

Carme Darder Suárez*

**PROJECTE DE RESTAURACIÓ COL·LECTIVA I NUTRICIÓ CLÍNICA
PERSONALITZADA DIRIGIDA PER DIETISTES-NUTRICIONISTES EN VERS A
L'ALIMENTACIÓ SOSTENIBLE, ECOLÒGICA I SALUDABLE**

TREBALL DE FI DE GRAU

Dirigit per Dra. Roser Martí Cid

Grau de Nutrició Humana i Dietètica



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Reus

2021

***Treball grupal realitzat amb: Brunna Yasmin Almeida Costa**

ÍNDIX

1. INTRODUCCIÓ	6
1.1 IDEA DE NEGOCI	6
1.2 MISSIÓ DEL NEGOCI	6
1.3 PLA DE MERCAT	6
1.3.1 Mercat geogràfic	6
1.3.2 Estat actual del mercat i possible evolució o tendència futura	7
2. METODOLOGIA	8
2.1 L'ESTABLIMENT	8
2.1.1 Distribució de l'establiment: plànols	8
2.1.2 La cuina	9
2.1.3 Circuit dels aliments	9
2.1.4 Matèries primeres	10
2.1.5 Procés productiu	11
2.1.6 Producte acabat	11
2.1.7 Deixalles	11
2.2 NOM DE L'ESTABLIMENT I LOGOTIP	11
2.3 RESTAURANT	12
2.3.1 Introducció	12
2.3.2 Capacitat del restaurant	12
2.3.3 Funcionament dels menús	12
2.3.4 Legislació fitxes tècniques i valor nutricional	13
2.3.5 Fitxes tècniques dels menús	14
2.3.6 Format dels menús i codi QR	14
2.3.7 Acreditacions	15
2.4. CONSULTA DIETÈTICA	16
2.4.1 Introducció i funcionament	16
2.4.2 Casos pràctics	16
2.5. BOTIGA DE L'HORTET DE L'ENCANT	16
2.5.1 Introducció i funcionament	16
2.5.2 Aliments de l'hortet	17
2.6 MATERIALS UTILITZATS	18
2.6.1 Restaurant	18
2.6.2 Per emportar	19
2.7. ANÀLISI DE LA DEMANDA	19
2.7.1 Segmentació del mercat	19

2.7.2 Característiques dels clients potencials	20
2.8. ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA	20
2.8.1 Característiques de la competència	20
2.8.2 Principals competidors	20
2.8.3 Estratègia competitiva que estan utilitzant	20
2.8.4 Punts forts i punts febles del nostre establiment	20
2.8.5 Anàlisi de la competència	21
2.9 QUADRE D'IDEES DE NEGOCI I INSPIRACIÓ	21
2.10 PLA DE MÀRQUETING	23
2.10.1 Servei	23
2.10.2 Política de preus	23
2.10.3 Canals de distribució	23
2.10.4 Promoció i publicitat	23
2.10.5 Cost de la publicitat i de les accions de promoció	24
2.11 MARC LEGAL	24
2.11.1 Autorització de centres o serveis sanitaris	25
2.11.2 Mesures de prevenció contra la Covid-19:	26
2.12 FORMA JURÍDICA DE L'EMPRESA	27
2.13 PLA D'INVERSIÓ, DESPESES INICIALS I FINANÇAMENT	27
2.14 COM OBTINDREM ELS DINERS PER COMENÇAR AMB LA NOSTRA ACTIVITAT?	28
3. ANNEXOS	28
ANNEX 1: MENÚ CÍCLIC	28
ANNEX 2: FITXA TÈCNICA DELS PLATS	28
ANNEX 3: CASOS PRÀCTICS	28
ANNEX 4: SORTEIG MENSUAL	28
ANNEX 5: PROGRAMA DELS PREREQUISITS (PPR)	28
ANNEX 6: MANUAL PER LA FORMACIÓ DE MANIPULACIÓ D'ALIMENTS	28
ANNEX 7: EQUIPAMENT DE LA CUINA	28
4. BIBLIOGRAFIA	29

RESUM

La necessitat de portar una alimentació i un estil de vida saludable s'ha dificultat en la societat actual com a conseqüència directa dels ritmes de vida tan accelerats de la majoria de persones.

L'objectiu d'aquest projecte és el disseny d'un nou concepte de negoci que incorpora en el mateix establiment, un restaurant amb menjar sostenible, ecològic i saludable, una consulta dietètica i una botiga amb aliments de proximitat, sostenibles i ecològics.

La metodologia utilitzada és la descripció de cadascuna de les parts del negoci per tal que es pugui solventar els mals hàbits alimentaris i facilitar al client les seves necessitats alimentàries, perquè pugui portar una bona alimentació i una millor qualitat de vida a llarg termini.

Com a conclusió global s'han abarcat els tres aspectes que es varen dissenyar per tant s'ha complert l'objectiu principal. S'ha aconseguit crear menús amb plats saludables i variats, crear una consulta de nutrició personalitzada i oferir als clients productes de qualitat, ecològics i de proximitat.

RESUMEN

La necesidad de llevar una alimentación y un estilo de vida saludable se ha dificultado en la sociedad actual como consecuencia directa de los ritmos de vida tan acelerados de la mayoría de las personas.

El objetivo de este proyecto es el diseño de un nuevo concepto de negocio que incorpora en el mismo establecimiento, un restaurante con comida sostenible, ecológica y saludable, una consulta dietética y una tienda con alimentos de proximidad, sostenibles y ecológicos.

La metodología utilizada es la descripción de cada una de las partes del negocio para que pueda solucionar los malos hábitos alimentarios y facilitar al cliente sus necesidades alimentarias, para que pueda realizar una buena alimentación y así tener una mejor calidad de vida a largo plazo.

Como conclusión global se han abarcado los tres aspectos que se diseñaron, por tanto, se ha cumplido el objetivo principal. Se ha conseguido crear menús con platos saludables y variados, crear una consulta de nutrición personalizada y ofrecer a los clientes productos de calidad, ecológicos y de proximidad.

ABSTRACT

In nowadays society, the need of having a healthy lifestyle has been deprioritized as a direct consequence of a fast pace life.

The aim of this project is to design a new business concept, which incorporates in the same establishment a restaurant with sustainable, ecological and healthy food, a dietary consultation and a store with local, sustainable and ecological food.

The methodology used in this paper is based on the description of each of the parts of the business. As the bad eating habits can be fixed while satisfying the customer's needs, so they follow a balanced diet and thus have a better quality of life in the long term.

As a global conclusion, the three fields have been covered, therefore the main purpose of this project has been successfully achieved. It has been possible to create menus with healthy and varied dishes, to carry out a personalized nutrition consultation and offer customers quality, organic and local products.

1. INTRODUCCIÓ

1.1 IDEA DE NEGOCI

La idea de negoci és muntar un local que ofereixi tres serveis diferents alhora:

1. Servei de restaurant que ofereix menjar in situ i per emportar basats en l'alimentació saludable amb productes de proximitat, ecològics i de temporada.
2. Servei de nutrició clínica personalitzada per a aquelles persones que vulguin assessorament dietètic individualitzat on es durà a terme un estudi previ de la intervenció nutricional a realitzar i es proporcionaran consells dietètics i un menú setmanal individualitzat. El client tindrà l'opció d'escollir si vol endur-se el menú setmanal elaborat pel nostre establiment o bé fer el seu seguiment cuinant els plats indicats a casa.
3. Servei de venda (botiga) dels productes alimentaris de proximitat, ecològics i de temporada que seran els mateixos que s'han utilitzat per a preparar els menús saludables de la carta.

Hem utilitzat la tècnica Brainwriting per tal de realitzar una pluja d'idees amb totes les propostes que teníem. Finalment hem decidit optar per aquesta idea de negoci, ja que trobem que és una idea innovadora i atractiva que pot servir d'ajuda a les persones que volen dur a terme un estil de vida saludable o volen realitzar la seva dieta correctament, però per falta de temps no ho aconsegueixen.

L'equip fundador és la Sra. Brunna Almeida i la Sra. Carme Darder

1.2 MISSIÓ DEL NEGOCI

La idea és arribar a la majoria de la població aprofitant els diferents problemes que tenen a l'hora de menjar fora de casa, ja sigui per voler mantenir una dieta, menjar sa, per problemes amb l'alimentació o per temps donant-los una solució.

