



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Factibilidad de un plan de negocios para la creación de un café-restaurante
en la ciudad de Machala**

**CHERO CHALEN JENNIFER MILENA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Factibilidad de un plan de negocios para la creación de un café-
restaurante en la ciudad de Machala**

**CHERO CHALEN JENNIFER MILENA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EMPRENDIMIENTOS

**Factibilidad de un plan de negocios para la creación de un café-
restaurante en la ciudad de Machala**

**CHERO CHALEN JENNIFER MILENA
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

PACHECO MOLINA ANDRES MARCELO

**MACHALA
2024**

Factibilidad de un plan de negocios para la creación de un café-restaurante en la ciudad de Machala

por Jennifer Milena Chero Chalen

Fecha de entrega: 02-ago-2024 03:36p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2426406909

Nombre del archivo: UN_PLAN_DE_NEGOCIO_PARA_LA_CREACION_DE_UN_CAF_-RESTAURANTE.docx (1.96M)

Total de palabras: 15275

Total de caracteres: 86807

Factibilidad de un plan de negocios para la creación de un café-restaurante en la ciudad de Machala

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	esacc.corteconstitucional.gob.ec Fuente de Internet	1%
2	docplayer.es Fuente de Internet	1%
3	revistaenfoques.org Fuente de Internet	<1%
4	repositorio.uide.edu.ec Fuente de Internet	<1%
5	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%
6	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.uti.edu.ec Fuente de Internet	<1%
8	uniminuto-dspace.scimago.es Fuente de Internet	<1%

9	Submitted to ITESM: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Trabajo del estudiante	<1 %
10	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
11	moam.info Fuente de Internet	<1 %
12	chlous.myresearch.biz Fuente de Internet	<1 %
13	www.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Submitted on 1686266394141 Trabajo del estudiante	<1 %
15	openigo.com Fuente de Internet	<1 %
16	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	administrarproyectos.com Fuente de Internet	<1 %
19	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1 %

20	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE Trabajo del estudiante	<1 %
21	legal.gen.ec Fuente de Internet	<1 %
22	Submitted to Instituto Superior Tecnológico Espíritu Santo Trabajo del estudiante	<1 %
23	Submitted to Universidad Catolica De Cuenca Trabajo del estudiante	<1 %
24	ambar.utpl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
25	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
26	supplier.exporta.io Fuente de Internet	<1 %
27	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
28	Submitted to Corporación Universitaria del Caribe Trabajo del estudiante	<1 %
29	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador Trabajo del estudiante	<1 %
30	www.goconqr.com	

Fuente de Internet

<1 %

31

www.randstad.com

Fuente de Internet

<1 %

32

www.tecnausa.com

Fuente de Internet

<1 %

33

qdoc.tips

Fuente de Internet

<1 %

34

repositorio.uisek.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

35

www.dspace.espol.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

36

Submitted to Submitted on 1689601429657

Trabajo del estudiante

<1 %

37

repositorio.utn.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

38

Submitted to Universidad del Istmo de Panamá

Trabajo del estudiante

<1 %

39

fdocuments.ec

Fuente de Internet

<1 %

40

www.pacifictel.net

Fuente de Internet

<1 %

41	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
42	repositorio.cientifica.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
43	repositorio.uan.edu.co Fuente de Internet	<1 %
44	al-kharab.balticecovillages.eu Fuente de Internet	<1 %
45	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	Submitted to CEIPA Fundación Universitaria CEIPA Trabajo del estudiante	<1 %
47	Submitted to Instituto Superior Tecnológico Rumiñahui Trabajo del estudiante	<1 %
48	"References", Emerald, 2021 Publicación	<1 %
49	blog.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
50	m.moam.info Fuente de Internet	<1 %
51	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

52	transportesynegocios.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
53	www.cermi.es Fuente de Internet	<1 %
54	www.contraloria.ec-gov.net Fuente de Internet	<1 %
55	careers.westhawaiiitoday.com Fuente de Internet	<1 %
56	dspace.unl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
57	lareferencia.info Fuente de Internet	<1 %
58	pysnnoticias.com Fuente de Internet	<1 %
59	worldwidescience.org Fuente de Internet	<1 %
60	www.macworld.es Fuente de Internet	<1 %
61	www.mallorca-real-estate.com Fuente de Internet	<1 %
62	www.revfine.com Fuente de Internet	<1 %
63	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Apagado

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

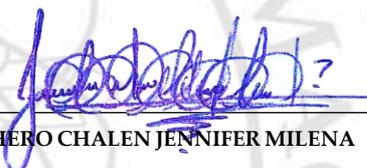
La que suscribe, CHERO CHALEN JENNIFER MILENA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Factibilidad de un plan de negocios para la creación de un café-restaurante en la ciudad de Machala, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



CHERO CHALEN JENNIFER MILENA

0705978278

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo primeramente a Dios porque me ha permitido cumplir este objetivo, por darme la inteligencia, sabiduría y la fuerza necesaria para jamás rendirme.

A mis padres Jorge y Jenny, cuyos esfuerzos incesantes y sacrificios desmedidos han sido el cimiento de mis logros. Su amor incondicional, paciencia y apoyo constante son la fuente de mi fortaleza y determinación.

A mi leal gatita, Milenita quien ha estado presente en largas noches de estudio. Su compañía ha sido un consuelo reconfortante y una alegría constante.

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a quienes me han apoyado a lo largo del camino. En primer lugar a Dios, por su guía y fortaleza inagotable, que me ha iluminado en cada paso de este importante camino.

A mis padres, por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificio. Su fe en mí y su aliento han sido fundamentales para alcanzar esta meta. De igual manera a mi gatita, quien ha estado presente en todo momento.

A mi familia y amigos, por su respaldo continuo y su valiosa compañía a lo largo de este proceso. Su apoyo y comprensión han sido fundamentales para mantenerme motivada y enfocada.

Por último, pero no menos importante a mis compañeros y docentes, por compartir este viaje académico y por el aprendizaje mutuo que hemos experimentado juntos.

RESUMEN

El objetivo del trabajo fue desarrollar un plan de negocio para la creación de un café-restaurante en la Ciudad de Machala. Utilizando una metodología deductiva, se recolectó información mediante encuestas dirigidas a una población específica. Los resultados revelaron que el proyecto inicial de Café-Libro se ajustó hacia una propuesta más adecuada, optando por un Café-Restaurante tras analizar las necesidades y preferencias del mercado local. Este cambio estratégico permitió definir el segmento de mercado y aplicar estrategias comerciales efectivas, incluyendo la implementación de servicios adicionales para dar valor agregado al negocio y satisfacer la creciente demanda. La ubicación estratégica del café-restaurante cerca de instituciones educativas y zonas comerciales complementa este valor agregado, creando un entorno cómodo y moderno que enriquece la experiencia del cliente. Así, Jenn Coffee se posiciona como un destino atractivo y contemporáneo en Machala, alineado con las demandas locales y optimizando la satisfacción del cliente mediante un espacio de alta calidad y conectividad.

Palabras claves: Factibilidad, Plan de negocio, café-restaurante.

ABSTRACT

The objective of the work was to develop a business plan for the creation of a café-restaurant in the city of Machala. Using a deductive methodology, information was collected through surveys aimed at a specific population. The results revealed that the initial Café-Book project was adjusted towards a more appropriate proposal, opting for a Café-Restaurant after analysing the needs and preferences of the local market. This strategic change allowed defining the market segment and applying effective commercial strategies, including the implementation of additional services to add value to the business and meet the growing demand. The strategic location of the café-restaurant near educational institutions and commercial areas complements this added value, creating a comfortable and modern environment that enriches the customer experience. Thus, Jenn Coffee is positioned as an attractive and contemporary destination in Machala, aligned with local demands and optimizing customer satisfaction through a high-quality space and connectivity.

Keywords: Feasibility, Business plan, café-restaurant.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
TEMA DE INVESTIGACIÓN	8
PROBLEMÁTICA.....	8
OBJETIVOS.....	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos.....	8
CAPITULO I. IDEA DEL NEGOCIO.....	9
1.1 Descripción de la idea de negocio.....	9
1.2 Fundamentación teórica de la idea del negocio	9
1.3 Estudio de mercado	13
CAPITULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO.....	18
2.1 Descripción del emprendimiento	18
2.2 Fundamentación gerencial del emprendimiento	18
2.3 Estructura organizacional y funcional	20
CAPITULO III. MODELO DE NEGOCIO.....	24
3.1 Segmento de mercado.....	24
3.2 Productos y servicios.....	24
3.3 Canales de comercialización	24
3.4 Relaciones con los clientes.....	25
3.5 Fuentes de ingreso.....	25
3.6 Calidad	29
3.7 Activos para el funcionamiento	30
3.8 Actividades del negocio	33
3.9 Red de socios	37
3.10 Estructura de costos	39
CAPITULO IV. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO.....	43
4.1 Factibilidad técnica.....	43
4.2 Factibilidad financiera	45
4.3 Factibilidad operativa.....	51
4.4 Factibilidad ambiental.....	61
4.5 Factibilidad social	62
CONCLUSIONES	64
RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS.....	66
ANEXOS.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Resultados de la encuesta	16
Tabla 2.	Menú Jenn Coffee.....	26
Tabla 3.	Proyección diaria, mensual y anual	29
Tabla 4.	Matriz de descripción de Propiedades, planta y equipos	30
Tabla 5.	Costos de mano de obra.....	39
Tabla 6.	Costos de materia prima	40
Tabla 7.	Costos indirectos por producto	40
Tabla 8.	Costos de servicios básicos.....	41
Tabla 9.	Costos Indirectos	42
Tabla 10.	Costos fijos	42
Tabla 11.	Resumen de costos.....	42
Tabla 12.	Balance General.....	46
Tabla 13.	Estado de Resultados.....	46
Tabla 14.	Gastos administrativos	47
Tabla 15.	Flujo de Caja	47
Tabla 16.	Plan de inversión	48
Tabla 17.	Distribución de inversión.....	48
Tabla 18.	TMAR.....	49
Tabla 19.	TMAR MIXTA.....	49
Tabla 20.	VAN Y TIR.....	49
Tabla 21.	Amortización de la deuda.....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Organigrama de Jenn Coffee.....	21
Figura 2.	Red de Socios	37
Figura 3.	Cafeterías y restaurantes de la ciudad.....	43
Figura 4.	Primera alternativa de localización del local.....	43
Figura 5.	Segunda alternativa de localización del local.....	44
Figura 6.	Tercera Alternativa de localización del local	45

INTRODUCCIÓN

En el panorama empresarial actual, la factibilidad de un plan de negocios se destaca para el éxito sostenible de cualquier empresa, y es especialmente cierto en el caso de la creación de un café-restaurante. La combinación de la cultura del café con la experiencia gastronómica crea un espacio donde los clientes pueden disfrutar de una deliciosa taza de café o saborear una excelente comida. Antes de embarcarse en la aventura de abrir un café-restaurante, es indispensable realizar un análisis completo de la factibilidad económica-financiera, técnica y administrativa del proyecto. Este análisis no solo permite evaluar la viabilidad a corto plazo, sino también garantizar la sostenibilidad a largo plazo del negocio en un entorno empresarial cada vez más desafiante.

Mogrovejo-Lazo et al. (2020) en sus estudios plantearon que previo al inicio de cualquier emprendimiento, es esencial realizar un análisis exhaustivo de las necesidades y características del sector en el que se planea establecer. Fundamentalmente, este análisis implica la identificación y evaluación de factores relevantes para la sostenibilidad del proyecto. Estos factores abarcan tanto elementos internos, relacionados con las características intrínsecas de la empresa, como los atributos del emprendedor, incluyendo sus habilidades y competencias. Además, es esencial considerar los factores externos, los cuales están vinculados al entorno en el que la empresa operará. En este sentido, la selección del producto o servicio a ofrecer y el lugar donde se establecerá el negocio juegan un papel clave en el éxito del emprendimiento. Por lo que, la minuciosa exploración de estos aspectos se convierte en un componente fundamental en la etapa inicial de cualquier proyecto empresarial.

El presente estudio se centra en la evaluación de la factibilidad de un plan de negocios para la creación de un café-restaurante en la ciudad de Machala. Este proyecto busca analizar diversos aspectos que influyen en la factibilidad económica, operativa y comercial de esta empresa, considerando el contexto específico de Machala, sus características demográficas, culturales y económicas. Para ello, se examinarán detalladamente aspectos como la demanda potencial del mercado, la viabilidad financiera, la localización estratégica, así como los aspectos legales y regulatorios que puedan afectar la puesta en marcha y el desarrollo sostenible del negocio.

En la ciudad de Machala, surge la necesidad de explorar los elementos clave para la implementación de un innovador proyecto empresarial: un café-restaurante. Esta iniciativa fusiona tres aspectos fundamentales de la vida contemporánea: la excelencia de un ambiente acogedor, el disfrute de una buena taza de café y una deliciosa comida.

Ante esta premisa, se plantea el siguiente interrogante: ¿Qué factores intervienen en el diseño de creación de un café-restaurante en la ciudad de Machala? En este contexto, el objetivo del estudio es desarrollar un plan de negocio para la creación de un café-restaurante en la Ciudad de Machala que permita la concreción de esta propuesta emprendedora, aprovechando las oportunidades del mercado local y abordando los desafíos inherentes a la gestión de un establecimiento de estas características.

TEMA DE INVESTIGACIÓN

Factibilidad de un plan de negocios para la creación de un café-restaurante en la ciudad de Machala

PROBLEMÁTICA

¿Qué factores intervienen en el diseño de creación de un cafetería-restaurante en la ciudad de Machala?

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio para la creación de un cafetería-restaurante en la Ciudad de Machala.

Objetivos Específicos

- Identificar el segmento del Mercado.
- Determinar estrategias organizacionales.
- Analizar la estructura de costos operativos y el margen de beneficio.

CAPITULO I. IDEA DEL NEGOCIO

1.1 Descripción de la idea de negocio

El café se ha vuelto atractivo en nuestra sociedad contemporánea por sus propiedades estimulantes, que pueden mejorar el estado de ánimo y mantener a las personas despiertas tras consumirlo, por lo que, es bueno que exista un espacio cómodo y acogedor en el que Centeno-Ortiz et al. (2021) aseguran que la prestación de un servicio de calidad es indispensable para garantizar la satisfacción del cliente y generar una experiencia positiva y duradera.

El consumo de bebidas y comestibles como acompañamiento para un servicio de calidad es de gran relevancia para este tipo de actividad como indican Molina-Bonetto et al. (2022) la convivencia alrededor de una mesa implica aspectos tangibles, como el entorno físico y los objetos utilizados para comer, junto con aspectos intangibles relacionados con las personas involucradas, como el respeto hacia normas establecidas, ya sean claras o no, durante la experiencia de compartir una comida. Por ello, se necesita un espacio diseñado para crear una atmósfera acogedora y relajante.

1.2 Fundamentación teórica de la idea del negocio

Para poder realizar un emprendimiento se debe partir del estudio de factibilidad el mismo que de acuerdo con Basurto y Buste (2020) implica la disponibilidad de recursos requeridos para alcanzar los objetivos establecidos. Se sustenta en tres aspectos fundamentales: operativo, técnico y económico. El éxito de un proyecto se define por el nivel de factibilidad en cada aspecto mencionado. Además, Zúñiga (2022) señala que el concepto de factibilidad surge a partir del análisis sobre la capacidad de llevar a cabo ideas fundamentales en el contexto histórico concreto. Estas ideas abarcan una amplia gama, desde la idea de un mercado ideal hasta la planificación perfecta.

La comprensión del origen y la importancia del concepto de factibilidad en el contexto de los emprendimientos, está determinada por la viabilidad de una idea ya que implica analizar una serie de aspectos claves que van desde el estudio del mercado y la competencia hasta la disponibilidad de recursos tanto financieros como humanos. Además, se enfatiza la necesidad de evaluar diferentes componentes principales como; operativo, técnico y económico de un emprendimiento para precisar su éxito potencial. Esto resalta la importancia de un enfoque integral y detallado en el estudio de factibilidad antes de embarcarse en un proyecto empresarial.

La factibilidad del mercado se constituye como una herramienta relevante que según Díaz et al. (2021) consideran que el estudio de factibilidad cubre todos los aspectos relacionados con la implementación de una idea de propuesta, ya que revela si existe o

no el mercado objetivo, las preferencias de los consumidores respecto al producto, y los requisitos esenciales para llevar a cabo el proyecto. Por otro lado, citando a Troncoso-Sepúlveda y Cabas-Monje (2019) quienes indagaron en los estudios de Arias y Segura (2000) la posibilidad de emplear la volatilidad de los mercados en un futuro como medios para mitigar los riesgos asociados con las variaciones de precios en las bolsas de productos físicos.

La evaluación de factibilidad técnica se determina en los procesos y etapas de un proyecto y tiene relación con la factibilidad económica o financiera por lo que Herrera (2022) enfatiza que se halla sujeta a la factibilidad económica y este sistema se lo considera como el principal mecanismo para coordinar el trabajo. Por otro lado, Rodríguez et al. (2022) aseguran que, para validar factibilidad técnica de la propuesta, hay que realizar experimentos para verificar la estructura de las tramas de datos y luego diseñar el procedimiento del proyecto.

La factibilidad técnica de un proyecto está condicionada por su factibilidad económica. En otros términos, aunque un proyecto pueda ser técnicamente factible, es fundamental evaluar si los recursos económicos necesarios están disponibles y si los beneficios esperados justifican los costos asociados. Por lo tanto, la evaluación de la factibilidad técnica es un paso fundamental en el proceso de toma de decisiones para la implementación exitosa de cualquier proyecto.

La factibilidad económica-financiera proporciona diversos criterios que aportan al desarrollo de un proyecto. De acuerdo con Prieto-Tibaduiza et al. (2019) opinan que analizar las variables económicas relevantes al momento de evaluar la factibilidad es un aspecto fundamental en la planificación de futuros proyectos. Por lo general, estas variables se expresan en forma de flujos de efectivo, y es imprescindible calcular con precisión los indicadores financieros, como el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), para determinar la viabilidad de dichos proyectos.

Teniendo en cuenta a Meléndez-Pérez et al. (2019) la factibilidad financiera de un proyecto está estrechamente relacionada con la cantidad de artículos y el costo de abastecimiento, es decir, cuantos más artículos haya y más alto sea el valor de la tarifa, mayor será la viabilidad financiera. Por lo tanto, es importante realizar un análisis detallado del entorno antes de seleccionar el sistema de tratamiento que mejor se adapte a las necesidades específicas de la propuesta. Al comprender plenamente el contexto en el que se desarrollará el proyecto, se maximiza la eficacia y eficiencia del sistema de tratamiento seleccionado, contribuyendo al logro de los objetivos establecidos.

En un mundo dinámico y competitivo, el emprendimiento se adhiere como medio para la innovación, el crecimiento económico y la realización de aspiraciones individuales en el que se requiere una planificación meticulosa para alcanzar el éxito y por ello, un plan de negocios es esencial para iniciar un emprendimiento ya que empleando las palabras de Gaytán (2020) se trata de una herramienta estratégica que brinda a las organizaciones la capacidad de planificar detalladamente una ruta hacia el logro de sus objetivos y metas, con especial énfasis en la rentabilidad proyectada. Además, esta herramienta proporciona una valiosa evaluación de la competitividad potencial de la organización en el sector o mercado en el que planea incursionar, permitiendo así una mejor toma de decisiones y una posición más sólida en el mercado.

Antes de emprender cualquier iniciativa empresarial, es relevante comprender a fondo el entorno en el que operará. En este sentido, Meneses et al. (2021) argumentan que el mercado laboral no solo influye en la capacidad de las personas para obtener ingresos, sino que también desempeña un papel importante en el bienestar de la sociedad. Por lo que, Pérez (2019) en su estudio menciona que las investigaciones de mercado surgieron inicialmente con encuestas de persona en la calle, con el propósito de evaluar la efectividad de la publicidad. Sin embargo, en las primeras cuatro décadas del siglo XX ganaron reconocimiento y se extendieron a diversas áreas científicas para satisfacer las necesidades del público.

Así, Medina et al. (2019) proponen variables que permiten describir explícitamente las condiciones del destino para facilitar el desarrollo de un mercado o segmento específico. Estas variables se seleccionan considerando las dimensiones y factores de atractivo que influyen en la percepción y la elección de los consumidores. Es relevante realizar una evaluación detallada de los resultados obtenidos en la gestión del destino en el mercado o segmento mencionado, contrastándolos con los logros alcanzados por los competidores en el mismo ámbito. De esta manera, se pueden identificar áreas de oportunidad para mejorar la demanda y fortalecer la posición del destino en el mercado, garantizando así su competitividad a largo plazo.

Dentro del proceso de un plan de negocios uno de los aspectos críticos que requiere atención detallada es el plan financiero. Según Valdés et al. (2023) plantean que el plan financiero desempeña un papel elemental al considerar los aspectos de financiamiento del proyecto, teniendo en cuenta su etapa dentro del ciclo de vida del proyecto. Este ciclo comprende diversas fases, que incluyen la elaboración, evaluación, ejecución, gestión y administración, así como la fase de pre-inversión, evaluación, inversión y estructura de financiamiento. Además, es esencial establecer una estructura de costos y gastos para determinar la liquidez de la empresa, lo que facilita el análisis de sus

estados y la evaluación financieros mediante indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Esta evaluación integral del proyecto permite determinar su viabilidad y conveniencia financiera.

Baque et al. (2020) sostienen que el plan financiero debe incluir todas las estimaciones financieras necesarias para iniciar el negocio, tales como el pronóstico de ingresos, el presupuesto de inversiones, presupuesto de compras, presupuesto administrativo, presupuesto de marketing y ventas, los gastos financieros, el estado de resultados, el flujo de efectivo y la evaluación económica. Este plan proporciona una hoja de ruta detallada para la gestión financiera y la toma de decisiones estratégicas en todas las fases del negocio, asegurando una administración eficiente de los recursos y una base sólida para el crecimiento empresarial.

En el marco del estudio técnico, se lleva a cabo una minuciosa definición de los componentes esenciales que deben ser contemplados en el diseño de las instalaciones para la ejecución de un proyecto. Para Velásquez et al. (2020) este proceso implica la consideración detallada de diversos aspectos, entre los cuales se encuentran la selección adecuada de materiales, la identificación y adquisición de maquinaria y equipo específico, así como la integración de tecnologías pertinentes que garanticen el funcionamiento óptimo de todas las operaciones involucradas en el proyecto. Este enfoque técnico exhaustivo no solo aborda la infraestructura física necesaria, sino que también se extiende a la implementación de sistemas y procesos que respalden de manera eficaz la ejecución de las actividades previstas.

En la elaboración de un plan de negocios, tanto el plan técnico como el plan financiero juegan roles primordiales en la definición y ejecución de la estrategia empresarial. Aunque ambos planes tienen objetivos distintos, se complementan entre sí para proporcionar una visión integral y equilibrada del negocio, asegurando su factibilidad técnica y financiera. Mogrovejo et al. (2020) manifiestan que el análisis técnico proporciona una guía detallada y estructurada para llevar a cabo el trabajo de manera efectiva para la producción. En cuanto al enfoque financiero, se calculan índices de rentabilidad y retorno de la inversión utilizando metodologías reconocidas en el campo financiero.

El desarrollo empresarial engloba una variedad de aspectos que el empresario puede utilizar para dirigir una organización hacia el cumplimiento de sus metas. Muños et al. (2020) ratifican que estos aspectos incluyen el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo, la gestión del conocimiento y la innovación. Se trata de un concepto integral que busca generar un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las habilidades y capacidades del capital humano. Lograr un

desarrollo empresarial le brinda al empresario de una pequeña o mediana empresa la oportunidad de aprovechar las ventajas que se presentan en un entorno globalizado.

El plan administrativo emerge como una herramienta metodológica y sustancial para analizar, mejorar y adaptar las operaciones de una empresa a las demandas del mercado y a los cambios del entorno empresarial. López et al. (2019) en sus estudios destacan que, en la fase de administración, se establecen los fundamentos necesarios para convertir las áreas susceptibles de mejora en acciones concretas, lo que implica utilizar eficientemente los recursos disponibles y definir metas junto con las estrategias correspondientes para alcanzarlas. Por otra parte, Anghelia Gonzales et al. (2021) agregaron de los estudios de Junshan (2017) que la gestión administrativa implica una secuencia de acciones destinadas a movilizar diversos recursos disponibles con el propósito de alcanzar los objetivos de una institución.

Cabrera-Moncayo et al. (2024) sugieren que los lugares físicos y de consumo, como bares, restaurantes y cafeterías, son vitales para una ciudad por varias razones. Sirven como puntos de encuentro social, generan empleo, impulsan el turismo, diversifican la oferta cultural y contribuyen a la revitalización urbana. Su presencia fortalece la economía local y enriquece la vida comunitaria, haciéndolos elementos fundamentales en el desarrollo y la prosperidad de cualquier lugar. Por lo que Lozada-Pinta et al. (2020) afirman que, en la última década, Machala ha experimentado un notable avance, convirtiéndose en una de las localidades con mayor desarrollo gracias a las transformaciones implementadas por diversas administraciones. Este crecimiento ha generado un ambiente propicio para la atracción de inversiones por parte de pequeñas y medianas empresas.

Como señalan Gutiérrez-Aragón et al. (2022) quienes se basaron en varios estudios y consolidaron que las fluctuaciones en las preferencias de consumo son continuas y a menudo tienen impactos visibles y significativos en la sociedad. Por ende, Ocampo-Carrasco et al. (2021) evidenciaron la relevancia de identificar los factores que inciden en los clientes de una cafetería y los resultados de sus estudios se basaron en mejorar la calidad del servicio al cliente y aumentar aspectos como la honestidad y eficiencia entre los empleados de modo que perfeccione la percepción e imagen corporativa.

1.3 Estudio de mercado

Paz-Zhuño et al. (2022) destacaron de la investigación de (Guerra y Maridueña, 2019) que el estudio de mercado también implica examinar tanto el producto como al consumidor para confirmar que el producto sea efectivo y eficiente en su introducción. Una herramienta fundamental en este proceso es el seguimiento de la creación para entender las inversiones en marketing, ya sea en la marca misma o en su valor. Esto

significa que los planes o estrategias de mercadeo se basan en un estudio específico que se alinea con la misión, visión y objetivos establecidos.

Por otro lado, Astudillo-Reyes y Lugo (2022) revisaron el análisis de (Baca, 2010) en el cual manifestaron que el estudio de mercado implica identificar y medir tanto la demanda como la oferta, examinar los precios y estudiar la estrategia de comercialización. También resulta útil para desarrollar una política de precios adecuada, determinar la mejor manera de introducir el producto al mercado y evaluar la factibilidad de su implementación. El estudio de factibilidad amplía este tipo de investigación de mercado utilizando fuentes primarias y secundarias, detallando la tecnología a emplear, calculando los costos totales y evaluando la rentabilidad o factibilidad económica del proyecto. Este análisis sirve como base para que los inversionistas tomen decisiones informadas y obtengan rendimientos satisfactorios.

La realización de un estudio de mercado es un paso relevante para entender las dinámicas y demandas del mercado en el que una empresa o proyecto desea introducirse. Desde el punto de vista de Castro-Lema y Pico-Gutiérrez (2021) este proceso implica una serie de pasos estratégicos, entre ellos, la selección adecuada de las técnicas de recolección de datos que permitirán obtener información detallada y precisa. Estas técnicas son estrategias y acciones que permiten a los investigadores adquirir la información requerida para alcanzar sus objetivos de investigación.

