

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS



MODELO DE NEGOCIO
“ROCKY BEANS”:
GERENCIA DE ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado por:

ISAIAS MORONI MIRANDA HERRERA

Tutoría por: MS. VERÓNICA CARRERA DEL RIO

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Marzo, 2022

2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **ISAIAS MORONI MIRANDA HERRERA** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Rocky Beans: Gerencia de Estudio de Técnico**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Rocky Beans**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Isabel Marina González Alcívar, Segundo Andrés Manzo Neiza, Karla Katherine Astudillo Gutiérrez, Cinthia Gertrudis Figueroa Mendoza, Nan Boada Nilton Xavier

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



Miranda Herrera Isaias Moroni

0925958886

Yo, Miranda Herrera Isaias Moroni en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Rocky Beans: Gerencia de Estudio Técnico**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Miranda Herrera Isaias Moroni

0925958886

3. Resumen Ejecutivo

El proyecto Rocky Beans, nace mediante la metodología de trabajo Design Thinking, el principal objetivo es satisfacer las necesidades de las personas vegetarianas y veganas de la ciudad de Guayaquil, somos un restaurante ubicado en la vía Samborondón. Se realizó un estudio de mercado lo que nos ha permitido desarrollar el proyecto, las estrategias de marketing a desarrollar nos permitirán posicionarnos en el mercado, con la utilización de nuestro sistema de cocina inteligente involucraremos al cliente en una experiencia digital, combinando la producción de una cocina tradicional con algo de tecnología. El proyecto contará con instalaciones aptas y personal capacitado con la finalidad de brindar a nuestros clientes una buena experiencia.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Isabel Marina González Alcívar, Segundo Andrés Manzo Neiza, Karla Katherine Astudillo Gutiérrez, Cinthia Gertrudis Figueroa Mendoza, Nan Boada Nilton Xavier, y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Rocky Beans”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

4. Palabras clave

Veganismo, restaurant, ubicación, alimentación, salud, variedad.

5. Consideraciones éticas

El modelo de negocios Rocky Beans es el resultado del trabajo colaborativo del equipo conformado por: Isabel Marina González Alcívar, Segundo Andrés Manzo Neiza, Karla Katherine Astudillo Gutiérrez, Cinthia Gertrudis Figueroa Mendoza, Nan Boada Nilton Xavier.

Tomando como punto de partida las consideraciones éticas, que respetan la propiedad intelectual de las ideas y asumiendo comportamientos éticos con las personas involucradas en el desarrollo de la presente propuesta.

6. ÍNDICE GENERAL

3. Resumen Ejecutivo	4
4. Palabras clave.....	4
5. Consideraciones éticas.....	5
6. ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
7. Antecedentes y justificación	1
8. Objetivo general y específicos del Proyecto	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
9. Breve descripción del modelo de Negocio	5
10.0. ESTUDIO TÉCNICO	7
10.1. Descripción del Producto o Servicio.....	7
10.1.1. Factores que fundamentan la experiencia del cliente	8
10.1.2. Triángulo de servicio	10
10.2. Proceso de producción/ prestación del servicio	15
10.2.1. Proceso de planificación de las recetas	15
10.2.2. Proceso de elaboración de los platillos	16
10.2.3. Proceso del pedido de las órdenes en el local por el cliente	17
10.2.4. Proceso de la entrega del servicio	19
10.2.5. Proceso de pago	20

10.2.6. Proceso del pedido de las órdenes a través de otras vías por el cliente	22
10.2.7. Proceso del abastecimiento y reabastecimiento del local	23
10.2.8. Layout del proceso de atención de Rocky Beans.....	26
10.3. Determinación de la capacidad productiva	27
2.4. Ubicación del proyecto	29
10.5. Diseño arquitectónico	30
10.6. Balance de costos	32
10.6.1. Inversión Inicial	32
10.7. Vida útil del proyecto.....	36
Referencias.....	41
Anexos	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Detalle de los productos que ofrece Rocky Beans</i>	7
Tabla 2 <i>Capacidad productiva de Rocky Beans</i>	29
Tabla 3 <i>Inversión Inicial</i>	32
Tabla 4 <i>Total de inversión fija</i>	32
Tabla 5 <i>Gastos preoperativos</i>	33
Tabla 6 <i>Capital de trabajo</i>	34
Tabla 7 <i>Costo de producción</i>	34
Tabla 8 <i>Gastos administrativos</i>	35
Tabla 9 <i>Gastos de venta</i>	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Triángulo de servicio</i>	10
Figura 2 <i>Proceso de planificación de las recetas</i>	15
Figura 3 <i>Proceso de elaboración de los platillos</i>	17
Figura 4 <i>Proceso del pedido de las órdenes en el local por el cliente</i>	18
Figura 5 <i>Proceso de la entrega del servicio</i>	19
Figura 6 <i>Proceso de pago</i>	21
Figura 7 <i>Proceso del pedido de las órdenes a través de otras vías por el cliente</i>	22
Figura 8 <i>Proceso del abastecimiento y reabastecimiento del local</i>	25
Figura 9 <i>Layout del proceso de atención de Rocky Beans</i>	26
Figura 10 <i>Ubicación del proyecto</i>	29
Figura 11 <i>Diseño arquitectónico de la cafetería/restaurante Rocky Beans</i>	31

7. Antecedentes y justificación

En la actualidad, la preocupación por la salud en conjunto con la curiosidad de comer sano son dos factores que han marcado una tendencia de cambio en la alimentación de las personas, generando que la población busque un nuevo estilo de vida transformado y llevando sus hábitos alimenticios hacia un enfoque más sano. Dado este escenario, se destaca el vegetarianismo/veganismo como modelos alimentarios saludables que representan una alternativa ideal para aquellas personas, cuya filosofía de vida se centra en la misericordia por los animales, el cuidado de la salud y la preocupación por el medio ambiente (Penner & González, 2020).

Cabe resaltar que, tanto el vegetarianismo como el veganismo son estilos de vida que excluyen el consumo de carne; sin embargo, este último se caracteriza por ser más estricto. Una persona vegetariana no incluye en su dieta la carne animal, pero sí aquellos subproductos como el queso, leche, huevos, entre otros. Por el contrario, las personas veganas evitan consumir tanto los productos como los subproductos de los animales, una filosofía de vida en la cual se excluye la crueldad y explotación de los animales para la obtención de los alimentos (Efecto, 2019).

Este modelo alimenticio ha sido asociado por las personas con la tenencia de beneficios que mejoran el estado nutricional, la salud del individuo y representa una forma de prevenir enfermedades de tipo cardiaco. Generalmente, las dietas vegetarianas se distinguen por el consumo elevado de frutas, nueces, granos, semillas, vegetales, entre otros productos que favorecen la salud de quien lo practica, siempre y cuando estos tipos de dieta se encuentren bien planificados.

Cabe resaltar que, esta modalidad de alimentación aporta significativamente en el cumplimiento de los objetivos del desarrollo sostenible, debido que, generan un impacto ambiental limitado en comparación con la alimentación omnívora (García et al., 2019).

Es fundamental reconocer que existen diferentes razones por las cuales, una persona decide ser vegetariano/vegano; en este ámbito, no solo implica la búsqueda de una alimentación saludable, sino también, la necesidad y el interés de respetar el medio ambiente, así como a los animales, buscar la espiritualidad, excluir la violencia, ser partícipe de una alimentación humana eficiente, mantener la claridad energética y mental en conjunto con otras razones éticas (Ekmeiro & Arévalo, 2021). Independientemente de los motivos que conducen a un sujeto a cambiar sus hábitos alimenticios, actualmente las personas buscan acoplarse a este estilo de vida, un escenario que se refleja en el incremento del número de la población vegana. Como ejemplo, sobresale Estados Unidos con un crecimiento del 5%, mientras que, en el ámbito latinoamericano, el 19% de la población expresó ser vegetariana (no consumen carne animal pero sí los subproductos), el 9% indicó ser vegano (no consumen ni el producto o subproducto animal) y el 15% expresó ser flexitariano (se alimentan de verduras, frutas, así como pescado, carne y sus derivados) según una encuesta de Nielsen realizada en el año 2016 (Gómez & Gómez, 2021; Portafolio, 2018). Por otro lado, el año más importante del veganismo fue el 2017, donde las personas del Reino Unido redujeron en un 50% el consumo de carne, mientras que, la demanda de productos vegetarianos/veganos se incrementó en un 987% (Pérez, 2019).

Es importante mencionar que, el llevar a cabo una alimentación vegetariana genera la necesidad de requerir los servicios específicos de un profesional en el campo de la nutrición y salud, a fin de obtener el suficiente conocimiento para implementar este nuevo estilo de vida y así evitar la captación de información errónea que puede afectar el bienestar de las personas. A pesar de este escenario, es fundamental reconocer la prevalencia de una problemática que aqueja a la mayoría de los vegetarianos cuando salen de su hogar por diferentes razones y deben alimentarse fuera del mismo, generando una búsqueda incesante de alternativas que vayan acorde a su modelo de alimentación.

Según Oñate (2021) dada la presencia de la pandemia, varias familias ecuatorianas han realizado un cambio en sus modelos de alimentación, adoptando el vegetarianismo como un estilo de vida; sin embargo, la falta de opciones alimenticias que satisfagan sus necesidades constituye un problema que afligen a los vegetarianos/veganos. Dado la incidencia de esta situación, existen personas que se ven en la necesidad de llevar sus propios alimentos, actividad que con el paso de los días deben dejar debido a la falta de tiempo por la ejecución de otras tareas.

Pese a la existencia de restaurantes vegetarianos en el mercado ecuatoriano, es imprescindible mencionar que la mayoría de estos no cuentan con alternativas alimenticias innovadoras y acopladas a las nuevas tendencias, limitando a la persona a llevar un consumo de alimentos rutinarios que tienden a molestar su estilo de vida, debido a la falta de variedad de comidas. De igual forma, se destacan situaciones en las cuales el individuo no tiende a alimentarse fuera de casa o en restaurantes vegetarianos debido a la inseguridad que les genera ingerir algo que vaya en contra de sus ideales. A esto, se integra el sentimiento de incomodidad que posee la población vegetariana/vegana frente a la tenencia de un mundo agresivo que juzga este modelo de vida.

