

El establecimiento ofrecerá sus servicios de entrega desde las 8 a.m.-12 a.m. y 2 p.m. a 5:30 p.m. para cumplir con las reglas del gobierno ante la pandemia y para de igual manera poder hacer los ajustes del día en cuanto a ventas y despachar el personal.

4.6 Políticas operativas del negocio

- ✚ Precios asequibles al consumidor
- ✚ Contribuir a la formación de una generación de trabajadores
- ✚ Suplir las necesidades de los clientes o consumidores
- ✚ Fomentar el trabajo en equipo
- ✚ Valorar el bienestar común por encima de cualquier ingreso económico

4.7 Normas laborales

Reglamento Interno

Contratación del personal

- ✚ Toda persona que quiera laborar en el restaurante Guavaberry debe cumplir en su totalidad con los requisitos del puesto al que aspira.
- ✚ Toda persona que quiera laborar en el restaurante deberá tener una hoja de vida o curriculum para poder presentarse adecuadamente.
- ✚ Si el trabajador es elegido, se le hará un contrato de prueba por 3 meses, después de este tiempo firmará un contrato fijo o a un año.

Evaluaciones y supervisiones al personal

- ✚ Las evaluaciones serán realizadas por el administrador. Éstas deberán contener los resultados de cumplimiento de cada objetivo predefinido y deberá contarse con la firma del personal evaluado, como parte de su aceptación.
- ✚ El administrador debe detallar las causas por las que no se cumplieron los objetivos.

Horario de trabajo

- ✚ El horario estipulado será de lunes a sábado en horarios de 8:00 am a 12:00 pm y de 2:00 pm a 5:00 pm.
- ✚ Los horarios señalados podrán ser modificados por la empresa según las necesidades de la misma siendo obligación de esta dar aviso a los trabajadores.
- ✚ El trabajador se compromete a cumplir con el tiempo laboral respetando sus horarios, de lo contrario le será descontado de su salario el tiempo faltante.
- ✚ Ningún trabajador podrá ausentarse de la empresa antes de terminar su jornada diaria sin la previa autorización del Socio respectivo, o en su defecto con la autorización del encargado.

Sobre los permisos de los trabajadores y faltas

- ✚ Los permisos deben ser solicitados con 24 horas de anticipación.
- ✚ El administrador del restaurante está facultado para autorizar el permiso y las condiciones bajo el que este se autorice. Todos los permisos serán sin sueldo en el caso de que sea día completo salvo se autorice lo contrario.
- ✚ Los trabajadores que falten a sus labores por cualquiera que sea la causa, tendrán que dar aviso inmediato al administrador, puede ser telefónico o por escrito y en caso de ser incapacitado, el trabajador tendrá que hacer llegar el comprobante el día que retoma a labores, en caso contrario se tomará como una falta injustificada.
- ✚ Cuando se acumulen 3 faltas injustificadas, el restaurante tendrá la facultad de realizar el despido.

Prohibiciones

- ✚ El uniforme deberá ser utilizado en todo momento del horario laboral. falta e incumplimiento de su utilización podrá ser causa de las sanciones correspondientes.
- ✚ Queda estrictamente prohibido fumar dentro de las instalaciones del restaurante.
- ✚ La salida del personal fuera de las instalaciones será únicamente durante su horario de comida o por alguna razón especial de trabajo que puede ser autorizada solamente por el administrador.
- ✚ Por cuestiones de seguridad, cada trabajador del restaurante podrá ser sujeto a una revisión al momento de su entrada a la compañía por el personal de seguridad.
- ✚ El trabajador podrá ser revisado físicamente, así como sus pertenencias, al momento de su salida del restaurante, si al momento de su revisión pretende sacar artículos de la empresa deberá justificarlo con una autorización por parte del administrador, en el caso de no justificar la salida de los artículos, estos tendrán que serle retenidos hasta el momento de aclararlo.