Las herramientas que con más frecuencia se usan para la recopilación de datos se consideran la entrevista y encuesta ya que de acuerdo con Feria et al. (2020) Indagaron en los estudios de varios autores que, a veces, el investigador enfrenta la necesidad de obtener datos sobre el objeto de estudio inaccesibles mediante observación directa, ya que se relacionan con ideas, sentimientos, opiniones y valores subjetivos. En este contexto, la entrevista se define como un método empírico que se basa en la comunicación directa entre el investigador y el sujeto o sujetos de estudio. Su propósito es obtener respuestas verbales a las preguntas planteadas sobre el problema en cuestión.

La encuesta es un método estructurado para capturar información, lo cual puede influir en los datos recolectados y su aplicación es adecuada solo en ciertos contextos donde la información deseada está organizada dentro de la población objeto de estudio. Principalmente, la encuesta se utiliza para describir y contrastar hipótesis o modelos existentes; no es muy efectiva para generar nuevas ideas, teorías o hipótesis (Alvira, 2011). De este modo, Serrano-Elizalde et al. (2022) argumentan que la encuesta desempeña un papel integral en la metodología cuantitativa. En el contexto de la

investigación correlacional, constituye una herramienta que busca identificar la relación entre variables, pudiendo ser esta positiva, negativa o neutra.

Así mismo, Alvira (2011) agrega que la encuesta tiene la capacidad de recolectar una cantidad considerable de información de diversos casos o unidades de análisis, al menos posee ese potencial en comparación con otros métodos. En términos prácticos, el tiempo y el costo necesarios para llevar a cabo una encuesta pueden variar significativamente debido a la diversidad de procedimientos de campo disponibles. En general, se puede decir que el costo es elevado en comparación con otros métodos, mientras que el tiempo requerido suele ser moderado. También Sanchez-Pluas y Naula-Cepeda (2021) destacan que las encuestas permiten establecer la relevancia de las variables que se deben verificar durante la investigación.

Empleando las palabras de Gonzalo et al. (2023) una pregunta se caracteriza como cerrada cuando está diseñada para recibir una única respuesta específica, generalmente seleccionada de entre un conjunto limitado de opciones predeterminadas. Esta estructura ofrece mayor facilidad para el análisis de datos, ya que las respuestas se pueden clasificar y cuantificar de manera más sencilla. Las respuestas cerradas pueden presentarse en forma de opciones única, donde se permite al encuestado elegir una sola respuesta entre varias alternativas, o como opciones de elección múltiple, donde se pueden seleccionar varias respuestas.

Según García-Rodicio (2016) en el formato de elección múltiple se pueden utilizar argumentos lógicos y evidencia empírica. El proceso implica evocar la representación mental del texto, examinar una parte específica y extraer la información relevante de ella. Sin embargo, se puede argumentar que las opciones de respuesta en el formato de elección múltiple actúan como recordatorios o pistas que facilitan la activación y la revisión de la representación mental de manera más directa. Si esto fuera cierto, entonces el formato de elección múltiple resultaría menos desafiante para las personas y, por lo tanto, sería una medida de comprensión lectora algo menos precisa, ya que no refleja una comprensión pura sino una influenciada por la propia pregunta.

En el presente estudio, se utilizó una encuesta estructurada que incluía 8 preguntas cerradas y de opción múltiple. Este cuestionario fue diseñado y administrado a través de la plataforma Google Forms para garantizar su efectividad a 109 pobladores, del cantón Machala de la provincia de El Oro, cuya aplicación mediante el link correspondiente enviado a sus correos personales, a través de redes sociales y en su mayoría con visitas personalizadas para pedir su colaboración y facilitarles el dispositivo para que realicen la encuesta. Este enfoque metodológico permite una fácil recopilación y análisis de datos, lo que es determinante para obtener conclusiones respaldadas por

evidencia empírica. La importancia del estudio radica en su capacidad para informar sobre las preferencias y necesidades de las personas, lo que permite identificar tendencias y áreas de oportunidad.

Con los resultados obtenidos, se puede diseñar una estrategia de negocio más efectiva y ajustada a las expectativas del mercado objetivo. La representación de estos resultados a través de una tabla y un gráfico de barras facilita la visualización y comprensión de los datos. Por tanto, este estudio no solo contribuye al desarrollo del plan de negocios de una cafetería, sino que también representa un hito significativo en el proceso de formación académica del investigador.

Tabla 1. Resultados de la encuesta

PREGUNTAS	OPCIONES	N° DE RESPUESTAS	REPRESENTACIÓN GRÁFICA
Género	Femenino	55	
	Masculino	53	
	Prefiero no decirlo	1	
Edad	18-21 años	52	
	22-25 años	34	
	26-29 años	11	
	30 años en adelante	12	
¿Regularmente suele visitar lugares de consumo, como restaurantes, cafeterías o bares?	Si	85	
	No	5	
	Tal vez	19	
¿Con qué frecuencia visita cafeterías?	Diariamente	3	
	Semanalmente	30	
	Mensualmente	34	
	Rara vez	37	
¿Qué es lo más importante para usted al elegir una cafetería para visitar?	Calidad del café	48	
	Dulces y postres	41	
	Ambiente y decoración	46	
	Variedad de aperitivos y comestibles	38	
	Comodidad y espacio para trabajar o socializar	29	
	Precios accesibles	42	
	Proximidad a su ubicación	20	
¿Cuánto dinero aproximadamente gasta en promedio cada vez que sale a consumir en lugares como cafeterías, restaurantes, bares, etc.?	Menos de \$5	15	
	\$6 - \$10	51	
	\$11 - \$15	14	
	\$16 - \$20	15	
	Más de \$20	15	

¿Qué tipo de cafetería le gustaría visitar?	Café-Libro	23	████████
	Café-Bar	17	██████
	Ciber-Café	5	██
	Cafeterías en servicios de gasolinera	3	█
	Café-Restaurante	56	████████████████████
¿Qué servicios adicionales le gustaría disfrutar?	Eventos culturales o literarios	23	████████
	Zona de trabajo compartido	10	███
	Venta de libros y amplia selección de géneros literarios	19	██████
	Zona Wi-fi gratuita	52	████████████████████

CAPITULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Descripción del emprendimiento

Este emprendimiento nace con la idea de implementar un Café-Libro en la ciudad de Machala, sin embargo, los estudios realizados optaron por una dirección distinta a esta idea y según los resultados planteados se optó por la creación de un Café-Restaurante. Por lo que el presente proyecto establece una planeación de negocio para la creación de Jenn Coffee mediante la implantación de un lugar cómodo para que el cliente obtenga un servicio de calidad en base al consumo de diferentes postres y bebidas acompañados de una oferta gastronómica acorde a su gusto.

Para una cafetería que está en sus etapas iniciales, lo principal es ofrecer servicios de calidad que no solo satisfagan las necesidades de los clientes, sino que también agreguen valor a su experiencia. Entre los servicios más solicitados en los resultados obtenidos, se encuentra la provisión de una zona Wi-Fi gratuita. Reconociendo la importancia de la conectividad en la vida cotidiana y laboral de las personas, la cafetería se ha propuesto ofrecer una buena taza de café, deliciosa comida y ambiente acogedor donde los clientes puedan disfrutar de una conexión a Internet rápida y confiable sin ningún costo adicional.

2.2 Fundamentación gerencial del emprendimiento

Jenn Coffee será constituida como una Sociedad Anónima Simplificada, tendrá como misión: Brindar a los clientes una experiencia gastronómica excepcional al fusionar la pasión por el café con la excelencia culinaria en un ambiente acogedor y cómodo. Como visión: Ser reconocidos como el destino preferido para los amantes del café y la buena comida en Machala. Se regirá por valores de calidad, creatividad, compromiso con la satisfacción del cliente, integridad y responsabilidad social. Estos valores serán la base del negocio y guían todas las acciones y decisiones.

La sociedad detrás de Jenn Coffee S.A.S. es Jennifer Chero Chalén, quien va a liderar y gestionar el negocio con pasión y dedicación para asegurar que se cumplan los estándares de calidad y servicios establecidos. Además, como accionista Tonny David Guerra León quién aportará con el financiamiento del negocio. Como empresa Jenn Coffee S.A., se necesita trámites para obtener un Registro Único de Contribuyentes (RUC), cumpliendo con los requisitos fiscales y tributarios necesarios para operar legalmente como empresa en Ecuador.

Además, se debe cumplir con todos los requisitos legales y regulatorios necesarios para operar legalmente. El servicio incluye la preparación y venta de café y alimentos, priorizando la calidad, la higiene y la satisfacción del cliente en todo momento.

Para obtener el permiso municipal, es necesario contar con la respectiva patente, la cual incluye los siguientes requisitos para la obtención de patente municipal obligados a llevar contabilidad:

- Copia a color de cedula y certificado de votación del propietario o representante legal con carta de nombramiento notarizada.
- Copia actualizada de RUC con la dirección del local
- Copia actualizada de pago de predios urbanos o rurales de donde funciona el negocio
- Copia de contrato de arrendamiento.
- Certificado de establecimiento de RUC (en caso de tener varios establecimientos)
- Certificado de no adeudar al municipio actualizado del dueño del negocio
- Certificado de no adeudar al municipio actualizado del propietario del local
- Donde funciona el negocio
- Certificado de pago del cuerpo de bomberos
- Balance anual interno
- Declaración de impuestos a la renta
- Formulario 1,5 por mil (para quienes llevan contabilidad)
- Solicitud dirigida al alcalde “Renovación o por primera vez” (Hoja de línea)

Para obtener el certificado de cuerpo de bomberos, es necesario presentar una solicitud la cual incluye los siguientes requisitos:

- Copia de Cédula de Ciudadanía (Por primera vez)
- Copia del RUC/RIMPE -COMPLETO- es decir, la hoja del Registro Único de Contribuyentes MÁS la o las hojas del o los Certificados de Establecimientos Registrados (ABIERTOS – CERRADOS).
- Copia del Predio Urbano (ACTUALIZADO) y Contrato de arrendamiento.
- Solicitud de Inspección
- Informe de Inspección
- Copia de la Factura de la Recarga del Extintor

Para la obtención del permiso de salud pública y registro sanitario, se obtienen los siguientes requisitos para permisos de funcionamiento corroborados por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria:

1. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
2. Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (MINTUR)

Tipos de establecimientos

Categoría:14.7.1.1 Lujo Costo: \$331.20

Categoría:14.7.1.2 Primera Categoría Costo: \$276.00

Categoría:14.7.1.3 Segunda Categoría Costo: \$220.80

Categoría:14.7.1.4 Tercera Categoría Costo: \$110.40

Categoría:14.7.1.5 Cuarta Categoría Costo: \$55.20

2.3 Estructura organizacional y funcional

Una estructura organizacional bien diseñada es esencial para el rendimiento y sostenibilidad de cualquier empresa, ya que influye en su capacidad para adaptarse a los cambios del entorno, aprovechar oportunidades emergentes y gestionar eficazmente los recursos disponibles. Por ello, Ramírez et al. (2021) aseguran que la interacción grupal entre individuos es muy útil para fomentar la generación de ideas innovadoras y la formulación de propuestas que lleven a establecer una nueva estructura dentro y fuera de las organizaciones. Este proceso implica la introducción de herramientas y métodos que promuevan una adaptación fluida y una comunicación efectiva dentro de la estructura organizacional.

Robbins y Decenzo (2002) aportan que las personas son agrupadas en departamentos con el propósito de luego coordinar todas las partes involucradas. La organización sistemática resulta en la creación de una estructura organizativa esencial para establecer roles, responsabilidades y líneas de comunicación claras en la empresa. Un componente clave de esta estructura es el organigrama, una representación gráfica que muestra la jerarquía y la relación entre los diferentes departamentos, equipos y puestos de trabajo dentro de la organización.

Por lo que, Lirio (2018) establece que un organigrama es una representación visual simplificada de cómo está estructurada formalmente una empresa, institución u organización social. Permite ver de manera clara cómo están organizadas y relacionadas entre sí las diferentes partes. Consiste en un gráfico que muestra las unidades organizativas mediante rectángulos y sus relaciones de autoridad mediante líneas, y se le conoce comúnmente como "organigrama".

El organigrama de una cafetería es una representación visual que detalla la estructura organizativa del negocio, estableciendo las relaciones jerárquicas y funcionales entre

departamentos y empleados. Al trazar las líneas de autoridad y comunicación en la organización, el organigrama ofrece una guía valiosa para la gestión eficiente de recursos humanos y materiales y la coordinación efectiva de las actividades operativas y administrativas. En esta presentación, se detalla el organigrama diseñado específicamente para la cafetería propuesta, con el objetivo de ofrecer una visión completa y detallada de cómo se va a estructurar y operar el negocio para lograr el éxito y la satisfacción tanto de los empleados como de los clientes.

Figura 1. Organigrama de Jenn Coffee



Junta de Accionistas: es un órgano fundamental en la estructura de una empresa, especialmente en aquellas de tipo sociedades anónimas, Jara (2011) argumenta que es el encargado de tomar decisiones estratégicas, como la aprobación de presupuestos y estados financieros, el nombramiento y destitución de directivos, la distribución de dividendos, y el establecimiento de políticas corporativas. Además, vela por los intereses de los accionistas, supervisa la gestión de la empresa y garantiza el cumplimiento de las normativas legales y éticas.

Gerencia: En opinión de Freire et al. (2019) El CEO, también conocido como gerente general o representante legal en el contexto empresarial ecuatoriano, es el líder administrativo de la empresa con autoridad legal para la toma de decisiones estratégicas. Sus responsabilidades incluyen impulsar proyectos, buscar nuevas oportunidades de negocio, fomentar una cultura organizacional, liderar y orientar al equipo, y monitorear los indicadores clave de rendimiento. En esencia, el gerente dirige la empresa tanto en términos operativos como legales, estableciendo procesos estratégicos y garantizando su ejecución efectiva.

Departamento de administración y finanzas: Se encarga de gestionar los recursos financieros y administrativos para garantizar el buen funcionamiento y el éxito a largo plazo de la empresa. Dentro del organigrama se detallan las funciones que cumplirá este departamento el cual está enfocado en un contador y un encargado de marketing y promoción. El contador se encargará de garantizar el cumplimiento fiscal, mantener la organización financiera, ofrecer asesoramiento experto y contribuir a la toma de decisiones financieras informadas. Su trabajo es esencial para la salud y el éxito del negocio a largo plazo. Por otro lado, el encargado de marketing y promoción tiene el rol de posicionar la marca, generar demanda, conectar con el mercado y comunicar efectivamente los mensajes clave de la empresa.

Departamento de Producción: El departamento de producción debe garantizar la preparación y entrega de alimentos y bebidas de manera eficiente y con alta calidad, estará estructurado por cocineros, repostero y barista. También, supervisa la cocina, la barra y cualquier otra área relacionada con la producción de alimentos y bebidas. Se encarga de la elaboración de menús, control de inventario de ingredientes, coordinación del personal de cocina y cumplimiento de estándares de higiene y seguridad alimentaria.

Departamento de Ventas: El departamento de ventas se encarga de atraer y retener clientes, así como de aumentar las ventas de alimentos y bebidas. Este departamento desarrolla estrategias de marketing, promociona los productos del establecimiento, atiende a los clientes, toma pedidos y garantiza una experiencia positiva para los clientes. Su objetivo es impulsar el crecimiento del negocio y maximizar los ingresos a través de una atención al cliente excepcional y una efectiva gestión de ventas.

Los meseros desempeñan un rol relevante al ser la cara visible del servicio al cliente. Más allá de tomar pedidos y servir alimentos, son embajadores del establecimiento. Su atención amable, conocimiento del menú y capacidad para anticipar las necesidades de los clientes son esenciales para crear una experiencia positiva y memorable. Además,

actúan como un vínculo importante entre la cocina y los comensales, asegurando que los pedidos se entreguen correctamente y a tiempo.

Por otro lado, los cajeros son responsables de gestionar las transacciones financieras de manera eficiente y precisa. Desde cobrar por los productos y servicios hasta proporcionar cambio y procesar pagos con tarjeta, su trabajo es indispensable para mantener la fluidez del servicio. Además, mantienen registros precisos de las transacciones y pueden brindar asistencia adicional a los clientes con consultas sobre el menú o el proceso de pago. En conjunto, meseros y cajeros cumplen con un papel clave en garantizar la satisfacción del cliente y el éxito general del negocio.

CAPITULO III. MODELO DE NEGOCIO

3.1 Segmento de mercado

El segmento de mercado está direccionado para los habitantes locales, comerciantes del sector, estudiantes y profesionales debido a que la ubicación del emprendimiento estará en una zona comercial cerca del Colegio 9 de octubre y cuenta con la disponibilidad de un parqueadero público el cuál otorga más comodidad al cliente debido a que la zona es bien transitada.

3.2 Productos y servicios

Los productos para ofrecer están cualificados según el menú del emprendimiento

- Una variedad de café caliente.
- Tés de diferentes tipos
- Bebidas frías desde jugos naturales hasta refrescos y bebidas congeladas
- Una amplia selección de pasteles, postres, helados y otros dulces.
- Desayunos de platos típicos
- Almuerzos de platos ligeros.
- Meriendas con opciones saludables y también opciones más indulgentes como helados y batidos.

Los servicios están basados acorde al segmento de mercado y dirección del emprendimiento

- Servicio de mesa: Atención a los clientes en sus mesas, tomando pedidos y llevando la comida y bebida.
- Servicio para llevar: Atención a los clientes de pedir comida para llevar.
- Catering: Servicios de catering para eventos especiales, como reuniones corporativas, fiestas privadas, cumpleaños o eventos sociales.
- Entrega a domicilio: Servicio de delivery.
- Espacio cómodo y oportuno para estudiantes o profesionales que requieran disfrutar de un excelente servicio con zona Wi-fi gratuita y promociones eventuales para ellos.

3.3 Canales de comercialización

Para este punto se ha diseñado una estrategia integral de comercialización que abarca múltiples canales, incluyendo la atención en un local físico, alianzas con empresas de delivery y una sólida presencia en redes sociales. Con una combinación de enfoques,

la cafetería podrá llegar a un amplio target y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.

En el local físico, el equipo de la cafetería ofrecerá una experiencia única y personalizada, creando un ambiente cálido y acogedor que invitará a los clientes a relajarse y disfrutar de deliciosos platos y bebidas. Además, se busca establecer alianzas estratégicas con reconocidas empresas de delivery para llevar la misma calidad y calidez de sus productos directamente a la puerta de los clientes, brindando comodidad y accesibilidad.

Además de estas iniciativas, se debe desarrollar una sólida presencia en redes sociales, donde se podrá compartir contenido relevante y atractivo, interacción con los clientes y promoción de los productos y eventos especiales. A través de plataformas como Instagram, Facebook, Twitter y TikTok, el cual mantendrá a los seguidores informados sobre las últimas novedades, promociones y ofertas especiales, creando una comunidad en línea consistente y participativa.

3.4 Relaciones con los clientes

- Para fidelización del cliente se implementará la creación de una base de datos para resguardar la información y aplicar promociones para fechas especiales o recordatorios de cumpleaños.
- Espacio de estudio para estudiantes y profesionales que presenten carné estudiantil o cédula y consuman \$5 en adelante.
- Cronómetro de suerte: para clientes que detengan el tiempo en x segundos recompensa de cuenta gratis.
- Para la creación de la base de datos es necesario implementar un software que recopile la información necesaria de todos los clientes.

3.5 Fuentes de ingreso

Para el funcionamiento del negocio se prevé:

Venta de Café, Té y Otras Bebidas: Jenn Coffe se especializará en la venta de una amplia variedad de bebidas, desde café recién preparado hasta té de alta calidad y otras bebidas refrescantes. La carta de bebidas se adapta a diferentes gustos y preferencias, ofreciendo opciones tanto para los amantes del café como para los aficionados al té y otras bebidas no alcohólicas. Además, se pueden incluir opciones especiales, como batidos, shake y jugos naturales, para satisfacer las necesidades de una clientela amplia.

Venta de Alimentos: El negocio también se enfocará en la venta de alimentos, ofreciendo una selección variada de opciones para desayunos, almuerzos, meriendas y cenas. Desde opciones ligeras y saludables hasta platos más sustanciosos y reconfortantes, la carta de alimentos está diseñada para satisfacer los diferentes gustos y preferencias de los clientes. Se pueden incluir opciones vegetarianas, veganas y sin gluten para atender a una amplia gama de necesidades dietéticas.

Venta de Dulces y Postres: Además de las comidas principales, el café-restaurante ofrecerá una irresistible selección de dulces y postres. Desde pasteles y tartas caseras hasta Chesscake y Waffles recién preparados, estos productos endulzan la experiencia gastronómica de los clientes y complementan perfectamente una taza de café o té. La variedad de dulces y postres puede variar según la temporada y la disponibilidad de ingredientes frescos y de calidad.

Alquiler o Reservación de Espacios para Eventos Privados o Reuniones: La versatilidad del espacio permite que la cafetería se convierta en el lugar ideal para la celebración de eventos privados y reuniones. Desde fiestas de cumpleaños y reuniones familiares hasta eventos corporativos o privados, el establecimiento ofrece la opción de alquilar o reservar espacios exclusivos para garantizar la comodidad y privacidad de los clientes. Se pueden proporcionar servicios adicionales, como catering personalizado y decoración temática, para crear una experiencia única y memorable para los asistentes al evento.

Estas diversas fuentes de ingresos permiten que el café-restaurante se mantenga relevante y rentable en el competitivo mercado gastronómico, ofreciendo una experiencia culinaria excepcional y servicios personalizados que satisfacen las necesidades y expectativas de sus clientes.

Tabla 2. Menú Jenn Coffee

Desayunos Disponibles de 8h00 a 11h00 am	
Platos Típicos	\$ 3,71
<ul style="list-style-type: none"> • Plato Fit: Pan tostado con aguacate y huevo, acompañado de tocino y bebida a elegir. 	\$ 3,25
<ul style="list-style-type: none"> • Plato Orense: Tigrillo acompañado de bistec de carne, café o leche y jugo 	\$ 3,50

<ul style="list-style-type: none"> • Plato Zarumeño: Bolón de verde (maní, queso, tocino, chicharrón o mixto) acompañado de bistec de carne, huevo frito, café o leche y jugo. 	\$	3,50
<ul style="list-style-type: none"> • Plato Continental: Tostadas francesas acompañadas de huevo revuelto, jamón, café o leche y jugo. 	\$	4,00
<ul style="list-style-type: none"> • Plato Light: Huevos poché acompañados de tortilla de guineo, aguacate y tomate, café y jugo sin azúcar. 	\$	4,00
<ul style="list-style-type: none"> • Plato Guayaco: Guatita con ensalada de aguacate y maduro frito, café o leche y jugo. 	\$	4,00

Adicionales	\$	1,98	Sopas y Platos Principales Disponibles a partir de las 12h00 pm	\$	3,78
• Porción de Patacones	\$	2,00	• Sopa de Pollo	\$	2,50
• Empanadas de verde con queso	\$	2,00	• Sopa de Legumbres	\$	3,00
• Empanadas de verde con carne	\$	2,50	• Pollo Apanado	\$	3,50
• Empanadas de harina con queso	\$	1,50	• Carne Apanada	\$	3,50
• Empanadas de harina con pollo	\$	1,75	• Lomito Saltado	\$	4,00
• Humita	\$	1,50	• Tallarín Saltado de Pollo o Carne	\$	4,00
• Tamal	\$	1,50	• Spaghetti a la Carbonara	\$	4,50
• Quimbolitos	\$	1,50	• Lasaña	\$	4,50
• Tortilla de guineo verde con queso	\$	2,50	• Salmón Cítrico	\$	4,50
• Tortilla de yuca con queso	\$	2,50			
• Sanduches	\$	2,50			
Waffles	\$	3,45	Postres	\$	2,65
• Nutella con banano y frutilla	\$	3,50	• Chessecake de mora, frutilla y maracuyá	\$	3,00

• Nutella y oreo	\$ 3,75	• Dulce de tres leches	\$ 3,25
• Leche condensada, banano o frutilla	\$ 3,50	• Tiramisú	\$ 2,50
• Brownie y manjar	\$ 3,50	• Torta mojada de vainilla o chocolate con manjar	\$ 2,50
• Clásico con miel	\$ 3,00	• Queso de leche	\$ 2,00
Bebidas calientes	\$ 3,00	Bebidas Frías	\$ 3,08
• Té de frutas naturales	\$ 2,00	• Batidos	\$ 2,00
• Café americano	\$ 3,00	• Chocolate frío	\$ 3,00
• Café latte	\$ 3,00	• Frapuchino	\$ 2,50
• Capuchino	\$ 3,00	• Jugos	\$ 2,00
• Capuchino expreso	\$ 3,00	• Milkshake Capuchino	\$ 3,75
• Chocolate caliente	\$ 2,50	• Milkshake Simple	\$ 4,00
• Chocolate light	\$ 3,00	• Mocca Milkshake	\$ 3,50
• Expreso	\$ 3,50	• Matcha latte frío	\$ 3,50
• Mocachino	\$ 3,50	• Shake de menta	\$ 3,50
• Matcha latte	\$ 3,50	• Té Helado	\$ 3,00

Tabla 3. Proyección diaria, mensual y anual

JENN COFFEE					
Producto	Precio producto	Costo del servicio en dólares			
		Cantidad diaria	Total de producción diaria	Total de producción mensual	Total de producción anual
Desayunos (Platos Típicos)	\$ 3,71	20	\$ 74,17	\$ 1.780,00	\$ 21.360,00
Sopas y Platos principales	\$ 3,78	20	\$ 75,56	\$ 1.813,33	\$ 21.760,00
Adicionales	\$ 1,98	15	\$ 29,66	\$ 711,82	\$ 8.541,82
Postres	\$ 2,65	20	\$ 53,00	\$ 1.272,00	\$ 15.264,00
Waffles	\$ 3,45	20	\$ 69,00	\$ 1.656,00	\$ 19.872,00
Bebidas Calientes	\$ 3,00	40	\$ 120,00	\$ 2.880,00	\$ 34.560,00
Bebidas Frías	\$ 3,08	40	\$ 123,00	\$ 2.952,00	\$ 35.424,00
TOTAL	\$ 21,64	175	\$ 544,38	\$ 13.065,15	\$ 156.781,82

3.6 Calidad

Para el manejo y manipulación de alimentos conforme a la Resolución del ARCSA destinada a alimentos para regímenes especiales, es fundamental adherirse a estándares rigurosos que aseguren la seguridad alimentaria y la calidad. La certificación de buenas prácticas de manufactura (BPM) es crucial en este proceso, ya que garantiza que los aspectos de la producción, desde la recepción de materias primas hasta la distribución final, se realizan bajo condiciones controladas y óptimas.

Según Órgano de la República del Ecuador (2021) Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son un conjunto de medidas preventivas y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, maquila, envasado, almacenamiento y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan así los riesgos potenciales o peligrosos para su inocuidad.

En primer lugar, las BPM aseguran que las instalaciones estén diseñadas de manera que se minimice el riesgo de contaminación cruzada y se facilite la limpieza y desinfección efectivas. Además, la certificación BPM implica implementar procedimientos estandarizados para producir y manipular alimentos, incluyendo el control de temperatura, la higiene personal y la documentación adecuada de registros. Estos controles son fundamentales para garantizar la trazabilidad de los productos y facilitar una respuesta rápida ante cualquier incidente relacionado con la seguridad alimentaria.

Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura. - Documento expedido por los Organismos de Inspección acreditados, al establecimiento que cumple con todas las disposiciones establecidas en la normativa técnica sanitaria respectiva. Certificado de Notificación Sanitaria. Documento oficial emitido por la ARCSA que indica que el producto en el territorio nacional o en el exterior cumple con condiciones de calidad, seguridad e inocuidad; con todas las disposiciones establecidas en esta normativa técnica sanitaria y que su venta está autorizada legalmente en territorio nacional.