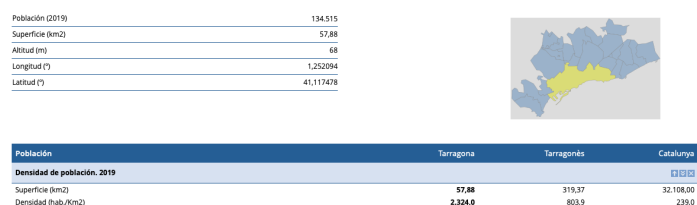
Es per aquest motiu que els nostres clients potencials seran aquells preocupats pel seu temps, benestar i salut. En l'actualitat la demanda es satisfà amb restaurants de menjar ràpid en els que predominen menjar de baixa qualitat per menjar in situ o per emportar.

El nostre projecte té un enfocament innovador per voler cridar l'atenció de qualsevol classe de client per aconseguir conscienciar-los de la necessitat de portar a terme una alimentació variada, equilibrada, ecològica i de proximitat que els ajudi a tenir una major qualitat de vida.

1.3 PLA DE MERCAT

1.3.1 Mercat geogràfic

El servei s'ubicarà a la ciutat de Tarragona, capital provincial. La direcció del local és: Rambla President Francesc Macià, 5, 43005 Tarragona (*Imatge 1*). Ubicat estratègicament a prop d'un centre esportiu. [1]



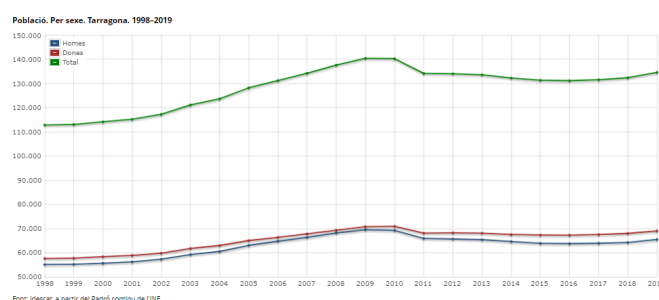
Imatge 1: Densitat de població 2019

1.3.2 Estat actual del mercat i possible evolució o tendència futura

Actualment es troben alguns restaurants que ofereixen plats saludables i productes de proximitat, però cap compta amb un servei de nutrició personalitzada amb la possibilitat de realitzar un menú setmanal al mateix establiment per emportar.

Respecte a la conjuntura econòmica, la situació actual és difícil respecte a la pandèmia mundial de la Covid-19 que estem vivint. Però davant això volem oferir un servei a un preu raonable tenint en compte la incapacitat de la població de gastar molts diners.

L'evolució demogràfica de la ciutat de Tarragona (*Imatge 2*) s'ha mantingut constant durant els darrers anys, des del 2011 fins a l'actualitat el nombre d'habitants no ha variat considerablement. A partir de l'any 1998 (110.000 habitants) la població va anar en augment i a mesura que passaven els anys la població va créixer notablement fins al 2009 que arribaren a tenir 140.000 habitants. Però aquesta xifra només va romandre fins al 2010, ja que a partir d'aquí es va mantenir constant fins a l'actualitat amb una xifra de 130.000 de mitjana.[1]



Imatge 2: Població per sexe. Tarragona 1998-2019

L'ambient social que ens trobem actualment està enfocat en l'estil de vida saludable ja sigui fent referència a l'alimentació i l'exercici físic. Per això la facilitat de poder comprar el menú especialitzat en les necessitats de les persones és una eina útil per poder dur a terme al llarg del temps aquest estil

de vida, respectant els aliments de temporada i oferint plats diferents, saludables i organolèpticament adequats.

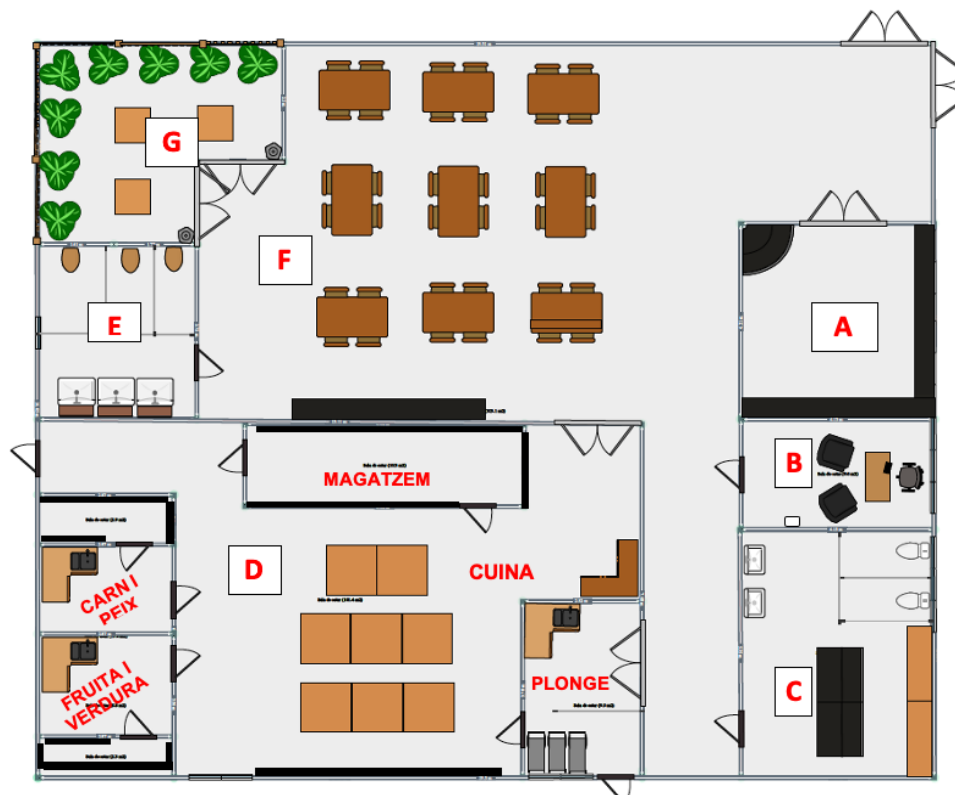
La innovació tecnològica ha provocat que tothom tingui al seu abast receptes i plans d'alimentació saludables, però aquestes molts cops no estan regulades per dietistes-nutricionistes i posen en perill la salut de les persones. Davant això el nostre servei pretén guiar i ajudar a aquestes persones que tenen la necessitat de cuidar-se, mitjançant un pla dietètic on s'inclouen consells dietètics i recomanacions, ja sigui perquè presenten alguna intolerància, al·lèrgia, patologia o problema dietètic o perquè simplement volen mantenir un bon estat de salut portant a terme la consulta amb un dietista-nutricionista des de la teoria a la pràctica.

2. METODOLOGIA

2.1 L'ESTABLIMENT

2.1.1 Distribució de l'establiment: plànols

La distribució de l'establiment (*Imatge 3*) està dividida en zones segons el servei que proporciona, aquestes estan marcades amb lletres de la A a la G i son les següents; L'hortet (A) , la consulta de nutrició (B) , vestuaris per als treballadors (C), la cuina (D), els serveis per als clients (E), el menjador del restaurant (F) i la terrassa del restaurant (G). La distribució està basada en els codis de salut, codis d'incendis i protocols de seguretat per a treballadors d'entre altres.



Imatge 3: Plànol de l'establiment

2.1.2 La cuina

La cuina té una dimensió de $48m^2$ que representa el 40% del restaurant, en ella treballaran 2 cuiners i 3 ajudants de cuina i neteja.

Equipament de la cuina: Mobiliari inoxidable a mida, cuina, forn, campana extractora, màquina rentaplats, cambra de conservació, fry-top, cassola de bany maria, fregidora, talladora de vegetals cúter, envasadora al buit i túrmix.

Organització de la cuina

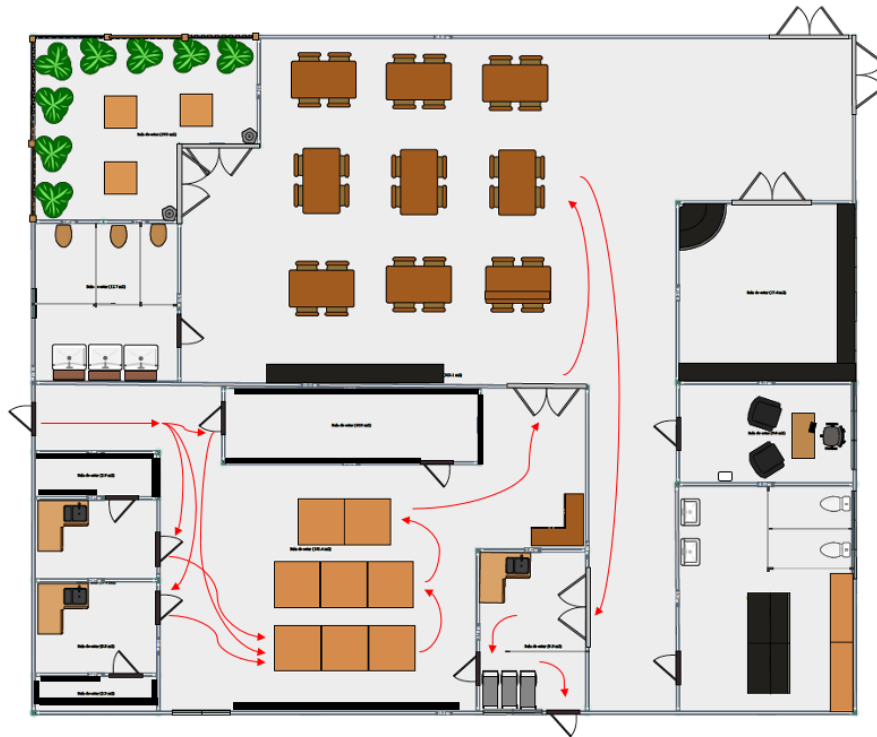
La cuina està dividida per diverses zones segons el que s'hagi de manipular.

