UNIVERSIDAD CASA GRANDE

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS

MODELO DE NEGOCIO

“ROCKY BEANS”:

GERENCIA DE ESTUDIO DE

ADMINISTRACION Y RSE

Elaborado por:

CINTHIA GERTRUDYS FIGUEROA MENDOZA

Tutoría por: MS. VERONICA CARRERA DEL RIO

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

Marzo,2021

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

Yo, **Figueroa Mendoza Cinthia Gertrudys** 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 Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial"**, 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, Nilton Xavier Nan Boada.

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.

Cinthia Gertrudys Figueroa Mendoza

1310336092

Declaro que

Yo, Figueroa Mendoza Cinthia Gertrudys en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **"Modelo de Negocio Rocky Beans: Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial"** 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.

Figueroa Mendoza Cinthia Gertrudys
1310336092

3. Resumen Ejecutivo

El proyecto Rocky Beans, nace mediante la metodología de trabajo *Design Thinking*, el principal objetivo de satisfacer las necesidades de las personas vegetarianas y veganas de la ciudad de Guayaquil, somos un restaurante ubicado en Los Ceibos. 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.

4. Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Isabel Marina González Alcívar, Segundo Andrés Manzo Neiza, Karla Katherine Astudillo Gutiérrez, Cinthia Gertrudys Figueroa Mendoza, Isaías Moroni Miranda Herrera, Nilton Xavier Nan Boada.

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, vegetariano, restaurant, alimentación, saludable

5. Consideraciones éticas

1. El modelo de negocios Rocky Beans es el resultado del trabajo colaborativo entre Isabel Marina González Alcívar, Segundo Andrés Manzo Neiza, Karla Katherine Astudillo Gutiérrez, Cinthia Gertrudys Figueroa Mendoza, Isaías Moroni Miranda Herrera, Nilton Xavier Nan Boada.

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 esta propuesta.

6. Índices de contenido

ÍNDICE GENERAL

3. Resumen Ejecutivo 1

4. Palabras clave 2

5. Consideraciones éticas 2

6. Índices de contenido 3

ÍNDICE GENERAL 3

ÍNDICE DE TABLAS 6

ÍNDICE DE FIGURAS 7

7. Antecedentes y justificación 8

8. Objetivo general y específicos del Proyecto 11

Objetivo General 11

Objetivos Específicos 11

9. Breve descripción del modelo de Negocio 12

10.0. Descripción del Modelo Del Negocio 14

10.1. Gerencia: Estudio Administrativo 14

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN 14

2. Identidad Corporativa: Misión, Visión y Valores. 14

2.1. Misión 14

2.2. Visión 15

2.3. Valores: 15

3. Objetivos del Negocio.....16

3.1. Objetivo general del negocio 16

3.2. Objetivos específicos del negocio.....16

4. Necesidades de Recursos Humanos.....16

4.1. Diseños de puestos de trabajo 16

4.2. Procedimientos de selección de personal.....21

5. Organigrama Organizacional 21

6. Compensaciones 22

7. Indicadores Claves de Gestión (KPI).....23

10.1. Gerencia: Estudio de Responsabilidad Social.....29

Social.....29

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN 30

2. Mapeo de stakeholders.....30

3. Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial 32

4. Plan de acción. Proyectos de RSE: Actividades, Temporalidades y Responsables.....33

4.1. Descripción del proyecto con stakeholder interno.....33

4.2. Descripción del proyecto con stakeholder externo 35

5. Compromisos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 37

6. Recurso humano (RSE en el organigrama empresarial). 39

7. Acciones de comunicación de la estrategia y proyectos de RSE. 40

8. Presupuesto asignado a la estrategia de RSE y sus proyectos 41

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 43

Referencias.....47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Sueldos del personal del Rocky Beans* 23

Tabla 2 *Criterios para medir el desempeño laboral del personal del restaurante Rocky Beans* 25

Tabla 3 *Indicadores financieros, de gestión y rentabilidad* 27

Tabla 4 *Mapeo de stakeholders Rocky Beans* 32

Tabla 5 *ODS 3 y 12* 37

Tabla 6 *ODS 12 y 13* 37

Tabla 7 *Presupuesto del proyecto Mi familia sana* 41

Tabla 8 *Presupuesto del proyecto Mi familia sana* 42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Organigrama organizacional del restaurante Rocky Beans* 22

Figura 2 *Stakeholders internos y externos de Rocky Beans* 31

Figura 3 *Objetivos de Desarrollo Sostenible* 33

Figura 4 *ODS 17* 38

Figura 5 *Organigrama empresarial* 39

Figura 6 *Contenedores para el reciclaje del restaurante Rocky Beans* 40

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, conocimos 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 diez 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 evalúo a la población de Guayaquil y Ceibos, en un rango etario de 25 a 49 años y de segmentos socioeconómicos A, B y C+. Acorde con el INEC, y una 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 dos 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 a domicilio.

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 tres cocineros, tres ayudantes de

cocina, dos cajeros/administradores, tres meseros y un *community man*ager, los servicios administrativos/contables, de guardianía y marketing serán tercerizados.

10.0. Descripción del Modelo Del Negocio

10.1. Gerencia: Estudio Administrativo

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Un estudio administrativo representa una herramienta que expone los elementos organizativos que una empresa nueva debe contemplar para establecerse en el mercado. En este ámbito se integra la planeación estratégica, la estructura organizacional, los fundamentos legales, laborales, el proceso de reclutamiento e inducción para los colaboradores que formarán parte de la organización (Surdez et al., 2020). En consecuencia, el taller administrativo otorga al restaurante Rocky Beans los mecanismos necesarios para orientar el camino que la empresa debe seguir con la finalidad de alcanzar sus metas y objetivos empresariales a través de múltiples acciones estratégicas, operativas y funcionales.

2. Identidad Corporativa: Misión, Visión y Valores.

La identidad corporativa el restaurante Rocky Beans engloba un conjunto de elementos que la empresa proyecta al mercado, panorama que no solo se relaciona con la apariencia que refleja el negocio, sino también con los aspectos organizacionales y culturales más importantes que debe considerar esta organización. En consecuencia, se determina la misión, visión y valores que regirán en restaurante Rocky Beans.