A pesar del reconocimiento de este paradigma, conviene mencionar que en Ecuador ya existe una tendencia de consumo de productos vegetarianos/veganos, misma que ha ido en crecimiento, generando una mayor demanda del sector, la cual ha variado entre el 10% al 40% a lo largo de la pandemia (El Universo, 2021). Además, se integra la presencia de diferentes entidades que luchan en favor del veganismo, destacando el Movimiento Animalista Nacional del Ecuador (MAN), Libera Ecuador y Activista por la Defensa y Liberación Animal (ADLA) (Pérez, 2019).

Conforme el panorama identificado, surge la oportunidad de abordar esta problemática a través de un modelo de negocios enfocado en la creación de un restaurante

para la población vegetariana/vegana, la cual representa el mercado potencial de este proyecto, considerando explícitamente alternativas innovadoras, variadas, saludables y acorde a las nuevas tendencias. La importancia de llevar a cabo este reto se fundamenta en brindar a las personas vegetarianas/veganas opciones de comidas saludables compatibles con su dieta brindando seguridad, confianza y a su vez, satisfaciendo con totalidad sus necesidades nutritivas. Cabe resaltar que, para llevar a cabo la materialización de esta idea se busca establecer alianzas estratégicas con profesionales de esta rama, canales de distribución, entre otras asociaciones que permitan la entrega efectiva de un producto beneficioso para la salud del mercado objetivo.

8. Objetivo general y específicos del Proyecto

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la creación del restaurant Rocky Beans, especializado en la entrega de comidas saludables y variadas para la población vegetariana/vegana y que ofrezca un nuevo concepto en la toma de orden en el local.

Objetivos Específicos

- Reconocer el problema de estudio mediante el planteamiento del modelo Design Thinking con el propósito de ofrecer a la población vegetariana/vegana un lugar especializado en comidas saludables y variadas.
- Identificar las necesidades que posee la población vegetariana/vegana con respecto a la búsqueda de alternativas alimenticias variadas y saludables mediante el desarrollo de un estudio de mercado para la elaboración de un plan de marketing.

- Determinar la viabilidad técnica del proyecto orientado a la creación del restaurant Rocky Beans especializado en la entrega de comidas saludables y variadas para la población vegetariana/vegana.
- Delimitar la planificación administrativa y de responsabilidad social del proyecto orientado a la creación del restaurant Rocky Beans especializado en la entrega de comidas saludables y variadas para la población vegetariana/vegana.
- Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad económica del proyecto orientado a la creación del restaurant Rocky Beans especializado en la entrega de comidas saludables y variadas para la población vegetariana/vegana.

9. Breve descripción del modelo de Negocio

El concepto principal de “Rocky Beans” nace de un proceso de diseño que sigue la metodología de *Design Thinking*, mediante esta metodología pudimos enfocarnos en entender las necesidades del consumidor vegetariano/vegano. Empatizando con este consumidor comprendimos que su comportamiento de llevar su propia comida a todo lugar, de no poder acudir a lugares que le ofrezcan su tipo de alimentación, mayormente por la poca oferta de este tipo de sitios. Comprendimos que desean un lugar que sea innovador en el concepto y formato, pero que mantenga de base un menú vegetariano. Además, se obtuvo el dato que el consumidor también desea la flexibilidad de mejores y mayores canales de obtención de su producto. Es decir, que estando en casa pueda saltar la parte de cocinar y simplemente tener la opción de pedir algo que satisfaga su tendencia alimenticia y que le permita ausentarse de la cocina por ese día.

Dentro de este proyecto se identificó que tener un lugar especializado en este tipo de comida y que sea innovador era una idea de alto costo pero que presenta mucha relevancia en este segmento de mercado.

En base a esto se realizó el respectivo estudio de mercado que en primera instancia se dio en una encuesta base a 10 personas, a forma de prueba y luego se extendió a la población objetivo que el diseño del servicio nos arrojó como potenciales clientes. En este caso se evaluó a la población de Guayaquil y Samborondón, en un rango etario de 25 a 49 años y de segmentos socioeconómicos A,B y C+. Acorde con el INEC, y un tasa de crecimiento anual de 1.08%, el número total de integrantes de esta población serian 340,046 personas.

Los resultados arrojaron cifras prometedoras para nuestro proyecto, el 52.3% podrían ser clientes de nuestro negocio y esto lo compartiríamos en un mercado donde actuamos 15 ofertantes. La tendencia sigue siendo de visitar un restaurante el 59.6% prefiere visitar un restaurante, pero nos deja un 40.4% que optaría por el servicio a domicilio.

Considerando estos resultados se buscó mantener un equilibrio entre inversión, capacidad técnica y satisfacer a la demanda de forma paulatina, no explotando completamente esa demanda potencial insatisfecha.

El proyecto espera atender un nicho de mercado de 1133 clientes, cuyas preferencias se han estimado por debajo de los resultados del estudio de mercado, la frecuencia de consumo será de 2 veces por semana y el pedido por delivery será del 32% de este nicho. La cantidad de mesas disponibles contempla un aforo de 56 personas, y considera una ocupación del 60% y de esto un castigo del 20%, un horario de atención de 16h30 y una ocupación promedio por visitante de 2hrs. En base a estas premisas la capacidad de atención del local será de 2015 órdenes por semana en pedidos a la mesa y 725 pedidos delivery.

Con esta capacidad estamos satisfaciendo un monto inferior a la demanda existente y al crecimiento que el mercado ha tenido, pero nos permite afianzarnos y crear un capital adecuado para formular un nuevo proyecto de inversión a futuro.

Administrativamente en base a los estudios técnicos que determinaron la capacidad del local, se ha llegado a las definiciones de personal a contratar 3 cocineros, 3 ayudantes de

cocina, 2 cajeros/administradores, 3 meseros y 1 *community manager*, los servicios administrativos/contables, de guardianía y marketing serán tercerizados.

10.0. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico representa la herramienta que permitirá elaborar las estrategias a seguir para optimizar los recursos de producción y hacer posible la sostenibilidad del negocio.

10.1. Descripción del Producto o Servicio

Rocky Beans es una cafetería/restaurante que brindará el servicio de alimentación a personas veganas, vegetarianas y a todos aquellos que quieran disfrutar de alimentos elaborados sin productos de origen animal. Este local se caracterizará por ofrecer una variedad de platillos saludables para desayunos, almuerzos y meriendas, además de contar con una oferta diversa de postres, bebidas y snacks. A continuación, se detallan algunos de los productos que dispondrá “Rocky Beans” según las secciones previamente delimitadas.

Tabla 1

Detalle de los productos que ofrece Rocky Beans

Desayunos	Almuerzos	Meriendas
<ul style="list-style-type: none"> Preparados con frutas, semillas, soya, pan integral, coco, etc. Hot cakes de avena con chía, banano, etc. Smoothie Bowl de diferentes frutas 	<ul style="list-style-type: none"> Caldos y sopas de diferentes vegetales Ceviches de chochos Falafel clásico Milanesas vegetarianas Tortitas de lentejas en salsa verde 	<ul style="list-style-type: none"> Ensaladas de diferentes tipos Hamburguesa de quinua y verduras Hot dog vegano Spaghuetti con salsa de ajonjolí y maní

• Sándwich vegetariano	• Moussaka de vegetales,	• Crepas veganas
• Omelette vegetariano	entre otras opciones	• Lasaña de calabaza, entre
• Waffles integrales, entre otras		otras opciones
opciones		

Postres	Bebidas	Snacks
• Helados y postres saludables	• Café y Té Orgánico.	• Papas chips al horno
• Galletas de manzana y nueces	• Jugos naturales de	• Semillas de calabaza
• Cake de guineo con coco.	diferentes frutas	tostadas
• Hojaldres de manzana y canela,	• Jugos procesados	• Chips de diferentes
entre otras opciones	• Agua (Dasani), entre	vegetales
	otras opciones	• Barritas de banana y avena,
		entre otras opciones

Nota. Elaboración propia

10.1.1. Factores que fundamentan la experiencia del cliente

10.1.1.1. Platillos elaborados por personal cualificado

Cabe resaltar que, “Rocky Beans” no solo ofrece un producto a los clientes, sino también un servicio, el mismo que se caracterizará por la entrega de una atención eficaz, eficiente y de calidad. Dado la descripción de los productos que el lugar ofrecerá a los clientes, es fundamental reconocer que, la propuesta de valor en los mismos se centra en la entrega de platillos elaborados bajo la concepción de profesionales cualificados en la rama de cocina y salud. Es decir que, todos los alimentos serán planificados bajo la asesoría de los chefs nutricionistas, personal que según sus conocimientos y experiencia podrá brindar comidas veganas/vegetarianas balanceadas y saludables que favorecerán el estado nutricional del público objetivo.

10.1.1.2. Personalización de los platillos

Adicional a lo establecido, se destaca la oportunidad de ofrecer al cliente la opción de personalizar sus platillos, una actividad que podrá ser realizada a través de pantallas táctiles (Touch-Screen Kitchen) que estarán ubicadas en cada mesa del restaurante. De esta forma, el cliente no solo se registrará por las comidas predeterminadas que el local ya dispone en su menú y que se visualiza en la pantalla, por el contrario, el cliente tendrá la potestad de armar los platos que requiere, excluyendo o integrando cualquier tipo de alimento. Todo esto, considerando la participación del personal de servicio, el cual no solo ayudará al consumidor a realizar el proceso de personalización del platillo, sino también, ofrecerá toda la información necesaria sobre los alimentos para garantizar la elaboración de una comida saludable y nutritiva según el deseo de la persona.

10.1.1.3. Diversificación de los canales de distribución

Es fundamental mencionar que, todos los productos que ofrece “Rocky Beans” serán distribuidos en un punto físico, local que estará ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil. Sin embargo, con la finalidad de ampliar el alcance de la marca y permitir que los clientes disfruten de la variedad de platillos que el lugar ofrece al mercado, se destaca la importancia de integrar el servicio de delivery a través de la incursión de “Rocky Beans” en las diferentes aplicaciones de entrega de comida a domicilio que existen en el territorio ecuatoriano, tales como Uber Eats, Rappi, PedidosYa y Super Easy.