Troblem les següents zones:

- Zona de manipulació de verdura i fruita: Compta amb dues sales on trobem un rentamans, 2 aigüeres, dues taules mural i la corresponent cambra amb prestatgeria mural.
- Zona de manipulació de carn i peix: Compta amb una sala on trobem dues taules mural, una aigüera i la corresponent cambra amb prestatgeria mural.
- Zona magatzem: És una sala on a un costat trobem prestatgeries mural.
- Zona de la plonge: És una sala on es troba el rentaplats l'aigüera i els diferents contenidors per realitzar correctament el reciclatge.
- Zona cuina: És una sala ampla on trobem l'equipament de cuina anteriorment anomenat i a més a més compta amb un congelador on es guarden aliments que necessiten estar en congelació com ara el pa i també es guarden les mostres dels dinars preparats. També hi ha prestatgeries murals per guardar estris de cuina com ara cassoles, plats, coberts, etc...

2.1.3 Circuit dels aliments

La cuina de l'establiment està organitzada segons els principis de marxa endavant (*Imatge 4*), és un concepte d'organització perquè no es produeixin contaminacions entre els aliments durant la seva preparació i manipulació. La idea principal d'aquesta mesura, tal com el seu nom indica, és que l'aliment ha d'anar sempre cap endavant, sense creus ni retorn i, per tant, en línia recta per evitar que passi per zones brutes.



Imatge 4: Circuit dels aliments

2.1.4 Matèries primeres

L'aliment és recepcionat des de la porta del darrere al passadís de recepció, on a través d'una plataforma elevadora la deixen en el passadís d'emmagatzematge sense entrar per la cuina, per un accés directe al magatzem i s'emmagatzema en funció de les seves característiques i propietats.

L'emmagatzematge d'aquestes es farà a diferents sales depenent de les propietats de l'aliment,

- Si requereix una temperatura seca es col·locarà al magatzem (temperatura ambient amb un màxim de $+15^{\circ}\text{C}$ a $+18^{\circ}\text{C}$). En aquest magatzem hi trobem productes secs, envasos i conserves. Exemples: farines, pastes, llegums, llet, cafè, suc, etc.

- Si és un aliment fresc, depenent de si són fruites, verdures, carn, o peix anirà emmagatzemat en una cambra o una altra (temperatura màxima de 4°C , però com al llarg del dia es va obrint, aquesta generalment es posa a $2-3^{\circ}\text{C}$).

- Verdures o fruites, entrarien a una cambra (temperatura màxima de 8°C com es va obrint i això fa augmentar la temperatura sol estar programada a $6-7^{\circ}\text{C}$). per tal de rentar-les i desinfectar-les i posteriorment s'emmagatzemarien fins al moment d'elaboració.

- Carn o peix, que són aliments més peribles i que necessiten una T^a de conservació freda, els col·locaríem a la cambra de congelació (temperatura entre -18°C i 20°C) o a la cambra de carn/peix en funció de la demanda que tingui el producte en el moment de la recepció. És a dir, si en el moment de la recepció de l'aliment, necessiten aquest producte per a l'elaboració del menú, es fa un rentat i

un tractat previ a la cambra freda i posteriorment s'utilitza. Finalment, tot aquell gènere que no sigui necessari utilitzar-lo immediatament, s'emmagatzema a la cambra de congelació.

2.1.5 Procés productiu

Respecte al procés de producció, les fruites i verdures es netejaran i aquelles que s'utilitzin immediatament passaran a l'obrador de verdures per tal de tallar-les i manipular-les depenent de la preparació que s'estigui duent a terme.

Respecte a la carn i el peix (que es troben en les cambres de refrigeració) els aliments passaran a l'obrador de carn i peix prèviament per tal de preparar-lo de la manera indicada abans de passar per la zona de cocció. Per això, allà patirà una sèrie de transformacions pertinents a la seva elaboració abans de ser col·locat a la línia calenta.

2.1.6 Producte acabat

Una vegada estan tots els productes acabats, s'emmagatzemen a la cambra de fruita i verdura o bé passen a ser emplatats sota demanda dels clients, en condicions higièniques i òptimes d'esterilitat per tal d'evitar toxiinfeccions alimentàries.

2.1.7 Deixalles

L'establiment realitza reciclatge de les deixalles per tal de contribuir amb el medi ambient. Es separen les matèries orgàniques, els plàstics, l'alumini, el vidre, el paper, el cartó i els olis de les fregidores, aquests s'aboquen en les deixalleries que corresponen, exceptuant l'oli que és una empresa autoritzada la que s'encarrega de recollir-lo a l'establiment i reciclar-lo, a més a més es requereix el pla de control establert en aquests casos (*Annex 5*).

2.2 NOM DE L'ESTABLIMENT I LOGOTIP

El nom de l'empresa és: L'ENCANT. L'objectiu d'aquest nom és transmetre senzillesa, elegància i garantia envers l'alimentació, saludable, ecològica i sostenible. Creiem que aquesta qualitat ens defineix, ja que és un negoci atractiu i innovador que inclou a tota la població.

D'altra banda el logotip (*Imatge 5*) vol transmetre als clients tots els serveis que inclou l'establiment una imatge neta i polida relacionada amb la naturalesa, és per això que els colors que predominen són les diferents tonalitats verdes i colors neutres.



Imatge 5: Logotip de l'establiment

2.3 RESTAURANT

2.3.1 Introducció

El restaurant té com a fonament la diversitat de plats saludables i originals realitzats amb els millors productes de proximitat. És per això que s'ofereixen a més en el mateix restaurant la venda d'alguns d'aquests productes ecològics i de proximitat per tal que els comensals puguin gaudir-los a casa.

2.3.2 Capacitat del restaurant

La capacitat del restaurant es refereix a la Quantitat màxima de comensals que poden ser atesos simultàniament en funcions de l'espai i la quantitat de taules i cadires disponibles.

Un client ocupa un promig de $1,20m^2$. La fórmula utilitzada per a calcular la capacitat del restaurant és la següent: $\text{Capacitat estimada} = \frac{\text{Metres quadrats del menjador}}{1,20m^2}$. La nostra sala té les següents dimensions: 10m de llargada i 7m d'amplada que són equivalents a $70m^2$ que representa el 60% del restaurant. Per tant la capacitat estimada = $70m^2 / 1,20m^2 = 58$ comensals, els quals es distribuïran en dues franges horàries per tal de donar un bon servei. [2]

2.3.3 Funcionament dels menús

La manera en què es distribueixen els plats es presenta mitjançant una fitxa (*Imatge 6*) on apareixen les diferents preparacions, aquestes únicament seran visibles pels treballadors de l'establiment per portar un bon control i organització. Davant això, es troben dos tipus de menús diferents: el menú d'hivern i el menú d'estiu. De cada tipus es troben les ofertes dels plats que s'ofereixen durant tres setmanes. S'escullen tres setmanes per oferir diversos plats i mantenir al client satisfet amb les diferents ofertes. És a dir, apareixen en les fitxes totes les preparacions que es duen a terme de dilluns a divendres a l'establiment oferint tres opcions de primers plats, tres opcions de segons plats i tres opcions de postres. Es diferencien segons l'estacionalitat de l'any per tal d'adaptar el paladar al clima. Per exemple, es potencien les cremes de verdures i les sopes calentes a l'hivern com a primers plats i en canvi predominen les amanides o les preparacions fredes a l'estiu. Aquest menú cíclic es troba a l'annex 1 del treball.