❖ Queda prohibido a los trabajadores:

- ✚ Provocar en el interior y exterior del restaurante, escándalos, riñas o cometer actos que alteren la disciplina, así como distraer y quitar el tiempo a otro compañero sin causa justificada.
- ✚ Sustraer del restaurante utensilios de trabajo, herramientas o materias primas, sin el permiso de la persona facultada para ello.
- ✚ Suspende y ausentarse de sus labores sin autorización del administrador del restaurante.
- ✚ Distraerse en cualquier actividad ajena al trabajo.
- ✚ Introducir personas ajenas al restaurante a menos que estas sean justificadas y por autorización del administrador del restaurante.
- ✚ Realizar colectas o rifas dentro del restaurante y hacer cualquier clase de propaganda, así como la venta por catálogos o cualquier otro tipo, de cualquier artículo.
- ✚ Usar utensilios y herramientas del restaurante para fines particulares o distintos de aquellos para los que están destinados.

Sanciones

- ✚ El restaurante podrá aplicar sanciones a los trabajadores que no cumplan con los mencionados en este reglamento.

Sobre la atención al cliente

Las llamadas deben ser atendidas sin excepción de forma clara y oportuna, es prioritario para el restaurante que la comunicación con clientes, proveedores, empleados y cualquier persona que nos llame, se realice sin pérdidas de información y al momento. Las llamadas personales deberán ser limitadas y con tiempo medido.

Obligaciones de la empresa

- ✚ Pagar a los trabajadores los salarios pactados e indemnizaciones a que tengan derecho en tiempo y forma.
- ✚ Proporcionar útiles instrumentos y materiales necesarios para ejecutar su trabajo.
- ✚ Guardar a los trabajadores la debida consideración, absteniéndose de maltrato de palabra y obra.
- ✚ Conceder a los trabajadores o empleados el tiempo necesario para el ejercicio de voto de elecciones populares.
- ✚ Organizar permanentemente o periódicamente cursos de capacitación y adiestramiento.
- ✚ Adoptar las medidas de higiene y seguridad previstas por las leyes.
- ✚ Tomar las medidas preventivas de accidentes que sean necesarias.
- ✚ Proporcionar a los trabajadores los primeros auxilios que necesiten.

Notas Adicionales

- ✚ Las situaciones no previstas en el presente reglamento se resolverán de acuerdo con lo que sobre el particular disponga en contrato de trabajo, el uso, la costumbre y los principios generales de derecho.
- ✚ El presente reglamento interno de trabajo será entregado a cada uno de los trabajadores al servicio del restaurante al momento de su contratación, a efecto de que conozca sus derechos y obligaciones.

V. ESTRUCTURA FINANCIERA

PLAN DE INVERSION

Descripción	Costo			Total
Ordenador de mesa o laptop	\$15,000	1	\$	15,000.00
Impresora de inyector de tinta	\$16,400	1	\$	16,400.00
Mobiliario de oficina	\$50,000	-	\$	50,000.00
Dispositivo móvil o Tablet	\$5,000	1	\$	5,000.00
Aire acondicionado*	\$11,500	6	\$	69,000.00
Hosting y dominio web	\$ 250	1	\$	250.00
Software especializados	\$21,568.05	1	\$	21,568.05
Soporte técnico	\$45,591.25	1	\$	45,591.21
Diseñador gráfico	\$27,000	1	\$	27,000.00
Equipos y maquinarias*	\$31,506.00	1	\$	31,506.00
Insumos y materiales	\$292,250.00	-	\$	292,250.00
Suministro electricidad	\$20,000	-	\$	20,000.00
Servicios de data o internet	\$10,000	-	\$	10,000.00
Embalaje o empaques	\$15,000	-	\$	15,000.00
Total			\$	618,565.26.00

PLAN DE MEDIOS ONLINE

Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total	
Flyers		\$ 3.112.00	\$3.112.00	-
Catalogos		\$680.00	\$ 680.00	-
Publicidad en Youtube		\$ 540.00	\$540.00	-
Publicidad en redes sociales		\$ 6.845.00	\$6,845.00	-
Plan inversionista (Empresa de desarrollo web)		\$584,500.00	\$584,500.00	-
Total		\$	\$ 595,677	-