2.1. Misión

Elaborar, producir y comercializar alimentos nutritivos y saludables, promoviendo la cultura del buen comer en la población vegetariana/vegana mediante la personalización de sus

gustos y la entrega de productos variados, manteniendo estándares elevados de calidad y un excelente servicio.

2.2. Visión

Ser reconocidos por la población vegetariana/vegana como el mejor restaurante en este campo, debido a la oferta gastronómica y el ambiente innovador que se ofrece, garantizando el bienestar de las personas y contribuyendo en el desarrollo socioeconómico del país

2.3. Valores:

Los valores corporativos que definen y representan el eje de crecimiento del restaurante Rocky Beans son los siguientes.

- **Compromiso:** Valor enfocado en el bienestar de nuestros clientes a través de la entrega de un excelente servicio y ofreciendo productos cada vez mejores para satisfacer sus necesidades.
- **Innovación:** Apostamos por una novedosa estructura en la que el cliente puede personalizar su plato seleccionando los insumos de su preferencia a través de una pantalla *touch*,o táctil para así brindar una mejor experiencia al consumidor.
- **Ecológico:** Al enfocarnos en la comercialización de productos, servicios y alimentos saludables y respetuosos con el ecosistema, cuidando siempre nuestro medioambiente y la salud de los clientes
- **Calidad:** Ofrecemos a nuestros clientes las mejores alternativas de alimentos vegetarianos/veganos, siempre frescos y de la mejor calidad
- **Respeto por los demás:** Respeto hacia las personas, por los animales y la naturaleza; promovemos la adopción de animales, la conservación de los recursos naturales y la erradicación de la violencia de cualquier índole.

3. Objetivos del Negocio.

Con respecto a los objetivos del negocio, el restaurant Rocky Beans dispone los siguientes:

3.1. Objetivo general del negocio

Posicionarse en el mercado como uno de los mejores restaurantes para la población vegetariana/vegana.

3.2. Objetivos específicos del negocio

Brindar una variedad de platillos a la población vegetariana/vegana

Ofrecer una atención efectiva y de calidad al cliente

Disponer de un personal cualificado para la operatividad del local

Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes

Garantizar ambientes infraestructurales cómodos y adecuados

Fomentar un alto nivel de reconocimiento del local en el ámbito digital

4. Necesidades de Recursos Humanos

El restaurante Rocky Beans con la finalidad de iniciar sus actividades demanda de la participación de un conjunto de recursos humanos que permitan cumplir con las actividades operativas y administrativas del negocio. Bajo este enfoque, se destaca la participación del personal del restaurante, a contratar tres cocineros, tres ayudantes de cocina, dos cajeros/administradores, tres meseros y un *community man*ager, el profesional que a diferencia de los otros colaboradores será retribuido económicamente bajo la modalidad de servicios prestados.

4.1. Diseños de puestos de trabajo

A continuación, se determina el perfil requerido de los colaboradores que formarán parte del restaurante Rocky Beans en conjunto con las funciones a cumplir dentro del local, manteniendo un orden de jerarquía.

• Administrador de Restaurante

Función principal: Encargado de supervisar el correcto servicio del restaurante, administración del personal, atender requerimientos o quejas de clientes, control financiero, control de inventarios, entre otras actividades.

Funciones específicas

- Delimitar los servicios por ofrecer en el local y determinar los procedimientos operativos correspondientes.
- Gestionar un control del inventario, equipos y maquinarias del local.
- Controlar los ingresos del local y realizar las modificaciones correspondientes con los costos y precios de los productos.
- Supervisar los procedimientos orientados a la preparación de los alimentos.
- Establecer relaciones efectivas con proveedores.
- Coordinar el abastecimiento y reabastecimiento del local en cuanto a los alimentos, productos o equipos que se requiere.
- Vigilar el cumplimiento de las normas que rigen al local incluyendo los estándares de calidad para la preparación de los alimentos.
- Gestionar el proceso de reclutamiento del personal de trabajo.
- Velar por el correcto funcionamiento del local y la entrega del servicio.

Estudios requeridos: Egresado o licenciado en administración de empresas o afines

Experiencia previa: Dos años en el sector empresarial de alimentos/comida, servicios de Catering, entre otros

Manejo de valores: Sí.

Clientes externos: Sí, (Organismos regulatorios, instituciones financieras, proveedores y público en general).

Supervisa a: tres cocineros, tres ayudantes de cocina, dos cajeros/administradores, tres meseros y un *community man*ager

• Cocinero

Función principal: Encargado de la planificación, preparación y asesoría de los platillos que ofrece el local, bajo la valoración nutricional de los alimentos y su control de calidad.

Funciones específicas

- Planificar los menús del local bajo un conjunto de guías nutricionales.
- Preparar los alimentos de acuerdo con las recetas establecidas.
- Verificar la calidad de los alimentos.
- Velar por el correcto funcionamiento del área de cocina.
- Supervisar al personal asistencial de cocina.
- Revisar la calidad de los alimentos y promover el proceso de abastecimiento.
- Gestionar la limpieza del área.
- Atender las necesidades de los clientes en conjunto con la quejas, sugerencias y reclamos.

Estudios requeridos: Licenciado o tecnólogo en gastronomía, arte culinario, administración de empresas de alimentos y bebidas.

Experiencia previa: Dos años en restaurantes y actividades relacionadas.

Manejo de valores: No.

Clientes externos: Sí, (Proveedores y clientes).

Supervisa a: Asistente de cocina.

• **Asistente de cocina**

Función principal: Encargado de la preproducción de los alimentos, higiene de utensilios, contribuir ágilmente en la elaboración de los platos, recepción de proveeduría, orden y limpieza de la cocina.

Funciones específicas

- Seleccionar, pelar, limpiar y cortar los alimentos pertinentes.
- Medir o pesar los alimentos según lo que el menú requiere.
- Ayudar en la elaboración de los platillos dentro del área de cocina.
- Ordenar los utensilios de cocina y gestionar la limpieza del área de trabajo.
- Almacenar los alimentos luego de su recepción.
- Llevar un control de las comandas.

Estudios requeridos: Formación en gastronomía o afines.

Experiencia previa: Mínimo 1 año.

Manejo de valores: No.

Clientes externos: No.

Supervisa a: No aplica (N/A).