En este punto, conviene mencionar que la integración de “Rocky Beans” en las diferentes aplicaciones estará vinculada a un picker para gestionar el servicio directo de delivery. Al igual que en el local, el cliente podrá interactuar dentro de la aplicación, preservando la oportunidad de elegir el menú predeterminado por la cafetería o personalizar sus platillos. Adicional, el cliente podrá realizar sus pedidos a través de las redes sociales

(Facebook e Instagram), mediante vía telefónica o WhatsApp y pasar retirando su orden en el local.

10.1.2. Triángulo de servicio

El triángulo del servicio representa una herramienta que permite a las empresas integrar los momentos claves que se presentan dentro del negocio con la finalidad de mejorar la experiencia de los clientes. A través del triángulo del servicio se visualizan los elementos básicos, cuya interacción favorece y repercute en el éxito de la empresa; dichos elementos refieren a la estrategia del servicio, el personal y los sistemas. Por otro lado, el cliente constituye el centro de esta representación gráfica (Ver figura 1), generando que, todos los demás criterios se dirijan hacia él (Arenal, 2019).

Figura 1

Triángulo de servicio



Nota. Tomado de Arenal (2019)

A continuación, según el esquema presentado se determinan los componentes del triángulo de servicio en relación con la cafetería/restaurante Rocky Beans.

- **Cliente:** El público objetivo de “Rocky Beans” se encuentra conformado por todas las personas (independientemente de la edad) que llevan un estilo de vida saludable,

cuyos hábitos alimenticios implican el seguimiento de una dieta vegetariana/vegana, excluyendo el consumo de alimentos de origen animal, sea por cuestiones médicas o éticas.

- **Estrategia del servicio:** Rocky Beans ofrecerá a sus clientes una variedad de platillos elaborados bajo la concepción de profesionales cualificados en la rama de cocina, salud y nutrición. Además de este factor, Rocky Beans brinda al cliente la oportunidad de personalizar sus platillos, según sus preferencias y deseos, evitando la entrega de platos predeterminados en el menú del local.
- **Sistemas:** Dentro de esta esfera, se resalta en primer lugar los procedimientos que deben cumplir el personal de cocina para la preparación de los platillos, es decir, mantener una planificación de todo lo que se elaborará en el transcurso de la semana, contemplando el grupo de alimentos necesarios, cantidades y diferentes elementos que vayan acorde a las condiciones nutricionales de la población vegetariana/vegana. Por otro lado, se integran las herramientas tecnológicas, como la pantalla táctil y las aplicaciones de entrega a domicilio, mismas que permitirán al cliente personalizar sus platillos y agilizar el servicio; a esto, se incluyen las redes sociales, las cuales favorecerán el reconocimiento del negocio por parte de los clientes.
- **Personal:** En este ámbito, se integran los colaboradores que influyen directamente en la percepción del producto/servicio que recibe el cliente, los cuales implican al personal de cocina, camareros y el maître.

Posterior al reconocimiento de los componentes que conforman el triángulo de servicio en “Rocky Beans”, se determinan las relaciones principales que derivan de la interacción de los elementos básicos.

- **Clientes – Sistemas:** Las pantallas táctiles se caracterizarán por mantener un diseño *user-friendly*, es decir que, el cliente podrá realizar sus pedidos de manera fácil y rápida, evitando la sensación de frustración por no saber cómo utilizar esta herramienta tecnológica o perderse en el camino, garantizando una experiencia positiva. Este proceso también será considerado en las aplicaciones de entrega a domicilio.
- **Colaboradores – Sistemas:** En este caso, el equipo del local contará con toda la capacitación necesaria para ofrecerle al cliente cualquier tipo de información que sea requerida para lograr gestionar sus pedidos con eficacia y eficiencia, produciendo la entrega de un servicio ágil y de calidad.
- **Colaboradores – Clientes:** Para gestionar la entrega de un servicio eficiente que impacte de forma positiva en la percepción del cliente y su experiencia, se destaca la necesidad de mantener un personal de servicio calificado y predispuesto en ayudar y atender a todos los consumidores que acuden al local. Para esto, es necesario disponer de un manual de servicios que guíe las acciones que deben cumplir los colaboradores al momento de interactuar con los clientes.
- **Compañía – Clientes:** Con la finalidad de comunicar la estrategia del servicio al cliente, se destaca la importancia de las redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok) las cuales favorecerán la visibilidad de la marca en el campo social, permitirán gestionar la captación de clientes y crear una comunidad interactiva, logrando proyectar confianza y a su vez, generando un entorno de fidelización.
- **Compañía - Sistemas:** En esta esfera, se destacan las pantallas touch screen, mismas que permitirán al cliente elegir los platillos que desean según el menú establecido o personalizarlos según sus preferencias; cabe mencionar que, dichas órdenes serán visualizadas previamente en las tablets de los meseros, para luego de su aceptación

visibilizarse directamente en la pantalla que se encuentra en el área de cocina, agilizando el tiempo del servicio. El proceso de personalización también se considera en las aplicaciones de entrega a domicilio.

- **Compañía – Colaboradores:** Con la finalidad de crear relaciones efectivas con los clientes, el negocio debe disponer de un personal capacitado en cultura vegetariana y vegana para asesorar oportunamente a los consumidores sobre los platillos y elaborarlos según las condiciones nutricionales que se deben seguir en esta dieta. Adicional, se destaca gestionar capacitaciones relacionadas con la atención al cliente, normas de urbanidad y manejo de clientes difíciles, aspectos que permitirán mejorar la productividad y el desempeño de los colaboradores del local.

10.1.2.1 Estructura jurídica coherente para el negocio planteado

El tipo de empresa que constituye por el giro de negocio del restaurant vegano, es una Sociedad de Acciones Simplificadas (S.A.S) es decir, una persona jurídica. Este tipo de empresa le va a permitir a los socios de la compañía tener una cantidad mínima de acciones con la finalidad de no tener que aportar un gran capital, como parte de un emprendimiento; además este tipo de compañías ahorran muchos costos en tasas e intereses para su constitución.

Para que esta operación comercial tenga éxito, existe una correcta relación jurídica con todas personas naturales y jurídicas involucradas en ROCKY BEANS, para que no existan negociaciones informales y toda gestión sea legal y clara.

Por lo que, tenemos en primera instancia un contrato de trabajo con cláusulas de confidencialidad con los colaboradores de la planta de la empresa, es decir, cocineros, cajeros, etc.

Consideramos que todos los trabajadores que están trabajando de planta y dentro del local comercial deben de tener un contrato de trabajo con todas las disposiciones legales es decir afiliación al seguro social desde el primer día, derecho vacaciones etc. tal cual se determina el ordenamiento jurídico. Sin embargo, si para eventos o para alguna ocasión especial se necesita de más personal se podrían realizar contratos ocasionales con otro grupo de personas.

Política de contratación legal y propiedad intelectual

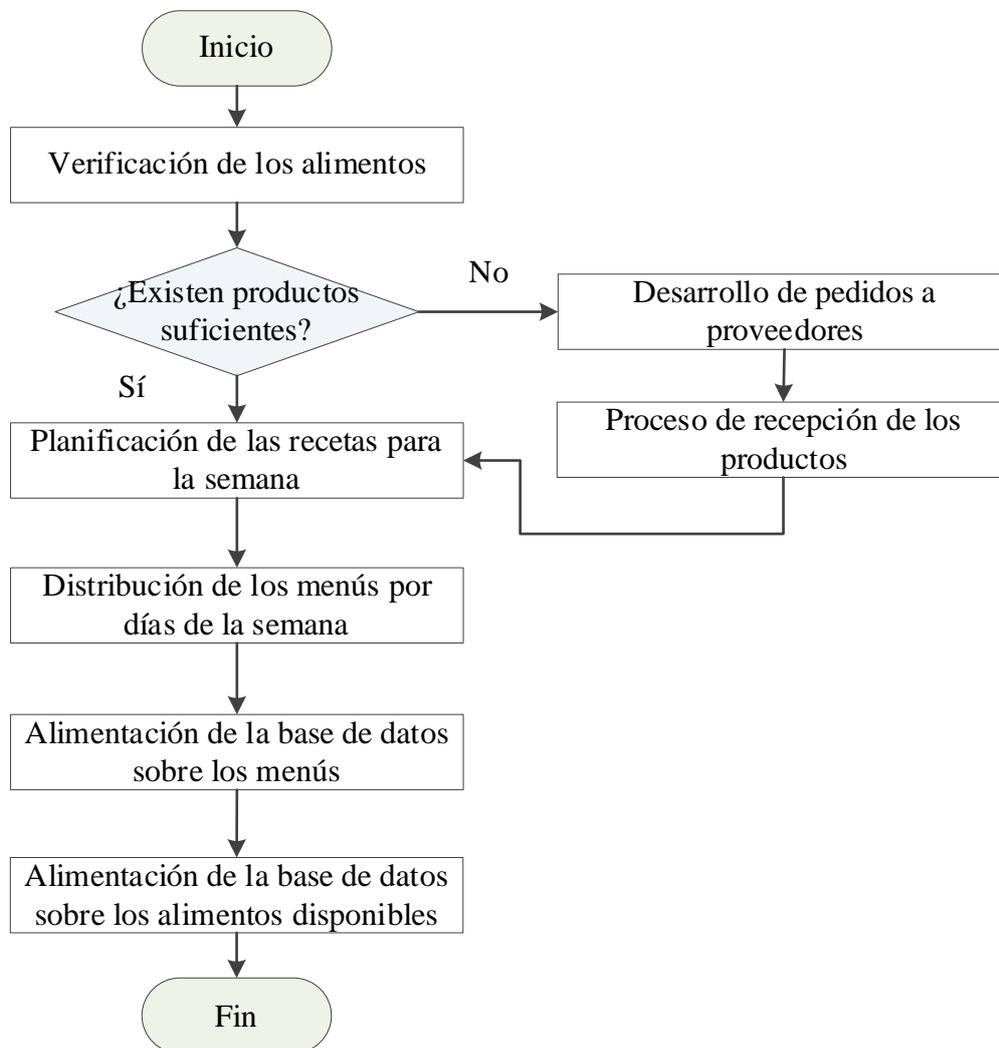
Comprendemos que proteger la propiedad intelectual de ROCKY BEANS es de vital importancia para el funcionamiento de la compañía, puesto que esto protege que no se quiera replicar la marca de la compañía y su imagen. Considero que las creaciones intelectuales prioritarias son la marca y el logo, el nombre comercial, el lema comercial. Por lo que, hay que puntualizar que lo primero que se registra en el SENADI es la marca y el logo puesto que es lo prioritario en materia de propiedad intelectual, ya que ese será el nombre que promocióne la empresa y no debe ser copiado, es un signo distintivo de la misma. Luego el nombre comercial continuamos en línea de sucesión en conjunto con el lema comercial.