SETMANA 1 HIVERN			
	PRIMERS	SEGONS	POSTRES
DILLUNS	CREMES DE ARREROPTONS AMB CLOURET DE PARMESAN AMANIDA CAPRESE AMB SALSA PESTO CRUÏDETS AMB HOMARUS DE BENEDETTE	POLLASTRE AL FORN AMB PATATA I CEBA SALMÓ AL PAPEROT PASTA DE LLENTES AMB VERDURES	TARONJA AMB CANNELLE CAJETERES DE CORDÓ VIOLETA NEGRE YOGURT NATURAL AMB PLATÁN
DIMARTS	CASSOLETA DE VERDURES PURE DE CARBASSA I PATATANGA AL CURI AMANIDA DE FOMATGE DE CABRA	GALL D'INDI AMB SALSA DE VERDURES BACALLA AL FORN AMB PATATA BROTTO DE BOLET	MACEDONIA DE FRUTES PUDDING DE CHIA AMB PLAENT CACAO MACLURES AMB VIOLETA NEGRE
DIMECRES	MONCUTES AMB PERNIL SALAT BROU DE VERDURES AMB POMME INTEGRAL I COU POCHE AMANIDA DE FENYLL I TOMÀQUET	VEDELLA A LA PLANDA AMB VERDURES SALTADES LLIÇ AMB SALSA VERDA PASTA INTEGRAL AMB PESTO D'ESPINACS	YOGURT DE MANGO AMB MORSA CREPS DE CROISSANT AMB VIOLETA NEGRE POMES AMB CANNELLE
DIJOUS	CRISPINETS CARBASSO AMB COCTONS INTEGRALS ALBERGINA A LA PARMESANA SOPE DE CIGONYES VERDURES	ESPINACETS DE CARBASSO AMB CAPI PASTA DE POLLASTRE PATATA DE VERDURES TORTILLA A LA PLANDA AMB SALSA DE QUESO VERDURES SALTADES	PIEDA MACLALINES INTEGRALS AMB CANNELLE GELATINA DE MANDARINA CARBASSO
DIVENDRES	AMARONDES FANCIES DE FOMATGE CAPRINOS SALTADES AMB PERNIL SALAT AMANIDA DE MANDÓ	POLLASTRE AL CURI AMB ARROIS INTEGRAL CIGONYES AMB ESPINACS LICORADO AL FORN AMB PATATA I VERDURES	GELATIN DE PLATAN AMB CHIPS DE VIOLETA NEGRE CAJETERES DE VIOLETA NEGRE I UN PLATÁN YOGURT NATURAL AMB SALSA DE MANDARINA CARBASSO

Imatge 6: Fitxes menú cíclic setmana 1, hivern

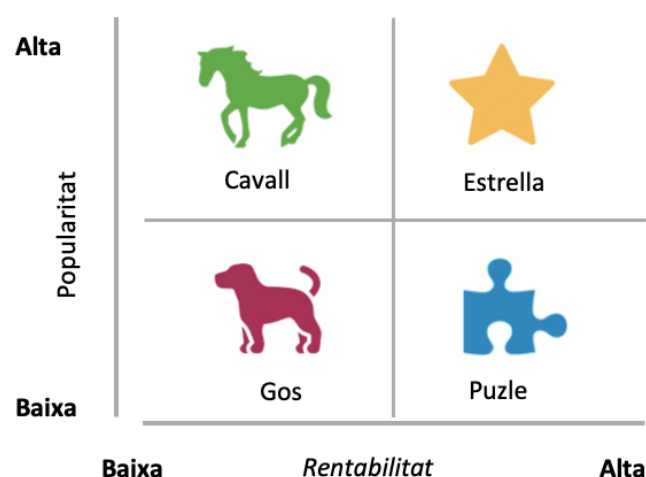
Aquests mecanisme de menú pot anar canviant segons la demanda que hi hagi a l'establiment. Durant la posada en marxa l'enginyeria dels menús (*Imatge 7*) s'aniran readaptant a les necessitats. En el cas de que s'hagués d'elaborar una carta amb plats individuals s'hauria de valorar la rentabilitat i la

popularitat del plat per poder classificar per a la presa de mesures posteriors, aquests es classifiquen en:

- Plat estrella: Té un cost baix i molta demanda i ha d'ocupar una posició destacada a la carta.
- Plat gos: El seu cost és alt i té poca demanda. És un ferm candidat a abandonar la carta llevat que ens serveixi per a vendre altres elements o confiem que guanyi popularitat.
- Plat puzzle: El cost és baix i té poca demanda. Si en aplicar-hi el test d'elasticitat, el resultat és positiu, en podem baixar el preu i d'aquesta manera es podria arribar a convertir en estrella.
- Plat vaca: Presenta un cost alt i una demanda elevada. L'estratègia en aquest tipus de plats és augmentar el marge contributiu mitjançant la pujada del preu de venda.

L'objectiu principal de l'enginyeria de menús és reduir al mínim el nombre de plats gossos, limitar els puzles i tenir un màxim d'estrelles. La resta dels elements seran vaca que augmentaran la rendibilitat.

[3]



Imatge 7: Matriu de l'Enginyeria de menús

2.3.4 Legislació fitxes tècniques i valor nutricional

Cal destacar que les fitxes tècniques dels plats han estat elaborades d'acord amb el Reial Decret 126/2015, de 27 de febrer, pel qual s'aprova la norma general relativa a la informació alimentària dels aliments que es presentin sense envasar per a la venda al consumidor final i a les col·lectivitats, dels envasats en els llocs de venda a petició de comprador, i dels envasats pels titulars del comerç al detall.

[4]

A més, s'ha facilitat voluntàriament la informació nutricional, el contingut d'aquesta, s'ajusta amb la indicació en l'article 30, apartat 5, del Reglament (UE) núm. 1169/2011 de Parlament Europeu i de Consell, de 25 d'octubre de 2011. [5]

El valor nutricional dels plats que inclouen la fitxa tècnica van ser calculats amb l'App MyFitnessPal.

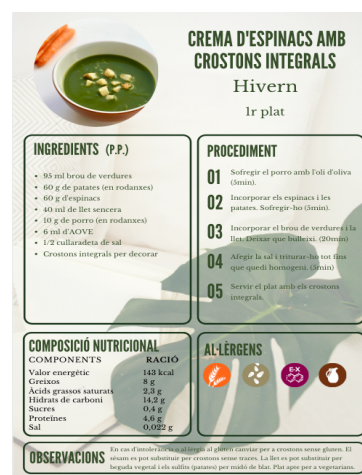
Les receptes han estat escollides de diferents fonts, per tal d'oferir plats elaborats i diferents però amb propietats nutritives. Algunes de les fonts que s'han utilitzat són les següents: Cokidoo, MyRealFood i receptes pròpies casolanes.

2.3.5 Fitxes tècniques dels menús

Les fitxes tècniques dels plats són un document que recull tota la informació que es necessita per elaborar una recepta (*Imatge 8*). S'han creat amb els plats proposats a les cartes d'estiu i d'hivern per tal de comptar amb totes les dades necessàries, per tal d'estandaritzar les receptes.

En aquestes fitxes tècniques, hi apareix el nom del plat, l'estructura de l'àpat (si és primer plat, segon plat o postres), el procediment per realitzar-lo, la composició nutricional on apareixen els diferents valors: valor energètic, greixos, àcids grassos saturats, hidrats de carboni, sucres, proteïnes i sal. A més de manera representativa i visual es mostren els al·lèrgens que conté el plat. Finalment es troben observacions pel que fa al plat, com possibles aliments substitutius en cas d'intolerància o al·lèrgia a algun aliment i si són aptes per vegetarians i/o vegans.

S'ha elaborat la fitxa del menú ofertat del dimarts de la setmana 2 d'hivern i la del divendres de la setmana 1 d'estiu. Aquestes es troben a l'annex 2 del treball.