Según lo estipulado en el Art. 27.- En caso de que los establecimientos cuenten con certificado vigente de Buenas Prácticas de Manufactura registrado en la ARCSA; no requieren obtener permiso de funcionamiento ni obtener notificación sanitaria, pero deberán inscribir sus productos, nacionales y extranjeros, a través del sistema informático que la Agencia establezca para el efecto, con costo cero.

3.7 Activos para el funcionamiento

Tabla 4. Matriz de descripción de Propiedades, planta y equipos

Ord. -	Descripción de Propiedad, planta y equipos	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Electrodomésticos y Mini electrodomésticos				\$6.703,89
1.-	Congelador 288 Litros WATSON	2	\$386,80	\$773,60
2.-	Vitrina 316 LT MABE	1	\$670,86	\$670,86
3.-	Aire acondicionado SPLIT ASI-365A 36B ON/OFF INDURAMA ASI-365A Indurama	2	\$729,57	1459,14
4.-	Cocina Industrial Genérica De 6 Quemadores A Gas	2	\$627,00	\$1.254,00
5.-	Microondas INDURAMA CROMA	1	\$185,64	\$185,64
6.-	Refrigeradora INDURAMA 277L AVANT PLUS Con dispensador	1	\$518,00	\$518,00
7.-	Horno Industrial	1	\$300	\$300,00
8.-	Cafetera Hamilton Beach 40715 P8776 1.8 Litros Expreso y Capuchino Color Negro	1	\$162,84	\$162,84
9.-	Dispensador de Hielo y Agua caliente y fría Starsonic HZB-22BF P8822 20 Litros Color Silver	1	\$270,25	\$270,25
10.-	Extractor de Jugos Echef Pro P8885 700 Watts Color Plata	2	\$78,35	\$156,70
11.-	Freidora de Aire Indurama AFI-3.5 P8747 3.5 Litros Color Negro	2	\$91,38	\$182,76

12.-	Batidora Eléctrica de Pedestal Warenaus P8769 6 Velocidades Color Negro Inox	2	\$56,06	\$112,12
13.-	Licadora Oster BLST4655 1.25 Litros 700 Watts 3 Velocidades Color Silver	2	\$138,94	\$277,88
14.-	Batidora de Inmersión Black & Decker BD-HB2400B P8786 2 Velocidades 200 Watts Color Negro	1	\$28,20	\$28,20
15.-	Sanduchera Oster CKSTPA2880013 4 Rebanadas Antiadherente Color Silver	2	\$85,50	\$171,00
16.-	Waflera Chefman RJ04AO4REDV2 P8786 700 Watts Antiadherente Color Rojo	2	\$80,28	\$160,56
17.-	Tostadora Scotland Star SS-TS40 P8918 2 Rebanadas 800 Watts Color Inox	1	\$20,34	\$20,34
Utensilios de cocina				\$1.472,65
1.-	Cuchillo Home Elements HE1050 P8798 6.5" Diseño Ergonómico Color Negro	4	\$3,21	\$12,84
2.-	Set de Ollas Umco Brilliance 7559 P8923 8 Piezas Color Gris	3	\$63,42	\$190,26
3.-	Sartén Warenaus Armonia P8769 28cm Color Rojo	3	\$9,41	\$28,23
4.-	Sartén de Inducción Warenaus Infinito P8769 28cm Tapa Color Negro	2	\$27,45	\$54,90
5.-	Paellera de Inducción Warenaus P8769 28cm Color Negro	2	\$19,43	\$38,86
6.-	Tanque De Gas Industrial 0.454 M3 (remanufacturado) (Reacondicionado)	3	\$250	\$750,00
7.-	Cucharón Home Elements HE1097 P8798 Nylon Color Violeta	2	\$2,38	\$4,76
8.-	Set de Copas 22400352 P8903 12 Unidades Color Rojo	5	\$20,56	\$102,80
9.-	Juego De Taza Con Plato 12piezas Porcelana Vitrificada	10	\$14	\$140,00
10.-	Set de vasos para batidos 12 piezas	10	\$12	\$120,00
11.-	Juego De Cubiertos Tramontina Acero Inoxidable 54 piezas	1	\$30	\$30,00
Equipos electrónicos				\$2.218,64
1.-	All in one HP Intel Core i5 10ma, 8gb, 1tb +16GB, 24" FHD touch	1	\$1.191,00	\$1.191,00
2.-	IMPRESORA EPSON L4260 MULTIFUNCIÓN REEMPLAZO DE L4160	1	\$295,00	\$295,00
3.-	UPS Forza de 500VA (voltios)	1	\$59,00	\$59,00

4.-	Tablet Lenovo TB-350XU P8776 11.5" 6GB RAM 128GB Memoria Interna Color Plateado	1	\$628,19	\$628,19
5.-	Molde para Muffins Umco Masterchef P8923 12 Espacios Aluminio Color Cobre	2	\$6,70	\$13,40
6.-	Molde Cuadrado Umco Masterchef P8923 22cm 1.5 Litros Antiadherente Color Cobre	5	\$6,41	\$32,05
Activos Intangibles				\$3.795,20
1.-	Software de negocio Sistema TISoft con todos los módulos implementados	1	\$3.500,00	\$3.500,00
2.-	Patente municipal	1	\$16,00	\$16,00
3.-	Permiso cuerpo de bomberos	1	\$18,40	\$18,40
4.-	Permiso de salud e higiene pública	1	\$221	\$220,80
5.-	Servicio de Internet (módem)	1	\$40	\$40,00
Utensilios de limpieza				\$139,00
1.-	Escoba y recogedor	2	\$20	\$40,00
2.-	Trapo de piso para derrames	5	\$5	\$25,00
3.-	Cubeta de limpieza para transportar agua y detergentes	2	\$15	\$30,00
4.-	Bayetas de microfibra	5	\$4	\$20,00
5.-	Limpiavidrios para ventanas y espejos	2	\$5	\$10,00
7.-	Cepillo de cerdas duras	4	\$4	\$14,00
Muebles				\$5.280,27
1.-	Volcora Cajón electrónico de caja registradora de 13 pulgadas para sistema de punto de venta (POS) con bandeja de efectivo de 4 billetes y 5 monedas, compartimento extraíble para monedas	1	\$39,95	\$39,95
2.-	Juego de mesas y sillas para cafetería, asientos cabina.	4	\$420	\$1.680,00
3.-	Butaca Tapizado Antara	8	\$150,49	\$1.203,92
4.-	Mesa de Comedor Cuadrada Valencia Bi Color Imbuia	2	\$154,00	\$308,00
5.-	Combo Comedor Marcela Bi Color	2	\$554,00	\$1.108,00
6.-	Vitrina en melanina y vidrio	2	\$200	\$400,00
7.-	Puertas de vidrio templado	1	\$160	\$160,00
8.-	Inodoro Ego alargado	2	\$130	\$260,00
9.-	Lavamanos	2	\$47	\$94,00
10.-	Tetera Besinhoff ES20447 P8755 4 Litros Color Acero Inoxidable	2	\$13,20	\$26,40

TOTAL	\$19.609,65
--------------	-------------

3.8 Actividades del negocio

Nivel de Gobierno Corporativo: Junta de Accionistas

Los socios aportan experiencia y conocimientos específicos al negocio. Supervisan las operaciones y la dirección estratégica de la empresa, proporcionando orientación y tomando decisiones importantes, como la elección y evaluación del gerente general y la aprobación de grandes proyectos de inversión.

Nivel Directivo: Gerente General

Planificar:

- El Gerente General desarrolla estrategias y objetivos a largo plazo, como la expansión del negocio, la mejora de la rentabilidad y la captación de nuevos clientes.
- Diseña la estructura organizativa del establecimiento, asignando roles y responsabilidades específicas a los miembros del equipo para garantizar una operación eficiente y efectiva.
- También se encarga de la planificación financiera, asegurándose de que se establezcan presupuestos adecuados para cada departamento y actividad del restaurante.

Organizar:

- Organiza todas las operaciones diarias del negocio, desde la gestión del personal hasta la coordinación de proveedores y la logística de inventarios.
- Establece procedimientos y políticas internas que promuevan la eficiencia y la calidad en todas las áreas de la empresa.
- Garantiza que los recursos humanos y materiales estén disponibles y sean adecuados para satisfacer las necesidades operativas y las expectativas de los clientes.

Dirigir:

- Como líder del equipo, proporciona dirección y orientación a todos los empleados, motivándolos para alcanzar los objetivos de la cafetería.

- Supervisa de cerca la ejecución de las estrategias de marketing y ventas, asegurándose de que se implementen correctamente para atraer y retener clientes.
- Fomenta un ambiente de trabajo positivo y colaborativo, fomentando la comunicación abierta y la resolución efectiva de problemas dentro del equipo.

Controlar:

- Implementa sistemas de control para monitorear el desempeño del restaurante en términos de calidad del servicio, cumplimiento de estándares y satisfacción del cliente.
- Evalúa regularmente los resultados financieros y operativos del restaurante, comparándolos con los objetivos establecidos y tomando medidas correctivas cuando sea necesario.
- Se asegura de que se cumplan todas las normativas legales y fiscales pertinentes, trabajando en colaboración con los departamentos correspondientes y asegurándose de que se mantenga la ética en todas las prácticas comerciales.

Nivel Operativo:

Departamento de Administración y Finanzas: Contador

- Garantiza que la contabilidad del restaurante cumpla con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).
- Registra todas las transacciones financieras diarias del restaurante, como ventas, compras de alimentos y bebidas, gastos operativos, pagos a proveedores, etc.
- Mantiene un sistema contable organizado y actualizado para asegurar la precisión de los registros financieros.
- Elabora estados financieros periódicos como el balance general, el estado de resultados, y el estado de flujo de efectivo.
- Analiza e interpreta los estados financieros para proporcionar información útil a la gerencia sobre la situación financiera del restaurante.
- Prepara y presenta declaraciones de impuestos como el IVA, impuestos sobre la renta u otros impuestos locales aplicables.
- Se mantiene actualizado con las normativas fiscales y legales relevantes para asegurar el cumplimiento normativo del restaurante.

- Prepara informes financieros y análisis para la gerencia y los propietarios, proporcionando recomendaciones estratégicas basadas en los resultados financieros.
- Colabora en la elaboración y seguimiento de presupuestos operativos y financieros del restaurante.
- Controla los costos operativos, como alimentos y bebidas, mano de obra, suministros, etc., para mantenerlos dentro de los límites presupuestarios establecidos.

Encargado de Marketing y Publicidad

- Desarrolla estrategias de marketing para promover el restaurante y atraer clientes nuevos y recurrentes.
- Gestiona las campañas de publicidad en medios tradicionales y digitales, como redes sociales, sitios web, y anuncios impresos.
- Organiza eventos promocionales y colabora con socios locales para aumentar la visibilidad del restaurante en la comunidad.
- Analiza métricas de marketing para evaluar el rendimiento de las campañas y ajustar estrategias según sea necesario.
- Se encarga de la base de datos que resguarda la información de los clientes y aplica promociones o recordatorios de cumpleaños.

Departamento de Producción:

Cocinero

- Prepara y cocina los platillos del menú del restaurante siguiendo las recetas y estándares establecidos.
- Coordina con otros miembros del equipo de cocina para asegurar la eficiencia y calidad de los alimentos servidos.
- Asegura el cumplimiento de las normas de higiene alimentaria y seguridad en la cocina.
- Puede participar en la creación y desarrollo de nuevos platillos según las tendencias y preferencias de los clientes.
- Cumplir con las disposiciones dadas por el ARCSA en el capítulo III, referente a que todo manipulador de alimentos deberá cumplir las siguientes normas higiénico-sanitario para la preparación de los alimentos:
 - a) Lavarse las manos con agua potable y jabón antes, durante y después de la manipulación de los alimentos;

- b) No toser ni estornudar sobre los alimentos;
- c) No fumar durante la manipulación y venta;
- d) Cuando presente heridas o afecciones cutáneas o alguna enfermedad infecto-contagiosa no deberá manipular alimentos;
- e) No deberá manipular alimentos y dinero en forma conjunta;
- f) Al probar los alimentos no debe introducir el utensilio utilizado en la preparación sin lavarlo previamente.

Repostero

- Elabora y decora postres y pasteles siguiendo las recetas y estándares del restaurante.
- Mantiene la presentación atractiva y la calidad de los productos de repostería.
- Participa en la creación de nuevos productos y se asegura de la disponibilidad y frescura de los postres en exhibición.
- Colabora con el chef y el equipo de cocina para asegurar la coordinación y eficiencia en la preparación de los pedidos.

Barista

- Prepara y sirve bebidas a base de café como expreso, cappuccino, latte, entre otras, siguiendo recetas específicas.
- Maneja y da el mantenimiento adecuado a los equipos de café, como máquinas de expreso y molinillos, para garantizar la calidad y consistencia de las bebidas.
- Atiende a los clientes en el área de servicio, tomando pedidos de café y otras bebidas personalizadas según las preferencias del cliente.
- Puede ofrecer recomendaciones sobre diferentes tipos de café y métodos de preparación disponibles en el menú.

Departamento de Ventas

Mesero

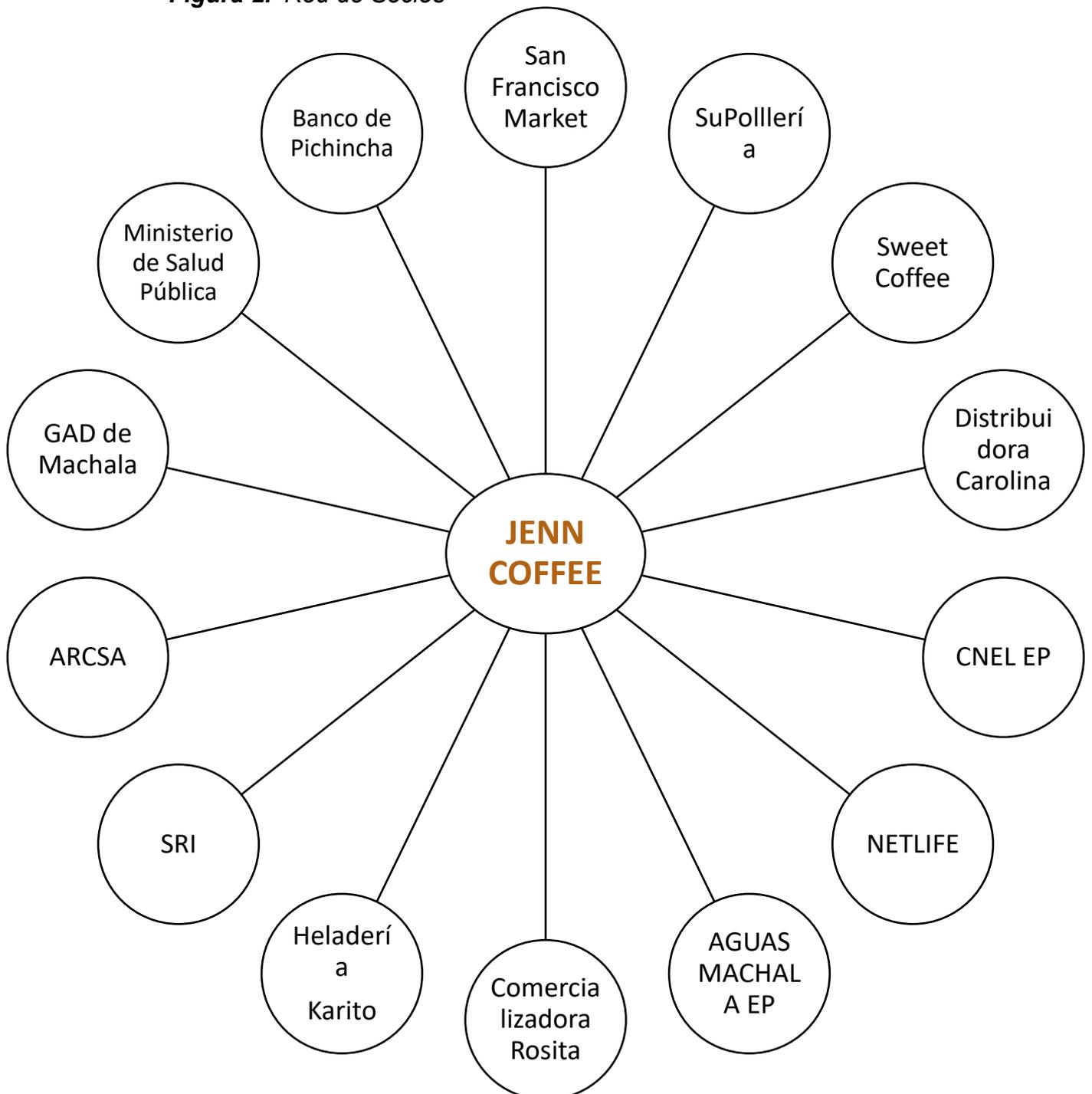
- Atiende a los clientes en el área la cafetería y de comedor, tomando pedidos de alimentos y bebidas y asegurándose de que se sirvan correctamente.
- Proporciona información sobre el menú, ofrece recomendaciones y responde preguntas de los clientes.
- Asegura que los pedidos sean entregados a tiempo y de acuerdo con las preferencias de los clientes.
- Mantiene el área limpia y organizada, y se asegura de que los clientes tengan una experiencia agradable y satisfactoria.

Cajero

- Maneja transacciones financieras en la caja registradora, cobrando a los clientes por los productos y servicios comprados.
- Procesa pagos en efectivo, tarjetas de crédito/débito y otros métodos de pago aceptados por el restaurante.
- Emite recibos y asegura la precisión en el registro de las transacciones realizadas.
- Atiende consultas de los clientes relacionados con pagos y asiste en la resolución de problemas relacionados con transacciones financieras.

3.9 Red de socios

Figura 2. Red de Socios



Distribuidora Carolina: Comercializadora de lácteos y huevos.

San Francisco Market: Supermercado, variedad de productos.

SuPollería: Venta de Cárnicos.

Sweet Coffee: Venta de Café.

CNEL EP: Empresa que suministra energía eléctrica.

Netlife: Distribuidor de internet.

Aguas Machala EP: Empresa que suministra agua potable.

Comercializadora "Rosita": Comercialización y venta de frutas y legumbres.

Heladería "KARITO": Comercialización y Venta de Helados.

SRI: Institución que regula la política tributaria.

ARCSA: Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.

GAD de Machala: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Machala, que emite permisos de funcionamiento.

Ministerio de Salud Pública: encargado de ejercer la rectoría, regulación, planificación, coordinación, control y gestión de la salud pública ecuatoriana.

3.10 Estructura de costos

Tabla 5. Costos de mano de obra

ESTRUCTURA DE COSTOS								
MANO DE OBRA								
N°	DETALLE	REMUNERACIÓN	XIIIS TI/12	XIVS SBU/12	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	TOTAL DE MANO DE OBRA
1	COCINERO	\$500,00	\$41,67	\$33,33	\$20,83	\$41,65	\$55,75	\$693,23
2	REPOSTERO	\$500,00	\$41,67	\$33,33	\$20,83	\$41,65	\$55,75	\$693,23
3	BARISTA	\$460,00	\$38,33	\$33,33	\$19,17	\$38,32	\$51,29	\$640,44
4	MESERO	\$460,00	\$38,33	\$33,33	\$19,17	\$38,32	\$51,29	\$640,44
							TOTAL	\$ 2.667,35
							PRODUCCIÓN MENSUAL	4200
							COSTO DE MANO DE OBRA	\$ 0,64

Tabla 6. Costos de materia prima

MATERIA PRIMA								
<i>ITEM</i>	<i>DETALLE</i>	<i>COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN</i>	<i>CANTIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA</i>	<i>COSTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL</i>	<i>COSTOS INDIRECTOS Y DE SERVICIOS</i>	<i>COSTO DE MANO DE OBRA</i>	<i>GANANCIA</i>	<i>PRECIO DE VENTA PROMEDIO</i>
1	Desayunos (Platos Típicos)	\$1,92	20	\$920,64	\$0,043	\$0,64	\$1,11	\$3,71
2	Sopas y Platos principales	\$1,97	20	\$943,97	\$0,043	\$0,64	\$1,13	\$3,78
3	Adicionales	\$0,90	15	\$325,44	\$0,043	\$0,64	\$0,40	\$1,98
4	Postres	\$1,18	20	\$565,04	\$0,043	\$0,64	\$0,80	\$2,65
5	Waffles	\$1,74	20	\$833,84	\$0,043	\$0,64	\$1,04	\$3,45
6	Bebidas Calientes	\$1,42	40	\$1.365,28	\$0,043	\$0,64	\$0,90	\$3,00
7	Bebidas Frías	\$1,47	40	\$1.415,68	\$0,043	\$0,64	\$0,92	\$3,08
TOTAL		\$10,60	175	\$6.369,90	\$0,30	\$4,45	\$6,29	\$21,64

Tabla 7. Costos indirectos por producto

COSTOS INDIRECTOS POR PRODUCTO	
AZÚCAR	\$ 0,004
SAL	\$ 0,001
PIMIENTA	\$ 0,001
ACEITE	\$ 0,001
GAS	\$ 0,003
TOTAL	\$ 0,010
COSTOS DE SERVICIOS BÁSICOS POR PRODUCTO	
LUZ	\$ 0,017
AGUA	\$ 0,006
ALCANTARILLADO	\$ 0,0011
INTERNET	\$ 0,01
TOTAL	\$ 0,033

A continuación, se detallan los costos de servicios básicos como energía eléctrica, consumo de agua e internet, para mayor seguridad en el cálculo de costos:

Tabla 8. Costos de servicios básicos

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA	
DETALLE DE ACTIVOS QUE CONSUMEN ENERGÍA ELÉCTRICA	KILOVATIO DE ENERGÍA EN EL MES
Congelador	125
Aire acondicionado	250
Refrigeradora	85
Cafetera	36
Dispensador	45
Extractor	15
Freidora	15
Batidora	15
Licuadora	15
Sanduchera waflera y tostadora	45
Adicional	15
TOTAL	661
COSTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA POR RANGO	
1 - 50 kWh	4,55
51 - 100 kWh	4,65
101 - 150 kWh	4,75
151 - 200 kWh	4,85
201 - 250 kWh	4,95
251 - 300 kWh	5,05
301 - 350 kWh	5,15
351 - 500 kWh	15,75
501 - 700 kWh	20,69
COSTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA	70,39
CONSUMO DE AGUA	
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA
50000	LITROS
POR CADA:	
1000	LITROS
COSTO DE CONSUMO DE AGUA	
EL COSTO ES DE:	
\$0,47	
\$23,5	
ALCANTARILLADO	
20% CONSUMO DE AGUA	\$4,7
INTERNET	
PLAN MENSUAL	\$40
TOTAL DE COSTOS DE SERVICIOS BÁSICOS	\$138,59

Tabla 9. Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS				
CANTIDAD	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	AZÚCAR	KILO	\$1,00	\$1,00
1	SAL	KILO	\$1,00	\$1,00
1	PIMIENTA	KILO	\$0,75	\$0,75
1	ACEITE	LITRO	\$1,00	\$1,00
2	GAS	CILINDROS	\$3,00	\$3,00
			TOTAL	\$6,75

Tabla 10. Costos fijos

COSTOS FIJOS		
ITEM	DETALLE	COSTO UNITARIO
1	ARRIENDO	\$500,00
2	PUBLICIDAD	\$100,00
3	SERVICIOS BÁSICOS	\$138,59
TOTAL		\$738,59

Tabla 11. Resumen de costos

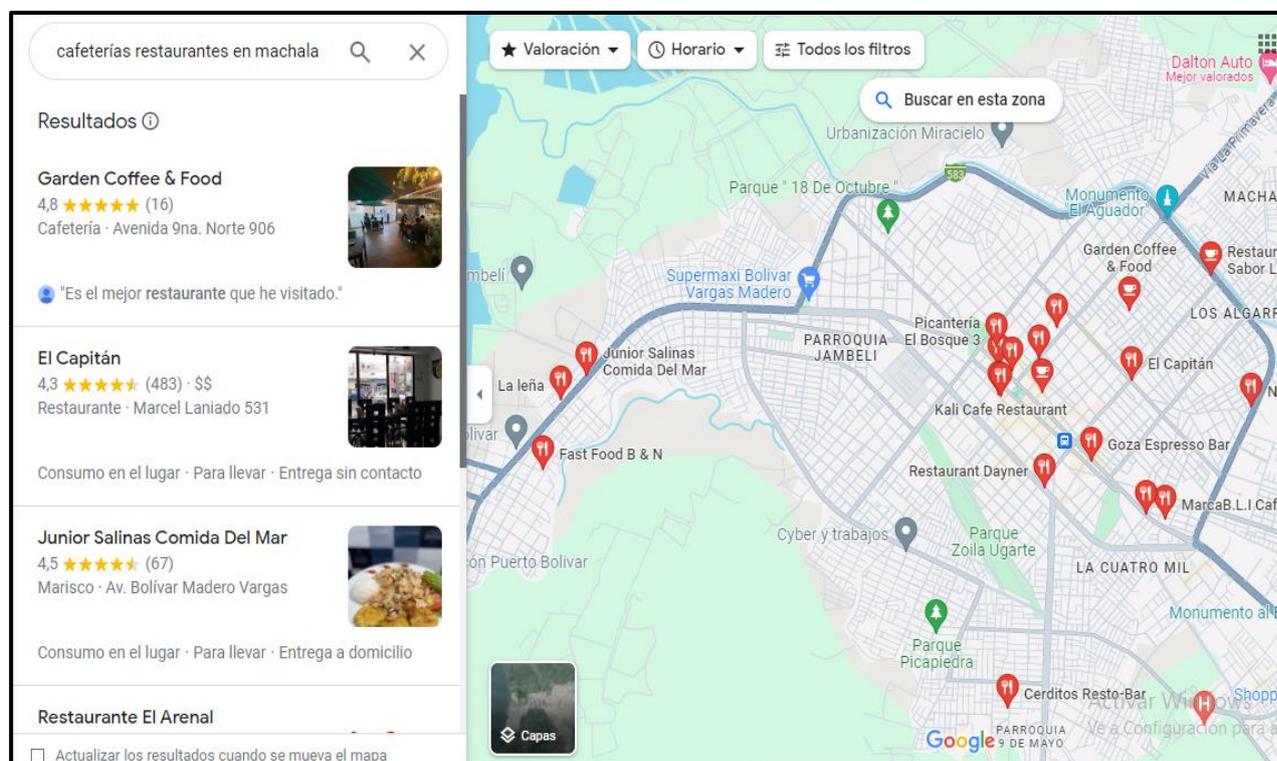
RESUMEN	COSTOS POR MES
MANO DE OBRA	\$2.667,35
MATERIA PRIMA	\$6.369,90
COSTOS INDIRECTOS	\$ 162,00
COSTOS FIJOS	\$ 738,59
TOTAL	\$9.937,84

CAPITULO IV. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

4.1 Factibilidad técnica

Fernández (2010) menciona que en esta fase se profundizan aún más los análisis, buscando obtener información directamente de las fuentes principales. En este nivel, se completa exhaustivamente el estudio de factibilidad, mejorando el procesamiento y análisis de encuestas, estudios de población, determinación exacta de la ubicación con análisis de terrenos y aspectos legales, elaboración detallada de anteproyectos de construcción y sus costos, evaluación de impacto ambiental, identificación de posibles fuentes de financiamiento y sus respectivos costos. De esta manera, los habitantes de la ciudad de Machala tienen acceso a varios establecimientos de cafeterías y restaurantes del sector, para poder degustar los platos tradicionales de la ciudad.