PROYECCION DE VENTAS POR MES

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES 3		MES 4	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Domplin con bacalao	\$- 250	300	\$-75,000.00	300	\$-75,000.00	2000	\$- 500,000.00	2000	\$- 500,000.00
Pescado al coco	\$- 350	350	\$122,500.00	350	\$- 122,500.00	4000	\$ 1,400,000.00	4000	\$-1,400,000.00
Pasteles en hojas de plátano y yuca relleno de res y pollo	\$- 115	500	\$-57,500.00	500	\$- 57,500.00	3000	\$- 345,000.00	3000	\$- 345,000.00
Domplin con sardinas	\$-150	300	\$- 45,000.00	300	\$- 45,000.00	2000	\$-300,000	2000	\$- 300,000
Mofongo	\$- 300	500	\$- 150,000.00	500	\$- 150,000.00	5000	\$- 1,500,000.00	5000	\$- 1,500,000.00
Bistec encebollado	\$- 285	600	\$- 171,000.00	600	\$- 171,000.00	600	\$-171,000.00	600	\$- 171,000.00
Camarones al ajillo	\$- 395	800	\$- 316,000.00	800	\$- 316,000.00	7000	\$- 2,765,000.00	7000	\$- 2,765,000.00
Sancocho	\$- 250	1000	\$-250,000.00	1000	\$- 250,000.00	500	\$-125,000.00	500	\$- 125,000.00
Asopado de mariscos con coco	\$- 380	800	\$- 304,000.00	800	\$- 304,000.00	400	\$- 152,000.00	400	\$- 152,000.00
Pasta del dia con ensalada verde	\$-250	1000	\$- 250,000.00	1000	\$- 250,000.00	5000	\$-1,250,000	5000	\$- 1,250,000
Totales	\$ 2,725.00	00	\$ 1,741,000.00	00	\$ 1,741,000.00	00	\$ 8,508,000.00	00	\$ 8,508,000.00
		Total							\$ 10,249,000.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES 10		MES 11		MES 12	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Yaniqueque al horno	\$- 50	100	\$-5,000.00	100	\$- 5,000.00	150	\$-7,500.00	150	\$-7,500.00
Pechuga al coco	\$-175	200	\$- 35,000.00	200	\$- 35,000.00	5000	\$-875,000.00	5000	\$- 875,000.00
Tapao (yaniqueque relleno)	\$-25	300	\$-7,500.00	300	\$- 7,500.00	800	\$-20,000.00	800	\$- 20,000.00
Domplines ahogados en queso	\$- 200	300	\$-60,000.00	300	\$- 60,000.00	1000	\$-200,000	1000	\$- 200,000
Mabi tradicional	\$-35	1000	\$-35,000.00	1000	\$- 35,000.00	2,000	\$- 70,000.00	2,000	\$- 70,000.00
Café regular	\$-30	2000	\$-60,000.00	2000	\$- 60,000.00	2,000	\$-60,000.00	2,000	\$- 60,000.00

Pastelón de plátano	\$-275	1000	\$-275,000.00	1000	\$- 275,000.00	5625	\$- 1,546,875.00	5625	\$- 1,546,875.00
Dulce de coco	\$-145	1000	\$-145,000.00	1000	\$- 145,000.00	200	\$-29,000.00	200	\$- 29,000.00
Pan cocolo	\$-609	100	\$-60,900.00	100	\$- 60,900.00	700	\$-426,300.00	700	\$- 426,300.00
Morir soñando	\$-80	2000	\$-160,000.00	2000	\$- 160,000.00	2,000	\$- 160,000.00	2,000	\$-160,000.00
Total es	\$ 1,624.00	00	\$ 843,400.00	00	\$ 843,400.00	00	\$ 3,394,675.00	00	\$3,394,675.00
		Total							\$4,238,075.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 5		MES 6		MES 7		MES 8	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
Pollo asado	\$- 400.00	200	\$-80,000.00	200	\$- 80,000.00	250	\$-100,000.00	250	\$-100,000.00
Chicharon con yuca	\$- 300.00	300	\$-90,000.00	300	\$- 90,000.00	440	\$-132,000.00	440	\$-132,000.00
Pechuga a la plancha	\$- 395	150	\$-59,250.00	150	\$-59,250.00	600	\$-237,000.00	600	\$- 237,000.00
Calalú	\$-250	100	\$-25,000.00	100	\$- 25,000.00	100	\$-25,000.00	100	\$- 25,000.00
Lomo saltado	\$- 350	450	\$-157,500.00	450	\$- 157,500.00	500	\$-175,000.00	500	\$- 175,000.00
Pescado con frito	\$- 250	700	\$-175,000.00	700	\$- 175,000.00	1000	\$- 250,000.00	1000	\$- 250,000.00
Chenchen con coco y carne de res	\$- 350	800	\$-280,000.00	800	\$- 280,000.00	1000	\$-350,000.00	1000	\$- 350,000.00
Croquetas de pollo	\$-275.00	1000	\$-275,000.00	1000	\$- 275,000.00	2000	\$-550,000.00	2000	\$-550,000.00
Platano con salami	\$- 100	300	\$-30,000.00	100	\$- 30,000.00	500	\$-50,000.00	500	\$- 50,000.00
T o t a l e s	\$ 2,676.00	00	\$ 1,171,750.00	00	\$1,171,750.00	00	\$ 1,869,000.00	00	\$ 1,869,000.00
		Total							\$ 3,040,750.00