Imatge 8: Fitxa tècnica, primer plat del dimarts de la setmana dos d'hivern

2.3.6 Format dels menús i codi QR

El format dels menús serà basat en el mètode cíclic o rotatori de menús. És a dir, les preparacions van rotant el seu ús per tal que quan acaben les tres setmanes es torna a començar per la setmana 1. D'aquesta manera hi ha una millor organització dels plats pels manipuladors d'aliments. El codi QR (*Imatge 9*), són codis de barres capaços d'emmagatzemar informació de fàcil accés gràcies als nous telèfons intel·ligents o smarthphone. Per tant, s'utilitza aquest mètode per tal que el comensal pugui gaudir de la carta del restaurant sense necessitat de tenir-la de manera física. Es durà a terme d'aquesta manera per tal d'estalviar paper, contribuint al medi ambient. A més, amb la situació pandèmica actual és un mètode més higiènic i segur, ja que així s'evita l'intercanvi de cartes entre

comensals. Fins i tot beneficia a l'usuari, ja que de manera ràpida i senzilla pot accedir fàcilment al menú proposat d'aquell dia. [6]



Imatge 9: Codi QR de la carta

2.3.7 Acreditacions

L'establiment està compromès amb la promoció de la salut i la sostenibilitat alimentària, per aquest motiu, estem acreditats amb els següents distintius (*taula 1*):

	Distintiu Amed: El restaurant reuneix característiques vinculades al model d'alimentació mediterrània com ara: s'utilitza l'oli d'oliva verge extra, els primers plats inclouen principalment verdures, hortalisses i/o llegums, s'ofereixen plats a base de peix i carns magres, la majoria de les postres inclouen fruites i les preparacions culinàries són saludables. [7]
	Distintiu Slow Food: Els productes que són utilitzats per cuinar els plats són de Km0 i es prioritzen els aliments d'origen ecològics i de temporada, s'eviten l'ús de transgènics i es cuina peix de captura sostenible. [8]

	Distintiu hostaleria segura: Hi ha un control de la temperatura a l'entrada de l'establiment, un reajust d'aforament amb distància mínima entre taules i amb implantació de dispensadors d'hidrogel per millorar les condicions d'higiene, s'extrema la higiene en la manipulació d'aliments, així com la neteja de tot tipus d'utensilis del local i serveis. [9]
---	--

Taula 1: Acreditacions de l'establiment

2.4. CONSULTA DIETÈTICA

2.4.1 Introducció i funcionament

Aquest servei consisteix en crear un menú totalment adaptat i personalitzat per a la patologia o les necessitats de cada comensal amb la possibilitat d'emportar-se a casa els diferents plats d'una setmana elaborats per tal de seguir amb més precisió la dieta.

L'activitat que desenvolupa aquesta part del negoci és la d'una consulta de dietètica i nutrició. La seva finalitat és la d'assessorar a les persones en determinats hàbits alimentaris que els ajudin a millorar la seva dieta de manera que aquesta sigui més sana i equilibrada. Aquest servei es durà a terme per dues graduades universitàries en Nutrició Humana i Dietètica.

L'equipament del que disposa la consulta és el següent: una taula i dues cadires, ordinador, telèfon, material d'oficina (bolígrafs, paper, arxivadors, impresora etc.), tensiòmetre, cinta mètrica, peu de rei, plicòmetre i l'InBody 270 amb software de gestió de pacients.

2.4.2 Casos pràctics

Per tal de poder ensenyar de manera més visual i efectiva el funcionament de la consulta dietètica de l'establiment s'han realitzat dos casos pràctics amb simulacions de pacients. Els casos es troben a l'annex 3 del treball.

2.5. BOTIGA DE L'HORTET DE L'ENCANT

2.5.1 Introducció i funcionament

L'hortet sorgeix de la necessitat d'oferir als clients la venda de diversos productes alimentaris de proximitat, ecològics i de temporada. A l'establiment els clients podran gaudir d'aquest racó on podran trobar alguns dels productes que s'utilitzen per elaborar els menús que s'ofereixen a l'establiment, de tal manera que els puguin gaudir a casa seva. Els clients trobaran l'hortet just l'entrar al restaurant al costat de la porta principal. Allà trobaran fruites i verdures de temporada, oli d'oliva

verge extra, arròs, fruits secs, llegums i pasta de qualitat. S'escolleixen aquests tipus d'aliments, ja que són semiperibles o no-peribles, és a dir, solen ser aliments que tenen una llarga vida útil, i no estan subjectes al deteriorament (llevat que estiguin oberts o perforats) i no requereixen refrigeració. S'eviten els aliments peribles (com la carn, el peix, ous o làctics), ja que són més fàcils de descompondre i sobre els quals actuen agents com la humitat, la pressió i la temperatura.

2.5.2 Aliments de l'hortet

Els aliments que es poden trobar són els següents (taula 2):

Producte	Origen	Característiques
<u>Fruites i verdures de temporada</u> 	Partida de la Torre, 15 43330 Riudoms, Tarragona	Fruites i verdures ecològiques acabades de collir de l'horta, cultivades naturalment. La seva finalitat és crear i fer sostenibles en el temps, llocs de treball de qualitat per a persones mitjançant la recuperació de l'agricultura tradicional. [10]
<u>Oli d'oliva verge extra</u> 	Carrer Povet de la Plana, s/n 43780 Gandesa, Tarragona	Oli d'oliva verge extra obtingut del fruit de l'Olea Europea L., de la varietat principal Empeltre o de la barreja de Empeltre i les varietats secundàries Arbequina, Morruda i la Farga per procediments mecànics o per altres mitjans físics que no produeixin alteració de l'oli, conservant el sabor, l'aroma i les característiques del fruit.[11]
<u>L'Arròs de Delta de l'Ebre</u> 	Carrer Salvador Dalí 27,29 Amposta 43870 Tarragona	Arròs procedent de l'espècie Oryza sativa, L de les varietats Bahia, Tebre, Sènia, Fonsa i també arròs integral eco. La característica principal de l'arròs amb DOP Delta de l'Ebre, és la seva categoria extra. No presenta mescles de varietats, tots els seus grans són homogenis i sense defectes reflectint en el seu etiquetatge el logotip comunitari juntament amb el de la pròpia Denominació d'Origen Protegida. [12]

<u>Fruits secs</u> 	Avinguda Montserrat nº38 Alió 43813 Tarragona	La seva filosofia és envasar els productes de manera 100% natural, mantenint la màxima frescura i qualitat, en tota la varietat de productes (ametlles, avellanes, nous, pinyons i fruits secs deshidratats) excepte els fruits secs torrats envasats al buit per garantir una millor conservació.[13]
<u>Llegums i pasta</u> 	Camí de Clariana 08717 Argençola Anoia Barcelona	Empresa familiar agrària situada entre Argençola i Santa Coloma de Queralt. La seva agricultura és ecològica, és a dir, es basa en el respecte vers el medi ambient, la qual cosa significa que no utilitzen ni pesticides ni adobs químics. Gràcies a això, obtenen aliments que no han estat tractats i que creixen de forma natural, conservant tots els nutrients essencials. Així doncs, adquireixen productes beneficiosos per a la salut, alhora que tenen cura de l'entorn. A més aposten per l'agroecologia, eviten vendre lluny i d'aquesta manera no malbaratar energies no renovables.[14]
<u>Mel Muria</u> 	Avinguda Catalunya, 23, 43519, El Perelló, Tarragona.	Sis generacions d'apicultors, fruit de la tradició, saber fer i ofici dels mestres artesans de la família Muria. Els seus productes són d'una qualitat excel·lent, avalades per nombrosos premis obtinguts en concursos nacionals i internacionals .[15]

Taula 2: Aliments que es troben a la botiga de l'establiment "l'hortet"

2.6 MATERIALS UTILITZATS

L'establiment està compromès amb el medi ambient en tots els sentits, és per això que l'establiment comptarà amb envasos sostenibles i biodegradables.

2.6.1 Restaurant

Tant la coberteria utilitzada al restaurant com els plats (plans i fondos) són de fibra de bambú (*Imatge: 10*). És un material de recurs natural, ecològic i biodegradable. No requereix pesticides, herbicides o irrigació sinó que depèn de la pluja natural. A més el bambú té un cicle de creixement molt ràpid pel que no hi ha necessitat de replantar cada any. Per tant, evita l'erosió del sòl i no fa mal al medi ambient. [16]



Imatge 10: Coberteria de fibra de bambú

2.6.2 Per emportar

Pel que respecta al material utilitzat pels recipients per emportar, s'utilitza el cartró kraft (*Imatge 11*). És una classe de paper gruixut i de color marró que es fabrica amb pasta química, sense blanquejar i que es sotmet a una breu cocció. Presenta diferents utilitats: transportar, empaquetar, embalar i protegir. La seva producció és ecològica i per tant respectuosa amb l'ecosistema, i a més reciclable. També, és capaç de resistir a altes temperatures, per això es podrà transportar de l'establiment fins al lloc desitjat conservant les seves propietats organolèptiques. En quant a la coberteria (forquilla, ganivet i cullera) s'utilitza la fusta, material reciclable i ecològic. És lleugera, resistent i de color marró. És capaç de resistir a l'oli i al greix a temperatures elevades. [17]



Imatge 11: Recipients de cartró kraft

2.7. ANÀLISI DE LA DEMANDA

2.7.1 Segmentació del mercat

Actualment no hi ha cap restaurant amb el servei d'oferir la possibilitat de realitzar menús saludables (a partir d'aliments de proximitat, ecològics i de temporada) personalitzats a cada persona tenint en

compte les diferents característiques a partir d'un pla dietètic i que ofereixi el servei de “take away” d'aquests menús als seus domicilis, els nostres clients podran optar per l'opció de recollir-lo al nostre local o bé l'entrega a domicili.