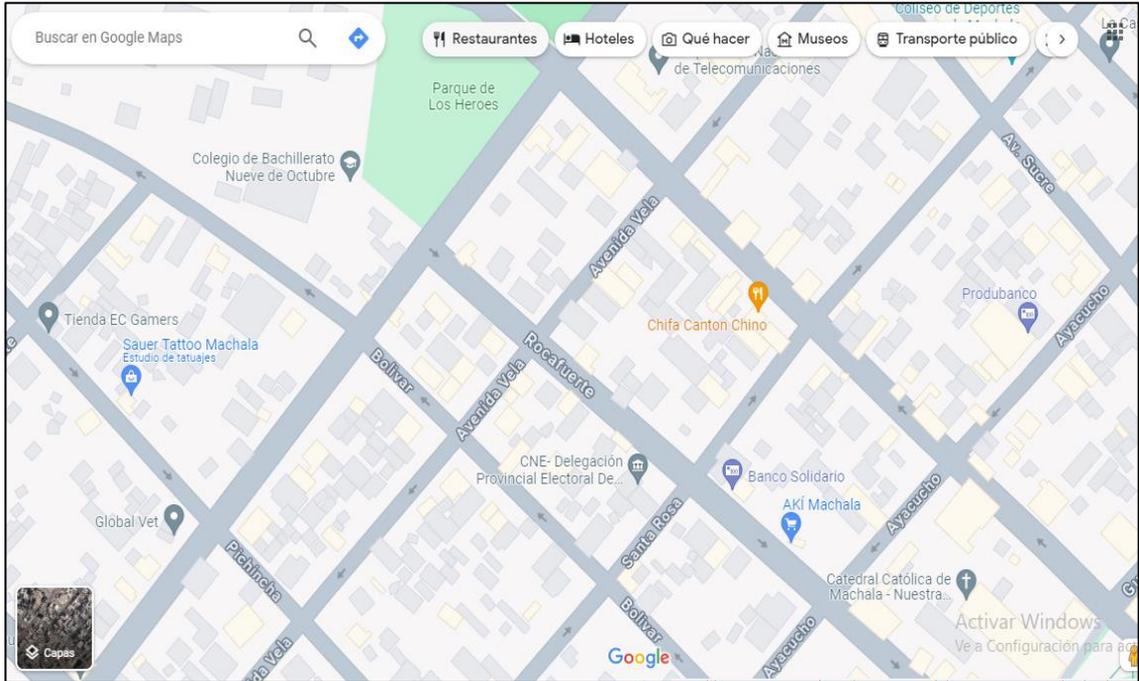
Figura 3. Cafeterías y restaurantes de la ciudad



Localización del negocio

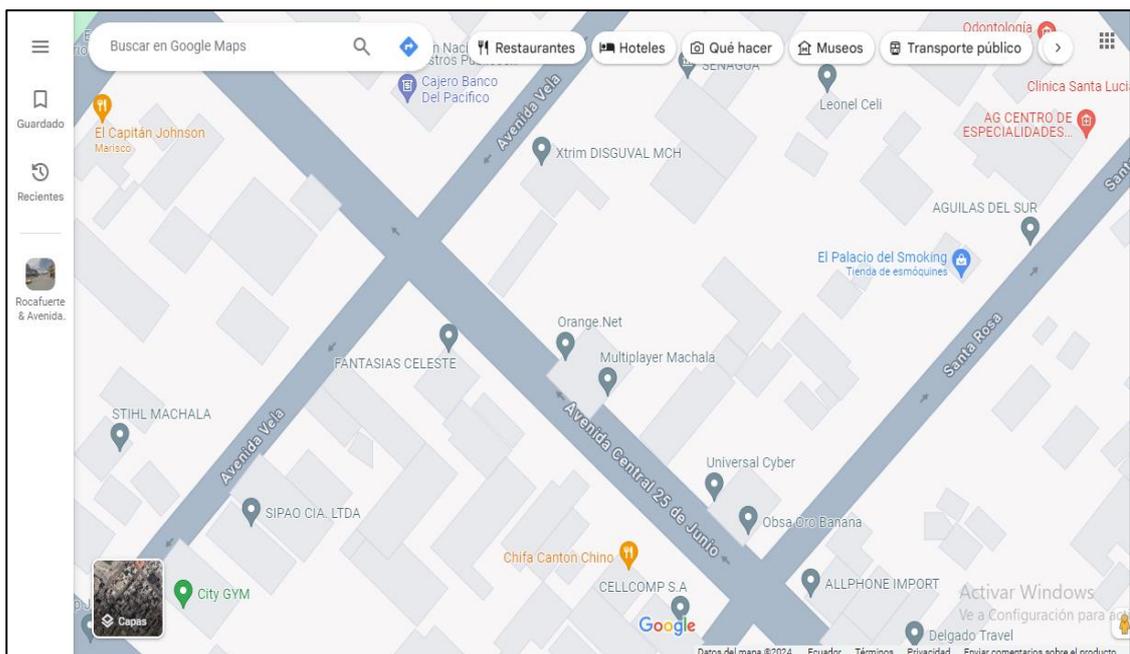
Jenn Coffee estará ubicado en la ciudad de Machala Provincia de El Oro que cuenta con 245.972 habitantes, actualmente con 8 parroquias y tiene una extensión de 349.9 km², a 6 metros sobre el nivel del mar. Se busca ubicarlo en las calles Rocafuerte entre Av. Vela y Santa Rosa como alternativa 1, debido a la cercanía de colegios y zonas comerciales el lugar es bien transitado lo cual ayuda que el negocio sea más visible, además el sector cuenta con un parqueadero público lo que facilita el acceso y captación de nuevos clientes.

Figura 4. Primera alternativa de localización del local



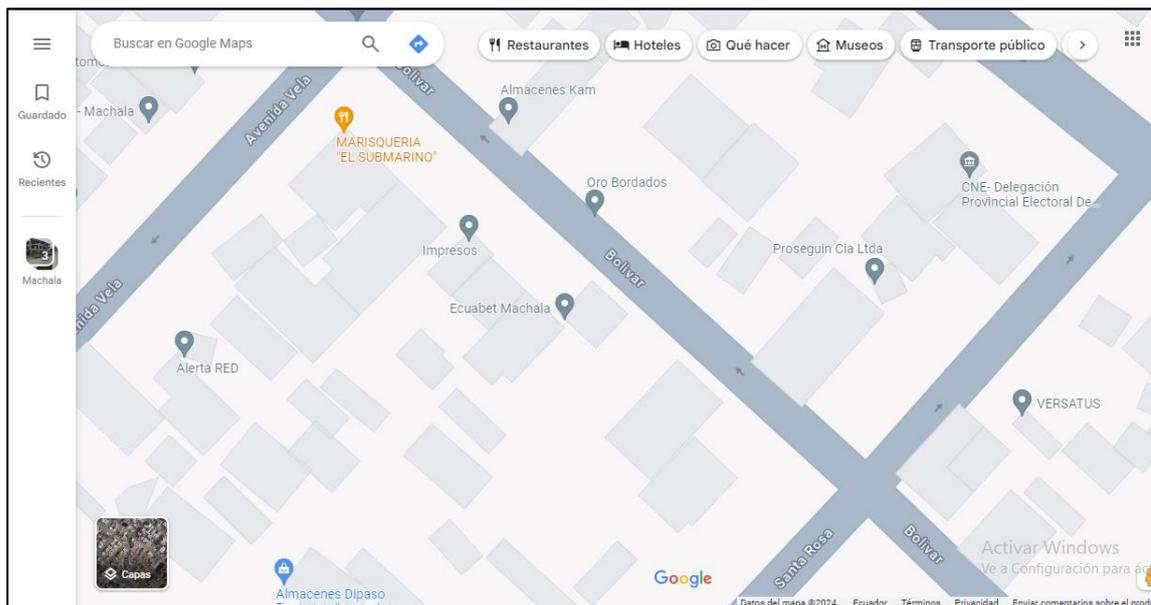
Se presenta como segunda alternativa la ubicación de las calles Avenida Central 25 de junio entre Avenida Vela y Santa Rosa por lo que, la proximidad a diversos locales y oficinas comerciales, junto con la disponibilidad de un parqueadero público, proporciona un entorno ideal para la operación del negocio. Además, la disposición de varios locales de arriendo garantiza esta ubicación estratégica que no solo asegura conveniencia para clientes y empleados, sino que también optimiza el acceso y la visibilidad del establecimiento.

Figura 5. Segunda alternativa de localización del local



Y como tercera alternativa se presenta en las calles Bolívar entre Avenida Vela y Santa Rosa, una zona comercial que cumple con todas estas ventajas, se garantiza un ambiente propicio para el desarrollo y crecimiento de la actividad comercial, promoviendo así una experiencia positiva tanto para los clientes como para quienes forman parte del equipo, consolidando así la posición estratégica del negocio en el mercado local. Además, la proximidad a diversos proveedores facilita la logística de aprovisionamiento y el mantenimiento de inventarios actualizados y eficientes.

Figura 6. Tercera Alternativa de localización del local



4.2 Factibilidad financiera

García y Peña (2011) manifiestan que, las técnicas utilizadas para llevar a cabo análisis de factibilidad financiera de proyectos de inversión son ampliamente reconocidas; este proceso es comúnmente aplicado en diversas entidades corporativas, como sociedades anónimas y limitadas, donde se comprende claramente cómo obtener y presentar los resultados. También se relaciona estrechamente con la preparación y presentación de los estados financieros. Estas herramientas no solo ayudan a los inversionistas y directivos a tomar decisiones informadas, sino que también son fundamentales para asegurar la sostenibilidad financiera a largo plazo de la empresa.

Estados Financieros

Bonsón et al. (2009) exponen que las empresas periódicamente divulgan información sobre su situación financiera, resultados y planes de negocio, tanto por cumplimiento normativo como por iniciativa propia. Esta práctica es significativa por la importancia de los estados financieros, que dan una visión clara de la salud financiera de la empresa. A veces se presenta en forma de informe narrativo que detalla la evolución del negocio, mientras que en otras ocasiones la información se presenta de manera numérica y gráfica, siendo menos accesible para quienes no son expertos en la materia.

Tabla 12. Balance General

JENN COFFEE S.A.S.					
BALANCE GENERAL					
2024					
ACTIVO			PASIVO		
ACTIVO CORRIENTE		\$10.500,00	PASIVO CORRIENTE		\$3.405,94
CAJA	\$500,00		SUELDOS	\$2.667,35	
BANCOS	\$10.000,00		ARRIENDO	\$500,00	
			PUBLICIDAD	\$100,00	
ACTIVO NO CORRIENTE		\$17.972,74	SERVICIOS BÁSICOS	\$138,59	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$8.315,54				
(-) DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	\$831,55		PASIVO NO CORRIENTE		\$21.706,23
EQUIPO ELECTRÓNICO	\$2.218,64		PRESTAMO BANCARIO	\$21.706,23	
(-) DEPRECIACIÓN DE EQUIPO ELECTRÓNICO	\$277,33				
ACTIVOS INTANGIBLES	\$3.795,20		TOTAL DEL PASIVO	\$25.112,17	
MUEBLES Y ENSERES	\$5.280,27				
(-) DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	\$528,03		PATRIMONIO		
			CAPITAL	\$3.360,57	
			TOTAL DE PATRIMONIO		\$3.360,57
TOTAL ACTIVO		\$28.472,74	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		\$28.472,74

Tabla 13. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS		
ANUAL		
VENTAS		\$ 156.781,82
COSTO DE VENTAS DE PRODUCCIÓN		\$ 119.254,05
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 37.527,76
GASTOS OPERACIONALES		\$ 14.456,51
GASTOS DE VENTA	\$ 2.000,00	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 2.799,33	
GASTOS DE DEPRECIACIÓN	\$1.636,91	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 8.020,27	
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 23.071,25
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN		\$ 23.071,25
15% DE PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES		\$ 3.460,69
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 19.610,57
25% DE IMPUESTO A LA RENTA		\$ 4.902,64
UTILIDAD ANTES DE RESERVA		\$ 14.707,92

10% RESERVA LEGAL		\$ 1.470,79
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 13.237,13

Tabla 14. Gastos administrativos

SUELDOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO							
CAJERO	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 33,33	\$ 19,17	\$ 38,32	\$ 51,29	\$ 640,44
CONTADOR	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 33,33	\$ 20,83	\$ 41,65	\$ 55,75	\$ 693,23
ENCARGADO DE MARKETING	\$ 460,00	\$ 38,33	\$ 33,33	\$ 19,17	\$ 38,32	\$ 51,29	\$ 640,44
GERENTE	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 25,00	\$ 49,98	\$ 66,90	\$ 825,21
						TOTAL	\$ 2.799,33

Tabla 15. Flujo de Caja

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 156.781,82	\$ 164.620,91	\$ 172.851,95	\$ 181.494,55	\$ 190.569,28
Desayunos (Platos Típicos)	\$ 21.360,00	\$ 22.428,00	\$ 23.549,40	\$ 24.726,87	\$ 25.963,21
Sopas y Platos principales	\$ 21.760,00	\$ 22.848,00	\$ 23.990,40	\$ 25.189,92	\$ 26.449,42
Adicionales	\$ 8.541,82	\$ 8.968,91	\$ 9.417,35	\$ 9.888,22	\$ 10.382,63
Postres	\$ 15.264,00	\$ 16.027,20	\$ 16.828,56	\$ 17.669,99	\$ 18.553,49
Waffles	\$ 19.872,00	\$ 20.865,60	\$ 21.908,88	\$ 23.004,32	\$ 24.154,54
Bebidas Calientes	\$ 34.560,00	\$ 36.288,00	\$ 38.102,40	\$ 40.007,52	\$ 42.007,90
Bebidas Frías	\$ 35.424,00	\$ 37.195,20	\$ 39.054,96	\$ 41.007,71	\$ 43.058,09
EGRESOS	\$ 133.710,56	\$ 136.897,36	\$ 140.280,11	\$ 143.868,62	\$ 142.582,27
COSTOS FIJOS					
Arriendo	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Servicios Básicos	\$ 1.663,08	\$ 1.663,08	\$ 1.663,08	\$ 1.663,08	\$ 1.663,08
Mano de obra	\$ 32.008,19	\$ 32.008,19	\$ 32.008,19	\$ 32.008,19	\$ 32.008,19
Publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Gastos de Ventas	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Gastos Administrativos	\$ 2.799,33	\$ 2.799,33	\$ 2.799,33	\$ 2.799,33	\$ 2.799,33
Gastos de depreciación	\$ 1.636,91	\$ 1.636,91	\$ 1.636,91	\$ 1.636,91	\$ 1.636,91
Gastos Financieros	\$ 8.020,27	\$ 7.287,93	\$ 6.555,58	\$ 5.823,24	\$ -
COSTOS VARIABLES					
Materia prima	\$ 76.438,78	\$ 80.260,72	\$ 84.273,76	\$ 88.487,45	\$ 92.911,82
Indirectos	\$ 1.944,00	\$ 2.041,20	\$ 2.143,26	\$ 2.250,42	\$ 2.362,94
FLUJO DE CAJA	\$ 23.071,25	\$ 27.723,55	\$ 32.571,84	\$ 37.625,93	\$ 47.987,01

FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ 23.071,25	\$ 50.794,80	\$ 83.366,64	\$ 120.992,57	\$ 168.979,58
--------------------------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------

Tabla 16. Plan de inversión

TABLA DE INVERSION	JENN COFFEE SAS
<u>ACTIVOS FIJOS</u>	
Electrodomésticos y mini electrodomésticos	\$ 6.703,89
Utensilios de cocina	\$ 1.472,65
Equipos electrónicos	\$ 2.218,64
Utensilios de limpieza	\$ 139,00
Muebles	\$ 5.280,27
<u>DIFERIDOS</u>	
Software de negocio	\$ 3.500,00
Patente municipal	\$ 16,00
Permiso cuerpo de bomberos	\$ 18,40
Permiso de salud e higiene pública	\$ 220,80
Servicio de Internet	\$ 200,00
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>	
Materia prima	\$ 6.369,90
Gastos de administración	\$ 2.799,33
Sueldos	\$ 2.667,35
Publicidad	\$ 100,00
TOTAL DE INVERSION	\$ 31.706,23
CONCEPTO	RUBRO
INVERSION DE ACTIVOS FIJOS	\$ 15.814,45
INVERSION DE DIFERIDOS	\$ 3.955,20
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 11.936,58
INVERSION TOTAL	\$ 31.706,23

Tabla 17. Distribución de inversión

DISTRIBUCION DE INVERSION			
INVERSION	VALOR TOTAL	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
INVERSION DE ACTIVOS FIJOS	\$ 15.814,45	\$ 2.000,00	\$ 13.814,45
INVERSION DE DIFERIDOS	\$ 3.955,20	\$ 1.000,00	\$ 2.955,20
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 11.936,58	\$ 7.000,00	\$ 4.936,58

INVERSION TOTAL	\$ 31.706,23	\$ 10.000,00	\$ 21.706,23
		31,54%	68,46%

Tabla 18. TMAR

CÁLCULO DE TMAR			
INFLACION DEL SECTOR ECONOMICO	INFLACION DEL PAIS	INVERSION RIESGOSA	PREMIO AL RIESGO
1,16%	1,41%	0,25%	5%
SECTOR ECONOMICO	TASA PASIVA	PREMIO AL RIESGO	
1,16%	4,07%	5%	10,23%
			TMRA

Tabla 19. TMAR MIXTA

CÁLCULO DE TMAR MIXTA			
FINANCIADO	APORTACION	TMAR	PONDERACION
CAPITAL PROPIO	31,54%	10,23%	3,23%
CREDITO BANCARIO	68,46%	15,00%	10,27%

TASA DE RENDIMIENTO MIXTA	13,50%
---------------------------	--------

Tabla 20. VAN Y TIR

TMAR	13,50%
------	--------

JENN COFFEE	
TASA	0,1350
Inversión	-31.706
1 AÑO	23.071
2 AÑOS	27.724
3 AÑOS	32.572
4 AÑOS	37.626
5 AÑOS	47.987

VAN	\$112.287,95
VAN	\$80.581,72

TIR	83,49%
Factibilidad del negocio	70,00%

Amortización de deuda

Datos

Tasa anual: 13,50%

Tasa mensual: 0,0112463

Meses para amortizar: 48 meses

Tabla 21. Amortización de la deuda

MÉTODO ALEMÁN				
Número de Pago	Pagos	Interés	Abono a capital	Saldo Insoluto
				\$ 21.706,23
1	\$ 696,33	\$ 244,11	\$ 452,21	\$ 21.254,01
2	\$ 691,24	\$ 239,03	\$ 452,21	\$ 20.801,80
3	\$ 686,16	\$ 233,94	\$ 452,21	\$ 20.349,59
4	\$ 681,07	\$ 228,86	\$ 452,21	\$ 19.897,37
5	\$ 675,98	\$ 223,77	\$ 452,21	\$ 19.445,16
6	\$ 670,90	\$ 218,69	\$ 452,21	\$ 18.992,95
7	\$ 665,81	\$ 213,60	\$ 452,21	\$ 18.540,74
8	\$ 660,73	\$ 208,51	\$ 452,21	\$ 18.088,52
9	\$ 655,64	\$ 203,43	\$ 452,21	\$ 17.636,31
10	\$ 650,56	\$ 198,34	\$ 452,21	\$ 17.184,10
11	\$ 645,47	\$ 193,26	\$ 452,21	\$ 16.731,88
12	\$ 640,38	\$ 188,17	\$ 452,21	\$ 16.279,67
13	\$ 635,30	\$ 183,09	\$ 452,21	\$ 15.827,46
14	\$ 630,21	\$ 178,00	\$ 452,21	\$ 15.375,24
15	\$ 625,13	\$ 172,91	\$ 452,21	\$ 14.923,03
16	\$ 620,04	\$ 167,83	\$ 452,21	\$ 14.470,82
17	\$ 614,96	\$ 162,74	\$ 452,21	\$ 14.018,61
18	\$ 609,87	\$ 157,66	\$ 452,21	\$ 13.566,39
19	\$ 604,78	\$ 152,57	\$ 452,21	\$ 13.114,18
20	\$ 599,70	\$ 147,49	\$ 452,21	\$ 12.661,97
21	\$ 594,61	\$ 142,40	\$ 452,21	\$ 12.209,75
22	\$ 589,53	\$ 137,31	\$ 452,21	\$ 11.757,54
23	\$ 584,44	\$ 132,23	\$ 452,21	\$ 11.305,33
24	\$ 579,36	\$ 127,14	\$ 452,21	\$ 10.853,11
25	\$ 574,27	\$ 122,06	\$ 452,21	\$ 10.400,90
26	\$ 569,18	\$ 116,97	\$ 452,21	\$ 9.948,69
27	\$ 564,10	\$ 111,89	\$ 452,21	\$ 9.496,47
28	\$ 559,01	\$ 106,80	\$ 452,21	\$ 9.044,26
29	\$ 553,93	\$ 101,71	\$ 452,21	\$ 8.592,05
30	\$ 548,84	\$ 96,63	\$ 452,21	\$ 8.139,84
31	\$ 543,76	\$ 91,54	\$ 452,21	\$ 7.687,62
32	\$ 538,67	\$ 86,46	\$ 452,21	\$ 7.235,41
33	\$ 533,58	\$ 81,37	\$ 452,21	\$ 6.783,20

34	\$ 528,50	\$ 76,29	\$ 452,21	\$ 6.330,98
35	\$ 523,41	\$ 71,20	\$ 452,21	\$ 5.878,77
36	\$ 518,33	\$ 66,11	\$ 452,21	\$ 5.426,56
37	\$ 513,24	\$ 61,03	\$ 452,21	\$ 4.974,34
38	\$ 508,16	\$ 55,94	\$ 452,21	\$ 4.522,13
39	\$ 503,07	\$ 50,86	\$ 452,21	\$ 4.069,92
40	\$ 497,98	\$ 45,77	\$ 452,21	\$ 3.617,70
41	\$ 492,90	\$ 40,69	\$ 452,21	\$ 3.165,49
42	\$ 487,81	\$ 35,60	\$ 452,21	\$ 2.713,28
43	\$ 482,73	\$ 30,51	\$ 452,21	\$ 2.261,07
44	\$ 477,64	\$ 25,43	\$ 452,21	\$ 1.808,85
45	\$ 472,56	\$ 20,34	\$ 452,21	\$ 1.356,64
46	\$ 467,47	\$ 15,26	\$ 452,21	\$ 904,43
47	\$ 462,38	\$ 10,17	\$ 452,21	\$ 452,21
48	\$ 457,30	\$ 5,09	\$ 452,21	\$ 0,00
TOTALES	\$ 27.687,02	\$ 5.980,80	\$ 21.706,23	-

4.3 Factibilidad operativa

Para un mejor control operativo del negocio la implementación del Sistema de Gestión de Información TISoft ayudará al manejo de inventarios con una buena base de datos proporcional que integre las siguientes características:

Multi Empresas: Esta funcionalidad permitirá administrar de manera eficiente diversas unidades de negocio dentro de una sola plataforma. Esto es útil para emprendimientos que operan en múltiples lugares geográficos o con diferentes líneas de productos y servicios.

Multi Bodegas: Facilitará la gestión de inventarios al permitir el control simultáneo de múltiples almacenes o bodegas. Esto asegura que cada ubicación tenga acceso a los productos necesarios en el momento adecuado, optimizando así la logística y reduciendo los costos operativos asociados a inventarios desbalanceados.

Multi Usuarios: Ofrecerá la posibilidad de crear diferentes perfiles de usuario con niveles específicos de acceso y permisos. Esto asegura que cada miembro del equipo pueda acceder únicamente a la información relevante para su función, aumentando la seguridad de los datos y facilitando la colaboración interdepartamental.

Base de Datos Oracle: Utilizar una base de datos robusta como Oracle proporciona escalabilidad, seguridad y confiabilidad en el manejo de grandes volúmenes de datos. Esto es fundamental para asegurar que el sistema pueda crecer conforme lo haga el negocio, sin comprometer la velocidad ni la integridad de la información.

Módulos Integrados: La integración de diferentes funciones dentro del sistema (como archivos, caja, bancos, inventario, ventas, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, contabilidad, recursos humanos, SRI, reportes operativos, reportes gerenciales, Setup) permite una gestión integral y coordinada de todas las operaciones del negocio. Esto reduce la duplicación de esfuerzos, mejora la precisión de los datos y agiliza los procesos administrativos.

Interfaz de Usuario Agradable: Una interfaz intuitiva y fácil de usar es clave para la adopción exitosa del sistema por parte del personal. Una interfaz amigable reduce la curva de aprendizaje, permite una capacitación más eficiente y mejora la productividad diaria al facilitar la navegación y el uso del sistema.

La implementación de este Sistema de Gestión de Información no solo optimizará la operación diaria del negocio, sino que también sentará las bases para un crecimiento organizado y sostenible. Al mejorar la eficiencia operativa y la precisión de la información, se fortalecerá la capacidad de tomar decisiones estratégicas fundamentadas a largo plazo del emprendimiento. Además, la importancia de un manual de funciones radica en varios aspectos fundamentales que contribuyen al buen funcionamiento y eficiencia del negocio, por lo que es tomado en cuenta para el emprendimiento y se redacta a continuación:



FECHA	20 de mayo del 2024		
PÁGINA	1	DE	8
SUSTITUYE A			
PÁGINA		DE	
FECHA			

DESCRIPCIÓN DE ÁREAS

IDENTIFICACIÓN Y RELACIONES

NOMBRE DEL ÁREA: GERENCIA

PUESTO: GERENTE

N° DE ÁREAS: 4

CLAVE: J.G.001.24

UBICACIÓN: ÓRGANO SUPERIOR

ÁMBITO DE OPERACIÓN: RESPONSABLE DEL CONTROL INTERNO Y ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA.

RELACIONES DE AUTORIDAD

JEFE INMEDIATO: JUNTA DE ACCIONISTAS

SUBORDINADOS DIRECTOS: DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN, DEPARTAMENTO DE VENTAS.

DEPENDENCIA FUNCIONAL: PLANIFICAR Y DIRIGIR LAS ACTIVIDADES A DESEMPEÑAR DENTRO DE LA EMPRESA.

PROPÓSITO DEL PUESTO

DIRECCIONAR LOS OBJETIVOS Y METAS PARA QUE LA EMPRESA DESEMPEÑE UNA BUENA PRESTACIÓN DE SERVICIOS.

FUNCIONES GENERALES

ASEGURA Y SUPERVISA UN BUEN FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO BRINDADO.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ELABORACIÓN DE PLANES ESTRATÉGICOS
- CONTRATACIÓN Y RECLUTAMIENTO DE PERSONAL.
- MONITOREA EL DESEMPEÑO, EVALÚA RESULTADOS Y AJUSTA ESTRATEGIAS SEGÚN SEA NECESARIO PARA GARANTIZAR QUE SE CUMPLAN LOS OBJETIVOS.

RESPONSABILIDAD

ENCARGADO DE CUMPLIR CON LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

COMUNICACIÓN

INTERNA: COMUNICACIÓN ENTRE EL PERSONAL DENTRO DE LA EMPRESA.

EXTERNA: COMUNICACIÓN CON LOS SOCIOSCLAVES

ESPECIFICACIONES

- CUENTA CON CONOCIMIENTO EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA, CONTABLE, FINANCIERA, ECONÓMICA, DE VENTAS.
- IMPLEMENTACIÓN DE UN BUEN MANEJO DE PERSONAL

Elaborado por: JMCC	Revisado por: BCMS	Autorizado por: AMPM
-------------------------------	------------------------------	--------------------------------

	JENN COFFEE SAS	FECHA	20 de mayo del 2024			
		PÁGINA	2	DE	8	
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN GEENERAL	SUSTITUYE A				
		PÁGINA		DE		
		FECHA				

DESCRIPCIÓN DE ÁREAS

IDENTIFICACIÓN Y RELACIONES

NOMBRE DEL ÁREA: CONTABILIDAD

PUESTO: CONTADOR

N° DE ÁREAS: 4

CLAVE: J.C.002.24

UBICACIÓN: EN EL ÁREA DE CONTABILIDAD

ÁMBITO DE OPERACIÓN: RESPONSABLE DE SUPERVISAR QUE LA PARTE FINANCIERA Y CONTABLE CUMPLA CON TODAS LAS LABORES ENCOMENDADAS.