Primer cuatrimestre	\$	10,249,000.00
Segundo cuatrimestre	\$	3,040,750.00
Tercer cuatrimestre	\$	4,238,075.00
Total proyección de ventas	\$	17,527,825.00

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO PROFORMA

Cuentas por cobrar			
Ventas al contado mensual	\$	8,763,912.5	
Ventas a crédito mensual	\$	-	
Otros ingresos	\$	-	
Total cuentas por cobrar			\$ 00,000.00
Gastos Operacionales			
Servicio de luz eléctrica	\$	20,000.00	
Plan de teléfono fijo y móvil	\$	10,000.00	
Plan de internet fijo y móvil	\$	10,000.00	
Mano de obra	\$	800,000.00	
Transporte	\$	2,000.00	
Otros (Mant. Vehículos)	\$	0,000.00	
Total Gastos Operacionales			\$ 842,000.00
Costos Operacionales			
Hosting y dominio		\$250.00	- \$ -
Software seguridad		\$	- \$ -
Software especializados		\$21,568.05	- \$ -
Diseño gráfico o contenido web		\$ 27,000	- \$ -
Embalaje		\$ 15,000	- \$ -
Envíos		\$	- \$ -
Otros		\$	- \$ -
Total Costos Operativos			\$ 63,818.05
Préstamos o financiamientos			
Tarjeta de crédito	\$	-	
Prestamos independiente	\$	1,500,000	
Financiamiento bancario	\$	-	
Otros	\$	-	
Total Prestamos o financiamientos			\$ 1,500,000.00
Total			\$ 2,405,818.00

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Ingresos por ventas anuales		
Alimentos y bebidas	\$	17,527,825.00
Total de ingresos		\$17,527,825.00
Costos		
Costos directos	\$	618,565.26
Costos indirectos	\$	57,000.00
Costos fijos	\$	292,250.00
Costos variables	\$	-
Total costos		\$ 967,815.00
Intereses sobre préstamos o imp.		
Financiamientos bancarios		-
Tarjeta de crédito		
Prestamos independientes	\$	1,500,000
Impuestos = (000,000 * 0.00%)		
Total intereses o impuestos		\$ 1,500,000.00
Ganancia o Pérdida Neta		\$ 15,060,10.00

CONCLUSIONES

Lo expuesto anteriormente permite concluir que el desarrollo de un negocio de emprendimiento online no es un trabajo que se deba realizar con rapidez.

El emprendimiento online cada día crece más y para poder colocar un producto o servicio en el mercado y que se mantenga es necesaria la implementación de buenas estrategias de marketing y de realizar las proyecciones adecuadas para lanzar el producto al mercado online.

Todo el material presente ha servido para el desarrollo de un conocimiento previo, pero no desarrollado; se espera obtener de manera personal la implementación de esta idea de negocio proyectada en el municipio con gran auge nacional.

Estando en las redes sociales y otras plataformas online como el restaurante preferido de todas las clases sociales.

Con una infraestructura innovadora y ecológica.