2.7.2 Característiques dels clients potencials

Cada vegada hi ha més persones que s'interessen per un estil de vida saludable, que no tenen temps per a realitzar diàriament els seus àpats o que no tenen coneixements sobre com elaborar aquest tipus de menús. És per això que els clients potencials són els adults (homes i dones), famílies amb nens i persones de la 3a edat, que estan interessats en mantenir un estil de vida saludable, sense temps o sense coneixements per seguir aquest estil de vida.

El restaurant es situarà a la banda del gimnàs Viding de Tarragona per atraure els diferents clients d'aquest gimnàs. En general, els clients potencials són adults treballadors amb un poder adquisitiu mitjà-alt.

2.8. ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA

2.8.1 Característiques de la competència

La competència general que tenim és del tipus indirecta parcial, ja que a la nostra empresa s'incorporarà el servei innovador de donar la possibilitat als clients de fer un pla dietètic-nutricional totalment personalitzat segons necessitat, aquest estil d'establiments no existeixen a la província de Tarragona, per això no tindrem competidors directes.

2.8.2 Principals competidors

Els principals competidors són els restaurants en els quals es serveixen aliments de qualitat, de proximitat i ecològica de Tarragona.

2.8.3 Estratègia competitiva que estan utilitzant

L'estratègia competitiva utilitzada pels principals competidors és a través de les xarxes socials com Instagram i/o Facebook mitjançant fotografies dels plats i vídeos d'experiències de clients.

2.8.4 Punts forts i punts febles del nostre establiment

Els punts forts i els punts febles del nostre establiment són els següents (*taula 3*):

PUNTS FORTS	PUNTS FEBLES
- Aliments de qualitat, de proximitat i ecològics - Plats equilibrats - Situat en un punt estratègic - Local amb gran visibilitat	- Situat en una capital de província amb pocs habitants - Situació actual referent a la Covid-19

Taula 3: Punts forts i febles de l'Encant

2.8.5 Anàlisi de la competència

S'ha realitzat un anàlisi de la competència d'alguns dels restaurants que segueixen una línia sostenible, ecològica i saludable. Algunes de les competències que tenim a la ciutat de Tarragona són:

- **El Vergel**, situat al carrer major de Tarragona, és un restaurant de menjar saludable i vegetarià. Tenen una carta amb diferents plats, però també compten amb el menú del dia. És un menú complet i amb un preu molt assequible. El local és acollidor i amb un ambient de naturalesa. Tenen a la venda pastissos casolans molt apetitosos. [18]
És una competència forta, ja que tenen un menú molt atractiu tant pels plats presentats com pel preu. Tot i això, no compten amb consulta dietètica ni tenda de productes ecològics.
- **Alvocat**, situat a 1 minut de la plaça de la Font, és un restaurant vegetarià i vegà que presenten una varietat de plats molt elaborats. Tenen carta, però també dos menús, un estàndard i un de degustació on el preu varia en un o en l'altre. El local és petit però agradable. [19]
És una possible competència per la presentació, la qualitat dels plats i la bona localització de l'establiment, ja que està en el centre de Tarragona. Tot i això, no compten amb una consulta dietètica ni tenen venda d'aliments a l'establiment.
- **Genial**, és un restaurant de cuina saludable, conscient i vegetariana, situada a Reus. La seva especialitat són les hamburgueses que compten amb gran varietat de proteïna vegetal. No tenen menú del dia sinó que tots els plats es troben a la carta. Està situat al costat del centre comercial el Pallol per tant es troba en una bona localització. [20]
És una possible competència per la varietat d'aliments que ofereixen i pels preus tan assequibles que presenten. A més està situat a un lloc molt freqüentat pels habitants i turistes de Reus. Tot i això no ofereixen un menú, no compten amb una consulta dietètica i no tenen a la venda productes ecològics.

2.9 QUADRE D'IDEES DE NEGOCI I INSPIRACIÓ

S'ha elaborat una (*taula 4*) amb els restaurants en els quals ens hem inspirat per realitzar el nostre projecte.

Nom de l'empresa	Producte o servei	Localització	Punts dèbils respecte el mercat	Punts forts respecte el mercat
L'AIRET	Restaurant i cafeteria compromesa amb la sostenibilitat i menú "take away" de plats saludables, sostenibles, de proximitat i de temporada	C/Francesc Layret, 2 L'hospitalet del Llobregat	- Ubicat a prop d'un restaurant fast food	- Petita zona infantil - Menú de mig dia - Pàgina web molt atractiva - Dirigit a un públic ample
ODACOVA REAL FOOD CAFE	És un real food cafè, utilitzen matèria primera real, saludable, de proximitat i, en gran mesura, ecològica; plats sense ingredients processats, sense additius ni conservants i comprats a proveïdors propers	C/Aragó, Barcelona	- No te pàgina web només Instagram i facebook	- Està molt ben situat - Productes de qualitat - Dirigit a un públic ample - Gran oferta de cafès, tes i infusions ecològiques, sucres naturals, batuts i altres begudes com kombutxa o cerveses artesanes
VITA MOJO	Através d'una aplicació et permet escollir exactament quins aliments i quantitats desitja el client de cada aliment amb les corresponents dades nutricionals de proteïnes, greixos i hidrats de carboni.	22 Carter Lane Londres Anglaterra	-Noves tecnologies que eliminen a una part de públic	- Als seus establiments tenen tabalets - Lloc molt cèntric
MARIMORENA BARCELONA	Aposta pels productes de proximitat de Sant boi i el parc agrari del baix Llobregat "matèria primera de casa i producte de temporada.	Sant Ramón Sant Boi de Llobregat, Barcelona		- Menú de mig dia

Taula 4: Idees de restaurant

2.10 PLA DE MÀRQUETING

2.10.1 Servei

a) Característiques principals del servei

- Plats saludables i menú del dia.
- Servei de nutrició personalitzat on tindrà l'opció d'elaborar el pla dietètic més adient.
- Juntament amb el servei de nutrició s'oferirà un "take away" del pla dietètic d'una setmana.
- Venda de gran part de productes alimentaris que seran utilitzats a l'hora de preparar els plats saludables de la carta (per emportar).

2.10.2 Política de preus

a) Criteris per la determinació dels preus

Els preus es determinaran sobretot en funció dels costos que suposi cadascun dels serveis que volem oferir. Després de fer els càlculs adients de cada característica que tindrà el negoci ho compararem amb els preus de la competència i s'ajustarà de manera equilibrada pel que fa als costos/beneficis.

b) Llistat de preus

A la taula següent s'especifiquen els preus dels diferents serveis que proporciona l'establiment i pot variar dintre dels rangs establerts, segons complicacions i complexitat dels casos en el cas de la nutrició personalitzada i del Take away dels plats (*taula 5*).

PRODUCTES / SERVEIS	PREU
Menú del dia aquest menú inclou: 1r plat, 2n plat, postres, pa i aigua.	16€
Nutrició personalitzada	Primera visita: 80€ Visites posteriors: 40€
Take away del pla dietètic: dinar i sopar d'una setmana (14 àpats)	100-150€
Venda d'aliments ecològics (fruites, verdures, oli, fruits secs, etc...)	1-8€/kg

Taula 5: Llistat de preus dels productes i serveis que ofereix l'establiment.

2.10.3 Canals de distribució

En aquest cas el tipus de canal que utilitzarem es la de canals comercials curts, ja que la distribució es ceneix al mateix establiment, per tant no existeix una xarxa de distribució.

2.10.4 Promoció i publicitat

a) Com es donarà a conèixer la nova empresa

Per tal de donar a conèixer el restaurant repartirem un tríptic a diferents establiments com: gimnasos i centres esportius, centres de salut i centres estètics. Es realitzarà un spot publicitari on es reflectirà les ofertes i serveis que brinda la nostra empresa amb l'ajuda d'una influencer com la Laura Escanes. S'ha escollit aquesta influencer perquè té més de 1,5 milions de seguidors a Instagram i acostuma a

recomanar restaurants saludables i de qualitat. Aquest spot publicitari serà emès pel nostre perfil d'Instagram i per la nostra pàgina web, on a més, s'aniran publicant promocions per tal de fer arribar la nostra prestació a més persones. També es realitzaran sortejos una vegada al mes durant els dotze primers mesos d'obertura d'un dinar especial per a dues persones per tal de donar-nos a conèixer per les xarxes socials (Annex 4).