RELACIONES DE AUTORIDAD

JEFE INMEDIATO: GERENTE

DEPENDENCIA FUNCIONAL: ADMINISTRA LOS RECURSOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS QUE PRESENTA LA EMPRESA.

PROPÓSITO DEL PUESTO

DIRIGIR LOS CARGOS CONTABLES Y FINANCIEROS PARA MANTENER EQUILIBRIO ECONÓMICO EN LA EMPRESA.

FUNCIONES GENERALES

SUPERVISA EL SEGUIMIENTO DE LOS PROCESOS CONTABLES DE LA EMPRESA.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- GESTIÓN DE LIQUIDEZ
- PLANIFICACIÓN DE PRESUPUESTO
- CONTROL DE LOS PROCESOS CONTABLES
- ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS.

RESPONSABILIDAD

ENCARGADO DEL SEGUIMIENTO DE LA PARTE CONTABLE Y FINANCIERA DE LA EMPRESA.

COMUNICACIÓN

ASCENDENTE: SU COMUNICACIÓN VA DESDE LOS NIVELES INFERIORES HASTA LOS SUPERIORES.

INTERNA: SU COMUNICACIÓN SE PRODUCE ENTRE EL PERSONAL DENTRO DE LA EMPRESA.

ESPECIFICACIONES

- CUENTA CON CONOCIMIENTO EN EL ÁREA CONTABLE, FINANCIERA, ECONÓMICA Y OPERATIVA.

Elaborado por: JMCC	Revisado por: BCMS	Autorizado por: AMPM
-------------------------------	------------------------------	--------------------------------



FECHA	20 de mayo del 2024		
PÁGINA	3	DE	8
SUSTITUYE A			
PÁGINA		DE	
FECHA			

DESCRIPCIÓN DE ÁREAS

IDENTIFICACIÓN Y RELACIONES

NOMBRE DEL ÁREA: MARKETING Y PROMOCIÓN

PUESTO: ENCARGADO DE MARKETING Y PROMOCIÓN

N° DE PLAZAS: 4

CLAVE: J.MP.003.24

UBICACIÓN: EN EL ÁREA DE MARKETING

ÁMBITO DE OPERACIÓN: RESPONSABLE DE DISEÑAR Y SUPERVISAR LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING Y PROMOCIÓN PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS.

RELACIONES DE AUTORIDAD

JEFE INMEDIATO: GERENTE

DEPENDENCIA FUNCIONAL: ADMINISTRA LOS RECURSOS DESTINADOS A LAS ACTIVIDADES DE MARKETING Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA PARA MAXIMIZAR SU EFECTIVIDAD Y CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS.

PROPÓSITO DEL PUESTO

DESARROLLAR Y EJECUTAR ESTRATEGIAS DE MARKETING Y PROMOCIÓN PARA IMPULSAR LA VISIBILIDAD Y VENTAS DE LA EMPRESA.

FUNCIONES GENERALES

SUPERVISA EL SEGUIMIENTO DE LOS PROCESOS COMERCIALES DE LA EMPRESA.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- GESTIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS
- PLANIFICACIÓN Y CONTROL DEL PRESUPUESTO DE MARKETING
- ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE PLANES DE MARKETING
- MEDICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING.

RESPONSABILIDAD

ENCARGADO DE ASEGURAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS METAS DE MARKETING Y PROMOCIÓN DE LA EMPRESA.

COMUNICACIÓN

ASCENDENTE: COMUNICA EL DESEMPEÑO Y RESULTADOS DE LAS ESTRATEGIAS A LOS NIVELES SUPERIORES.

INTERNA: COLABORA CON EL PERSONAL DE DIFERENTES DEPARTAMENTOS DE LA EMPRESA.

ESPECIFICACIONES

- POSEE AMPLIOS CONOCIMIENTOS EN ESTRATEGIAS DE MARKETING, PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.

Elaborado por: JMCC	Revisado por: BCMS	Autorizado por: AMPM
-------------------------------	------------------------------	--------------------------------



**JENN COFFEE
SAS**

**MANUAL DE
ORGANIZACIÓN
GEENERAL**

FECHA 20 de mayo del 2024

PÁGINA 4 **DE** 8

SUSTITUYE A

PÁGINA **DE**

FECHA

DESCRIPCIÓN DE ÁREAS

IDENTIFICACIÓN Y RELACIONES

NOMBRE DEL ÁREA: COCINA

PUESTO: COCINERO

Nº DE PLAZAS: 4

CLAVE: J.C.004.24

UBICACIÓN: EN EL ÁREA DE COCINA

ÁMBITO DE OPERACIÓN: RESPONSABLE DE LA PREPARACIÓN Y COCINA DE LOS ALIMENTOS DE ACUERDO CON LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LA EMPRESA.

RELACIONES DE AUTORIDAD

JEFE INMEDIATO: GERENTE

DEPENDENCIA FUNCIONAL: ASEGURA EL CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y PRESENTACIÓN DE LOS PLATILLOS.

PROPÓSITO DEL PUESTO

PREPARAR PLATILLOS CON SABORES Y PRESENTACIONES QUE CUMPLAN CON LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y LOS ESTÁNDARES DE LA EMPRESA.

FUNCIONES GENERALES

SUPERVISA LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS DE ACUERDO CON LAS RECETAS Y ESPECIFICACIONES ESTABLECIDAS.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ELABORACIÓN DE MENÚS
- PREPARACIÓN Y COCCIÓN DE ALIMENTOS
- GESTIÓN DE INVENTARIOS DE COCINA
- CUMPLIMIENTO DE NORMAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD ALIMENTARIA.

RESPONSABILIDAD

RESPONSABLE DE MANTENER LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA ELABORACIÓN DE ALIMENTOS.

COMUNICACIÓN

ASCENDENTE: COMUNICA SOBRE NECESIDADES DE INGREDIENTES Y EQUIPOS A LA GERENCIA.

INTERNA: COLABORA CON EL EQUIPO DE COCINA Y OTROS DEPARTAMENTOS PARA ASEGURAR LA COORDINACIÓN EFICIENTE DE LAS OPERACIONES.

ESPECIFICACIONES

- EXPERIENCIA EN LA PREPARACIÓN DE DIVERSOS TIPOS DE ALIMENTOS Y PLATILLOS.
- CAPACIDAD PARA TRABAJAR BAJO PRESIÓN Y EN EQUIPO EN UN AMBIENTE DE ALTA ACTIVIDAD.

Elaborado por:

JMCC

Revisado por:

BCMS

Autorizado por:

AMPM

	JENN COFFEE SAS		
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN GEENERAL		
FECHA	20 de mayo del 2024		
PÁGINA	5	DE	8
SUSTITUYE A			
PÁGINA		DE	
FECHA			

DESCRIPCIÓN DE ÁREAS

IDENTIFICACIÓN Y RELACIONES

NOMBRE DEL ÁREA: REPOSTERÍA

PUESTO: REPOSTERO

N° DE PLAZAS: 4

CLAVE: J.R.005.24

UBICACIÓN: EN EL ÁREA DE REPOSTERÍA

ÁMBITO DE OPERACIÓN: RESPONSABLE DE LA ELABORACIÓN DE POSTRES Y REPOSTERÍA DE ALTA CALIDAD SEGÚN LOS ESTÁNDARES DE LA EMPRESA.

RELACIONES DE AUTORIDAD

JEFE INMEDIATO: GERENTE

DEPENDENCIA FUNCIONAL: ASEGURA EL CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y PRESENTACIÓN EN LA REPOSTERÍA

PROPÓSITO DEL PUESTO

PREPARAR POSTRES Y PRODUCTOS DE REPOSTERÍA QUE CUMPLAN CON LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LA EMPRESA.

FUNCIONES GENERALES

SUPERVISA LA ELABORACIÓN DE POSTRES Y PRODUCTOS DE REPOSTERÍA SEGÚN LAS RECETAS Y ESPECIFICACIONES ESTABLECIDAS.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ELABORACIÓN DE MENÚS DE POSTRES
- PREPARACIÓN DE POSTRES Y DULCES
- GESTIÓN DE INVENTARIOS DE PRODUCTOS DE REPOSTERÍA
- CUMPLIMIENTO DE NORMAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD ALIMENTARIA.

RESPONSABILIDAD

RESPONSABLE DE MANTENER LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA ELABORACIÓN DE POSTRES Y REPOSTERÍA.

COMUNICACIÓN

ASCENDENTE: COMUNICA SOBRE NECESIDADES DE INGREDIENTES Y EQUIPOS A LA GERENCIA.

INTERNA: COLABORA CON EL EQUIPO DE COCINA Y OTROS DEPARTAMENTOS PARA ASEGURAR LA COORDINACIÓN EFICIENTE DE LAS OPERACIONES DE REPOSTERÍA.

ESPECIFICACIONES

- EXPERIENCIA EN LA PREPARACIÓN DE DIVERSOS TIPOS DE POSTRES Y PRODUCTOS DE REPOSTERÍA.
- CREATIVIDAD EN LA ELABORACIÓN Y DECORACIÓN DE POSTRES.

Elaborado por:

JMCC

Revisado por:

BCMS

Autorizado por:

AMPM

	JENN COFFEE SAS		
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN GEENERAL		
	FECHA 20 de mayo del 2024		
	PÁGINA 6	DE	8
SUSTITUYE A			
PÁGINA			DE
FECHA			

DESCRIPCIÓN DE ÁREAS

IDENTIFICACIÓN Y RELACIONES

NOMBRE DEL ÁREA: BARISTA

PUESTO: BARISTA

Nº DE PLAZAS: 4

CLAVE: J.B.006.24

UBICACIÓN: EN EL ÁREA DE BARISTA

ÁMBITO DE OPERACIÓN: RESPONSABLE DE LA PREPARACIÓN Y SERVICIO DE BEBIDAS DE CAFETERÍA SEGÚN LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LA EMPRESA.

RELACIONES DE AUTORIDAD

JEFE INMEDIATO: GERENTE

DEPENDENCIA FUNCIONAL: ASEGURA EL CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y SERVICIO EN LA CAFETERÍA.

PROPÓSITO DEL PUESTO

PREPARAR Y SERVIR BEBIDAS A BASE DE CAFÉ QUE CUMPLAN CON LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LA EMPRESA.

FUNCIONES GENERALES

SUPERVISA LA ELABORACIÓN DE BEBIDAS DE CAFÉ SEGÚN LAS RECETAS Y ESPECIFICACIONES ESTABLECIDAS.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ELABORACIÓN DE MENÚS DE BEBIDAS
- PREPARACIÓN DE CAFÉS ESPECIALES Y BEBIDAS FRÍAS
- MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA DE EQUIPOS DE CAFETERÍA
- CUMPLIMIENTO DE NORMAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD ALIMENTARIA.

RESPONSABILIDAD

RESPONSABLE DE MANTENER LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA ELABORACIÓN DE BEBIDAS DE CAFETERÍA.

COMUNICACIÓN

ASCENDENTE: COMUNICA SOBRE NECESIDADES DE INGREDIENTES Y EQUIPOS A LA GERENCIA DE CAFETERÍA.

INTERNA: COLABORA CON EL EQUIPO DE CAFETERÍA Y OTROS DEPARTAMENTOS PARA ASEGURAR LA COORDINACIÓN EFICIENTE DE LAS OPERACIONES DE CAFETERÍA.

ESPECIFICACIONES

- EXPERIENCIA EN LA ELABORACIÓN DE DIVERSOS TIPOS DE CAFÉS Y BEBIDAS DE CAFETERÍA.
- CREATIVIDAD EN LA PRESENTACIÓN DE BEBIDAS Y DECORACIÓN DE CAFÉS.

Elaborado por: JMCC	Revisado por: BCMS	Autorizado por: AMPM
-------------------------------	------------------------------	--------------------------------



**JENN COFFEE
SAS**

**MANUAL DE
ORGANIZACIÓN
GEENERAL**

FECHA 20 de mayo del 2024

PÁGINA 7 **DE** 8

SUSTITUYE A

PÁGINA **DE**

FECHA

DESCRIPCIÓN DE ÁREAS

IDENTIFICACIÓN Y RELACIONES

NOMBRE DEL ÁREA: SERVICIO DE MESERÍA

PUESTO: MESERO

Nº DE PLAZAS: 4

CLAVE: J.M.007.24

UBICACIÓN: EN EL ÁREA DE MESERÍA

ÁMBITO DE OPERACIÓN: RESPONSABLE DE ATENDER Y SERVIR A LOS CLIENTES DENTRO DEL RESTAURANTE, GARANTIZANDO UN SERVICIO DE CALIDAD Y ATENCIÓN PERSONALIZADA.

RELACIONES DE AUTORIDAD

JEFE INMEDIATO: GERENTE

DEPENDENCIA FUNCIONAL: ASEGURA EL CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

PROPÓSITO DEL PUESTO

ATENDER A LOS CLIENTES DEL RESTAURANTE DE MANERA PROFESIONAL Y EFICIENTE, GARANTIZANDO UNA EXPERIENCIA POSITIVA PARA LOS COMENSALES.

FUNCIONES GENERALES

SUPERVISA LA ATENCIÓN A LOS CLIENTES Y LA COORDINACIÓN DEL SERVICIO DENTRO DEL RESTAURANTE.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ACOMODO Y RECEPCIÓN DE CLIENTES
- TOMA DE PEDIDOS
- SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
- ATENCIÓN Y RESOLUCIÓN DE NECESIDADES DE LOS CLIENTES.

RESPONSABILIDAD

RESPONSABLE DE MANTENER LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y EL CORRECTO FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO DE RESTAURANTE.

COMUNICACIÓN

ASCENDENTE: COMUNICA SOBRE NECESIDADES DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL GERENTE DE RESTAURANTE.

INTERNA: COLABORA CON EL EQUIPO DE SERVICIO Y COCINA PARA ASEGURAR LA COORDINACIÓN EFICIENTE DE OPERACIONES.

ESPECIFICACIONES

- EXPERIENCIA EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y SERVICIO DE RESTAURANTE.
- CAPACIDAD PARA MANEJAR SITUACIONES BAJO PRESIÓN Y RESOLVER PROBLEMAS RÁPIDAMENTE.

Elaborado por:

JMCC

Revisado por:

BCMS

Autorizado por:

AMPM



**JENN COFFEE
SAS**

**MANUAL DE
ORGANIZACIÓN
GEENERAL**

FECHA 20 de mayo del 2024

PÁGINA 8 **DE** 8

SUSTITUYE A

PÁGINA **DE**

FECHA

DESCRIPCIÓN DE ÁREAS

IDENTIFICACIÓN Y RELACIONES

NOMBRE DEL ÁREA: CAJA

PUESTO: CAJERO

Nº DE PLAZAS: 4

CLAVE: J.CA.006.24

UBICACIÓN: EN EL ÁREA DE CAJA

ÁMBITO DE OPERACIÓN: RESPONSABLE DE LA GESTIÓN EFICIENTE DEL PROCESO DE COBRO Y CONTROL DE PAGOS DENTRO DEL RESTAURANTE.

RELACIONES DE AUTORIDAD

JEFE INMEDIATO: GERENTE

DEPENDENCIA FUNCIONAL: ASEGURA EL CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES DE CONTROL DE CAJA Y ATENCIÓN AL CLIENTE DURANTE EL PROCESO DE PAGO.

PROPÓSITO DEL PUESTO

GARANTIZAR UN PROCESO DE COBRO EFICIENTE Y TRANSPARENTE, BRINDANDO UN SERVICIO AMABLE Y PROFESIONAL A LOS CLIENTES DEL RESTAURANTE

FUNCIONES GENERALES

SUPERVISA EL PROCESO DE COBRO Y CONTROL DE CAJA DENTRO DEL RESTAURANTE.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- RECIBIR Y PROCESAR PAGOS DE LOS CLIENTES
- GESTIONAR DEVOLUCIONES Y CAMBIOS
- REALIZAR ARQUEOS Y REPORTES DE CAJA
- ASEGURAR EL CUMPLIMIENTO DE POLÍTICAS DE PAGO Y SEGURIDAD.

RESPONSABILIDAD

RESPONSABLE DE MANTENER EL CONTROL Y LA SEGURIDAD DEL EFECTIVO Y GARANTIZAR UN SERVICIO AL CLIENTE DE ALTA CALIDAD EN EL PROCESO DE PAGO.

COMUNICACIÓN

ASCENDENTE: COMUNICA SOBRE NECESIDADES DE CAJA Y ATENCIÓN AL CLIENTE AL GERENTE DE RESTAURANTE.

INTERNA: COLABORA CON EL EQUIPO DE SERVICIO Y OTROS DEPARTAMENTOS PARA ASEGURAR LA COORDINACIÓN EFICIENTE DE OPERACIONES DE CAJA.

ESPECIFICACIONES

- EXPERIENCIA EN MANEJO DE EFECTIVO Y SISTEMAS DE PUNTO DE VENTA.

Elaborado por:

JMCC

Revisado por:

BCMS

Autorizado por:

AMPM

4.4 Factibilidad ambiental

Betanzos-Vega et al. (2014) argumentan la factibilidad ambiental como la evaluación sistemática y criteriosa de las prácticas, políticas y tecnologías que una organización o proyecto planea implementar para minimizar su impacto negativo sobre el medio ambiente. Este concepto implica considerar cómo las acciones propuestas pueden contribuir a la conservación de recursos naturales, la reducción de la contaminación y la promoción de prácticas sostenibles, asegurando así que las actividades empresariales sean social y ambientalmente responsables.

Jenn Coffee reconoce y valora profundamente la importancia de las prácticas de sostenibilidad ambiental en su operación diaria. Consciente del impacto que las actividades comerciales pueden tener en el medio ambiente, Jenn Coffee se compromete firmemente a implementar políticas que promuevan la reducción de desechos y el uso responsable de envases y materiales amigables con el medio ambiente, tal como se plantea a continuación:

Tratamiento de Desechos

Se han establecido medidas concretas para minimizar la generación de residuos en todas las etapas de la operación. Esto incluye la adopción de prácticas de reducción en la fuente, como la compra inteligente y el uso eficiente de materias primas y productos. Además, se fomenta activamente la reutilización de materiales siempre que sea posible:

- **Separación de Residuos:** Establecer contenedores específicos para la separación de residuos orgánicos, reciclables (papel, plástico, vidrio, metales) y no reciclables.
- **Reciclaje y Compostaje:** Promover el reciclaje de materiales como papel, cartón, plásticos y metales. Además, se implementará un sistema de compostaje para los residuos orgánicos, convirtiéndolos en abono o alimento para animales de granja, beneficiando así a nuestros proveedores de carnes.

Uso de Envases y Materiales Reciclables o Amigables con el Medio Ambiente

Optar por materiales que reduzcan el impacto ambiental, por lo que se plantea lo siguiente:

- **Envases Biodegradables:** Utilizar envases y recipientes biodegradables y compostables en los envases para las entregas a domicilio, como vasos y cubiertos de papel o almidón de maíz en lugar de plástico.
- **Materiales Sostenibles:** Preferir materiales reciclados o provenientes de fuentes sostenibles para servilletas, bolsas, envases y otros utensilios desechables.

Mantenimiento y Limpieza del Local

Adoptar prácticas de limpieza que minimicen el uso de productos químicos nocivos y maximicen la eficiencia energética:

- **Productos de Limpieza Eco-Amigables:** Utilizar desinfectantes y productos de limpieza certificados como biodegradables y no tóxicos para el medio ambiente.
- **Eficiencia Energética:** Implementar medidas para reducir el consumo de agua y energía, como grifos y electrodomésticos eficientes, luces LED y sistemas de climatización energéticamente eficientes.

Desinfectantes e Insumos Biodegradables

Seleccionar desinfectantes y otros insumos que sean menos dañinos para el medio ambiente:

- **Productos Certificados:** Utilizar desinfectantes y productos de limpieza certificados por organismos ambientales que garanticen su biodegradabilidad y baja toxicidad.
- **Gestión Responsable de Insumos:** Controlar el uso de insumos para minimizar el desperdicio y asegurar su correcta disposición final, optando por proveedores que promuevan prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro.

Implementar estas prácticas no solo promueve la sostenibilidad ambiental de la cafetería, sino que también puede ser percibido positivamente por los clientes y generar beneficios significativos, en un mercado cada vez más consciente del medio ambiente, una imagen positiva en términos de sostenibilidad puede diferenciar a la cafetería de la competencia y atraer a consumidores que valoran las prácticas empresariales éticas. Esto no solo fortalece la lealtad de los clientes existentes, sino que también puede captar nuevos clientes que buscan apoyar negocios responsables. Además, estas iniciativas pueden fomentar relaciones más sólidas con proveedores y colaboradores que comparten los mismos valores ambientales.

4.5 Factibilidad social

García et al. (2018) mencionan que la evaluación social de un proyecto abarca un proceso exhaustivo que implica identificar, medir y valorar de manera sistemática los efectos sociales derivados de su implementación. No se limita solo a los aspectos económicos, sino que considera impactos en salud, educación, empleo, calidad de vida y otros factores relevantes para la comunidad. Al evaluar los costos y beneficios sociales, se busca comprender cómo afectará el proyecto a diversos grupos dentro de la sociedad, promoviendo así decisiones informadas y equitativas. La evaluación busca maximizar los beneficios económicos y garantizar que los efectos positivos superen cualquier impacto negativo, contribuyendo al bienestar general y al desarrollo sostenible de la sociedad en su conjunto.

Jenn Coffee se enfoca en impulsar iniciativas que no solo fortalezcan su propia operación, sino que también contribuyan al desarrollo económico y social de la comunidad local. Uno de los principales objetivos es generar fuentes de trabajo mediante la colaboración con nuevos emprendedores, creando así un ecosistema empresarial dinámico y colaborativo. Esta estrategia

no solo propicia el crecimiento mutuo entre los distintos proyectos, sino que también promueve la creación de empleos sostenibles y de calidad.

Por un lado, la colaboración con proveedores como Distribuidora Carolina, SuPollería y Sweet Coffee no solo asegura el suministro de productos clave como lácteos, huevos, cárnicos y café, sino que también deja abierta la posibilidad de apoyar a pequeños productores y agricultores locales que pueden beneficiarse de esta asociación. De manera similar, el apoyo de CNEL EP, Netlife y Aguas Machala EP garantiza la infraestructura básica necesaria para la operación eficiente de Jenn Coffee, al tiempo que fortalece la economía local a través de empleos directos e indirectos en sectores críticos como la energía, las telecomunicaciones y los servicios básicos.

Además, la interacción con entidades regulatorias y gubernamentales como el SRI, ARCSA, el GAD de Machala y el Ministerio de Salud Pública no solo asegura el cumplimiento normativo y la obtención de los permisos necesarios para operar legalmente, sino que también proporciona oportunidades para influir positivamente en las políticas públicas locales y mejorar las condiciones comerciales para todos los actores involucrados.

CONCLUSIONES

El desarrollo del plan de negocio para implementar un café-restaurant, evolucionó de un concepto inicial de Café-Libro hacia una propuesta más alineada con las demandas locales, enfocándose en ofrecer un espacio cómodo y de alta calidad. Dentro de las estrategias que se plantearon están proporcionar una conexión Wi-Fi gratuita, y este valor agregado fue alineado con el segmento de mercado, dada su ubicación estratégica. Esta atención a la conectividad responde a la creciente necesidad de acceso a Internet en la vida cotidiana y laboral, enriqueciendo la experiencia del cliente y posicionando a Jenn Coffee como un destino acogedor y moderno en la ciudad de Machala.

Para lograr una eficaz determinación de estrategias organizacionales, se diseñó un enfoque integral que combina una estrategia de comercialización diversificada, incluyendo un local físico, alianzas con empresas de delivery y una presencia activa en redes sociales. Este enfoque permitirá a la cafetería alcanzar un amplio público y adaptarse a sus necesidades cambiantes. La fidelización del cliente se potenciará mediante la creación de la base de datos para gestionar promociones personalizadas y recordatorios de cumpleaños, la inclusión de un espacio de estudio y el incentivo de juegos o desafíos interactivos que mejoren la experiencia del cliente.

El análisis de la estructura de costos operativos y la factibilidad del negocio demuestra que el proyecto tiene una sólida base para su implementación y operación exitosa. La estructura de costos se alinea adecuadamente con la organización y proyecciones de ventas, mientras que la factibilidad técnica y operativa confirma que las alternativas elegidas ofrecen condiciones óptimas para el funcionamiento del negocio. La factibilidad financiera, con una buena rentabilidad, respalda la sostenibilidad económica del proyecto, y el cumplimiento con normativas ambientales garantiza la adherencia a prácticas sostenibles. Además, el apoyo a pequeños productores y emprendedores locales refuerza el impacto social positivo del negocio, integrando así aspectos económicos, técnicos, operativos, ambientales y sociales de manera efectiva.

RECOMENDACIONES

Para fortalecer la posición en el mercado, es necesario realizar una evaluación continua y ajuste del espacio y los servicios ofrecidos, asegurando que se adapten a las demandas cambiantes del mercado local. La revisión constante del entorno y la experiencia del cliente permite identificar áreas de mejora y oportunidades para innovar, como la incorporación de nuevas actividades o la organización de eventos temáticos. Estas iniciativas no solo enriquecen la oferta, sino que también atraen a diferentes segmentos del mercado, manteniendo el interés y la satisfacción del cliente. Así, la capacidad de adaptarse y ofrecer una experiencia diferenciada se convierte en un factor clave para consolidar la posición competitiva y fomentar la lealtad de los clientes.

Para maximizar la efectividad de las estrategias de comercialización, es esencial realizar análisis regulares del comportamiento del cliente, lo que permite comprender sus preferencias y necesidades cambiantes. Basándose en estos datos, las tácticas de marketing deben ajustarse de manera proactiva para mantenerse alineadas con las expectativas del mercado. Esta adaptabilidad no solo asegura que las iniciativas de promoción sean relevantes y atractivas, sino que también fomenta una mayor satisfacción y lealtad del cliente. Implementar un enfoque dinámico y basado en datos permite responder rápidamente a tendencias modernas y mantener una conexión sólida con los consumidores, optimizando así el impacto y la eficacia de las estrategias de marketing.

Desarrollar un plan de monitoreo y revisión periódica para asegurar la sostenibilidad financiera y operativa a mediano y largo plazo. Se debe implementar un sistema de control de costos eficiente y revisar regularmente los estados financieros para identificar y abordar cualquier desviación. También, para mantener el compromiso con las prácticas sostenibles, es importante establecer un programa de auditoría ambiental que evalúe y supervise continuamente el impacto ambiental de las operaciones del negocio. El apoyo a productores locales y nuevos emprendedores, no solo refuerza el beneficio social, sino que también puede ofrecer ventajas competitivas en el mercado.