10.2. Proceso de producción/ prestación del servicio

10.2.1. Proceso de planificación de las recetas

Figura 2

Proceso de planificación de las recetas



Nota. Elaboración propia

En la figura 2 se evidencia el proceso de planificación de las recetas, actividad que es ejecutada por los chefs nutricionistas. En este ámbito, se parte con la verificación de los alimentos que existen en el local; en caso de que no existan los suficientes productos se procede con el desarrollo de los pedidos a proveedores. Posterior a esto, se lleva a cabo la

planificación de los menús, los cuales serán distribuidos por los días de la semana, con la finalidad de mantener platillos predeterminados que el cliente podrá elegir una vez que llegue al local. Dado la organización del menú, se procede con la alimentación de los datos a la base del software "Touch-Screen" tanto de los platos como de los productos disponibles para que el cliente pueda personalizar sus comidas, finalizando con este proceso.

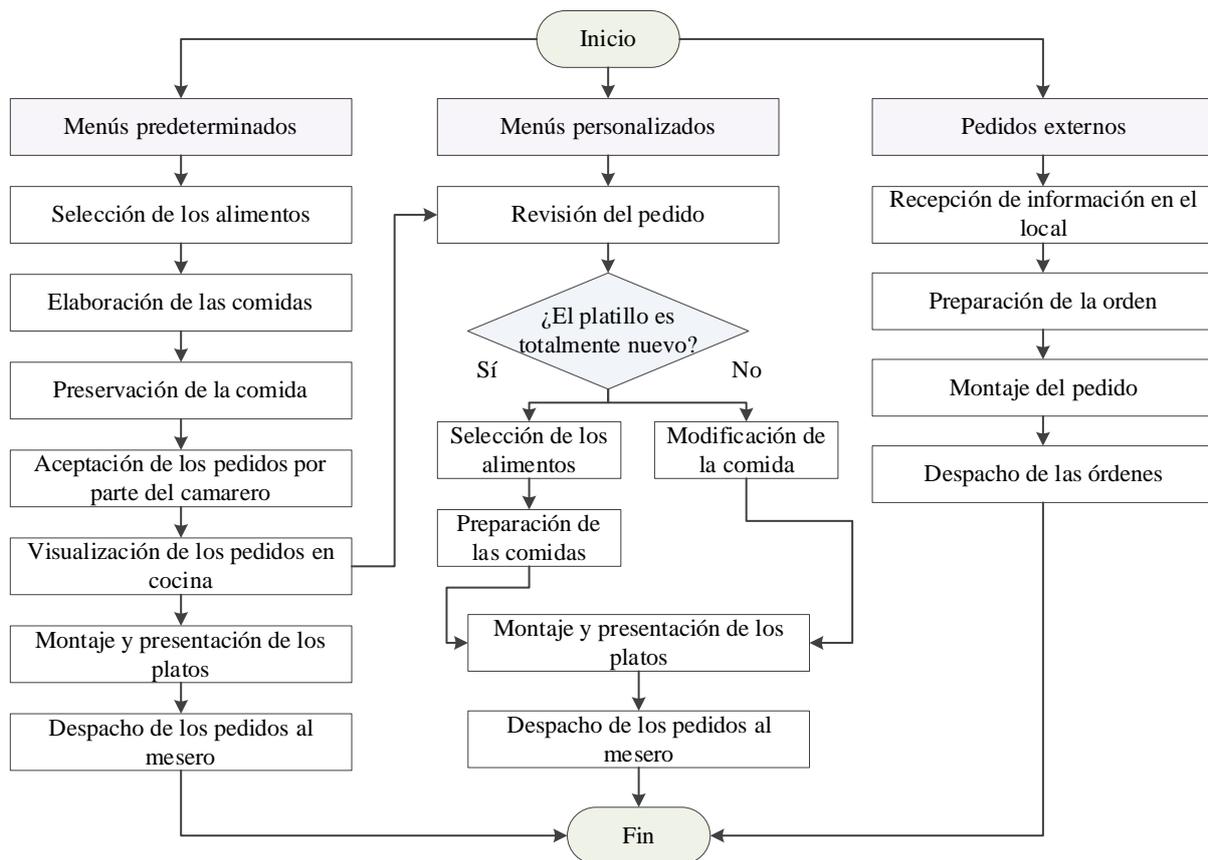
10.2.2. Proceso de elaboración de los platillos

En figura 3 se visualiza el proceso de elaboración de los platillos; en este ámbito, se identificaron tres campos que implica los menús predeterminados, personalizados y los pedidos externos. En la primera esfera, los menús predeterminados parten de la planificación que previamente ha realizado el profesional de la cocina, actividad desarrollada generalmente los días domingos. Dentro de este marco, el chef será el encargado de seleccionar los alimentos que requiere, elaborar los platillos según el menú del día y preservar la comida hasta el momento en que el cliente lo solicite, hecho que surge ante la aceptación del pedido por parte del camarero y cuya comanda se visualiza en las pantallas de la cocina; posteriormente, se lleva a cabo el montaje de los platos y su despacho a los meseros.

Por otra parte, se encuentran los menús personalizados, en este caso, una vez que se visualiza la comanda en el área de cocina, el chef deberá revisar el pedido y verificar si es un platillo totalmente nuevo o es un plato del día que se puede modificar quitando o agregando algún producto. Independientemente de la decisión del cliente, se preparan los alimentos, se realiza el montaje de los platos y se procede con el despacho de estos al mesero. Finalmente, se encuentran los pedidos externos, mismos que son realizados a través de las aplicaciones de entrega de comida a domicilio o por redes sociales; en ambos casos, se receipta la información en el local y se lleva a cabo su preparación.

Figura 3

Proceso de elaboración de los platillos



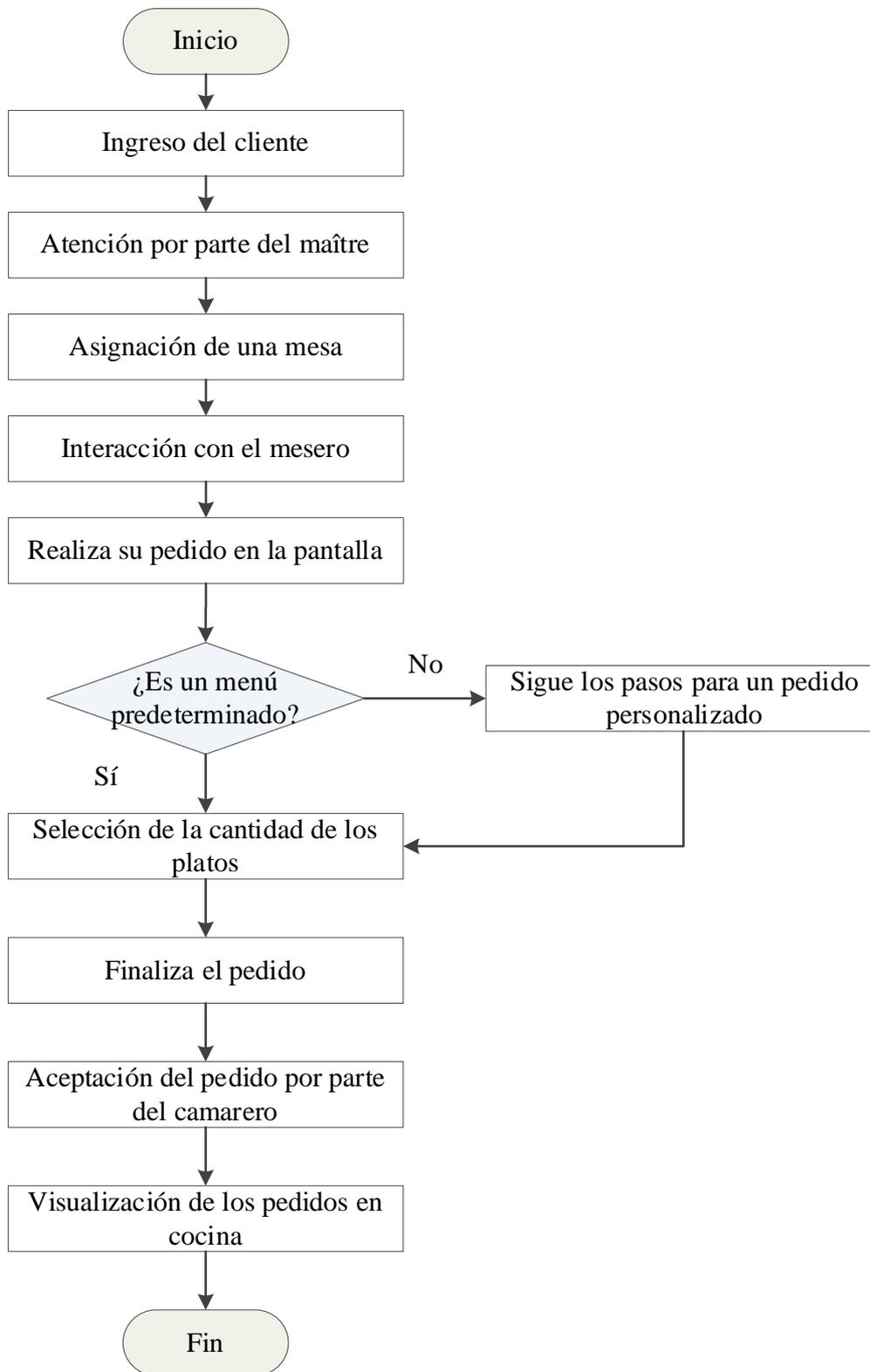
Nota. Elaboración propia

10.2.3. Proceso del pedido de las órdenes en el local por el cliente

Con respecto a este proceso, una vez que el cliente haya ingresado al local y ha preservado una interacción con el camarero con respecto al menú del día y la forma de solicitar su pedido en las pantallas táctiles, el consumidor podrá realizar su orden siguiendo los pasos que muestra el panel, independientemente del hecho que requiera un plato predeterminado o personalizado. Luego de este paso, el cliente finaliza con su pedido y el mesero lo acepta a través de su tablet, redirigiéndolo a las pantallas que existen en el área de cocina.