2.10.5 Cost de la publicitat i de les accions de promoció

El cost total del pla de donar a conèixer la nostra empresa es troba desglossat a la *taula 6*:

PUBLICITAT	COST ANUAL
Tríptics informatius dels serveis (1000u)	150€
Anunci amb influencer	500€
Responsable de les xarxes socials (Instagram / Pàgina web)	300x12 = 3.600€
Targetes publicitàries (1000u)	50€
Sorteig dinar o sopar per a dos	30x12 = 360€
TOTAL	4.660 €

Taula 6: Cost anual de la publicitat i accions de promoció

2.11 MARC LEGAL

Respecte a la legislació i la política el restaurant comptarà amb les següents característiques:

- Reglament 853/2004, de 29 d'abril de 2004, del Parlament Europeu i de Consell, pel qual s'estableixen **normes específiques d'higiene dels aliments d'origen animal**. [21]
- El Reglament 852/2004, de 29 d'abril, relativa a la higiene dels productes alimentaris, estableix que les empreses alimentàries han de complir uns requisits generals i específics en matèria d'higiene i que porten a terme sistemes d'autocontrol basats en els **principis de l'Anàlisi de Perills i Punts de Control Crític (APPCC)** per garantir que els productes que elaboren, transformen o distribueixen, són segurs. [22]

Per tal de garantir l'Anàlisi de Perills i Punts de Control Crític (APPCC), aquests aniran acompanyats dels Prerequisits, els quals seran controlats i registrats en fulls de control (Annex 5). Els prerequisits a aplicar són:

- Pla de control de l'aigua.
- Pla de neteja i de desinfecció.
- Pla de control de plagues i altres animals indesejables.
- Pla de formació i capacitat de personal en seguretat alimentària (Annex 6).
- Pla de control de proveïdors i requisits de la matèria primera.

- Pla de traçabilitat.
- Pla de control de manteniment de temperatura.
- Reglament 1169/2011, pel qual es regula la normativa d'al·lèrgens de la Unió Europea, els establiments que ofereixen aliments estan **obligats a informar dels 14 al·lèrgens principals**, que es mostraran a la carta indicant els al·lèrgens que conté cada plat. [23]
- Decret 121/2013, de 26 de febrer, pel qual es regulen els **fulls oficials de queixa, reclamació i denúncia** en les relacions de consum. [24]
- Decret 513/2017, de 22 de maig, pel qual s'aprova el reglament d'instal·lacions de **protecció contra incendis**. [25]
- Decret 317/1994, de 4 de novembre, d'**Ordenació i Classificació d'Establiments de Restauració**. [26]

Article 9: **Normes per l'obertura de l'establiment:** Presentar la següent documentació davant del servei territorial corresponent:

- Imprès de sol·licitud
- Obtenir Número d'Identificació Fiscal (NIF)
- Alta de l'IAE (impost sobre les activitats econòmiques)
- Persona jurídica: copia notarial simple de l'escriptura de constitució de la societat.
- Projecte tècnic de l'establiment visat per un col·legi oficial corresponent.
- Llicència municipal d'obertura

2.11.1 Autorització de centres o serveis sanitaris

Es sol·licita el permís d'autorització de centre sanitari mitjançant el Gencat. La normativa vigent cita el següent: [27]

- DECRET 151/2017, de 17 d'octubre, pel qual s'estableixen els requisits i les garanties tecnicosanitàries comunes dels centres i serveis sanitaris i els procediments per a la seva autorització i registre (DOGC núm. 7477 publicat el 19/10/2017).
- LLEI 16/2010, del 3 de juny, de modificació de la Llei 21/2000, del 29 de desembre, sobre els drets d'informació concernent la salut i l'autonomia del pacient, i la documentació clínica (DOGC núm. 5647 publicat el 10/06/2010).
- LLEI 21/2000, de 29 de desembre, sobre els drets d'informació concernent la salut i l'autonomia del pacient, i la documentació clínica (DOGC núm. 3303 publicat el 11/01/2001).

- Reial Decret 1277/2003, de 10 d' octubre, per al que s'estableixen les bases generals sobre autorització de centres, serveis i establiments sanitaris (BOE núm. 254 publicat el 23/10/2003).
- DECRET 135/1995, de 24 de març, de desplegament de la Llei 20/1991, de 25 de novembre, de promoció de l'accessibilitat i de supressió de barreres arquitectòniques, i d'aprovació del Codi d'accessibilitat (Correcció d'errades en el DOGC núm. 2152, pàg. 319, de 10.1.1996). (DOGC núm. 2043 publicat el 28/04/1995).
- DECRET 27/1999, de 9 de febrer, de la gestió dels residus sanitaris (DOGC núm. 2828 publicat el 16/02/1999).
- Llei 39/2015, d'1 d'octubre, del procediment administratiu comú de les administracions públiques (BOE núm. 236 publicat el 02/10/2015).

2.11.2 Mesures de prevenció contra la Covid-19:

- Planificar les tasques i processos de treball de tal manera que es garanteixi la distància de seguretat establerta per les autoritats sanitàries [28]
- Avaluar la presència en l'entorn laboral de treballadors vulnerables davant de la Covid-19 i determinar les mesures específiques de seguretat per a aquest personal. [28]
- A l'establiment hi haurà farmaciola equipada segons la normativa de la Generalitat de Catalunya que contindrà: Desinfectants autoritzats, Antisèptics autoritzats, Guants d'un sol ús, Cotó hidròfil, Gases estèrils, Benes, Esparadrap, Tiretes, Tisores de punta rodona i Pinces petites. [29]
- Utilitzar una solució desinfectant abans i després en cada superfície utilitzada. Si no pot assegurar-se la desinfecció amb aquest procediment implantar un mètode que eviti l'ús de la mateixa superfície per part de diferents empleats. [28]
- Assegurar l'adequada protecció dels treballadors, facilitant el rentat de mans amb aigua i sabó instal·lant en el local diferents punts de sortida d'aigua i paper d'un sol ús, a més d'utilitzar solucions desinfectants que estaran situades en diferents punts del local. [28]
- Difondre pautes d'higiene amb informació completa, clara i intel·ligible sobre les normes d'higiene a utilitzar en el lloc de treball, abans, durant i després de la mateixa, que pot estar present amb un cartell. Aquestes estaran basades en "Mesures d'higiene pel sector de la restauració, mesures per a la contenció de la transmissió de la COVID-19" de l'Agència Catalana de Seguretat Alimentària. [28]
- Proporcionarem els EPIs adequats per la prevenció de riscos laborals en el context Covid-19. Aquests es basaran en les "Mesures per a la reducció del contagi per coronavirus SARS-Cov-2 en serveis de restauració, directrius i recomanacions" del Consorci de Comerç, Artesania, i Moda de Catalunya. En

cas que algun servei es trobi subcontractat, el restaurant supervisarà que el personal compta amb els equips de protecció individual necessaris. [30]

- Establir normes d'ús de les instal·lacions en què es desenvolupa el treball i els espais compartits per mantenir la distància de seguretat (per exemple: en ascensors, menjadors, zones comuns, vestidors, sales de reunions). [28]

- Procedir a la ventilació almenys diàriament i amb més freqüència sempre que sigui possible, de les diferents àrees de l'establiment. [28]

2.12 FORMA JURÍDICA DE L'EMPRESA

L'empresa es constituirà sota la forma jurídica no personalista Societat Limitada (SL) que seria la modalitat més apropiada per a la petita i mitjana empresa, en la qual serem dues sòcies treballadores i aportarem un capital de 5.000€/sòcia. Els avantatges d'aquesta forma jurídica son: limitació de responsabilitat al capital aportar, restricció d'entrada de nous socis i tràmits més ràpids que amb la resta de formes jurídiques, entre d'altres. [31]

Conservarem aquesta forma jurídica sempre que ens beneficiï, en el moment que no sigui així adaptarem l'empresa a la millor opció per al correcte desenvolupament de l'activitat.

2.13 PLA D'INVERSIÓ, DESPESES INICIALS I FINANÇAMENT

El pla d'inversió i les despeses inicials són orientatives. Queda pendent un pla de viabilitat realitzat per un graduat universitari en administració i direcció d'empreses o per un economista.