- **Mesero**

Función principal: Encargado de recibir a los clientes que acuden al local, supervisar la labor de los camareros, organizar los pedidos externos, entre otras funciones.

Funciones específicas

- Planificación de la jornada laboral del personal de servicio
- Organización del equipo de trabajo
- Supervisar las labores de los camareros
- Recibir a los clientes y acompañarlos en la entrada y salida del local

- Gestionar los pedidos externos y llevar a cabo su despacho
- Velar por el correcto funcionamiento del local en cuanto a la atención al cliente por parte de los camareros

Estudios requeridos: Formación en la rama de hotelería o cursos sobre esta especialidad

Experiencia previa: Dos años en actividades relacionadas.

Manejo de valores: No

Clientes externos: Sí, (Clientes y público en general).

Supervisa a: Camareros

• Community Manager

Función principal: Administrar y construir una comunidad online en relación con la imagen de la empresa a través del establecimiento de relaciones efectivas con los clientes.

Funciones específicas

- Identificar las amenazas y oportunidades que surjan en el ámbito online e impacten a la empresa
- Crear y difundir contenido de valor para la empresa.
- Representar a la empresa en las redes sociales.
- Captar clientes a través de diferentes tácticas digitales.
- Gestionar la búsqueda de potenciales embajadores para la marca.
- Interactuar con los clientes a través de las redes sociales.

Estudios requeridos: Formación en marketing o afines.

Experiencia previa: Mínimo un año.

Manejo de valores: No.

Clientes externos: Sí, (Clientes).

Supervisa a: N/A.

4.2. Procedimientos de selección de personal

Posterior al reconocimiento de las necesidades de recursos humanos para el restaurante Rocky Beans, la delimitación del perfil del candidato en conjunto con las funciones a cumplir es fundamental desarrollar el proceso de convocatoria para la selección del personal y de esta forma, elegir, contratar e incorporar al puesto el profesional correspondiente. Para esto, se determina el siguiente procedimiento.

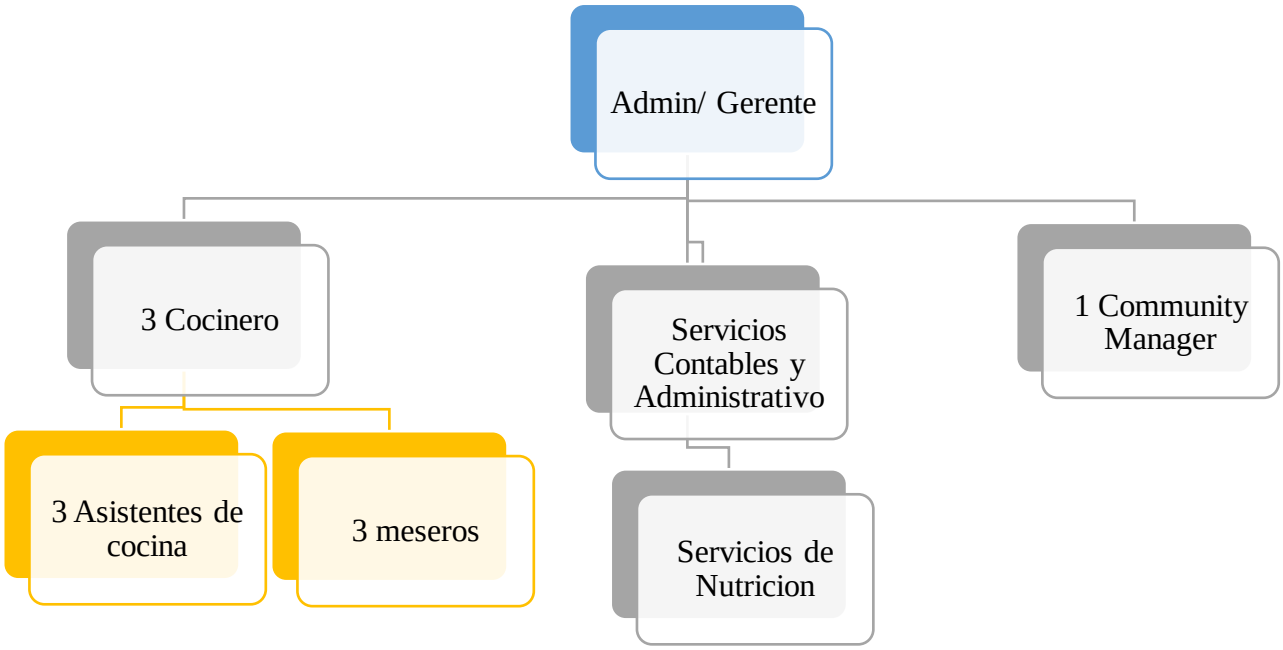
- Las políticas de reclutamientos serán justas e incluyentes, respetando las diferencias de raza, credo, orientación sexual, entre otros aspectos.
- La búsqueda de los candidatos se realizará a través de portales como LinkedIN, Multitrabajos, CompuTrabajo, Portal Talento, entre otras.
- Durante la observación previa de los aspirantes, se realizarán entrevistas telefónicas y se solicitará una entrevista personal a los candidatos preseleccionados.
- Una vez que el candidato sea seleccionado se procederá con la solicitud de los requisitos por ley.
- Verificados los documentos, se realiza el contrato de prueba por tres meses, el mismo que puede convertirse en indefinido una vez culminado este periodo.

5. Organigrama Organizacional

Un organigrama es la estructura que representa la forma de organización interna y administrativa de una empresa. Cabe destacar que, cada elemento tiene una función específica y sustenta una correlación con los demás actores que forman parte de Rocky Beans, siguiendo un orden jerárquico que permite dirigir de forma oportuna y adecuada el negocio.

Figura 1

Organigrama organizacional del restaurante Rocky Beans



Nota. Elaboración propia

6. Compensaciones

El restaurante Rocky Beans se caracterizará por preservar una política de compensaciones conformada por los siguientes criterios:

- Sueldo base
- Horas extras
- Décimo tercero
- Décimo cuarto
- Vacaciones

Cabe destacar que, el pago de las remuneraciones será ejecutado en el tiempo pactado por las partes que conforman el acuerdo (contrato); bajo este enfoque, se determina que el sueldo mensual de los colaboradores será consignado en sus cuentas bancarias de forma quincenal, es decir, los días 15 y 30 de cada período. En la siguiente tabla se evidencian los sueldos que corresponden a cada elemento que forman parte de Rocky Beans, valores considerados según

la tabla de salarios y sueldos mínimos sectoriales del presente año, en conjunto con un análisis del mercado laboral efectuado a través de los portales de trabajo antes mencionados (Ministerio de Trabajo, 2022).