Figura 4

Proceso del pedido de las órdenes en el local por el cliente

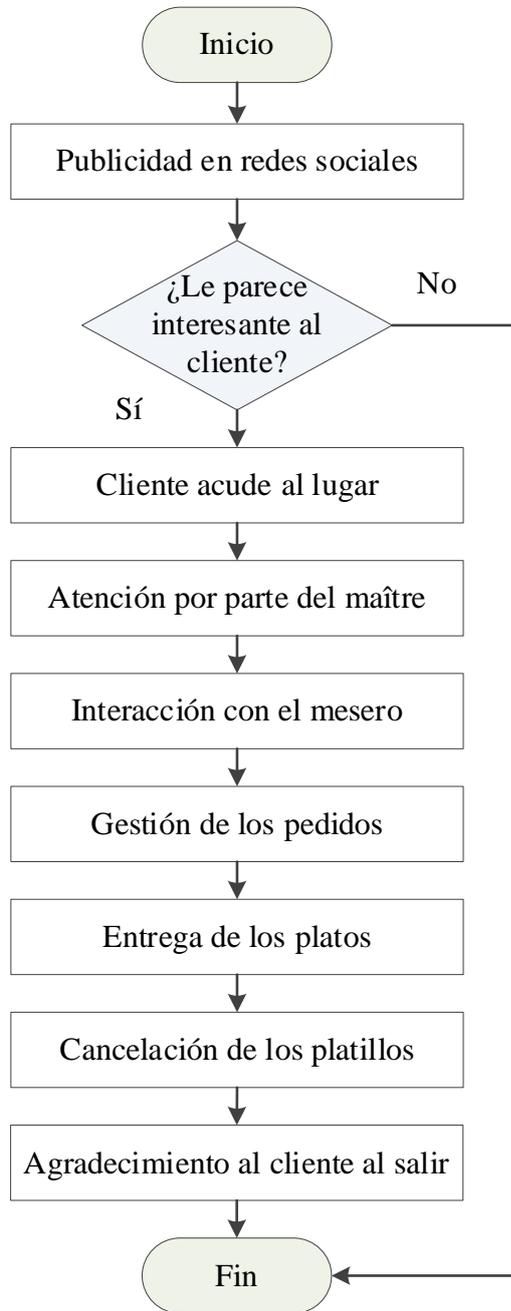


Nota. Elaboración propia

10.2.4. Proceso de la entrega del servicio

Figura 5

Proceso de la entrega del servicio



Nota. Elaboración propia

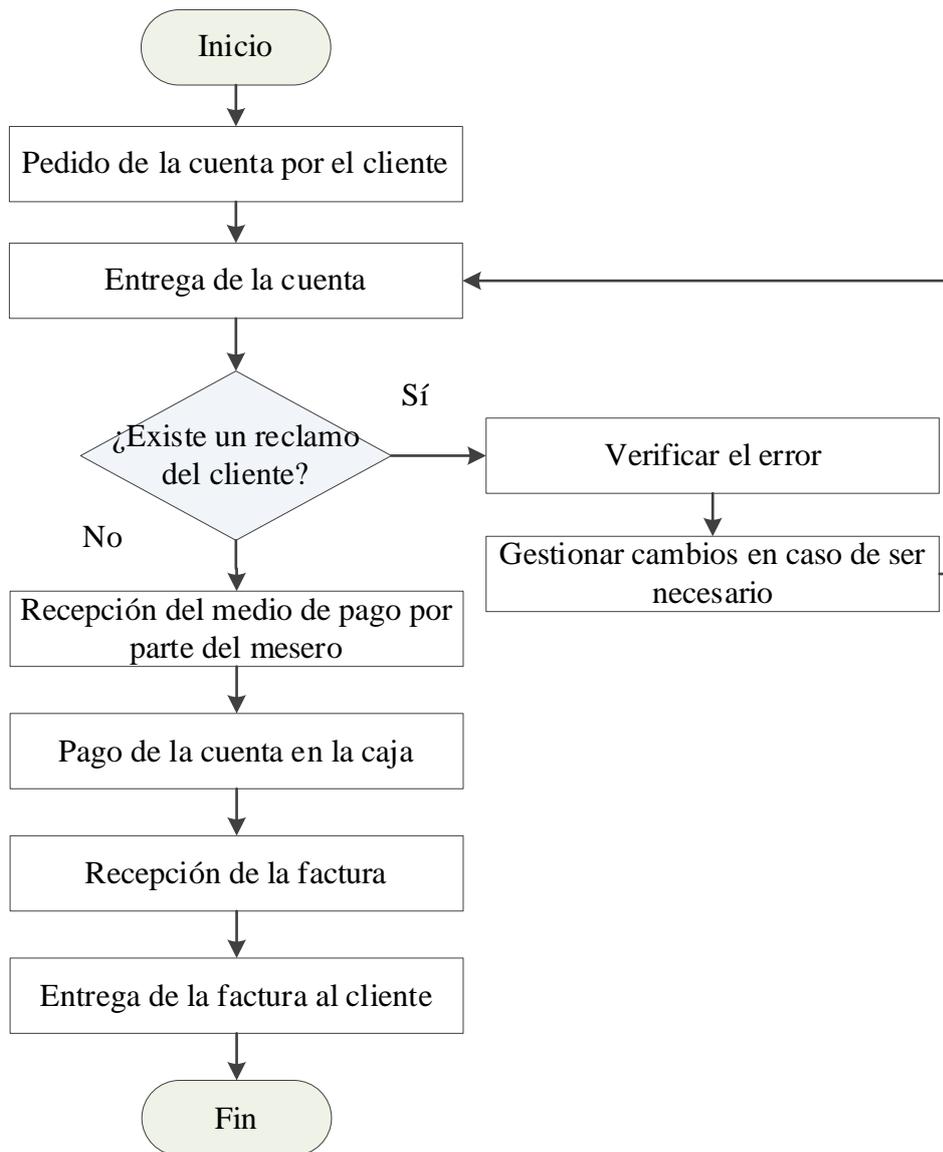
En relación con la entrega del servicio, este proceso surge ante la visualización de publicidad del local en las redes sociales, misma que será realizada por el Community manager del negocio. Ante la muestra de interés por parte de los clientes, este accederá al lugar, siendo recibido por el maître para luego ejercer una interacción con el mesero, quien otorgará toda la información necesaria sobre el menú del día y la oportunidad de personalizarlo, asistiéndolo para llevar a cabo sus pedidos. Luego del proceso de elaboración de los platillos, estos serán entregados al cliente, quien al finalizar deberá pasar por el proceso de cancelación, para finalmente ser despedido por el maître.

10.2.5. Proceso de pago

El proceso de pago dentro del local parte desde que el cliente realiza el pedido de la cuenta al mesero, mismo que receptorá los medios de pago (efectivo, tarjetas) y se dirigirá a caja. Posteriormente, se receptorá la factura, la cual será otorgada al cliente, finalizando con este proceso. Cabe destacar que, cuando el cliente visualice algún error en el monto a pagar, podrá gestionar un reclamo y solicitar cambios cuando el caso lo amerite y sea verificado por el local (Ver figura 6).