Restaurant	Acondicionament del local	15.000€
	Maquinària de la cuina (Annex 7)	27.408,74€€
	Utensilis de cuina i de sala	3.000€
	Matèries primeres	3.000€
Consulta dietètica	Taula i dues cadires	1.500€
	Materials d'oficina (arxivadors, paper, bolígraf, impresora)	600€
	Ordinador, telèfon, pàgina web	3.000€
	Peu de rei i cinta mètrica	300€
	Tensiòmetre	190€
	Plicòmetre professional	450€
	InBody 270 amb software	4.900€ IVA no inclòs€
	Mobiliari	2.000€
	TPV caixa enregistradora amb balança	700€

Botiga	Matèries primeres	3.000€
Recursos humans (servei calculat per 58 pax)	2 cuiners a 40h/setmana	4.200€ bruts/mes
	3 ajudants de cuina a 40h/setmana	4.500€ bruts/mes
	2 dependents a 20h/setmana	2.100€ bruts/mes
	4 cambrers	4.800€ bruts/mes
	2 Dietistes-Nutricionistes (sòcies)	4.500€ bruts/mes
Lloguer del local, llum i aigua		5.000€/mes
TOTAL		90.149€

2.14 COM OBTINDREM ELS DINERS PER COMENÇAR AMB LA NOSTRA ACTIVITAT?

Comptem amb les aportacions de 5.000€/sòcia que suposa una aportació de 10.000€. Es buscaran subvencions i ajuts per al finançament del nostre projecte a la plataforma AIJEC (joves empresaris Catalunya) [32] que ajuden als joves empresaris a buscar finançament per projectes innovadors. També buscarem ajuda i subvenció al programa de suport empresarial a les dones (PAEM) [33] on ens proporcionaran una atenció personalitzada i ens ajudaran a iniciar el negoci amb subvencions. Intentarem demanar les subvencions i ajuts que hi hagi, en cas de no rebre cap dels ajuts, l'últim recurs serà endeutar-nos amb entitats financeres per un valor de 64.690€, per poder fer front a la posada en marxa de l'activitat.

Amb els nostres proveïdors negociarem el pagament a 30 dies, així podrem finançar la compra de matèries primeres amb el pagament ajornat.

3. ANNEXOS: Link per accedir als annexos del treball:

<https://www.dropbox.com/sh/6ut10ro189tkl9w/AACR4CJWfbhRolzVbjZYkfANa?dl=0>

ANNEX 1: MENÚ CÍCLIC

ANNEX 2: FITXA TÈCNICA DELS PLATS

ANNEX 3: CASOS PRÀCTICS

ANNEX 4: SORTEIG MENSUAL

ANNEX 5: PROGRAMA DELS PREREQUISITS (PPR)

ANNEX 6: MANUAL PER LA FORMACIÓ DE MANIPULACIÓ D'ALIMENTS

ANNEX 7: EQUIPAMENT DE LA CUINA

4. BIBLIOGRAFIA

- [1] Població per sexe Tarragona 1998-2019 [Internet]. Institut d'estadística de Catalunya (Idescat) [actualització 13/11/20; consultat 22 novembre 2020] Disponible a: <https://www.idescat.cat/emex/?id=431482&lang=es>
- [2] Capacidad del restaurante [Internet]. Gastronomía rentable.com [actualització 13/11/20; consultat 22 novembre 2020] Disponible a: <https://www.gastronomiarentable.com/post/c%C3%B3mo-calculat-la-capacidad-del-restaurante>
- [3] 1. Celis Sosa D, Perelló G, Ramírez Fierro JC, Torres E. Disseny i gestió de la restauració col·lectiva. Universitat oberta de catalunya; 2019.
- [4] BOE. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. [«BOE» núm. 54, de 04/03/2015; consultat 14 de maig del 2021]. Disponible a: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-2293&p=20150304&tn=0>
- [5] BOE. Diari Oficial de la Unió Europea. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado [«BOE» núm. 1924/2006, de 25 de novembre 2015; consultat 14 de maig del 2021]. Disponible a: <https://www.boe.es/doue/2011/304/L00018-00063.pdf>
- [6] App QR Code Generator PRO. Qr-code-generator.com. [citat el 14 de maig de 2021]. Disponible a: <https://app.qr-code-generator.com/>
- [7] AMED. Generalitat de Catalunya. Agència de Salut Pública de Catalunya,. [Actualitzat el; consultat el 14 de maig del 2021]. Disponible a: <http://www.amed.cat/es/>
- [8] Slow food International. [Actualitzat el 29 de novembre de 2019; consultat el 14 de maig del 2021]. Disponible a: <https://www.slowfood.com/es/>
- [9] Local Segur Hosteleria Unida. Hosteleria d'Espanya. [Consultat el 14 de maig del 2021]. Disponible a: <https://localseguro.hosteleriaunida.es/es/>
- [10] El Cistell, agricultura ecològica a domicili [Internet]. El Cistell, agricultura ecològica. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: <http://elcistell.cat>
- [11] DOP oli terra alta [Internet]. Oli terra alta. [cited 23 May 2021]. Available from: <https://www.dopoliterraalta.cat>
- [12] Comissió Europea. Productes catalans i de les balears amb denominació d'origen protegida per la UE. [Actualitzat el 29 de Novembre de 2019; consultat el 14 de maig del 2021]. Disponible a: https://ec.europa.eu/spain/barcelona/about-us/about-eu/dop_es
- [13] Tienda de frutos secos online [Internet]. Tarraconuts.com. 2017 [cited 2021 May 12]. Disponible a: <https://www.tarraconuts.co>

- [14] Can mestre, agricultura ecològica. [consultat el 19 de maig del 2021]. Disponible a : <https://canmestre.cat>
- [15] Quienes somos [Internet]. Muria. 2021 [cited 25 May 2021]. Available from: <https://muria.mielmuria.com/quienes-somos/>
- [16] Vajillas 100% biodegradables de Fibra de Bambú [Internet]. Nikibambu.com. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: <https://www.nikibambu.com/>
- [17] Fabricantes de cajas de cartón personalizadas y packaging a medida [Internet]. Lfgcartonaje.com. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: <https://www.lfgcartonaje.com>
- [18] El Vergel Veggie Restaurant [Internet]. El Vergel Veggie Restaurant. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: <https://elvergeltarragona.com/>
- [19] RESTAURANT A. ALVOCAT VEGAN & VEGETARIAN RESTAURANT [Internet]. Alvocat-vegan-vegetarian-restaurant.negocio.site. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: <https://alvocat-vegan-vegetarian-restaurant.negocio.site/>
- [20] Restaurant genial [Internet]. Tripadvisor. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: https://www.tripadvisor.es/Restaurant_Review-g666512-d14406956-Reviews-Genial-Reus_Baix_Camp_Costa_Dorada_Province_of_Tarragona_Catalonia.html
- [21] Aesan - Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición [Internet]. Aesan.gob.es. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: http://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/ampliacion/alimentos_origen_animal.htm
- [22] Reglamento (CE) nº 852/2004 [Internet]. Boe.es. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2004-81035>
- [23] Reglamento (UE) nº 1169/2011 [Internet]. Boe.es. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2011-82311>
- [24] Reglamento (UE) nº 121/2013 [Internet]. Boe.es. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: <http://cido.diba.cat/legislacio/1668737/decret-1212013-de-26-de-febrer-pel-qual-es-regulen-els-fulls-oficials-de-queixa-reclamacio-i-denuncia-en-les-relacions-de-consum>
- [25] Reglamento (UE) nº 513/2017 [Internet]. Boe.es. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2017-6606
- [26] Reglamento (UE) nº 317/1994 [Internet]. Boe.es. 2021 [cited 23 May 2021]. Available from: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1994-6168
- [27] Gencat. Autorització de centres o serveis sanitaris [Consultat el 18 de maig del 2021]. Disponible a: <https://salutweb.gencat.cat/ca/tramits/tramits-temes/Autoritzacio-de-centres-o-serveis-sanitaris>

- [28] Generalitat de catalunya. La farmaciola a la feina. Gencat [Internet]. [publicat el 10 d'agost del 2018; consultat 15.02.2021]. Disponible a: <http://medicaments.gencat.cat/ca/ciutadania/informacio-i-consells/preguntes-frequents/com-cal-desar-els-medicaments/la-farmaciola-a-la-feina/>
- [29] Agència catalana de seguretat alimentària (ACSA) [internet]. Catalunya. [publicat al 2020; consultat 17 de febrer 2021]. Disponible a: http://acsa.gencat.cat/web/.content/_Seguretat-alimentaria/Mesures-de-contencio-de-la-transmissio-de-COVID-19/Medidas-de-higiene-para-el-sector-de-la-restauracion.pdf
- [30] Consorci de comerç artesania i moda de Catalunya (CCAM).Catalunya. [publicat al 2020; consultat el 20 de maig del 2021]. Disponible a: http://ccam.gencat.cat/web/.content/01_consorci/documents/Guia_serveis_restauracio_COVID19.pdf
- [31] Catalunya emprèn. Generalitat de Catalunya. Catalunya. [consultat el 4 de gener del 2021]. Disponible a: http://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/03crea-el-teu-negoci/passes_crear_empresa/Guia_formes_juridiques_catDEF_tcm124_53839.pdf
- [32] Joves empresaris de Catalunya. Catalunya. [consultat el 5 de maig del 2021].Disponible a: <https://aijec.cat/>
- [33] Cámara de comercio de Espanya. España. [consultat el 5 de maig del 2021]. Disponible a: <https://empresarias.camara.es/>
- Campa, Fernando. Guia pràctica per a la creació d'empreses. Publicacions URV, 2010