Tabla 1

Sueldos del personal del Rocky Beans

Cargo	Sueldo
Administrador/ Gerente	$ 1,500.00
Cajero	$ 500.00
Cocinero	$ 600.00
Cocinero	$ 600.00
Cocinero	$ 600.00
Community Manager	$ 800.00
Ayudante de cocina	$ 425.00
Ayudante de cocina	$ 425.00
Ayudante de cocina	$ 425.00
Mesero	$ 425.00

Nota. Elaboración propia

7. Indicadores Claves de Gestión (KPI)

Los indicadores claves de gestión considerados para el restaurante Rocky Beans se determinaron en función de los objetivos que busca alcanzar el negocio, los cuales se establecen a continuación en conjunto con los indicadores que permitirán medir el grado de cumplimiento de los mismos dentro de un plazo de un año.

• Objetivo general: Posición en el mercado

Con la finalidad de identificar la posición del restaurante Rocky Beans en el mercado se determinan los siguientes indicadores.

Cuota de mercado: (ingresos / tamaño del mercado total) × 100

Por público objetivo: Participación de mercado = (Clientes ganados por la empresa / Clientes potenciales en el área de operaciones de la empresa) * 100

Por ingresos: Participación de Mercado = (Ingresos de la empresa / Ingresos totales de las empresas más relevantes del sector) * 100

• Primer objetivo específico: Diversidad de la oferta gastronómica

Para reconocer la diversidad de la oferta gastronómica del local se determinan los siguientes indicadores.

Número de menús: Número de menús que el local oferta en las tres categorías / Números de menús que ofrece la competencia

Platos personalizados: Número de platos que se personalizan al día por categoría

Variedad de platillos: Número de menús planificados inicialmente / Número de menús que se ofrecen actualmente

• Segundo objetivo específico: Atención de calidad

A fin de identificar el grado de satisfacción del cliente con respecto a la atención que recibió durante su estancia en el local, se determina la importancia de desarrollar una pequeña encuesta, misma que será presentada al consumidor antes de salir del local en las pantallas táctiles que posee cada mesa. Los criterios por evaluar son los siguientes:

- Servicio de atención del local
- Tiempo de respuesta del personal ante sus inquietudes
- Calidad de las respuestas del personal ante sus inquietudes
- Desempeño del personal del servicio
- Tiempo de espera entre el pedido y la recepción de los alimentos

Los criterios considerados serán valorados en una escala de Likert de cuatro opciones, que integran los siguientes puntos: Excelente (4), Bueno (3), Regular (2) y Malo (1).

• Tercer objetivo específico: Personal cualificado

Para cumplir con este objetivo, se considera el uso de una encuesta que permita medir el desempeño laboral del personal que forma parte del restaurante Rocky Beans, para esto se consideran los siguientes criterios.

Tabla 2

Criterios para medir el desempeño laboral del personal del restaurante Rocky Beans

Calidad y productividad	**Conocimiento**
Calidad y precisión del trabajo ejecutado	Nivel de conocimiento y experiencia para el trabajo realizado
Organización del trabajo en forma y tiempo	Conocimiento y uso de los equipos
Cuidado de los equipos, herramientas, muebles.	Capacidad de entrenar o enseñar a otros
Trabajo en equipo y liderazgo	**Compromiso**
Sugiere mejoras	Puntualidad
Actitud proactiva y positiva	Trabaja sin supervisión
Promueve el trabajo en equipo	Presencia

Nota. Elaboración propia

Los criterios considerados serán valorados en una escala de Likert de cinco opciones que son: Muy insatisfactorio (1), Insatisfactorio (2), Satisfactorio (3), Muy satisfactorio (4) y Sobresaliente (5). Esta encuesta será ejecutada de forma semestral y según los resultados obtenido se determinará el nivel de desempeño del personal a través de los siguientes baremos: Excelente = 41 – 60; Bueno = 21 – 40; Debe mejorar = 1 – 20.

• Cuarto objetivo específico: Satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes

En este ámbito, se interrogará al cliente a través de las pantallas táctiles con una sola pregunta, misma que indaga ¿nos recomendaría a otros? Con diez posibilidades de respuesta siendo 1 no recomendaría y 10 que recomendaría totalmente.

• Quinto objetivo específico: Ambientes cómodos

Al igual que en el objetivo anterior, se interrogará sobre la experiencia que ha percibido el cliente con respecto a la infraestructura del local, el ambiente y los elementos de comodidad, aspectos que según la percepción del cliente pueden ser positivos, medios o negativos.

• Sexto objetivo específico: Reconocimiento en el mundo digital

Con el objetivo de identificar el grado de reconocimiento que tiene el local en el ámbito digital específicamente en las redes sociales, se consideran un conjunto de métricas que pueden ser analizadas a través de herramientas como *Instagram Insights* y *Facebook Analytics.*

- Número de seguidores: Cantidad y calidad de los *followers* (quiénes interactúan)

- Alcance: Número de usuarios que visualizan las publicaciones en conjunto con los seguidores del usuario
- *Engagement* de los seguidores: Mediante el número de *Likes*, comentarios, compartidos y menciones del local
- Impresiones: Cuenta las ocasiones en que un mismo usuario ha visualizado el contenido
- Menciones: Número de menciones que el usuario realiza sobre la marca
- Conversiones: Número de usuarios que han comprado un producto publicitado por la marca

Finalmente, se incluyen otros indicadores que miden la operatividad del negocio en el ámbito financiero, de gestión y de rentabilidad.