BIBLIOGRAFÍAS

Carlos Doral. (2014). cuánto cuesta una página web. Octubre, 16,2020, de web artesanal Sitio web: <https://webartesanal.com/blog/cuanto-cuesta-una-pagina-web-en-2020-precios-y-recomendaciones/>

Javier. (2016). precio del diseñador. octubre,16,2020, de freelance Sitio web: <https://www.xplora.eu/precio-disenador-web-freelance/#:~:text=Precio%20por%20hora%20de%20trabajo%20del%20dise%C3%B1ador,-Solo%20deber%C3%ADas%20valorar&text=El%20precio%20medio%20por%20hora,equipo%20de%20software%2Fhardware%20disponible.>

Cesar Gustavo. (2018). plan de negocio. octubre 16,2020, de slideshare Sitio web: <https://es.slideshare.net/tavito1996/plan-de-negocio-restaurante-las-delicias>

Gemma Garcia. (mayo 31, 2018). tipos de proveedores. Octubre16,2020, de emprendepyme Sitio web: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-proveedores.html>

CUESTIONARIO

- 1- ¿Conoce usted quienes eran los cocolos y cuáles fueron sus aportes culturales, gastronómicos y sociales recibidos en nuestro país?
- 2- ¿Alguna vez ha escuchado mencionar de los yaniqueque, los domplines, el mabí, el pescado con coco, el guavaberry y los coconetes?
- 3- ¿Ha degustado usted alguna vez algunos de los alimentos mencionados anteriormente?
- 4- ¿Sabía usted que los alimentos y bebidas mencionados anteriormente son herencia gastronómica de los cocolos?
- 5- ¿Le gustaría probar dichos platos y bebidas en un restaurante temático en esta ciudad?
- 6- ¿Existe en el municipio de Jima Abajo un restaurante temático basado en la herencia cultural y gastronómica de los cocolos?
- 7- ¿Considera usted que este restaurante resulte ser lo suficientemente agradable para los clientes que lo visiten?
- 8- ¿Considera usted necesaria la implementación de este tipo de restaurante en este municipio?
- 9- Está usted de acuerdo en que la implementación de este tipo de restaurantes provocaría en el municipio un avance en la industria de generación de empleos
- 10- ¿Considera usted que este restaurante y los servicios a ofrecer tendría éxito en el mercado online?