Figura 6

Proceso de pago

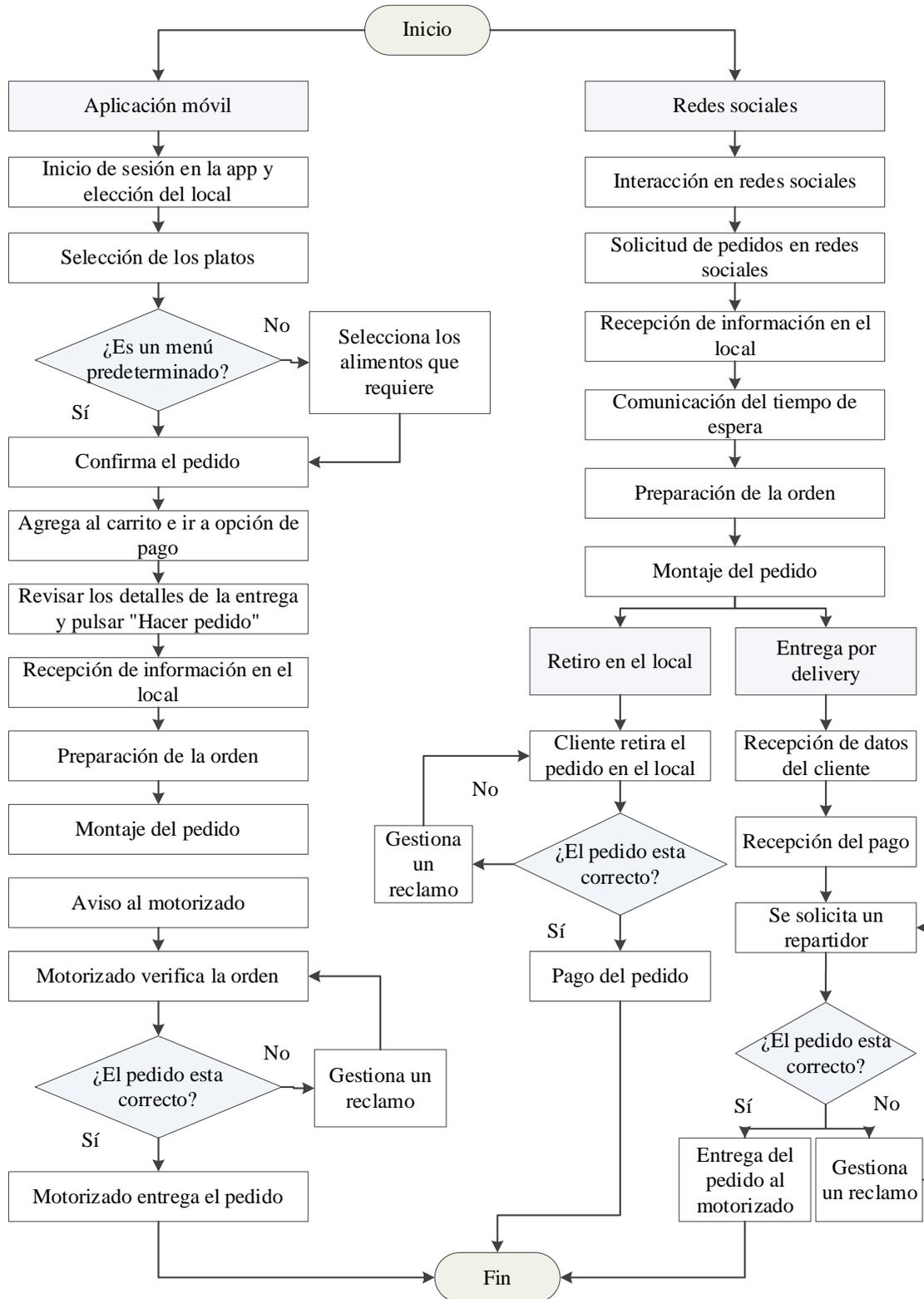


Nota. Elaboración propia

10.2.6. Proceso del pedido de las órdenes a través de otras vías por el cliente

Figura 7

Proceso del pedido de las órdenes a través de otras vías por el cliente



Nota. Elaboración propia

Referente a los pedidos que el cliente realice por otras vías, como en las aplicaciones móviles o redes sociales, se determina que, en el primer caso, la persona deberá iniciar sesión en la app correspondiente y buscar el local para luego realizar la selección de los platos o personalizarlos según el deseo del cliente. Posteriormente, el cliente confirma el pedido, lo agrega al carrito y realiza el pago en la app, generando que dicha información sea receptada en el establecimiento, promoviendo la preparación y montaje del pedido. El siguiente paso implica dar aviso al motorizado, quien verificará que la orden esté correcta para luego entregarla al cliente.

En el caso de las redes sociales, el cliente inicia con una interacción bajo estos medios (Facebook, Instagram) con el local, generando sus pedidos, los cuales serán receptados por el maître, quien, además, se encargará de emitir la información al área de cocina y comunicar el tiempo de espera para la elaboración de los platos. Una vez que estos ya se encuentran listos, el cliente puede retirarlos en el local y realizar su pago en el mismo. Por otro lado, el cliente puede requerir el servicio de delivery, generando que “Rocky Beans” solicite sus datos personales (nombre, dirección, número de teléfono) y demande el pago (depósitos, transferencias). Posteriormente, solicitará un repartidor en la app para que el mismo realice la entrega de la orden al cliente.

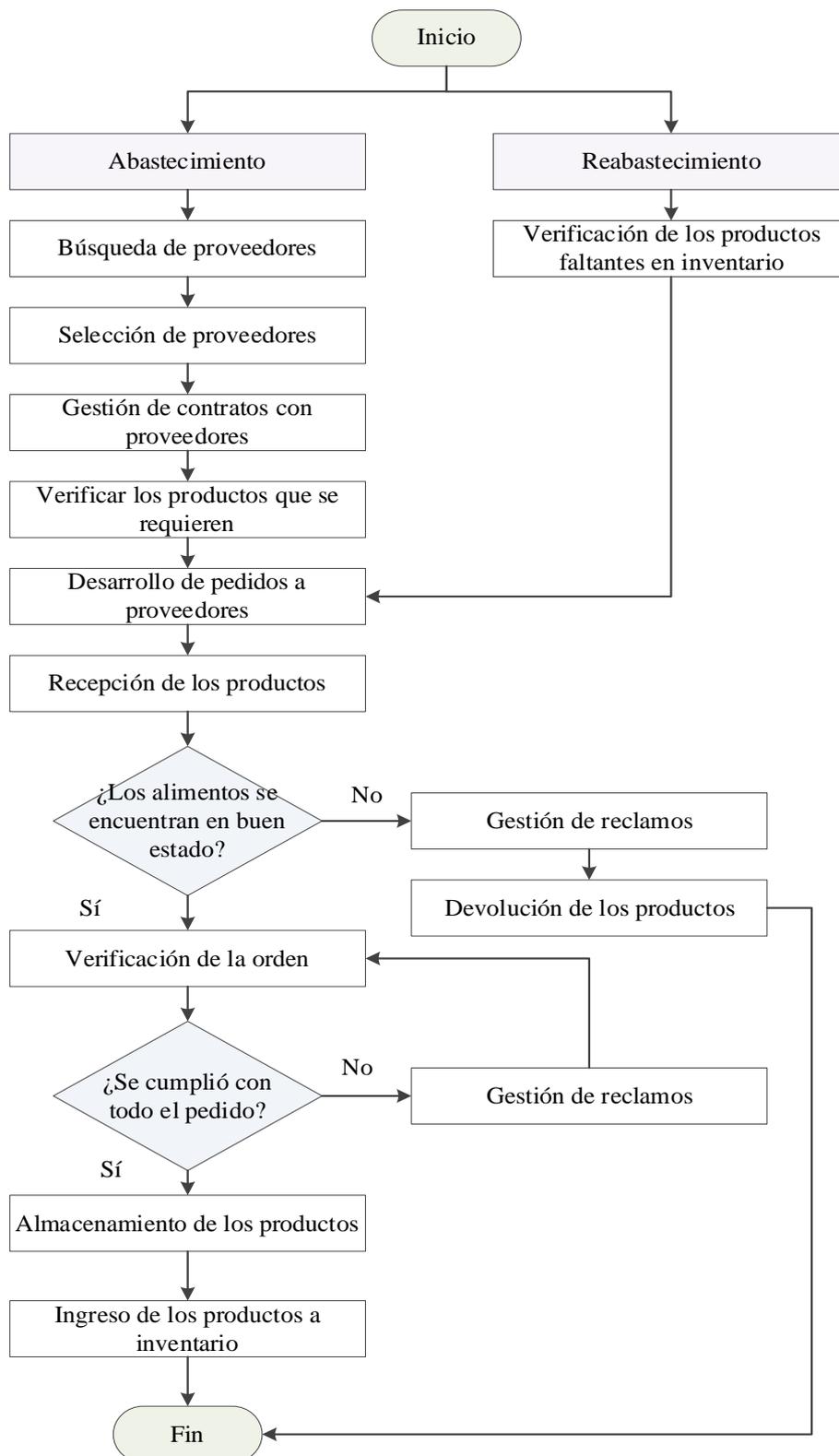
10.2.7. Proceso del abastecimiento y reabastecimiento del local

El proceso de abastecimiento del local surge ante la búsqueda y selección de los proveedores, proceso que será ejecutado por el administrador del local, quien además llevará a cabo la gestión de los contratos. Una vez realizado este procedimiento, se verifican los productos que se requieren en conjunto con la participación de los chefs nutricionistas, subsecuentemente se lleva a cabo el pedido de los productos a los proveedores, actividad que

dependiendo de la demanda del cliente será efectuado quincenalmente. Luego de receiptar los productos, se verifica que los mismos se encuentren en buen estado y vayan acorde a la orden realizada (número de productos, tipo, etc.) a fin de ser almacenados e ingresados en un sistema de gestión de inventarios. Con respecto al reabastecimiento del local, esta actividad parte cuando se verifican los productos que hacen falta a través del programa de inventario y se genera el pedido correspondiente a los proveedores, continuando con el mismo proceso que previamente se ha detallado (Ver figura 8). En este ámbito, se destaca que el pago a los proveedores se realizará en un plazo máximo de 30 días.