Tabla 3

Indicadores financieros, de gestión y rentabilidad

Grupo	**Indicador**	**Fórmula**
Liquidez	Prueba Ácida	Activo Corriente - Inventarios / Pasivo Corriente
	Liquidez Corriente	Activo Corriente / Pasivo Corriente
Solvencia	Apalancamiento	Activo Total / Patrimonio
	Apalancamiento Financiero	(Utilidad antes de Impuestos/Impuestos) / (Utilidad antes de Impuestos e Intereses/Activos Totales)
Gestión	Rotación de Ventas	Ventas / Activo Total
	Impacto de la carga financiera	Gastos Financieros / Ventas

Rentabilidad	Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	Utilidad Neta / Ventas
	Rentabilidad Financiera	(Ventas / Activo) * (UAII/Ventas) * (Activo/Patrimonio) * (UAI/UAII) * (UN/UAI)
	Rentabilidad Neta del Activo (Du Pont)	(Utilidad Neta / Ventas) * (Ventas / Activo Total)

Nota. UAI: Utilidad antes de Impuestos; UAII: Utilidad antes de Impuestos e Intereses; UN: Utilidad neta. Tomado de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022)

10.1. Gerencia: Estudio de Responsabilidad Social

Social

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

La responsabilidad social empresarial (RSE) constituye un factor estratégico de gran importancia para todas las organizaciones, las cuales buscan desarrollar acciones que contribuyan en la edificación de una sociedad solidaria y en la generación de un entorno ambiental más saludable para los seres humanos. Cabe destacar que, la RSE es un elemento que se identifica en los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente en el literal 12 que expone hacer con menos, algo más y mucho mejor; además, trata de minimizar el vínculo entre el crecimiento económico y el deterioro ambiental, fomentar modos de vida sostenibles e incrementar la eficiencia de los recursos (González et al., 2021). En consecuencia, la RSE representa un compromiso de carácter voluntario que Rocky Beans asumirá con la sociedad y cuya aplicación se gestionará en el ámbito interno y externo. Dentro del primer enfoque se enfatiza el bienestar del ambiente laboral y del personal; mientras que, en el enfoque externo, el negocio garantiza ejecutar actividades éticas, que generen un impacto menor en la esfera ambiental.

2. Mapeo de stakeholders

Los *stakeholders* son los grupos de interés que se encuentran relacionados con el emprendimiento establecido, los mismos que pueden ser internos y externos. En relación con el restaurante Rocky Beans se identificaron los siguientes *stakeholders:*

Figura 2

Stakeholders internos y externos de Rocky Beans

Nota. Elaboración propia

Posterior a la identificación de los *stakeholders* del negocio, se procede con el desarrollo de un mapeo a través de una plantilla compuesta por cuatro cuadrantes. El primero involucra aquellas personas con un poder alto y un interés bajo, a las cuales se deben involucrar y mantener satisfechas. El segundo cuadrante integra las personas con un poder y un interés alto, las cuales deben atraerse e involucrar activamente en el negocio para alcanzar el éxito empresarial. El tercer cuadrante se encuentra conformado por las personas con un poder y un interés bajo; a estos se los debe monitorizar y controlar. El cuadrante final representa las personas con un poder bajo, pero con un interés alto, a este grupo se los debe mantener informados, debido a que resultan ser un factor importante para la empresa. A continuación, se evidencia el mapeo de *stakeholders* de Rocky Beans.

Tabla 4

Mapeo de stakeholders Rocky Beans

		Interés	
		Baja	**Alta**
Poder	**Alta**	Proveedores	Accionistas Empleados
	Baja	Banco Financiador Asociación de recicladores ASOREC	Clientes Comunidad del norte de Guayaquil

Nota. Elaboración propia

3. Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial

Las estrategias de Responsabilidad Social son un compromiso voluntario que Rocky Beans asume con la finalidad de poder cuidar el medio ambiente y generar un mejor entorno para los colaboradores del negocio; cabe resaltar que, las acciones consideradas se encuentran alineadas con los ODS de las Naciones Unidas (ver figura 2). En consecuencia, el compromiso de Rocky Beans se centra en cuidar y proteger el medio ambiente, así como, garantizar la salud y el bienestar de los colaboradores de la empresa. Bajo este enfoque, la estrategia de RSE se encuentra orientada a los empleados del establecimiento en conjunto con sus familias (*stakeholders* internos) y la Asociación de Recicladores y Emprendedores Ecuatorianos - ASOREC (*stakeholders* externos)

Figura 3

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Nota. Tomado de Organización de las Naciones Unidas (2022)

4. Plan de acción. Proyectos de RSE: Actividades, Temporalidades y Responsables

4.1. Descripción del proyecto con stakeholder interno

Plan de acción: Para el *stakeholder* interno, el plan de acción se centra en realizar una campaña de formación y concientización sobre la alimentación saludable, en conjunto con el desarrollo de diferentes actividades que permitirán tanto al personal del local como a sus familiares, gestionar un cambio positivo en su estilo de vida.

Proyecto: Mi familia sana

Objetivo: Esta iniciativa que tiene por objetivo concientizar al personal de Rocky Beans y a sus familiares sobre cómo deben alimentarse saludablemente.

Temporalidad: El proyecto inicialmente sustenta una duración de 1 año, considerando los siguientes parámetros: Inicio: enero 2023 y Fin: diciembre 2023

Participantes: Los individuos que serán parte del proyecto "Mi familia Sana" corresponden a todo el personal de Rocky Beans y dos integrantes de su familia por cada colaborador; en esta categoría se incluyen los familiares por afinidad.

Responsables: Administrador del local, servicios externos de una nutricionista externa y un ingeniero agrónomo.

Actividades: A continuación, se describen las actividades del proyecto, las cuales serán ejecutadas de forma semestral.

Primer semestre: La nutricionista asesora externa de Rocky Beans será la encargada de grabar seis videos de charlas en línea sobre la alimentación saludable, los cuales podrán ser visualizados por los participantes a la hora más conveniente. Estos videos estarán publicados en un canal de YouTube de forma privada, cuyo acceso se gestionará a través de un enlace otorgado por el administrador del local, siendo esta actividad la primera parte del proyecto. Cabe resaltar que, los videos serán publicado de forma mensual (uno por mes), los cuales tendrán una duración de 30 minutos y contarán con un cuestionario de preguntas que la persona deberá resolver con la finalidad de evaluar el conocimiento adquirido.