ANEXOS

Link video página web

<https://youtu.be/u6JGSgtz3aQ>

Link página web

<https://santoszuleyka01.wixsite.com/guavaberryrestaurant>

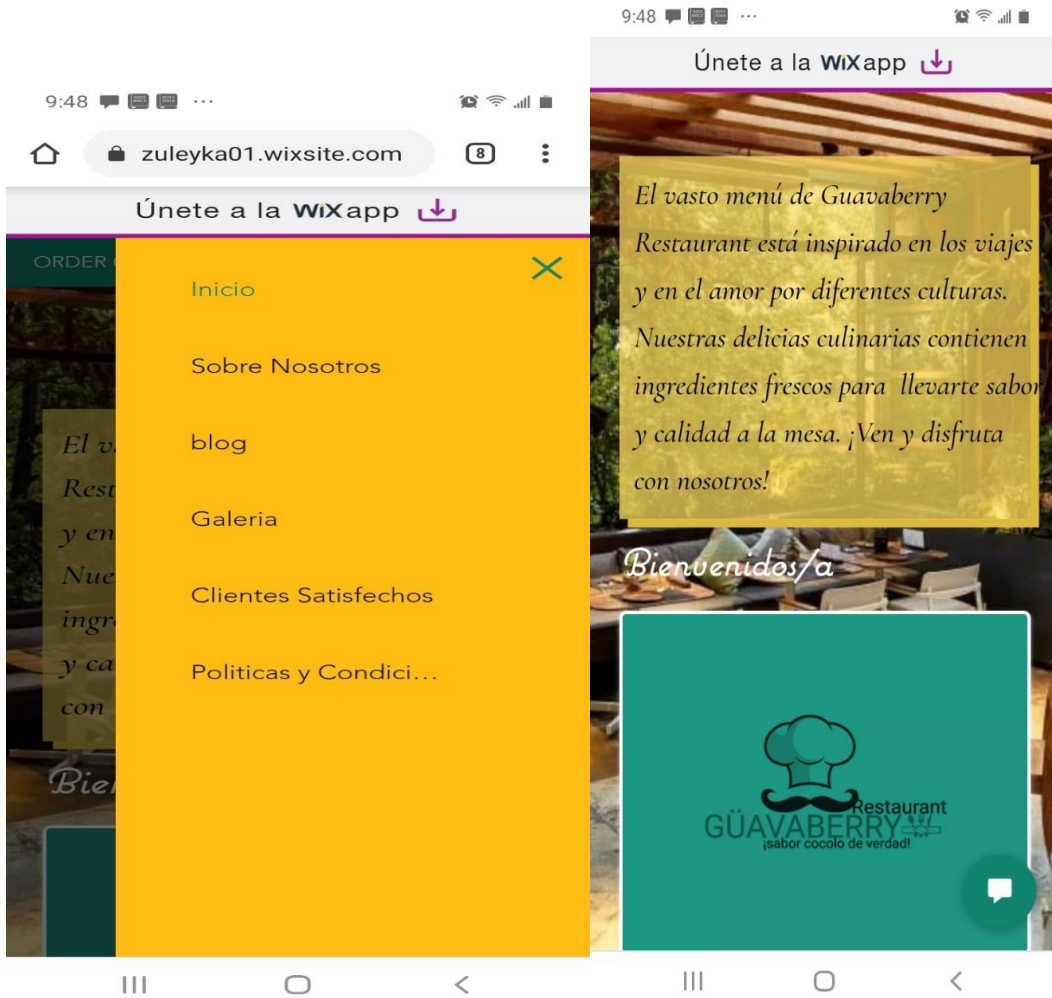
Link video de página de Instagram

<https://youtu.be/DwbiecW1vvy>

Link página Instagram

https://www.instagram.com/invites/contact/?i=1p9d844ad1c3r&utm_content=khdqa7f

Capturas de pantalla de ambas paginas





Únete a la Wixapp 

¿Qué ofrecemos?



Alimentos y



Únete a la Wixapp 

¡UN CAMBIO SE ACERCA!

Jima Abajo, prepara sus puertas al pueblo dominicano y a los muncípes para presentar el primer restaurante temático basado en la gastronomía y cultura cocola.

Este promete ser un restaurante con características innovadoras desde su estructura física hasta sus productos y servicios a ofrecer.

Rodeado de un ambiente natural en su estructura física con un diseño que resalta la historia cultural de los cocolos radicados en la zona de San Pedro de Macorús; de este, está a cargo el Arq. johny cruceta, dominicano.

Con este proyecto se logrará erradicar el desempleo que arropa el municipio e industrializar el mismo.

Fecha:

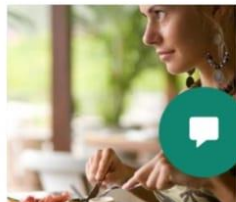
27/11/2020





Únete a la WixApp

ORDER ONLINE



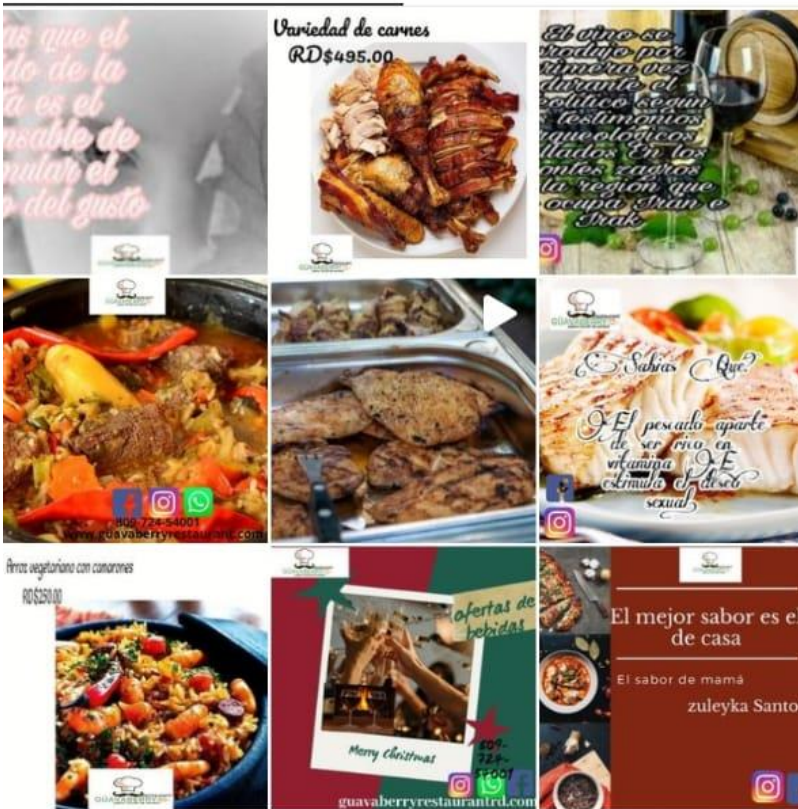
Únete a la WixApp

Ofertas de temporada

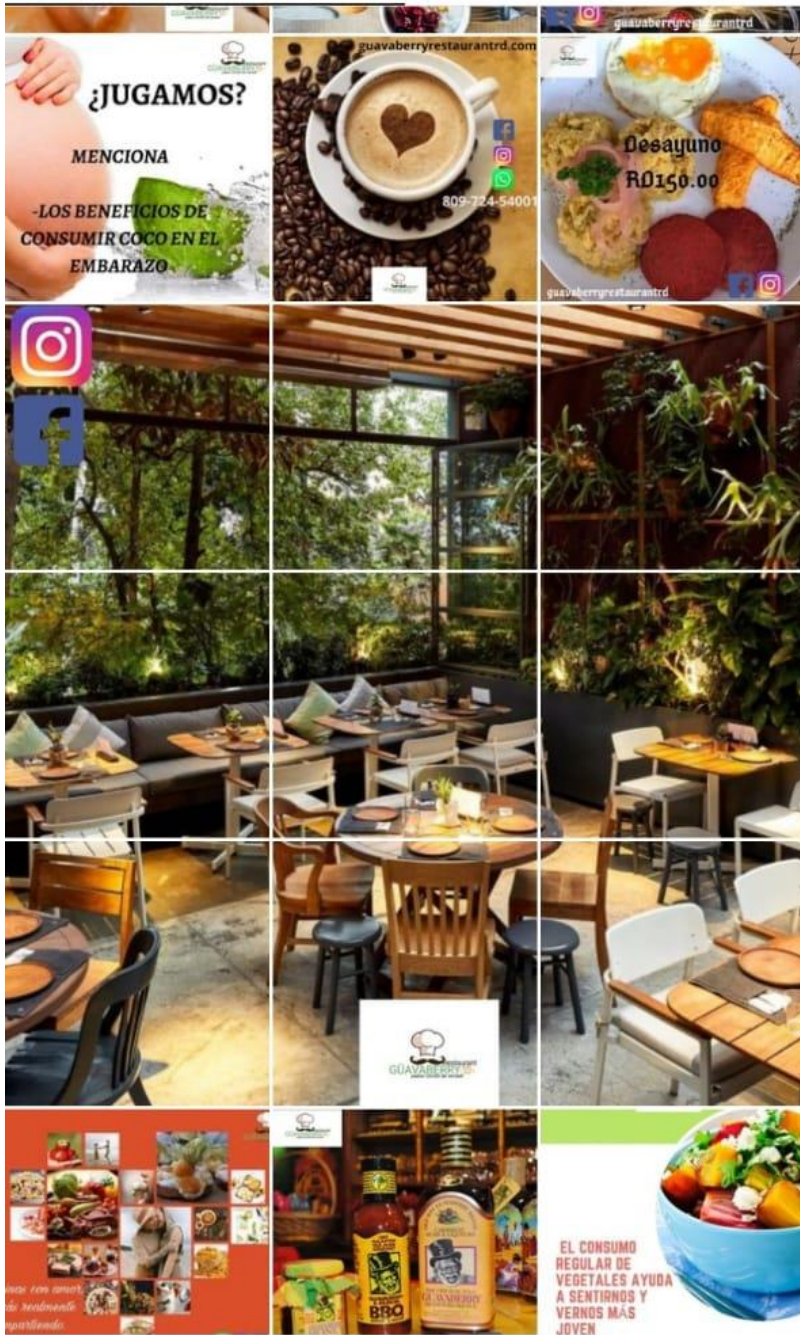














Link video página web

<https://youtu.be/u6JGSqtz3aQ>

Link página web

<https://santoszuleyka01.wixsite.com/guavaberryrestaurant>

Link video de página de Instagram

<https://youtu.be/DwbiecW1vyo>

Link página Instagram

https://www.instagram.com/invites/contact/?i=1p9d844ad1c3r&utm_content=khdqa7f