Figura 8

Proceso del abastecimiento y reabastecimiento del local

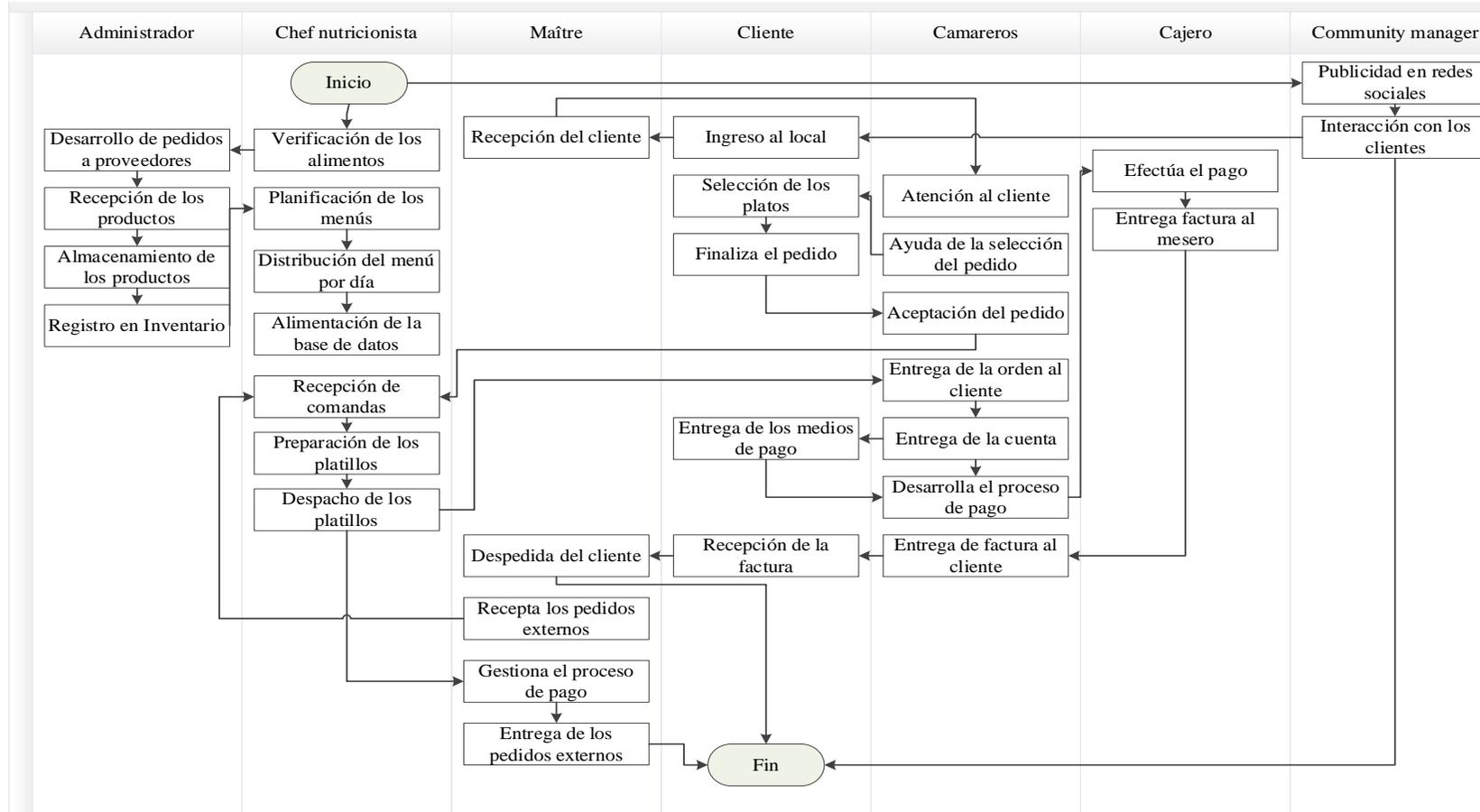


Nota. Elaboración propia

10.2.8. Layout del proceso de atención de Rocky Beans

Figura 9

Layout del proceso de atención de Rocky Beans



Nota. Elaboración propia

En la figura 9 se evidencia el Layout del proceso de atención de la cafetería/restaurante Rocky Beans, actividad que demanda de la participación de siete actores que son: el administrador, el chef nutricionista, el maître, el cliente, los camareros, el cajero y el Community manager. En este ámbito, el desarrollo de las actividades inicia desde la verificación de alimentos por parte del chef, generado que el administrador ejecute los pedidos a los proveedores, los recepte, almacene y registre en el inventario. Dentro de este ámbito, el chef se encargará de planificar los menús, distribuirlos en los días de la semana e ingresar esta información en la base de datos del software “Touch-Screen”.

Para que el cliente acuda al local, se requiere del trabajo del Community manager, quien gestionará la publicidad del establecimiento en las redes sociales e interactuará con el cliente, Luego de preservar un interés, el consumidor asistirá al local y será recibido por el maître y atendido por el camarero; esta persona será la encargada de asistir al cliente sobre la forma en cómo gestionar su pedido, aceptándolo y emitiéndolo al área de cocina.

Una vez que los platillos fueron elaborados y despachados por el chef, el mesero entrega los platos requeridos, luego, facilita la cuenta, recepta los medios de pago y lleva a cabo este proceso en conjunto con el cajero, quien emitir la factura correspondiente. Cuando el cliente abandona el lugar, este será despedido por el maître, quien además de cumplir con esta función deberá acoger los pedidos externos y despacharlos según la vía solicitada por el consumidor.

10.3. Determinación de la capacidad productiva

La capacidad productiva de la cafetería/restaurante Rocky Beans se encuentra fundamenta en la siguiente fórmula (TheFork Manager, 2018).

$$CP = \frac{CF * TTS}{TCS}$$

Donde:

CP = Representa la capacidad productiva

CF = Representa la capacidad física, que, para el presente caso, Rocky Beans puede acoger alrededor de 120 comensales, según la infraestructura del local (60 m²), el número de mesas existentes (aproximadamente 20) y el promedio de personas que pueden estar en la misma (aproximadamente 6).

TTS = Representa el tiempo total del servicio, es decir, el tiempo completo que perdura cada servicio que implica la entrega de desayunos, almuerzos y meriendas. Para este caso, se consideraron las horas pico, en donde los clientes comúnmente acuden a un lugar en particular para satisfacer sus necesidades alimenticias. En el horario matutino se destacan tres horas (07:00 – 10:00), en el horario vespertino un total de dos horas (12:00 – 14:00), al igual que en el horario nocturno (18:00 – 20:00). Bajo este enfoque, se determina un tiempo total de siete horas que involucran 420 minutos.

TCS = Representa el tiempo del ciclo del servicio, que es la media de tiempo que transcurre desde que el cliente ingresa al local a consumir los productos hasta que se retira. En este ámbito, las personas suelen tardarse en desayunar alrededor de 45 minutos, en el almuerzo se estimó un tiempo de 60 minutos y en la merienda un total de 90 minutos; conforme la delimitación de este tiempo, se determinó una media de 65 minutos.

$$CP = \frac{120 \text{ comensales} * 420 \text{ minutos}}{65 \text{ minutos}}$$

$$CP = 775 \text{ comensales al día}$$

Según el cálculo realizado, Rocky Beans se encuentra en la capacidad de atender alrededor de 775 comensales al día, los cuales se encuentran distribuidos en las siguientes categorías.

Tabla 2

Capacidad productiva de Rocky Beans

Categoría	Número de comensales
Desayunos	202
Almuerzos	312
Meriendas	261
Total	775

Nota. Elaboración propia

2.4. Ubicación del proyecto

Figura 10

Ubicación del proyecto



Nota. Tomado de Google Maps

El proyecto denominado “Rocky Beans” estará ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil, dentro del sector Los Ceibos cercano al centro comercial, específicamente en la calle 14 No - José de Rubra Ramos. La elección de este lugar deriva de la afluencia

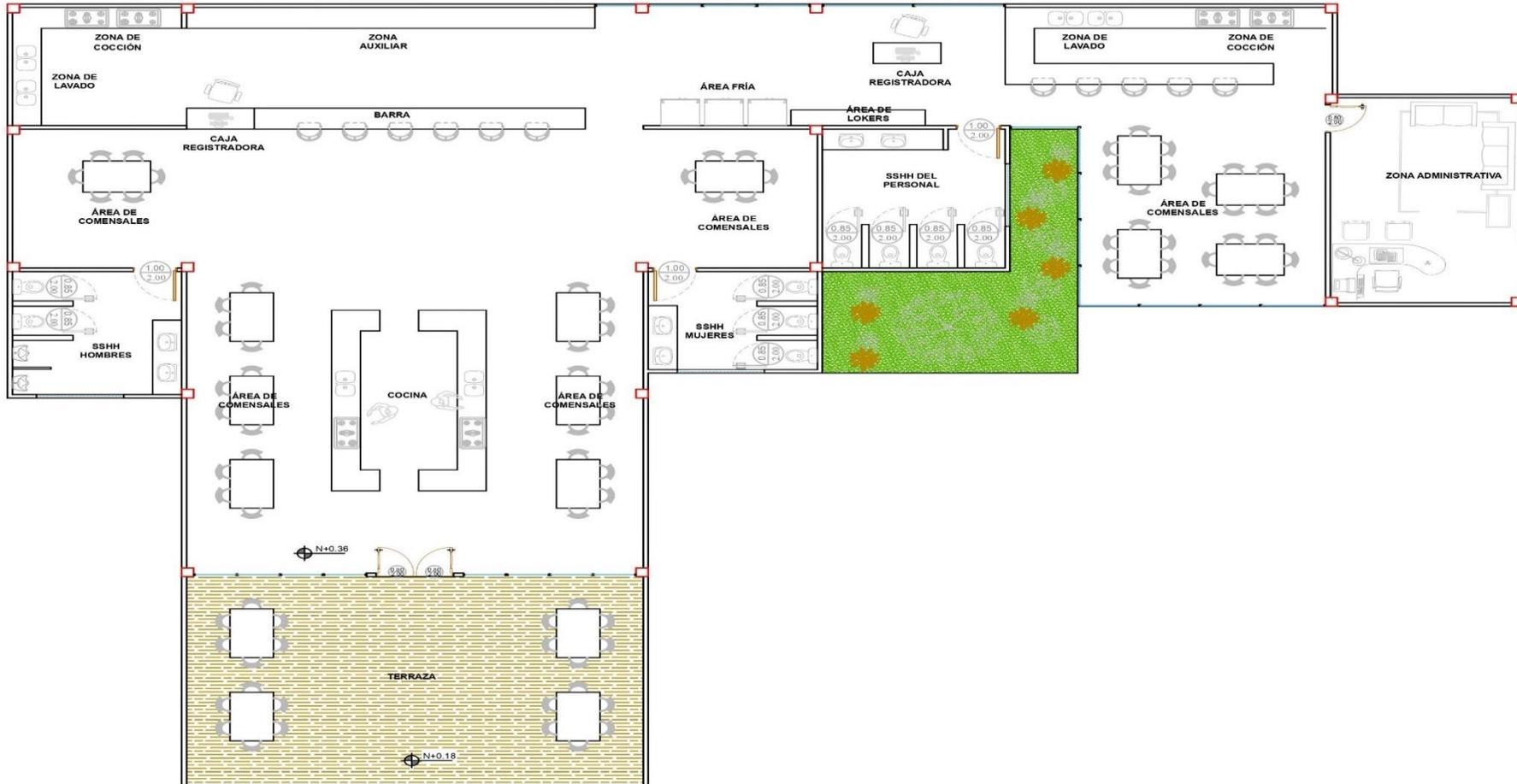
significativa de personas que transitan por la zona e ingresan al centro comercial, representando una oportunidad potencial para el establecimiento en la captación de clientes. Dentro de las características del local por alquilar, se determina que este establecimiento cuenta con 70 metros cuadrados (m²), una altura de seis metros y una zona de parqueo. Con respecto a las condiciones de pago, el costo del arriendo será de \$ 1,400.00, generando la cancelación de dos meses de depósito y un mes de adelanto.