Dentro de este enfoque, luego de que el participante haya visualizado el video correspondiente, podrá solicitar el cuestionario, mismo que será enviado bajo un enlace de Google Forms a través de la aplicación Telegram, donde se creará un grupo con los integrantes del proyecto para informar todo lo necesario sobre los videos, resaltando la fecha de publicación de estos. Asimismo, este grupo brinda la oportunidad a los participantes de manifestar y comentar todas las inquietudes que sustenten acerca de los videos o el proyecto en general.

Segundo semestre: Luego de que los participantes hayan visualizado los seis videos informativos sobre alimentación saludable y resuelto los seis cuestionarios, podrán tener acceso a segunda tanda de videos que tratarán sobre cultivos caseros de huertos orgánicos bajo la

misma metodología. En este caso, la única diferencia es que solo existirán cuatro videos tutoriales de este tema, debido que se ejecutarán dos talleres presenciales en el último bimestre del año (noviembre y diciembre). Para este segundo grupo de videos se entregará un kit de huertos que les permitirá poder interactuar con los videos tutoriales y participar en los dos talleres presenciales; ambos criterios (videos y talleres) serán desarrollados por un ingeniero agrónomo.

Tutores: Los Tutores de los videos serán profesionales en la rama, tanto de nutrición como de agricultura; además, ambos profesionales serán miembros de la comunidad vegana. En este ámbito, se requerirán los servicios prestados de una nutricionista externa, preservando una remuneración por hora que implica un valor de $ 25.00; en función del tiempo en promedio considerado para la elaboración de los videos y su edición, así como la revisión de los cuestionarios y un informe de estos (12 horas) se determinó un valor total $300.00. Por otro lado, al ingeniero agrónomo se le atribuirá una remuneración de $10.00 la hora en el desarrollo de los talleres y $40.00 por la grabación de los videos en conjunto con la entrega de certificados digitales. Conforme las actividades planteadas, se espera que al terminar el proyecto los participantes puedan poner en práctica todos los consejos y las recomendaciones brindadas a fin de que puedan llevar una vida saludable, contribuyendo así, en la producción y el consumo responsable.

4.2. Descripción del proyecto con stakeholder externo

Plan de acción: Para el *stakeholder* externo, el plan de acción se centra en impulsar mejoras orientadas a las actividades de reciclaje a través de la ubicación de un contenedor en las afueras del establecimiento.

Proyecto: Plástico CERO

Objetivo: Este proyecto tiene por objetivo mejorar las actividades de reciclaje dentro del establecimiento, con la finalidad de ser un lugar en donde las personas de la comunidad puedan dejar su basura reciclable de forma ordenada y que los miembros de ASOREC puedan obtenerla de la mejor manera. Este contenedor se ubicará en las afueras de la cafetería, específicamente en un lugar de fácil acceso para dejar la basura por parte de los clientes y sociedad en general.

Temporalidad: El proyecto sustenta una duración de 1 año, considerando los siguientes parámetros: Inicio: enero 2023 y Fin: diciembre 2023

Participantes: Los participantes de este proyecto involucran a la comunidad cercana al punto físico de Rocky Beans ubicado en Los Ceibos y los miembros de la Asociación de Recicladores y Emprendedores del Ecuador ASOREC.

Responsables: Administrador del local y Community Manager

Actividades: A continuación, se describen las actividades que forman parte el proyecto.

- Campaña de comunicación Plástico CERO a la comunidad cercana al restaurante Rocky Beans
- Afiches físicos y campaña en redes para que los vecinos de la cafetería dejen la basura reciclada en los contenedores que colocara la cafetería para que los recicladores puedan obtener el producto reciclado en mejores condiciones
- Correos electrónicos a las empresas e instituciones cercanas al establecimiento para que se unan a la iniciativa
- Se elaborarán afiches físicos para pegar en la cafetería, además de post y videos para subirlos a las redes sociales, asimismo se informará de la campaña en el sitio web.
- Se medirá el impacto de la campaña cada tres meses para poder elaborar las estrategias que mejor funcionen para la difusión y éxito de la misma.

5. Compromisos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

A continuación, se relaciona cada proyecto con los ODS y se determina una reflexión sobre las alianzas estratégicas con stakeholders para la implementación de los proyectos de RSE.

- **Proyecto: Mi familia sana**

Tabla 5

ODS 3 y 12

N°	Descripción	
ODS 3	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades	
ODS 4	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	

Nota. Tomado de Organización de las Naciones Unidas (2022)

- **Proyecto: Plástico Cero**

Tabla 6

ODS 12 y 13

N°	Descripción	
ODS 12	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	

ODS 13	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	
	Relación	
Por medio de este programa, Rocky Beans quiere generar un impacto en la sociedad, contribuyendo con el reciclaje y a su vez, evitando más contaminación en el planeta		

Nota. Tomado de Organización de las Naciones Unidas (2022)

• Reflexionar sobre posibles alianzas estratégicas con stakeholders para la implementación de los proyectos de RSE.

Figura 4

ODS 17

Nota. Tomado de Organización de las Naciones Unidas (2022)

Las alianzas son importantes porque todos forman parte del mismo planeta; por ende, estas acciones realizadas en el corto y largo plazo se convierten en un beneficio para la comunidad en general. En el proyecto “Plástico Cero” se ha decidido trabajar en convenio con la asociación de recicladores y emprendedores del Ecuador ASOREC, debido que, en el local se contará con un punto de reciclaje, otorgándole un mejor uso a estos residuos y evitando la contaminación.