REFERENCIAS

- Alvira, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (Segunda ed.). Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Gbz5JO-loDEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=encuesta&ots=TVgeGH1h1U&sig=pTwkWn6e0VEXMKdX07IXvBPz8K0#v=onepage&q=encuesta&f=false>
- Anchelia Gonzales, V., Inga Arias, M., Olivares Rodríguez, P., y Escalante Flores, J. (2021). La gestión administrativa y compromiso organizacional en instituciones educativas. *Revista de Psicología Educativa Propósitos Y Representaciones*, 9(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.20511/pyr2021.v9nSPE1.899>
- Astudillo-Reyes, J. P., y Lugo, J. (2022). Estudio de factibilidad para la implementación de una farmacia en la Ciudad de Cuenca. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 7(6), 73-88. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2022.6-2.1577>
- Baque, L., Viteri, D., Álvarez, L., y Izquierdo, A. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125.
- Basurto, I., y Buste, G. (2020). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PARQUE ACUÁTICO EN EL CANTÓN MANTA, ECUADOR. *Revista ECA Sinergia*, 11(1), 66-80. https://doi.org/https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i1.1696
- Betanzos-Vega, A., Rivero-Suárez, S., y Mazón-Suástegui, J. (2014). Factibilidad económico-ambiental para el cultivo sostenible de ostión de mangle *Crassostrea rhizophorae* (Güilding, 1828), en Cuba. *Scielo*, 42(18). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3856/vol42-issue5-fulltext-18>
- Bonsón, E., Cortijo, V., y Flores, F. (2009). *Análisis de Estados Financieros*. PEARSON EDUCACIÓN. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25720w/Analisis_de_Estados_Financieros_compressed.pdf
- Cabrera-Moncayo, B., Ormaza-Andrade, J., y Castillo-Ortega, Y. (2024). Impacto de las políticas públicas aplicadas al espacio público abierto en la ciudad de Azogues. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 8(6), 410-429. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2023.6.2037>
- Castro-Lema, J., y Pico-Gutiérrez, E. (2021). Proceso contable y emprendimientos familiares creados durante el COVID 19, en la parroquia La Dolorosa del cantón Azogues, año 2021. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 7(4), 55-56. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1200>
- Centeno-Ortiz, J., Díaz-Chacón, S., Delgado-Cih, D., y Sánchez-López, J. (2021). Propuesta de plan de marketing ecológico para el Restaurante La Teja. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 51-64. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.892>
- Díaz, J., Fretell, W., Baltazar, P., Castañeda, M., Meza, S., y Ordoñez, C. (2021). Factibilidad económica de la producción de *Chondracanthus chamissoi*, cultivo vía esporas en laboratorio, San Andrés-Pisco, Perú. *Scielo*, 28(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22497/arnaldoa.281.28110>
- Feria, H., Matilla, M., y Mantecón, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Revista Didáctica y Educación Publicación del CEPUT*, 6(3). <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992/997>
- Fernández Espinoza, S. (2010). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. Editorial Tecnológica de Costa Rica. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=erlnsjksoLMC&oi=fnd&pg=PA11&dq=factibilidad+%C3%A9cnica+de+un+proyecto&ots=lqN2Q_ziBc&sig=XiKULZ4fH1ftmR-5o5lItvets5U#v=onepage&q=factibilidad%20t%C3%A9cnica%20de%20un%20proyecto&f=false

- Freire, C., Soto, T., y Mendieta, D. (2019). Desempeño financiero en las organizaciones: Análisis desde la gerencia general Chairman. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 24(87), 890-903.
<https://doi.org/https://biblat.unam.mx/es/revista/revista-venezolana-de-gerencia/articulo/desempeno-financiero-en-las-organizaciones-analisis-desde-la-gerencia-general-chairman>
- García, F., y Peña, G. (2011). Estudio de factibilidad financiera de una cooperativa venezolana, particularidades. *Actualidad Contable Faces*, 14(23), 62-78.
<https://www.redalyc.org/pdf/257/25720652005.pdf>
- García, Y., Peña, M., Pérez, Y., y Rodríguez, C. (2018). Factibilidad social de proyectos de software en la toma de decisiones mediante la computación con palabras. *Dialnet*, 11(3), 56-70.
<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8589952>
- García-Rodicio, H. (2016). La evaluación de la comprensión de textos: Una comparación entre preguntas abiertas y preguntas cerradas. *Certiuni Journal*, 2, 20-25.
<http://www.uajournals.com/ojs/index.php/certiunijournal/article/view/138/122#>
- Gaytán, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Scielo*, 21(42).
<https://doi.org/https://doi.org/10.32870/myn.v1i42>
- Gonzalo, A., Macbeth, G., y San-Martín, P. (2023). Percepciones del profesorado sobre factores extracognitivos en la enseñanza virtual durante la pandemia. *Scielo*, 1(77).
<https://doi.org/https://doi.org/10.17141/iconos.77.2023.5632>
- Gutiérrez-Aragón, Ó., Alcaraz-Espriu, E., y Solano-Tatché, M. (2022). Efectos de la masificación turística y de los cambios en el consumo sobre los mercados locales. El caso de La Boquería de Barcelona. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(1), 153-167.
<https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.010>
- Herrera, H. (2022). La utopía de una economía para la vida. *Cuadernos de Filosofía Latinoamericana*, 43(127), 84-103. <https://doi.org/https://doi.org/10.15332/25005375.6765>
- Jara, A. (2011). LAS JUNTAS DE ACCIONISTAS, OBJETO DE INNOVACIÓN. *Scielo*, 38(2), 395-408.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372011000200015>
- Lirio, F. (2018). *Organigramas: Técnicas y Métodos*. Perú: Huaraz.
https://www.google.com.ec/books/edition/Organigramas_T%C3%A9cnicas_y_M%C3%A9todos/gSDxDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=organigrama&printsec=frontcover
- López, C., Mazariegos, A., Milla, A., y Martínez, J. (2019). PROPUESTA DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL MUNICIPIO DE OCOSINGO, CHIAPAS. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 12(26). <https://www.eumed.net/rev/turydes/26/desarrollo-turistico-ocosingo.html>
- Lozada-Pinta, J., Valarezo-Romero, C., Salcedo-Muñoz, V., y Sotomayor-Pereira, J. (2020). Factores determinantes del fracaso empresarial en la ciudad de Machala, provincia de El Oro (Ecuador) durante el periodo 2019. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 5(6), 206-217.
<https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.389>
- Medina, J., Pérez, E., y Riquenes, M. (2019). Atractividad -Competitividad de destino turístico. Evaluación de Holguín para el mercado estadounidense. *Conciencia Digital*, 2(4), 43-55.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v2i4.851>
- Meléndez-Pérez, J., Lemos-Lima, M., Domínguez, I., y Oviedo-Ocaña, E. R. (2019). Reutilización de aguas grises domésticas para el uso eficiente del recurso hídrico: aceptación social y análisis financiero. Un caso en Portugal. *Revista UIS Ingenierías*, 18(1), 223-236.
<https://doi.org/10.18273/revuin.v18n1-2019020>

- Meneses, K., Córdova, G., y Aguirre, K. (2021). Lo más destacado y sobresaliente que caracteriza al mercado laboral ecuatoriano en siete hechos estilizados. *Scielo*(33).
<https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.01>
- Mogrovejo, A., Arias, D., y Vidal, B. (2020). PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAMPIÑONES EN LA PROVINCIA DEL AZUAY-ECUADOR. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en*, 22(1), 144-161. <https://doi.org/www.doi.org/10.36390/telos221.10>
- Mogrovejo-Lazo, A., Campos-Pacurucu, J., Campos-Pacurucu, J., y Vidal-Astudillo, B. (2020). Proyecto de factibilidad para instalar una heladería-cafetería en el cantón la Troncal. *Polo del conocimiento*, 5(5), 163-187. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i5.1408>
- Molina-Bonetto, C., Rosas-Retaq, M., Bustos-del Carril, R., y Weisstaub-Nuta, S. (2022). ¿Estudiantes o consumidores? Prácticas de comensalidad en escuelas primarias de Mendoza, Argentina. *Hacia promoc. salud.*, 27(1), 86-101. <https://doi.org/10.17151/hpsal.2022.27.1.7>
- Muños, L., Napa, Y., Pazmiño, W., y Posligua, M. (2020). PROCESOS ADMINISTRATIVOS: UN ESTUDIO AL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS PYMES. *UNESUM-Ciencias: Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(4), 29-40. <https://doi.org/https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v4.n4.2020.334>
- Ocampo-Carrasco, J., Molar-Fernández, F., Roca-Méndez, R., y Sánchez-López, J. (2021). La quinta P del marketing: personal o de personas. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 245-252.
<https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.893>
- Órgano de la República del Ecuador. (2021). *RESOLUCIÓN ARCSA-DE-2021-008-AKRG*. Quito, Ecuador.
<https://doi.org/https://www.controlsanitario.gob.ec/documentos-vigentes/>
- Paz-Zhuño, E., Paucar-Jiménez, C., y Benítez-Luzuriaga, F. (2022). Caracterización de estrategias comerciales y marketing para productos tecnológicos importados desde China-Ecuador en 2022. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 7(5), 57-65. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2022.5-3.1375>
- Pérez, R. (2019). LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA COMO MOTOR PARA EL ÉXITO DE LA PUBLICIDAD. *Ciencia y Sociedad*, 44(2), 11-23. <https://doi.org/https://doi.org/10.22206/cys.2019.v44i2.pp11-23>
- Prieto-Tibaduiza, W., Rocha-Vega, S., Páez-Martínez, H., y Lozano-Ramírez, N. (2019). Propuesta de herramienta para la integración de BIM a la toma de decisiones financieras en proyectos de construcción. *Revistas Universidad EAFIT*, 15(29), 75-101.
<https://doi.org/doi:10.17230/ingciencia.15.29.3>
- Ramírez, R., Torres, J., Velilla, M., y Lay, N. (2021). Integración de la estructura organizacional en coordinaciones de postgrados en universidades del estado Zulia - Venezuela. *Scielo*, 14(6).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000600203>
- Robbins, S., y Decenzo, D. (2002). *Fundamentos de administración*. Pearson Educación.
https://books.google.com.ec/books?id=yly3Ak0GLyK&printsec=frontcover&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Rodríguez, D., Siles, I., Mendoza, M., Bazán, C., y Martínez, A. (2022). Evaluación de modos de trabajo de DTMB en el diseño de receptores de DTV en Cuba. *Revista de Ingeniería Electrónica, Automática y Comunicaciones*, 43(3). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59282022000300045
- Sanchez-Pluas, M., y Naula-Cepeda, V. (2021). Liderazgo educativo en la calidad de la enseñanza en el nivel básica superior. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 6(1), 150-168.
https://doi.org/https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/417/610

- Serrano-Elizalde, K., Jaramillo-Ramos, M., y Prieto-López, Y. (2022). El liderazgo transformacional y su incidencia en la gestión educativa de la escuela héroes del Cenepa. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 7(1), 258-273. <https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2022.1-1.1008>
- Troncoso-Sepúlveda, R., y Cabas-Monje, J. (2019). Factibilidad del uso de contratos de futuros del Chicago Mercantile Exchange para la cobertura del riesgo de precio en el ganado bovino chileno. *Scielo*(90). <https://doi.org/https://doi.org/10.17533/udea.le.n90a1>
- Valdés, D., Huerta, P., Muñoz, C., y Leyton, C. (2023). LINEAMIENTOS PARA UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS: EL CASO DE HUBEI, CHINA. *Revistas BIO-BIO*, 22(2), 65-84. <https://doi.org/https://doi.org/10.22320/hem.v22i2.6329>
- Velásquez, B., Hoyos, J., Hernández, D., Sayado, L., Sayago, J., y Vargas, J. (2020). (DIE) - MODELO PARA EL DISEÑO DE IDEAS DE EMPRENDIMIENTO. *Revista Facultad Ciencias Agropecuarias -FAGROPEC- Universidad de la Amazonia*, 12(1), 52-64. <https://doi.org/https://doi.org/10.47847/fagropec.v12n1a5>
- Zúñiga, J. (2022). Factibilidad de la acción: una de las enseñanzas de Franz J. Hinkelammert. *Revista Internacional de Filosofía y Teoría Social*, 27(97). <https://doi.org/http://doi.org/10.5281/zenodo.6377921>

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta



Incidencia de Cafeterías en la ciudad de Machala

Buen día, soy estudiante de la carrera de Administración de empresas, por el cuál solicito su colaboración en esta encuesta, los datos solo serán usados para fines académicos.

[Iniciar sesión en Google](#) para guardar lo que llevas hecho. [Más información](#)

* Indica que la pregunta es obligatoria

Género *

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no decirlo

Edad *

- 18-21 años
- 22-25 años
- 26-29 años
- 30 años en adelante

¿Regularmente suele visitar lugares de consumo, como restaurantes, cafeterías o bares? *

- Si
- No
- Tal vez

Siguiente

Página 1 de 3

Borrar formulario

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Denunciar abuso](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

¿Con qué frecuencia visita cafeterías? *

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Rara vez

¿Qué es lo más importante para usted al elegir una cafetería para visitar? *

- Calidad del café
- Dulces y postres
- Ambiente y decoración
- Variedad de aperitivos y comestibles
- Comodidad y espacio para trabajar o socializar
- Precios accesibles
- Proximidad a su ubicación

¿Cuánto dinero aproximadamente gasta en promedio cada vez que sale a consumir en lugares como cafeterías, restaurantes, bares, etc.? *

- Menos de \$5
- \$6 - \$10
- \$11 - \$15
- \$16 - \$20
- Más de \$20

*¿Que tipo de cafetería le gustaría visitar? **

- Café-Libro
- Café-Bar
- Cyber-Café
- Cafeterías en servicios de gasolinera
- Cafetería-Restaurante

¿Que servicios adicionales le gustaría disfrutar? *

- Eventos culturales o literarios
- Zona de trabajo compartido
- Venta de libros y amplia selección de géneros literarios
- Zona Wi-fi gratuita

Atrás

Siguiente

Página 2 de 3 [Borrar formulario](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Denunciar abuso](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios



Incidencia de Cafeterías en la ciudad de Machala

[Iniciar sesión en Google](#) para guardar lo que llevas hecho. [Más información](#)

Le agradezco su participación

Atrás

Enviar

Página 3 de 3

[Borrar formulario](#)

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Denunciar abuso](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Anexo 2

Patente municipal

REQUISITOS PARA OBTENCIÓN DE PATENTE MUNICIPAL OBLIGADOS A LLEVAR CONTABILIDAD

- * COPIA DE CEDULA Y CERTIFICADO DE VOTACION
COPIA ACTUALIZADA DE RUC
COPIA ACTUALIZADA DE PAGO DE PREDIOS URBANOS O RURALES DE DONDE FUNCIONA EL NEGOCIO
- * CERTIFICADO DE ESTABLECIMIENTO DE RUC (EN CASO DE TENER VARIOS ESTABLECIMIENTOS)
- * CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO ACTUALIZADO DEL DUEÑO DEL NEGOCIO
CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO ACTUALIZADO DEL PROPIETARIO DEL LOCAL DONDE FUNCIONA EL NEGOCIO
- * CERTIFICADO DE NO ADEUDAR A EPAAGUA ACTUALIZADO DEL DUEÑO DEL NEGOCIO
CERTIFICADO DE NO ADEUDAR A EPAAGUA ACTUALIZADO DEL PROPIETARIO DEL LOCAL DONDE FUNCIONA EL NEGOCIO
- * CERTIFICADO DE PAGO DEL CUERPO DE BOMBEROS
 - * BALANCE ANUAL INTERNO
 - * DECLARACION DEL IMPUESTOS A LA RENTA
 - * FORMULARIO 1,5 POR MIL (PARA QUIENES LLEVAN CONTABILIDAD)
- * SOLICITUD DIRIGIDA AL ALCALDE " RENOVACION O POR PRIMERA VEZ "(HOJA DE LINEA)

Anexo 3

Permiso de cuerpo de bomberos

SOLICITUD PARA RENOVACIÓN Y/O PERMISO NUEVO (PERSONA NATURAL)

Machala de de 202.....

Cnel. (B). Ing.
Mario Javier Astudillo Gómez
JEFE DEL CUERPO DE BOMBEROS MUNICIPAL DE MACHALA
En su despacho

De mi consideración:

Yo,, solicito a usted de manera comedida, autorice a quien corresponda, realice la **INSPECCIÓN** para que se me otorgue el **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**.

NOMBRE DEL LOCAL y/o ACTIVIDAD	
RUC / RIMPE :	
DIRECCIÓN:	
CORREO ELECTRÓNICO:	
TELÉFONO:	

Adjunto:

- Copia de la Cédula de Ciudadanía
- Copia del RUC/RIMPE **-COMPLETO-** es decir, la hoja del **Registro Único de Contribuyentes MÁS** la o las hojas del o los **Certificados de Establecimientos Registrados (ABIERTOS - CERRADOS)**.
- Copia del Predio Urbano (**ACTUALIZADO**) y Contrato de arrendamiento.

Por la atención brindada a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

.....
FIRMA DEL SOLICITANTE

Nota: Por favor sacar copia para su **RECIBIDO**

Anexo 4

Costo de patente municipal

¿Cuál es el costo del trámite?

El costo de la Patente Municipal depende del Patrimonio con que opere la actividad.

- Cuando es por primera vez paga \$12,70 más dos especies valoradas, total \$ 14,70
- El segundo año el 50% del valor a pagar en base a patrimonio de la actividad económica.
- El tercero paga el 100% del valor a pagar en base a patrimonio de la actividad económica.
- Para las personas naturales o jurídicas que ejerzan una actividad económica en el cantón y que están obligadas a llevar contabilidad, antes de emitir la patente del año en curso deben presentar la declaración del Impuesto a la Renta del año anterior.
- Si una vez obtenida la Patente Municipal, el propietario de la actividad económica, presente aumento o disminución en su patrimonio, debe presentar los documentos de respaldo, para modificar su patrimonio y se emita el valor a pagar por Patente Municipal con valores actualizados.

FORMAS DE PAGO

Los pagos los puede realizar de forma:

- Presencial en las ventanillas de recaudación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Rocafuerte.
- Mediante transferencia o depósito bancario a la **Cuenta Corriente del Banco BANECUADOR numero de cuenta 3001054615 sublínea 030200** a nombre del Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del Cantón Rocafuerte. Adicional al costo del trámite se debe transferir 0.22 centavos de dolar por comision que cobra la entidad bancaria.

Anexo 5

Requisitos del ARCSA

REQUISITOS VERIFICADOS EN CONTROL POSTERIOR DE ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN COLECTIVA				
C Ó D I G O	REQUISITOS	Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (1)	Contrato de prestación de servicio de expendio de alimentos y bebidas con la institución educativa (2)	Certificado de manipulación de alimentos otorgado por el SECAP (2)
	TIPO DE ESTABLECIMIENTO			
14.7	SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN COLECTIVA	Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema
14.7.1	RESTAURANTE / CAFETERÍA	√		
14.7.2	HELADERÍA / FUENTE DE SODA	√		
14.7.3	BARES ESCOLARES		√	√
14.7.4	CASA DE BANQUETES			
14.7.5	SERVICIOS DE CATERING			
14.8	OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS NO CONTEMPLADAS ANTERIORMENTE (como kioscos, islas, entre otros)	√		
15.0	EMPRESAS PROVEEDORAS DE SERVICIOS DE AGUA POTABLE (EPS)			

1. Reglamento sustitutivo para otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control

RESTAURANTE / CAFETERÍAS

Descripción

Una cafetería es un establecimiento donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos de elaboración rápida o precocinada, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación, así como el expendio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

Un restaurante es un establecimiento donde se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En estos establecimientos se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas. También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, podrá disponer de servicio de autoservicio.

Según el Ministerio de Turismo (MINTUR), las cafeterías y restaurantes se clasificarán de la siguiente manera:

- Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría;
- Los restaurantes se categorizarán en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría.

Para efectos de obtención del permiso de funcionamiento, otorgado por la ARCSA, hasta que se efectúe el cambio en el sistema de permisos de funcionamiento de la Agencia; se entenderán como:

- Establecimientos de lujo o primera categoría a las cafeterías que cuenten con categorización del MINTUR como (2) dos tazas;
- Establecimientos de segunda, tercera o cuarta categoría a las cafeterías que cuenten con categorización del MINTUR como (1) una taza;
- Establecimientos de lujo a los restaurantes que cuenten con categorización del MINTUR como (5) cinco tenedores;
- Establecimientos de primera categoría a los restaurantes que cuenten con categorización del MINTUR como (4) cuatro tenedores;
- Establecimientos de segunda categoría a los restaurantes que cuenten con categorización del MINTUR como (3) tres tenedores;
- Establecimientos de tercera categoría a los restaurantes que cuenten con categorización del MINTUR como (2) dos tenedores; y,
- Establecimientos de cuarta categoría a los restaurantes que cuenten con categorización del MINTUR como (1) un tenedor.

Requisitos para obtención del permiso de funcionamiento

1. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
2. Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (MINTUR)

Tipos de establecimientos

Categoría:	14.7.1.1 Lujo	Costo:	\$331.20
Categoría:	14.7.1.2 Primera Categoría	Costo:	\$276.00
Categoría:	14.7.1.3 Segunda Categoría	Costo:	\$220.80
Categoría:	14.7.1.4 Tercera Categoría	Costo:	\$110.40
Categoría:	14.7.1.5 Cuarta Categoría	Costo:	\$55.20

Activ
Ve a C

Anexo 6

Propuesta de Software

- PERITAJE INFORMÁTICO
- DOMÓTICA
- ACTIVIDADES DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
- CAPACITADOR INDEPENDIENTE SETEC

Ing. Heckler Rothwell Ochoa Caicedo, Msg

Perito Informático Forense

0983419047

www.cqtisoft.com
heckler.rothwell@gmail.com

Propuesta

Machala, 25 de
Mayo de 2024

Estimad@Jennifer Presente.

De mis consideraciones.

Por medio del presente, le doy a conocer la propuesta de implementación

TISoft-Facturación Electrónica

La FACTURACIÓN ELECTRÓNICA es un mecanismo de comprobación fiscal que se basa en el aprovechamiento de medios electrónicos para la generación, procesamiento, transmisión y resguardo de los documentos fiscales de manera digital.

Características del Sistema.

- Multi Empresas.
- Multi Bodegas.
- Multi Usuarios.
- Base de Datos ORACLE.
- Módulos Integrados.
- Interfaz de Usuario Agradable.

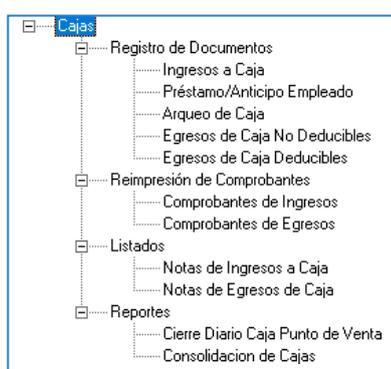
Módulos del Sistema.

- Archivos.
- Caja.
- Bancos.
- Inventario.
- Ventas.
- Cuentas por Cobrar.
- Cuentas por Pagar.
- Contabilidad.
- Recursos Humanos.
- SRI (Anexo Transaccional – Declaraciones).
- Reportes Operativos.
- Reportes Gerenciales.
- Setup.

Módulo Archivo:

Módulo que permite la gestión de todos los archivos maestros que el Sistema TISoft necesita para que todos los demás módulos interactúen eficientemente entre ellos, tales como: Clientes, Proveedores, Productos, Cajas, Bancos, presentaciones de producto, líneas, marcas, vendedores, agentes de cobranza, zonas, etc.

Módulo Caja:



Módulo que permite realizar las transacciones referentes a la administración de la caja, registrar:

- Ingresos a Caja,
- Egresos Deducibles,

- Egresos No Deducibles,
- Préstamos a Empleados.

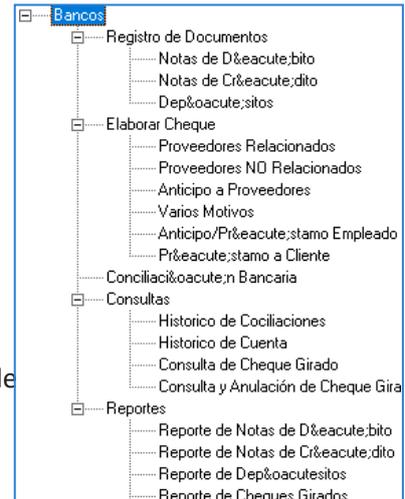
También se pueden reimprimir todos los comprobantes de ingresos y egresos de caja, si como también se puede obtener los reportes

del cuadro o arqueo de caja que se lo puede realizar de manera diario o de un periodo determinado.

Módulo Banco:

Módulo que permite la gestionar las transacciones realizadas con las cuentas bancarias registradas por la empresa, permitiendo registrar:

- Notas de Débito
- Notas de crédito
- Depósitos
- Emisión de Cheques a Proveedores
- Anticipo en Cheque a Proveedores
- Emisión de Cheques por otros motivos
- Préstamos y Anticipo a empleados a través de



Con todas las transacciones registradas en el módulo de bancos, se podrá realizar:

- La conciliación bancaria mes a mes.
- Tener un control del Libro bancos.
- Reporte del Flujo de Pago con Bancos.
- Reporte de Cheques Girados.
- Reporte de Cheques Post Datado.

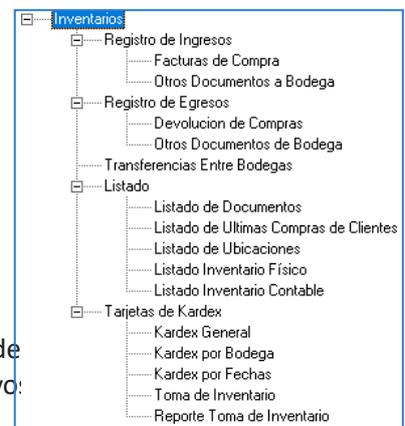
Módulo Inventario:

A través de este módulo, se pueden realizar las siguientes transacciones:

- Registrar las Facturas de Compras de Mercaderías
- Registrar Ingresos a Bodegas por otros motivos
- Registrar las Devoluciones en Compras.
- Registrar Egresos de Bodegas por otros motivos.
- Transferencia de mercaderías entre bodegas y sucursales.
- Realizar las Guías de Remisión.
- Toma de Inventario.

También se puede obtener los siguientes reportes:

- Kardex por Bodegas o Sucursales.
- Listado de todas las transacciones realizadas en el módulo con diversidad de filtros.
- Listado de Inventario Físico y/o Contable.
- Listado de diferencias en tomas de inventarios



Módulo Venta:

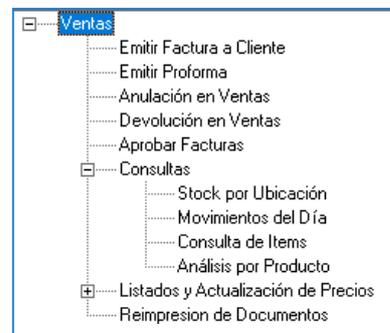
Las transacciones que se pueden realizar son:

- Emitir Factura.

- Emitir Proformas.
- Anular ventas.
- Realizar Devoluciones en Ventas.
- Aprobar las Ventas según las políticas de cada negocio.

Adicionalmente se puede:

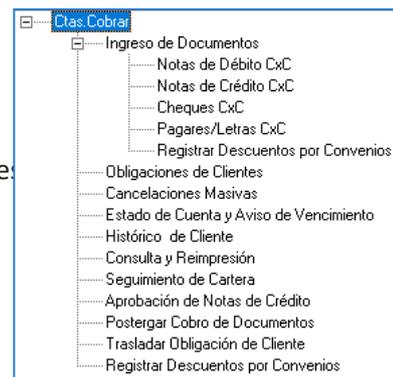
- Reimprimir los documentos.
- Consultar los Stock.
- Revisar los movimientos de ventas.



Módulo Cuentas por Cobrar:

En el módulo de Cuentas por Cobrar permite controlar todas las transacciones relacionadas con la cartera de la empresa, se podrá:

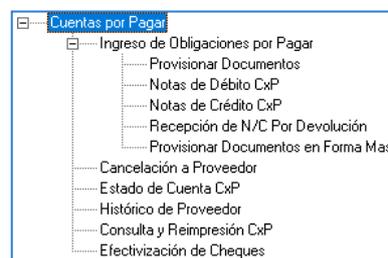
- Registrar los pagos y/o abonos a las deudas de los clientes.
- Refinanciar los créditos vencidos.
- Aplicar descuentos por pronto pago de una deuda.
- Revisar el estado actual de los clientes.
- Revisar el Historial de los clientes.
- Emitir certificados y avisos de vencimientos.
- Generar el reporte para el Buró de crédito.
- Realizar el seguimiento de la cartera vencida.