10.5. Diseño arquitectónico

En la figura 11 se visualiza el diseño arquitectónico del local “Rocky Beans”; dado las características del establecimiento, se consideraron un conjunto de zonas que permitirán desarrollar con eficacia las actividades del establecimiento, mismas que no solo involucran la parte operativa, sino también administrativa.

Figura 11

Diseño arquitectónico de la cafetería/restaurante Rocky Beans



Nota. Elaboración propia

10.6. Balance de costos

10.6.1. Inversión Inicial

La cafetería/restaurante Rocky Beans para iniciar sus operaciones requiere de una inversión inicial de \$ 57,386.50, de lo cual, el 63.2% representan los costos para la inversión fija que engloba un total de \$ 36,288.15.

Tabla 3

Inversión Inicial

Recurso	Total
Total de inversión fija	\$ 36,288.15
Total de gastos preoperativos	\$ 1,613.94
Capital de trabajo	\$ 19,484.41
Total de inversión	\$ 57,386.50

Nota. Elaboración propia

2.6.1.1. Inversión fija

Tabla 4

Total de inversión fija

Recurso	Total
Equipos y Maquinarias	\$ 20,449.25
Equipos de computación	\$ 4,769.90
Muebles y enseres	\$ 9,469.00
Terreno e Infraestructura	\$ 1,600.00
Total	\$ 36,288.15

Nota. Elaboración propia

Cabe resaltar que, el total de inversión fija involucra aspectos como los equipos y maquinarias requeridos para la producción de los alimentos, los equipos de computación para

el área administrativa en conjunto con los elementos digitales que permitirán entregar el servicio. Asimismo, se destacan los muebles y enseres requeridos para el local y las adecuaciones infraestructurales consideradas según el diseño arquitectónico previamente establecido. En el anexo A se evidencia el detalle de todos los criterios previamente determinados.

10.6.1.2. Gastos preoperativos

En relación con los gastos preoperativos, se determinó un valor de \$ 1,613.94 considerando aspectos como el registro de la marca, patente municipal, permiso de bombero y demás gastos de constitución.

Tabla 5

Gastos preoperativos

Recurso	Total
Registro de marca	\$ 208.00
Patente municipal	\$ 200.00
Permiso bombero	\$ 40.00
Gastos de constitución	\$ 1,165.94
Total	\$ 1,613.94

Nota. Elaboración propia

10.6.1.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo que requiere emplear la cafetería/restaurante Rocky Beans es de \$ 19,484.41; en este ámbito, se consideraron los costos de producción, gastos administrativos y de venta.

Tabla 6*Capital de trabajo*

Descripción	Año 1
Costo de producción	\$ 143,822.18
Gastos administrativos	\$ 80,561.94
Gastos de venta	\$ 9,428.80
CAO	\$ 233,812.91
Capital de trabajo	\$ 19,484.41

Nota. Elaboración propia

En el ámbito de producción se integraron aspectos como la materia prima requerida para la elaboración de los productos que ofrece el establecimiento, en función del costo promedio que implica su fabricación y la capacidad productiva. Adicional, se incluyeron aspectos como la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación; en el anexo B se evidencia el detalle de cada criterio abordado.

Tabla 7*Costo de producción*

	Año 1
Costo producto directo/ año	\$ 96,302.77
Costo MOD / Año	\$ 30,876.00
Costos indirectos operacionales	\$ 16,643.41
Costo operacional total	\$ 143,822.18

Nota. Elaboración propia

Por otro lado, los gastos administrativos se encuentran conformados por los sueldos de la mano de obra indirecta como el administrador, cajero, maitre y community manager; además de los servicios básicos, suministros de oficina, asesoría contable, teléfono e internet, el alquiler, la depreciación del área administrativa y los gastos preoperacionales (Ver anexo C).

Tabla 8

Gastos administrativos

	Año 1
Sueldos y Salarios / año	\$ 50,912.35
Servicios Básicos / año	\$ 1,800.00
Suministros al año	\$ 232.88
Asesoría / año	\$ 6,000.00
Internet y Teléfono	\$ 600.00
Alquiler	\$ 16,800.00
Permisos / año	\$ -
Depreciación Área Adm. / año	\$ 2,602.77
Gastos Preoperacionales	\$ 1,613.94
Total de gastos administrativos	\$ 80,561.94

Nota. Elaboración propia

Finalmente, los gastos de venta se encuentran conformados por los aspectos considerados en el plan de marketing, destacando los siguientes criterios: publicidad en redes sociales (Facebook e Instagram), software WhatsAppMkt, página web, google Adwords y email marketing, generando un valor anual total de \$9,428.80.

Tabla 9

Gastos de venta

	Año 1
Publicidad mensual	\$785.73
Total de gastos de venta	\$9,428.80

Nota. Elaboración propia

10.7. Vida útil del proyecto

El proyecto sustenta una vida útil de diez años, debido que es el tiempo en que se proyecta la rentabilidad del mismo.

11. CONCLUSIONES

Rocky Beans brindará a la población vegetariana/vegana y a todos aquellos que desean disfrutar de alimentos sin productos de origen animal una variedad de platillos saludables en tres categorías que son los desayunos, almuerzos y meriendas, integrando los Wraps, postres, bebidas y snacks.

Dentro de este negocio, los elementos básicos que conforman el triángulo de servicio aluden al cliente que es la población vegetariana/vegana, que lleva un estilo de vida saludable por cuestiones médicas o éticas, en tanto que, la estrategia de servicio se centra en la entrega de una variedad de platos elaborados por profesionales y la oportunidad de personalizar el menú al gusto del cliente.

En la parte de sistemas se resaltan tanto los procedimientos de elaboración de los platos como las herramientas tecnológicas para agilizar el servicio, mientras que el personal refiere a los colaboradores que inciden directamente en la percepción del servicio o producto otorgado.

Referente a la prestación del servicio, El Rocky Beans se caracteriza por gestionar una diversidad de procesos que aluden a la planificación de las recetas, abastecimiento y reabastecimiento, elaboración de los platillos, recepción de pedidos dentro del local y fuera del mismo por parte del cliente, la entrega del servicio y el proceso de pago.

Cabe resaltar que el establecimiento estará ubicado en el sector de los Ceibos, sector en donde se alquilará un local de 70 m² por un valor de \$ 1,400.00, el cual contará con zonas de cocina, baños, almacenamiento, de administración, entre otras.

Dado las características infraestructurales, el local se encuentra en la capacidad de atender alrededor de 775 comensales al día.

En relación con los costos, El Rocky Beans requiere de una inversión inicial de **\$98,796.94**, donde la mayor parte deriva de la inversión fija que implica los equipos y

máquinas, muebles y enseres, equipos de computación y adecuaciones infraestructurales con un total de \$ **48,775.00**

En los gastos preoperativos se incluyeron aspectos como el registro de marca, permiso de bomberos, patente municipal y gastos de constitución generando un valor de \$ **2,800.00**

En tanto que, el capital de trabajo representó un total de \$**2,4759.61** por cuestiones como el costo de producción, gastos administrativos y de ventas.

. Por ende, se especifica que el estudio técnico sustenta como objetivo final delimitar la capacidad óptima de la producción en el local, contemplando el uso eficaz y eficiente de los recursos que se disponen para la fabricación del servicio o bien que se desea otorgar a los clientes.

En consecuencia, se prevé una vida útil de 10 años, tiempo en el cual se proyecta la rentabilidad del negocio.

RECOMENDACIONES

Sabiendo que la esencia de nuestro restaurant es el servicio increíble a fin de que estos clientes nos recomienden a sus amigos para utilizar nuestro servicio

Recomiendo:

1. Capacitación y entrenamiento constante a nuestro personal a fin de que sean un eslabón entre el cliente y Rocky Beans.
 - Este entrenamiento basado en ética, responsabilidad, visión.
 - Así como en productos, combinaciones veganas / vegetarianas porque nuestros productos son saludables, pero debe verse rico y delicioso.
 - Capacitación mensual del manual de operaciones de ROCKY BEANS a fin de plasmar en un sistema todo lo que se hace paso a paso en el

restaurant, de tal forma que se convierta en una rutina cada acción y se pueda seguir previa capacitación al pie de la letra para así estandarizar tanto las recetas de su restaurante como el servicio de los meseros, cocineros y personal en general casi de forma automatizada.

2. Restaurante **VERDE** Vegano / Vegetariano

Si bien somos un restaurante a favor de la vida animal, algo que podríamos aumentar en la siguiente fase del proyecto podría ser convertir en un restaurante verde es decir con cultura directamente ambiental. Cosas específicas como:

- Donar los alimentos que sobran
- Apostar por los productos ecológicos y locales
- Reducir la cantidad de residuos
- Reciclar
- No malgastar el agua
- Transformar los desperdicios en energía

3. Clientes acompañantes

Debemos estar donde los clientes están.

- Por ello mantener nuestra cultura vegana / vegetariana sin embargo si nuestros clientes veganos/vegetarianos traen amigos que no lo son debemos estar preparados para crear en ellos una experiencia igual de satisfactoria que nuestro público objetivo. Para ello podemos:
- Mantener una línea de productos no veganos para este público específico, a fin de que ellos puedan tener una buena experiencia y esto cause en ellos el regreso al local y recomendación respectiva a sus amigos y familiares.

4. Venta de productos veganos / vegetarianos en puntos establecidos que no son restaurantes

- Gasolineras
- Autoservicio
- Centros comerciales
- Mall

Podríamos aumentar una línea de productos congelados que nos permitan llegar al público que desea comer sano, saludable y vegano pero que no tiene tiempo muchas veces para acercarse presencialmente al local

Referencias

Gerencia Técnica

Arenal, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. UF0036. Tutor Formación.

Gutiérrez, M. (2019). *Forjando mentes millonarias (Spanish Edition)*. Ibukku.

López, M., González, N., Osobampo, S., Cano, A., & Gálvez, R. (2021). Estudio Técnico....

Elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión. *Instituto Tecnológico de Sonora*, 1-10.

TheFork Manager. (2018). *¿Conoces la capacidad real de tu restaurante? ¡La respuesta está aquí!* <https://www.theforkmanager.com/es-es/blog/gestion-restaurantes-capacidad-real>

Anexos