6. Recurso humano (RSE en el organigrama empresarial).

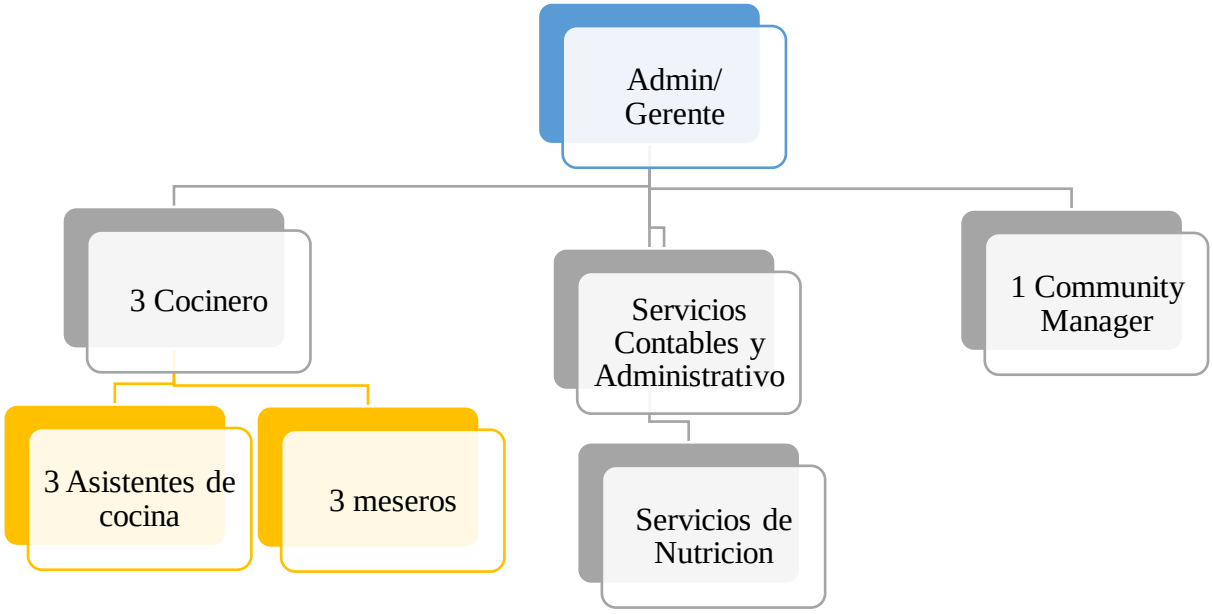
A continuación, se determinan los recursos humanos claves para aplicación de la estrategia de RSE.

Responsable general de los Proyectos de RSE: El responsable de los dos proyectos de RSE será el administrador del local.

Para el cumplimiento de la estrategia de Responsabilidad Social "Mi familia sana", se ha determinado contratar a una nutricionista, la cual asesora externamente a los participantes del proyecto; esta profesional será la encargada de dar las charlas en los videos de alimentación saludable al personal del restaurante Rocky Beans y sus familias. Por otro lado, se gestionará la contratación de un ingeniero agrónomo, profesional encargado de brindar las charlas en los videos tutoriales y los talleres de cultivos caseros de huertos orgánicos. En la siguiente imagen se visualiza el organigrama empresarial del establecimiento considerando los servicios prestados de los profesionales que contribuirán en el desarrollo de los proyectos de RSE.

Figura 5

Organigrama empresarial



Nota. Elaboración propia

Finalmente, para el cumplimiento de la estrategia del proyecto “Plástico CERO”, el administrador del local monitorizará el compromiso de la organización en cuanto a la adquisición de empaques eco amigables y la oportunidad de destinar un espacio exterior del establecimiento para colocar contenedores de reciclaje dirigidos a la comunidad cercana.

Figura 6

Contenedores para el reciclaje del restaurante Rocky Beans

Nota. Tomado de Google Imágenes

7. Acciones de comunicación de la estrategia y proyectos de RSE.

A continuación, se determinan las acciones de comunicación que se llevarán a cabo en los proyectos de RSE del restaurante Rocky Beans.

• Proyecto Mi familia sana

- Inicialmente, el proyecto será comunicado a los trabajadores del local mediante el desarrollo de una reunión dentro del local
- Adicional, se utiliza como medio de comunicación entre los participantes y los responsables del proyecto la aplicación Telegram.
- Posteriormente, los resultados que generen este proyecto serán difundidos en las redes sociales del establecimiento.

- La difusión de los resultados será gestionada a través de fotos sobre los talleres y videos testimoniales de los logros obtenidos por los participantes, esto con la finalidad de inspirar a más personas y que las mismas opten por mejorar su alimentación.

• Proyecto Plástico CERO

- Las acciones de comunicación de este proyecto serán difundir la campaña de concientización a la comunidad cercana a la cafetería, es decir, a los habitantes del sector Los Ceibos, para que depositen su basura reciclable en los contenedores establecidos en las afueras del local.
- Se elaborarán videos y posts para redes sociales, además, se gestionará la información en la página web del local.
- Finalmente, se elaborarán afiches para pegar en la cafetería.

8. Presupuesto asignado a la estrategia de RSE y sus proyectos

En la siguiente tabla se evidencia el presupuesto considerado para el proyecto "Mi familia sana".

Tabla 7

Presupuesto del proyecto Mi familia sana

No	RUBRO	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
1	Nutricionista externa	$ 25.00 la hora	12 horas	$ 300.00
1	Tutor taller de cultivos caseros de huertos orgánicos	$ 10.00 la hora	3 horas	$ 30,00

1	Producción de videos y tutoriales y elaboración de certificados digitales	$ 40.00 por los videos y la elaboración de los certificados digitales	4 videos y 45 certificados digitales	$ 400,00
45	Kit de agricultura	$ 12.00 cada kit	45 kit	$ 540.00
1	Local para los dos talleres presenciales	Restaurante en horario de no atención	-	-
1	Community Management	Bajo rol	-	Incluido en el sueldo
		Total		**$ 1,270.00**

Nota. Elaboración propia

Por otro lado, se destaca el presupuesto considerado para el proyecto "Plástico CERO"

Tabla 8

Presupuesto del proyecto Mi familia sana

No	RUBRO	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
1	Diseño gráfico y producción de videos realizado por el Community Management	Bajo el rol	-	Incluido en el sueldo
1	Pago de publicidad en redes	Costo considerado en las actividades de marketing	6 pautas en YouTube	$ 180,00

		del local (Facebook e Instagram) $ 30.00 en YouTube cada dos meses		
3	Contenedor de reciclables	$ 100.00	3 contenedores	$ 300.00
		Total		**$ 480.00**

Nota. Elaboración propia

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En primera instancia, es necesario comprender que al elaborar este plan de negocio pudimos comprender a detalle cuales son los componentes esenciales del proyecto que se va a ejecutar, es decir, pudimos analizar a través del Taller RSE cuales son los agentes involucrados directamente en las relaciones comerciales de la empresa, tanto de los agentes internos como de los agentes externos. De igual manera, en el taller administrativo pudimos analizar cuál es la finalidad de la existencia de la empresa, cuáles son sus objetivos a mediano y largo plazo, así como también pudimos comprender cual es la misión y la visión que impulsan el proyecto.