Módulo Cuentas por Pagar:

En el módulo de Cuentas por Pagar permite gestionar todas las transacciones relacionadas con las obligaciones con los proveedores tanto de bienes como de servicios, se podrá:

- Provisionar las facturas de costos o gastos distintos de inventarios.
- Registrar las Notas de Débito y Crédito que sean emitidas por los proveedores.
- Realizar las retenciones de manera automática al momento de registrar las facturas de costo o gasto.
- Revisar el estado actual por pagar de los proveedores.
- Revisar el histórico de compras y pagos de los proveedores.
- Reimprimir todos los documentos generados en el módulo de Cuentas por Pagar.



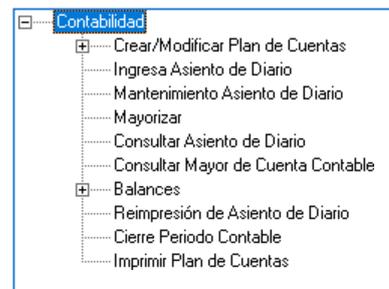
Módulo Contabilidad:

En este módulo convergen todos los diarios contables realizados de manera automática por cada una de las transacciones de todos los módulos del sistema. Una de las propiedades que mantiene el Sistema

TISoft es que su contabilidad se encuentra 100% ON LINE, convirtiéndolo en un sistema fácilmente auditable desde la perspectiva de los Auditores al dejar

rastro de todo movimiento realizados por los usuarios, se podrá:

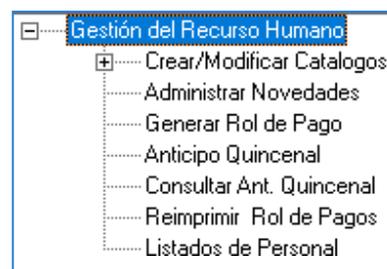
- Gestionar el Plan de Cuentas.
- Ingresar asientos de diarios según el requerimiento del contador.
- Mayorizar mensualmente.
- Revisar el Mayor Contable de las Cuentas.
- Obtener los Balances y Estados Financieros.



Módulo Recursos Humanos:

Permite Controlar los procesos que tengan relación con el manejo de las nóminas de los empleados, se podrá:

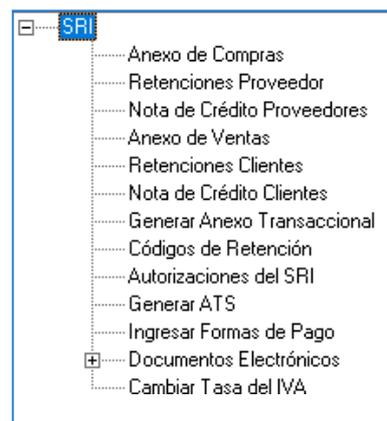
- Crear las Fichas de los Empleados.
- Administrar las Novedades tanto de Ingresos como de Egresos.
- Gestionar el Pago de las Quincenas.
- Elaborar el Rol de Pago mensual, tanto el general como el personal.



Módulo SRI:

Es el módulo auxiliar para elaborar las declaraciones y generar los archivos XML para los Anexos Transaccionales que el contribuyente tiene que informar al Servicio de Rentas Internas. Todas las transacciones donde interviene documentos tributables se alojan en este módulo para la revisión contable y tributaria por parte del área contable de la empresa, una vez comprobada se genera y valida el ATS, además se podrá:

- Administrar los Establecimientos y los Punto de Emisión.
- Gestionar el estado de los comprobantes electrónicos, determinando si se encuentran firmados, transmitidos al Web Services del SRI y si se encuentran enviados a los correos del destinatario.



Beneficios al Implementar el Sistema TISoft.

Con la adquisición del Sistema de Gestión de Información TISoft, recibirá los siguientes beneficios:

- Capacitación integral a todo el personal de la compañía según

- cronograma establecido al momento de la firma del contrato.
- Tres (3) meses de asistencia técnica sin costo contados a partir de que inicie el periodo de producción del Sistema TISoft, posterior a este periodo tendrá un costo de \$ 75.00 + I.V.A. por la hora o fracción de hora.
- Personalización de los reportes de acuerdo con las características del negocio durante la fase de implementación hasta los tres (3) primeros meses de la fase de producción.
- Generación Automática de los documentos electrónicos y la transmisión a los Web Services delSRI.
- Envíos automáticos de los correos electrónicos para los clientes y proveedores adjuntando el RIDE y el XML.
- Implementación de una Nube para el almacenamiento de los documentos electrónicos generados por la empresa versión Libre de Sync, Google Drive, OneDrive.
- Contabilización 100% ON LINE.

Requerimientos Técnicos para Implementar el Sistema TISoft.

La computadora que hará las veces de servidor deberá cumplir con las siguientes características:

- Procesador Intel Xeón, i5, i7.
- Memoria RAM 8GB
- Disco duro de 500GB o superior en estado sólido
- Sistema Operativo Windows Server 12 o Windows 10 (64 bits)
- Base de Datos Oracle 11G o superior

Las computadoras que hará las veces de Estaciones de Trabajo deberán cumplir con las siguientes características:

- Procesador Intel Core i3 de 10ma Generación o superior.
- Memoria RAM 4GB o superior
- Disco duro de 500GB o superior en estado sólido
- Sistema Operativo Windows 7 de 32 bits, Windows 7 de 64 bits, Windows 10 de 64 bits
- Software de manejo de archivos PDF

Inversión.

Alternativa No. 1: TISoft Versión Completa

Sistema TISoft con todos los módulos implementados

Descripción	Cantidad	Costo	Total
Sistema TISoft (1 Licencia de Servidor)	1	3,000.00	3,000.00+iva
Estación de Trabajo Adicional	1	250.00	250.00+iva
RUC Adicional	1	250.00	250.00+iva

Alternativa No. 2: TISoft Versión Documentos Electrónicos (Factura,

Retención, Nota de Crédito, Guía de Remisión)

Sistema TISoft con los módulos de emisión de Documentos Electrónicos

Descripción	Cantidad	Costo	Total
Sistema TISoft (1 Licencia de Servidor)	1	500.00	500.00+iva
Estación de Trabajo Adicional	1	50.00	50.00+iva
RUC Adicional	1	50.00	50.00+iva

Alternativa No. 3: TISoft Versión Documentos Electrónicos, y Control de Inventarios

Sistema TISoft con los módulos de emisión de Documentos Electrónicos más el módulo de Inventario y la Generación del Anexo Transaccional y Declaraciones para el SRI

Descripción	Cantidad	Costo	Total
Sistema TISoft (1 Licencia de Servidor)	1	800.00	800.00+iva
Estación de Trabajo Adicional	1	80.00	80.00+iva
RUC Adicional	1	80.00	80.00+iva

Alternativa No. 4: TISoft Versión Sólo

Emitir Facturas Electrónicas Sistema TISoft

con el módulo de Emisión de Facturas

Electrónicas

Descripción	Cantidad	Costo	Total
Sistema TISoft (1 Licencia de Servidor)	1	150.00	150.00+iva
Estación de Trabajo Adicional	1	50.00	50.00+iva
RUC Adicional	1	50.00	50.00+iva

Alternativa No. 5: Llevar desde su oficina las transacciones de sus clientes Sistema TISoft con el módulo Facturas Electrónicas (Factura, Nota de Crédito, Retención, Guía de Remisión), resumen para las declaraciones

Descripción	Cantidad	Costo	Total
Sistema TISoft (1 Licencia de Servidor)	1	200.00	200.00+iva
Estación de Trabajo Adicional	1	50.00	50.00+iva
RUC Adicional	1	50.00	50.00+iva

Alternativa No. 6: TISoft por Modulo por separado

Descripción	Cantidad	Costo	Total
Sistema TISoft (1 Licencia de Servidor) Sólo Emitir Facturas Electrónicas	1	150.00	150.00+iva

Módulo de Emisión de todos los comprobantes Electrónicos	1	450.00	450.00+iva
Módulo de Control de Inventario	1	400.00	400.00+iva
Módulo de Cuentas por Cobrar	1	300.00	300.00+iva
Módulo de Cuentas por Pagar	1	300.00	300.00+iva
Módulo de Control de Bancos	1	300.00	300.00+iva
Módulo de Control de Caja	1	300.00	300.00+iva
Módulo de Anexo y Declaraciones	1	300.00	300.00+iva

Módulo Contable	1	400.00	400.00+iva
Estación de Trabajo Adicional	1	10% de lo contratado	
RUC Adicional	1	10% de lo contratado	

Atentamente.

Ing. Heckler Ochoa Caicedo, MGETI

www.cqtisoft.com

Anexo 7

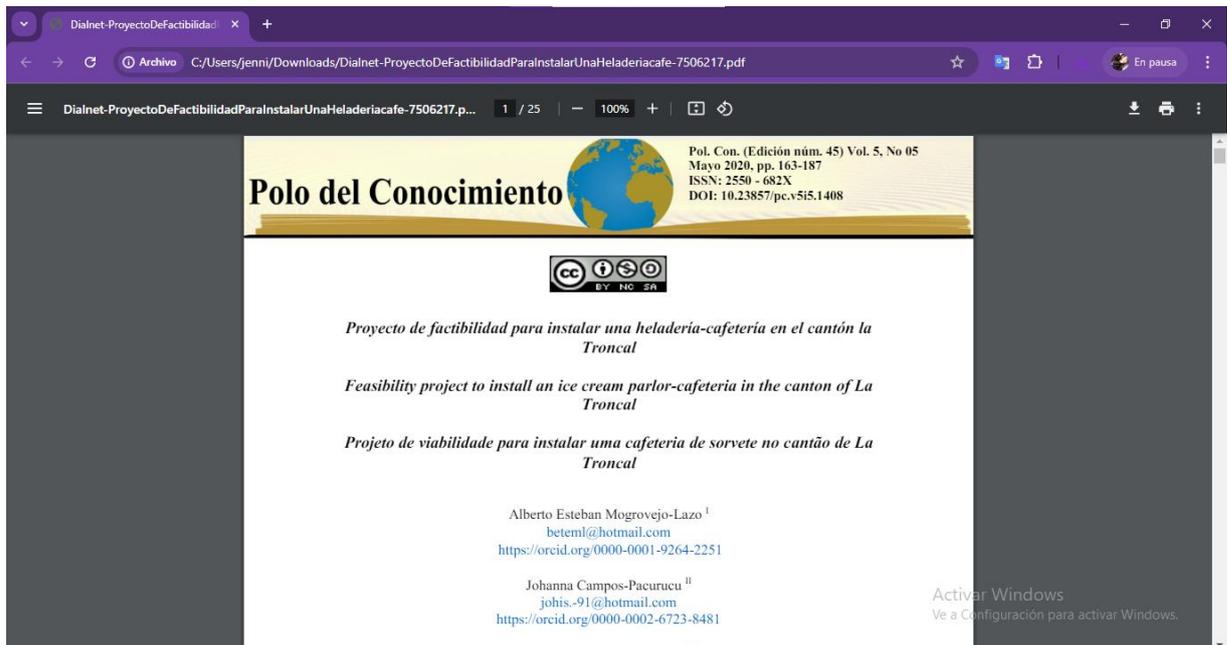
Lienzo CANVAS

<p>Alianzas clave  8</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribuidora Carolina • San Francisco Market • SuPollería • Sweet Coffee • CNEL EP • Netlife • Aguas Machala EP • Comercializadora "Rosita" • Heladería "KARITO" • SRI • ARCSA • GAD de Machala • Banco Pichincha 	<p>Actividades clave  6</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión y mantenimiento del local. • Preparación de bebidas y alimentos. • Atención al cliente y servicio de mesa. • Gestión de inventario y pedidos de suministros. • Marketing y promoción de eventos especiales. 	<p>Propuestas de valor  2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedad de opciones de comida y bebida de alta calidad. • Ambiente acogedor y cómodo para socializar, trabajar o relajarse. • Zona Wi-fi gratuita • Servicio rápido y amigable con atención personalizada a las necesidades de los clientes. • Eventos especiales como noches de música en vivo. 	<p>Relación con clientes  4</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de una base de datos para resguardar la información y aplicar promociones para fechas especiales o recordatorios de cumpleaños. • Espacio de estudio para estudiantes y profesionales • Cronómetro de suerte: para clientes que detengan el tiempo en x segundos recompensa de cuenta gratis. 	<p>Segmentos de mercado  1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes en busca de un lugar tranquilo para estudiar. • Profesionales: Personas que desean reunirse para citas de negocios o trabajar remotamente en un ambiente acogedor. • Clientes locales: Residentes y trabajadores de la zona cercana que buscan comida y bebida de calidad.
<p>Estructura de costes  9</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos fijos • Costos variables • Costos Totales • Presupuesto de inversión 		<p>Fuentes de ingresos  5</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de café, té y otras bebidas. • Venta de alimentos como desayunos, almuerzos, meriendas y cenas. • Venta de dulces y postres. • Alquiler de espacio para eventos privados o reuniones. 		

Anexo 8

Citas

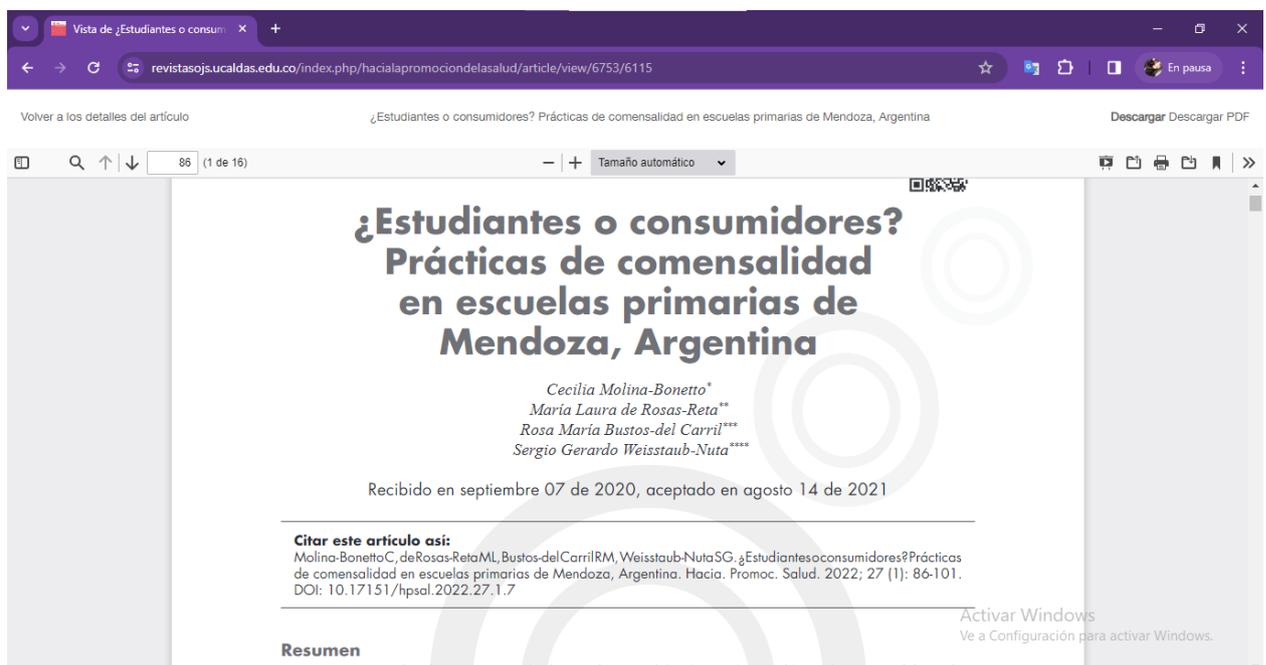
(Mogrovejo-Lazo et al., 2020)

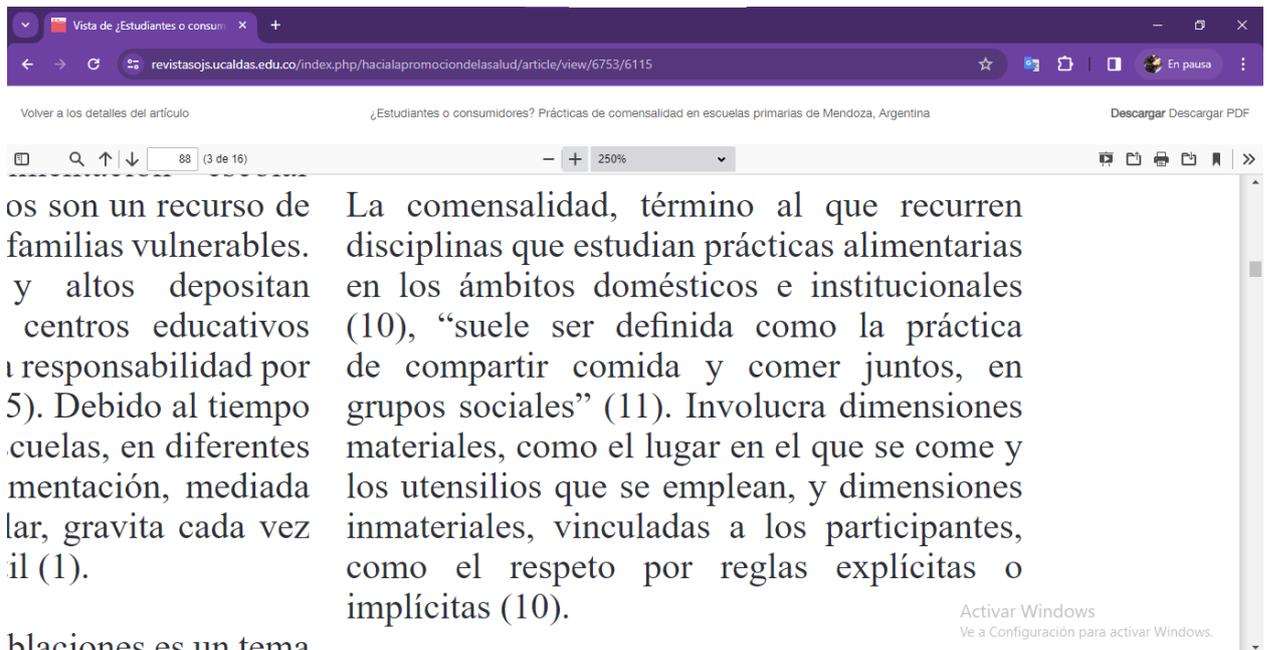


Es muy importante realizar un estudio de mercado antes de poner en marcha el negocio, ya que por medio de este se sabrá si se tiene una demanda insatisfecha a la cual se puede satisfacer ofreciendo nuevos servicios, se puede determinar el mercado en el que se va a incursionar, precios y competencia, y asegurarse de que tendrá éxito y que se cumplan los objetivos. El estudio de mercado tiene como propósito demostrar la posibilidad de participación de un producto o servicio en el mercado actual, y busca:

Enlace: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7506217.pdf>

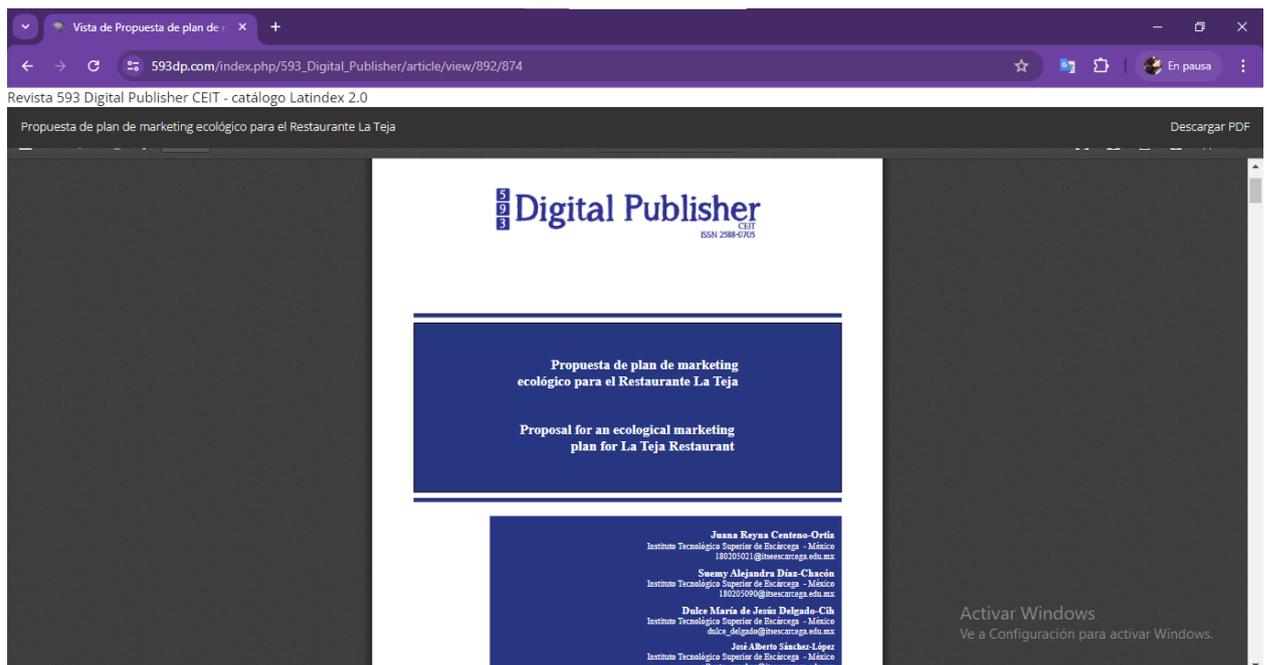
(Molina Bonetto et al., 2022)





Enlace: <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/hacialapromociondelasalud/article/view/6753/6115>

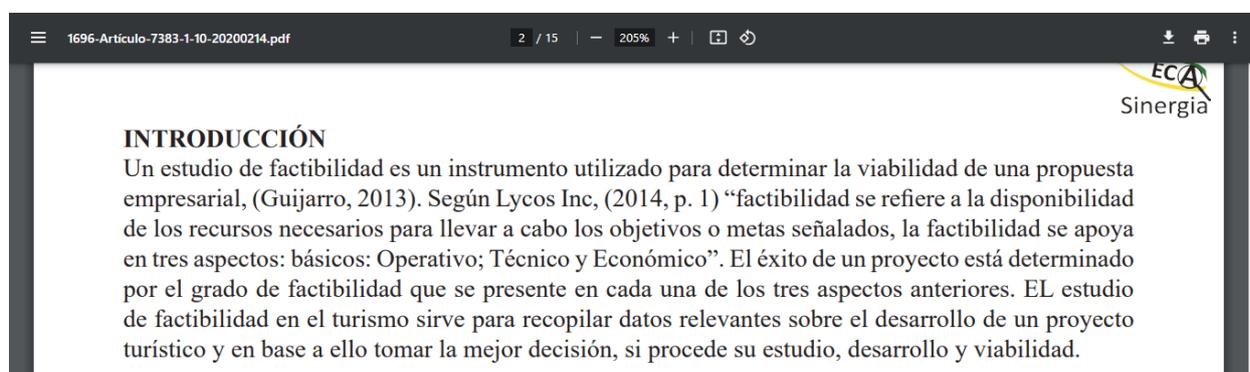
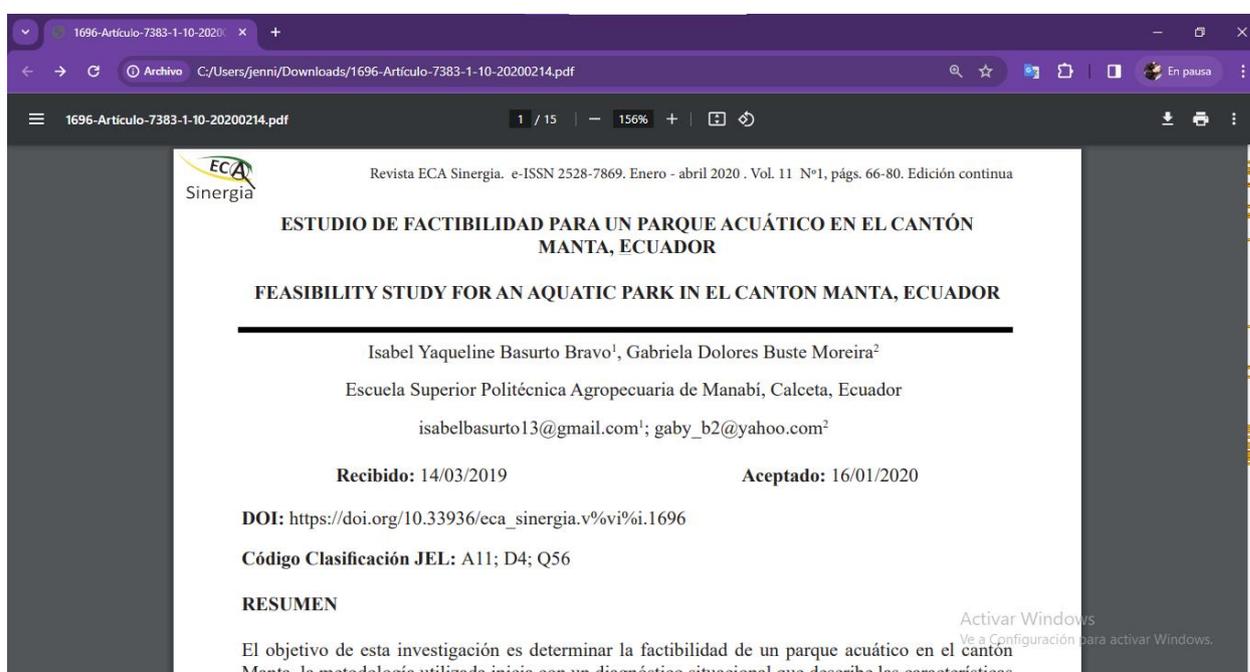
(Centeno-Ortiz et al., 2021)



La relación del usuario de servicio con el cliente, debe de ser una de las principales prioridades por parte de la empresa, ya que se debe de fundamentar una buena satisfacción al cliente y en la coordinación de las actividades del marketing. Martínez presenta 15 factores que él considera que son claves del éxito en el área de marketing

Enlace: https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/892/874

(Basurto y Buste, 2020)



Enlace: <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1696/2379>

(Zúñiga, 2022)

EBSCOhost
Registro detallado

Texto completo en PDF
Fuente: Utopía y Praxis Latinoamericana
Fecha: April 1, 2022

Dentro de esta obra
Contenidos del texto completo
1 - 5 | 6 - 10 | 11 - 15 >>

Factibilidad de la a... 1
Celebrar la vida en ... 1
Notas para una lectu... 1
Las armas ideológica... 1

Elija otro fascículo

retrieve 1 / 18 150%

ARTÍCULOS
UTOPÍA Y PRAXIS LATINOAMERICANA, AÑO: 27, N.º: 97, 2022, e6377921
REVISTA INTERNACIONAL DE FILOSOFÍA Y TEORÍA SOCIAL
CESA-FCES-UNIVERSIDAD DEL ZULIA, MARACAIBO-VENEZUELA
ISSN 1316-5216 / ISSN-e: 2477-9555

Factibilidad de la acción: una de las enseñanzas de Franz J. Hinkelammert
Feasibility of action: one of the teachings of Franz J. Hinkelammert

Jorge ZÚÑIGA M.
jorgezuniga@comunidad.unam.mx
Universidad Nacional Autónoma de México, México

Este trabajo está depositado en Zenodo:
DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.6377921>

RESUMEN ABSTRACT

Franz Hinkelammert es uno de los autores clásicos que... Franz Hinkelammert is one of the classic authors who in...

retrieve 5 / 18 150%

2. IDEOLOGÍAS DEL DESARROLLO: LA TESIS DE LA FACTIBILIDAD DE LA ACCIÓN Y LA REALIZACIÓN DE LAS IDEAS TRASCENDENTALES

El tema de la factibilidad surge en Hinkelammert de su reflexión sobre las posibilidades de realizar conceptos trascendentales en la realidad histórica. Estos conceptos son de diversas indoles, desde el mercado perfecto hasta la planificación perfecta. Esta inquietud de Hinkelammert se deja ver ya en *Ideologías del desarrollo y dialéctica de la historia* (Hinkelammert, 1970). El contexto en el cual se escribe esta obra está atravesado por la inquietud de mostrar las bases para la construcción de un socialismo democrático, un socialismo que pudiera mostrar una innovación más allá del socialismo burocratizado soviético. Este socialismo democrático al cual buscaba Hinkelammert contribuir estaba atravesado, principalmente, por la idea política que se formaba en Chile de socialismo, así como con el movimiento del 68 en Praga (Cfr. Hinkelammert, 2020a: 6 y 11).