De tal manera, entrando en detalle de lo que puedo concluir de cada análisis que se realizó, sin lugar a duda cabe mencionar la importancia de reconocer cuales son los *stakeholders* de la empresa, en ese sentido estamos hablando del análisis de la gerencia de responsabilidad social y corporativa. Por lo que, bajo las conclusiones de este análisis podemos notar algo sumamente importante, es decir, la relevancia que tienen las relaciones humanas y comerciales dentro del giro de un negocio, esto lo puedo afirmar bajo la premisa de que en realidad en el mundo competitivo en el que nos desenvolvemos hoy por hoy, es muy importante darle un valor humano de calidad a los servicios que se prestan; muchas veces el público prefiere elegir un negocio o en este caso un restaurante, que tenga una buena atención humana pero al mismo

tiempo que tenga una excelente relación con todos los agentes involucrados en su giro comercial.

De igual manera, analizar cuál es el tratamiento que debe de tener cada relación humana y comercial es fundamental, porque eso le permite a la gerencia determinar qué relaciones debe de cuidar más y en cuales de aquellas tiene que invertir más esfuerzos, que no solo sean con una finalidad comercial, sino más bien, como lo decíamos con anterioridad también enfocados en la parte humana; esto, sin querer decir que una relación comercial o humana es más importante que otra, simplemente afirmando que hay ciertas relaciones comerciales que por su delicadez y su crucialidad en el giro del negocio, deben de abordarse con mucho más cuidado.

Es por este motivo, que es el sustancial realizar este tipo de análisis, para comprender lo importante que es la responsabilidad social en una empresa y su vinculación en la sociedad.

También dentro del análisis de la gestión de responsabilidad social es fundamental comprender el alineamiento con los objetivos que trazan ciertas entidades reconocidas como las Naciones Unidas. Que la empresa tenga enfoques sociales y ambientales, que se alinean con parámetros tanto nacionales como internacionales, sin lugar a duda, le dan un valor agregado al proyecto y eso genera mucha confianza en el consumidor, que terminará optando por la propuesta más consciente.

Por otro lado, al hablar del análisis de administración podemos observar cómo es fundamental reconocer las tareas principales, secundarias y objetivas de cada integrante de la empresa, porque bajo este precepto se pueden establecer funciones específicas para cada miembro que finalmente se van a concatenar con los otros miembros y así se va creando una cadena de mando sincronizada y efectiva. Es por ese motivo que analizar la integridad estructural de la empresa es una tarea indispensable antes de empezar a ejecutar un proyecto, porque ayuda a comprender el funcionamiento individual de cada miembro, el funcionamiento colectivo y la consecución de los objetivos que se han trazado para la empresa.

Por supuesto, No podemos dejar de un lado la importancia de la misión, la visión y los valores de una empresa; puesto que, esto le da el factor diferencial a la empresa con el resto de la competencia del mercado. Ya que si una empresa tiene muy clara cuál es su misión para con sus consumidores, aquella visión que los voy a impulsar siempre a seguir mejorando en la

consecución de sus objetivos; y a la vez tiene claro cuáles son los valores que se van a promover tanto a la interna de la empresa como en la atención a los consumidores; sin lugar a duda, tendremos un modelo exitoso de funcionamiento de la empresa.

Es indispensable comprender cuál es el aprendizaje que nos dejan estos dos tipos de análisis, ya que nos ayudan a comprender los valores que tienen ciertos aspectos de la empresa, que no sólo radican en la parte comercial o en su parte publicitaria; sino que también nos hablan de los pequeños detalles que se deben de cuidar en el momento de impulsar un proyecto, cualquiera que este sea. De tal manera, que entenderemos que cuando se cuida al consumidor, tendremos un modelo de negocio que no sólo será rentable, sino que también generará un sentido de pertenencia con la comunidad que integra esta empresa, lo que creará la lealtad, un valor fundamental que no se compra ni se vende.

De igual manera, es fundamental comprender que el hecho de realizar una planificación anticipada con varios índices tanto de responsabilidad social, como de administración, gestión de personal, organización de funciones y una colectividad de movimientos empresariales, nos permite tener una noción clara de lo que es montar un proyecto y a la vez montar un negocio. Por lo que, es esencial tener este tipo de análisis y planificaciones cada vez que se quiera realizar un negocio, puesto que es la manera más factible de poder tener resultados a corto, mediano y largo plazo.

También, es importante acotar que resulta muy eficiente determinar qué va a hacer cada departamento dentro del funcionamiento de la empresa, no sólo cada miembro activo de la organización empresarial, sino también de terminar por sectores o también conocidos como departamentos; por ejemplo, el departamento de recursos humanos, el departamento de marketing, el departamento de ventas, entre otros; cuáles son los funcionamientos colectivos para así poder tener un responsable de cada departamento, de su eficacia y de sus resultados para la empresa.

No podemos dejar de un lado que es imprescindible seguir al pie de la letra las pautas del desarrollo sostenible de las Naciones Unidas como lo mencionamos con anterioridad; sin embargo creo que es necesario mencionar que es muy importante para el giro del negocio poder presentar esos puntos ya que se alinean perfectamente con los objetivos principales que tiene

el restaurante Rocky Beans, es decir, presentar productos amigables con el ecosistema y a la vez procedimientos tanto de limpieza como de reciclaje que sean muy eco amigables.

Finalmente, podemos recabar de todo este análisis, que tener un plan de negocio muy bien establecido, con las diferentes aristas que puede abarcar el giro de la empresa, tanto en la parte comercial, administrativa y de responsabilidad social; nos da un claro panorama de lo que puede ofrecer la empresa, en qué cosas puede mejorar, en qué enfoques se debería crecer y finalmente qué es lo que el consumidor espera como factor diferencial.

Referencias

Ministerio de Trabajo. (2022). *Tabla sectorial ministerio trabajo 2022*. Google Docs. https://drive.google.com/file/u/0/d/1R2azLbLoaSY1kknZ35KBnW-SRO7NyEJ1/view?usp=embed_facebook

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2022). *Tabla de indicadores*. https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/20111028102451.pdf

Surdez, E., Sandoval, M., Magaña, D., & López, M. (2020). *Emprendimiento: Modelos, tipología y comunicación eficaz del proyecto*. Página Seis.