Enlace: <https://zenodo.org/records/6377921>

(Troncoso Sepúlveda y Cabas Monje, 2019)

Factibilidad del uso de contratos de futuros del Chicago Mercantile Exchange para la cobertura del riesgo de precio en el ganado bovino chileno

Lecturas de Economía
Print version ISSN 0120-2596
Lect. Econ. no.90 Medellín Jan./June 2019
<https://doi.org/10.17533/udea.lie.n90a1>

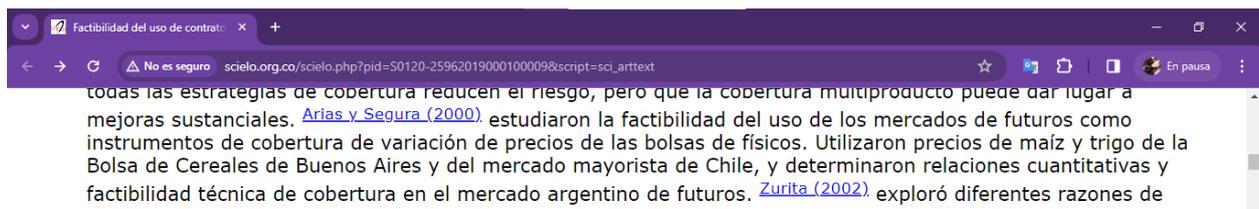
ARTÍCULOS

Factibilidad del uso de contratos de futuros del Chicago Mercantile Exchange para la cobertura del riesgo de precio en el ganado bovino chileno

Feasibility of using futures contracts of the Chicago Mercantile Exchange for hedging price risk in Chilean cattle

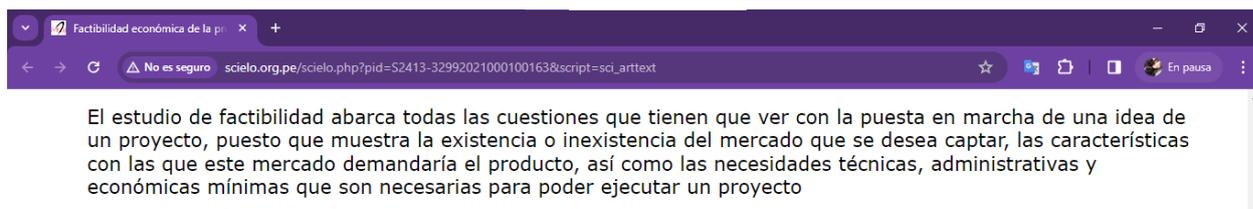
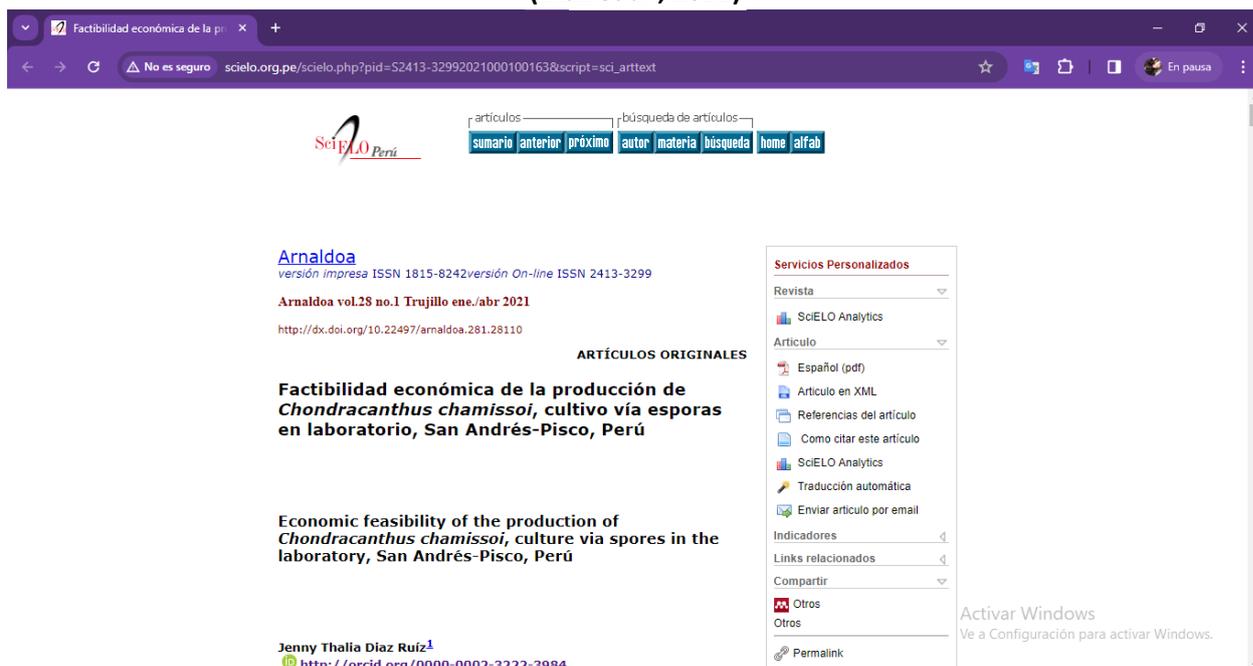
Possibilité d'utiliser des contrats à terme sur Chicago Mercantile Exchange pour couvrir le risque de prix des

Services on Demand
Journal
SciELO Analytics
Google Scholar H5M5 (2019)
Article
Spanish (pdf)
Article in xml format
Article references
How to cite this article
SciELO Analytics
Automatic translation
Send this article by e-mail
Indicators
Related links
Share
More
More



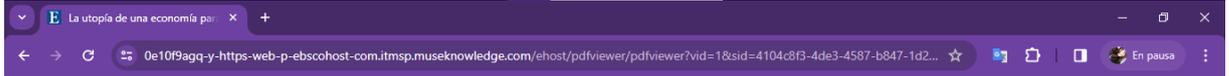
Enlace: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-25962019000100009&script=sci_arttext

(Díaz et al., 2021)



Enlace: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2413-32992021000100163&script=sci_arttext

(Herrera, 2022)



La utopía de una economía para la vida

retrieve 1 / 21 110%

La utopía de una economía para la vida

The utopia of an economy for life

<https://doi.org/10.15332/25005375.6765>
Artículos misceláneos

Hugo Amador Herrera Torres*

Citar como:
Herrera Torres, H. A. (2022). La utopía de una economía para la vida. *Cuadernos de Filosofía Latinoamericana*, 43(127), 84-103.
<https://doi.org/10.15332/25005375.6765>



Resumen

En el artículo se hacen aproximaciones a los enunciados utópicos de una economía para la vida y se determinan las relaciones que establecen los sujetos con las utopías. En el método de análisis se detectan las trascendencias que realizan los sujetos durante el desarrollo del proceso económico. Los resultados señalan que el enunciado utópico general de una economía para la vida es “la vida en la Tierra es vida eterna y plena” (trascendencia general). Los sujetos proyectan cuatro enunciados utópicos específicos (trascendencias parciales) en dicha perspectiva económica, uno de ellos centrado en la satisfacción total de las

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.



La utopía de una economía para la vida

retrieve 1 / 21 110%

... técnica en las producciones y con el ingreso de los sujetos. Las utopías se distorsionan cuando entran al cuadro de la ilusión trascendental; en contraste, obtienen sentido en relación con la vida humana cuando se basan en imaginaciones.

Palabras clave: finitud, infinitud, imaginación trascendental, ilusión trascendental, sujetos.

* Doctor en Economía y Empresa por la Universidad Autónoma de Madrid, Posdoctorante en la Universidad Nacional de Costa Rica, Profesor e Investigador en la Facultad de Economía de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (México). Correo electrónico: hugoht@fevaq.net; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3685-4043>

84

Cuadernos de Filosofía Latinoamericana
ISSN: 0120-8462 | e-ISSN: 2500-5375 | <http://dx.doi.org/10.15332/25005375>
Vol. 43 N.º 127 | julio-diciembre del 2022

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.



La utopía de una economía para la vida

retrieve 11 / 21 110%

La factibilidad técnica (selección de los medios de producción) se halla supeditada a la factibilidad económica. Los productores prácticos, por ende, solo pueden concretar algunos de los fines posibles.

Los productores prácticos deben integrarse a un sistema de la división social del trabajo, que deriva en redes de convivencia socio-productiva entre ellos. Las producciones están unidas. Este sistema “es la columna vertebral de la coordinación del trabajo” (Hinkelammert y Mora, 2014, p. 12). La exclusión de productores prácticos del sistema implica que no tengan la oportunidad efectiva de obtener los productos que requieren para la atención de las necesidades. Una de las claves que se plantea en una economía para la vida en relación con la maximización de la producción está en la integración del mayor número posible de productores al sistema sin perder factibilidad económica en el manejo de los medios de producción y sosteniendo excedentes acotados (Hinkelammert y Mora, 2013, pp. 128-129).

Enlace: <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/cfla/article/view/6765/7547>

(Rodríguez et al., 2022)

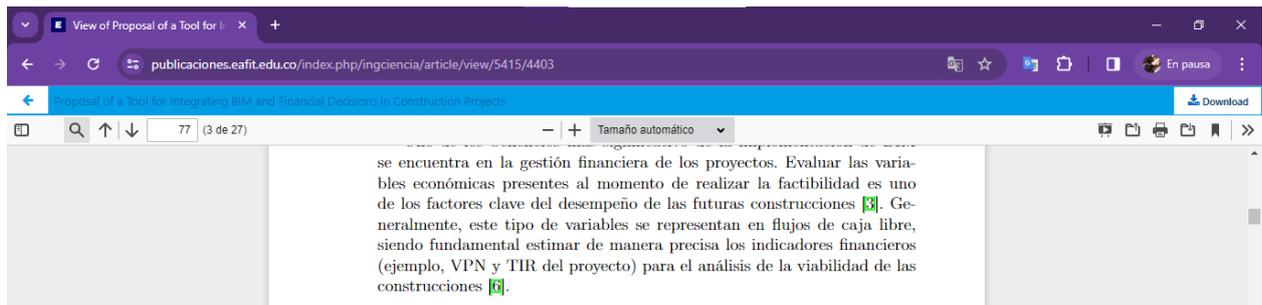
The screenshot shows a web browser window displaying an article on the Scielo platform. The browser's address bar shows the URL: scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59282022000300045. The page features the Scielo logo and navigation links such as 'artículos', 'búsqueda de artículos', 'sumario', 'anterior', 'próximo', 'autor', 'materia', 'búsqueda', 'home', and 'alfab'. The article title is 'Evaluación de modos de trabajo de DTMB en el diseño de receptores de DTV en Cuba'. Below the title, it is noted as 'ARTÍCULO ORIGINAL' and 'Evaluación de los modos de trabajo de la norma de televisión digital terrestre en el diseño de receptores de DTV en Cuba'. The authors listed are David Rodríguez Mollined and Irina Siles Siles. A sidebar on the right offers options like 'Mi Scielo', 'Servicios personalizados', and 'Servicios Personalizados'.

entre la SBC y el NIM, para su futura fabricación y comercialización en el país. Para validar la factibilidad técnica de la propuesta se debe corroborar experimentalmente la estructura de las tramas de datos, para luego diseñar el procedimiento de software dedicado al procesamiento en tiempo real de la señal. También es necesario cumplir con los requisitos de temporización de las señales de control, configuración y monitoreo presentes en los diferentes modos de trabajos del estándar Televisión Digital Terrestre para la Difusión de Multimédias (DTMB, *Digital Terrestrial Multimedia Broadcast*) recogidos en el GB 20600-2006.

Enlace: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59282022000300045

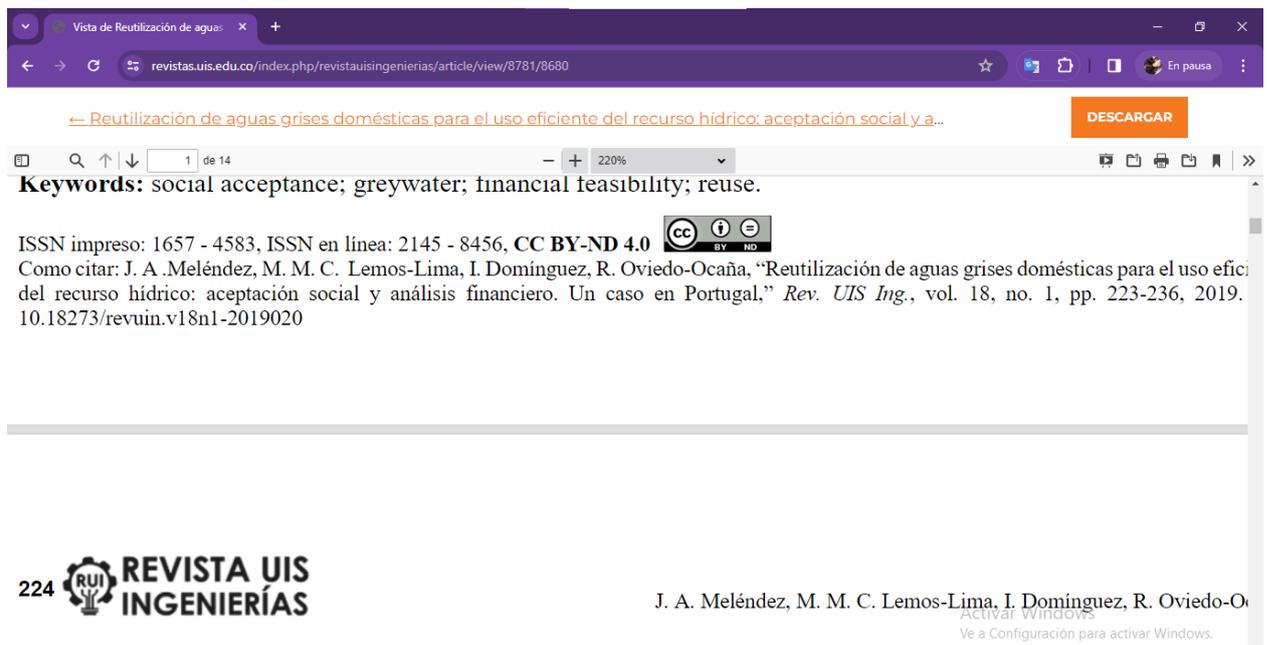
(Prieto Tibaduiza et al., 2019)

The screenshot shows a PDF document viewer displaying a paper from the journal 'Ingeniería y Ciencia'. The journal information includes ISSN: 1794-9165, BSSN-e: 2256-4314, and the issue details: 'ing. cienc., vol. 15, no. 29, pp. 75-101 enero-junio. 2019'. The article title is 'Propuesta de herramienta para la integración de BIM a la toma de decisiones financieras en proyectos de construcción'. The authors are Wilson Andrés Prieto-Tibaduiza¹, Sebastián Mauricio Rocha-Vega², Holmes Julián Páez-Martínez³, and Natalia E. Lozano-Ramírez⁴. The document also includes reception and acceptance dates: 'Recepción: 15-01-2019 | Aceptación: 07-03-2019 | En línea: 31-05-2019' and the DOI: 10.17230/ingeniería.15.29.3.



Enlace: <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/ingciencia/article/view/5415/4403>

(Meléndez Pérez et al., 2019)



Vista de Reutilización de aguas: x +

revistas.uis.edu.co/index.php/revistausingenierias/article/view/8781/8680

← Reutilización de aguas grises domésticas para el uso eficiente del recurso hídrico: aceptación social y a... DESCARGAR

10 de 14 180%

agua son similares al presente caso. La viabilidad financiera de un proyecto depende directamente del número de apartamentos y la tarifa de abastecimiento (*i. e.* mayor número de apartamentos y valor en la tarifa, más factible es financieramente); por tanto, se debe estudiar previamente el contexto de estudio, para elegir el sistema de tratamiento que mejor se ajuste a sus necesidades.

con la reutilización de AG en el sector doméstico estancan el desarrollo comercial de sistemas de tratamiento para este fin. Debe fomentarse investigación aplicada de opciones de tratamiento de AG más rentables e igualmente fiables.

De otro lado, se realizó un análisis de sensibilidad de la

Enlace: <https://revistas.uis.edu.co/index.php/revistausingenierias/article/view/8781/8680>

(Gaytán, 2020)

El plan de negocios y la rentabi x +

scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext

SciELO artículos | búsqueda de artículos

sumario anterior próximo autor materia búsqueda home alfab

Mercados y negocios
 versión On-line ISSN 2594-0163 versión impresa ISSN 1665-7039
 Merc. negocios vol.21 no.42 Zapopan jul./dic. 2020 Epub 10-Oct-2020
<https://doi.org/10.32870/mvn.vi42>

INDICADORES FINANCIEROS Y ECONÓMICOS

El plan de negocios y la rentabilidad

Juan Gaytán Cortés¹

¹Universidad de Guadalajara (México) jgaytancortes@gmail.com

El plan de negocios.- Es una herramienta que permite a las organizaciones trazar una ruta por medio de la cual alcanzará todos y cada uno de sus objetivos y metas propuestas, destacando entre ellas la rentabilidad esperada, también, permite abordar y ofrecer soluciones para cada uno de los posibles obstáculos que se presenten durante su implementación y desarrollo de actividades en el futuro. Además, es una herramienta de gran utilidad que le permite a una organización determinar qué tan competitiva puede ser en el sector o mercado en que se incorporará.

El plan de negocios permite reunir y visualizar en un solo documento toda la información de una organización, brindando un panorama de la viabilidad

Servicios Personalizados

Revista

SciELO Analytics

Artículo

nueva página del texto (beta)

Español (pdf)

Artículo en XML

Referencias del artículo

Como citar este artículo

SciELO Analytics

Traducción automática

Enviar artículo por email

Indicadores

Links relacionados

Compartir

Otros

Otros

Activar Windows
 Ve a Configuración para activar Windows.

El plan de negocios y la rentabi x +

scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext

SciELO Analytics

Traducción automática

Enviar artículo por email

Indicadores

Links relacionados

Compartir

Otros

El plan de negocios.- Es una herramienta que permite a las organizaciones trazar una ruta por medio de la cual alcanzará todos y cada uno de sus objetivos y metas propuestas, destacando entre ellas la rentabilidad esperada, también, permite abordar y ofrecer soluciones para cada uno de los posibles obstáculos que se presenten durante su implementación y desarrollo de actividades en el futuro. Además, es una herramienta de gran utilidad que le permite a una organización determinar qué tan competitiva puede ser en el sector o mercado en que se incorporará.

Enlace: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext

(Meneses et al. 2021)

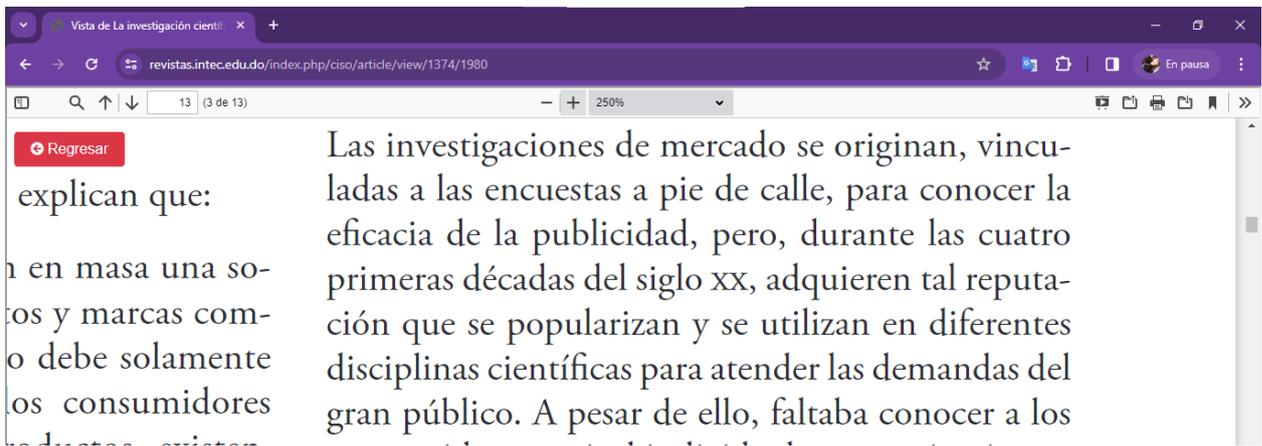
The screenshot shows the SciELO website interface. At the top, there is a navigation menu with options like 'sumario', 'anterior', 'próximo', 'autor', 'materia', 'búsqueda', 'home', and 'alfab'. The main content area features the article title in Spanish and English, along with the journal information: 'Revista Economía y Política', 'versión On-line ISSN 2477-9075', 'Revista Economía y Política no.33 Quito ene./jun. 2021 Epub 15-2021', and a DOI link. A sidebar on the right offers 'Servicios Personalizados' such as 'Español (pdf)', 'Artículo en XML', 'Referencias del artículo', 'Como citar este artículo', 'SciELO Analytics', 'Traducción automática', and 'Enviar artículo por email'. The article title is 'Lo más destacado y sobresaliente que caracteriza al mercado laboral ecuatoriano en siete hechos estilizados' and its English translation is 'The highlights of the ecuadorian labor market in seven stylized facts'.

El perfil del mercado laboral y su dinámica es uno de los ejes estratégicos para entender los avances y desafíos en la calidad de vida de la población. El mercado laboral no sólo es determinante en la generación de ingresos de las personas sino también es uno de los pilares para alcanzar el bienestar en una sociedad cuando logra acceso y calidad en aspectos estratégicos como la salud, los ingresos y la educación que le permiten al individuo una vida larga y saludable, la adquisición de conocimientos y un nivel de vida decente (Nussbaum 2001; PNUD 2019; Sen 2007).

Enlace: http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2477-90752021000200001#B66

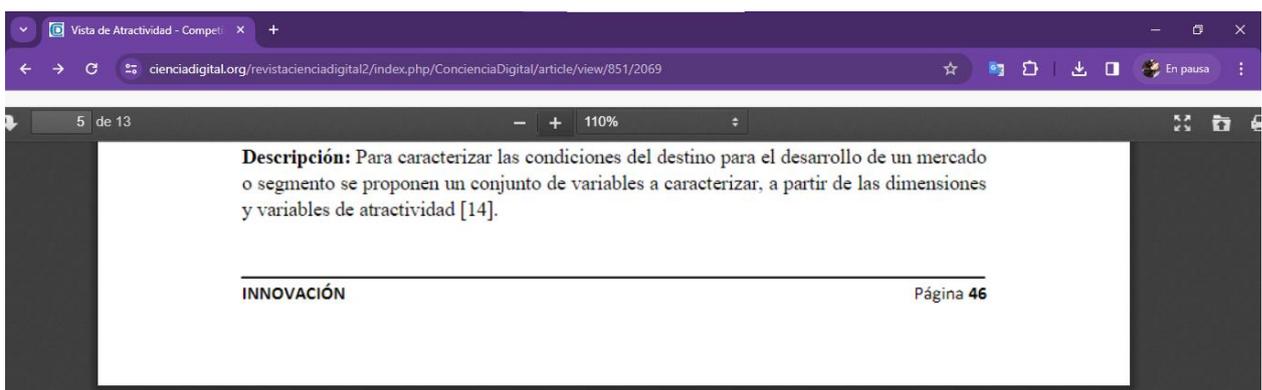
(Pérez, 2019)

The screenshot displays the journal 'Ciencia y Sociedad', Vol. 44, No. 2, abril-junio, 2019. The article title is 'LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA COMO MOTOR PARA EL ÉXITO DE LA PUBLICIDAD' with the subtitle 'Scientific research as an engine for the success of publicity'. The author is Rita María Pérez Pérez, a Doctora en Filosofía en un Mundo Global at the Universidad del País Vasco (UPV/EHU). The article was received on 8/4/2019 and approved on 30/4/2019. The citation information is: Pérez Pérez, R. M. (2019). La investigación científica como motor para el éxito de la publicidad. Ciencia y Sociedad, 44(2), 11-23. DOI: <https://doi.org/10.22206/cys.2019.v44i2.pp11-23>. The page includes a 'Resumen' (Summary) and 'Abstract' section.

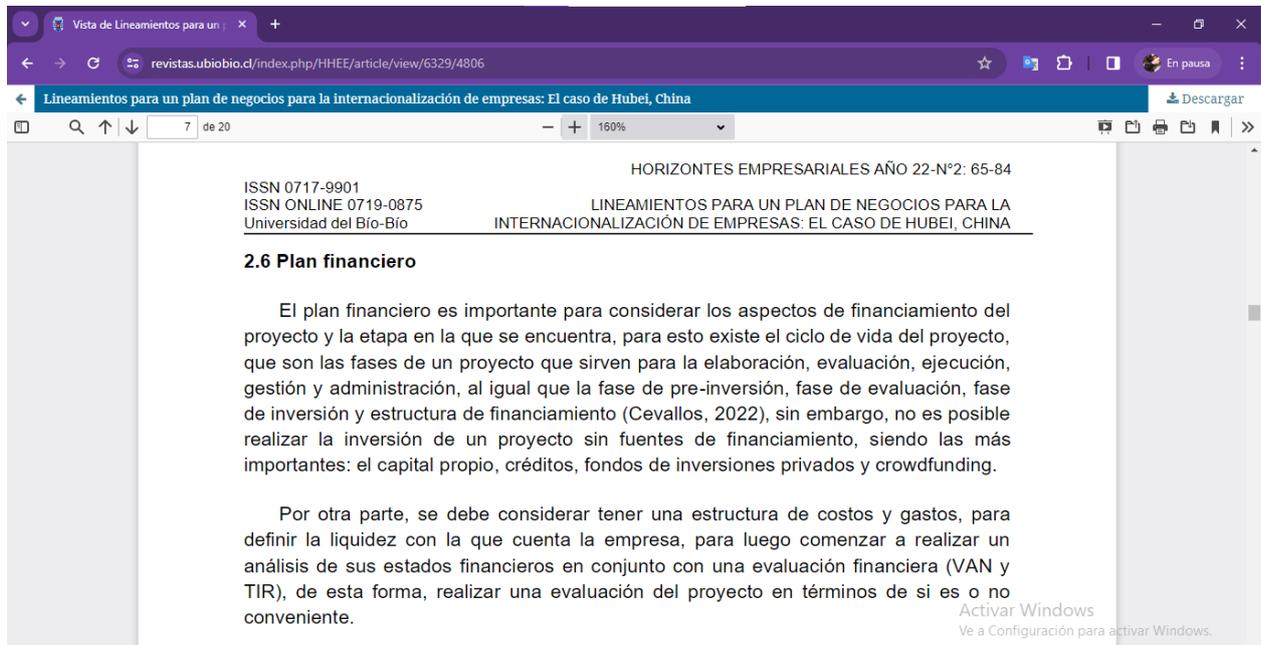
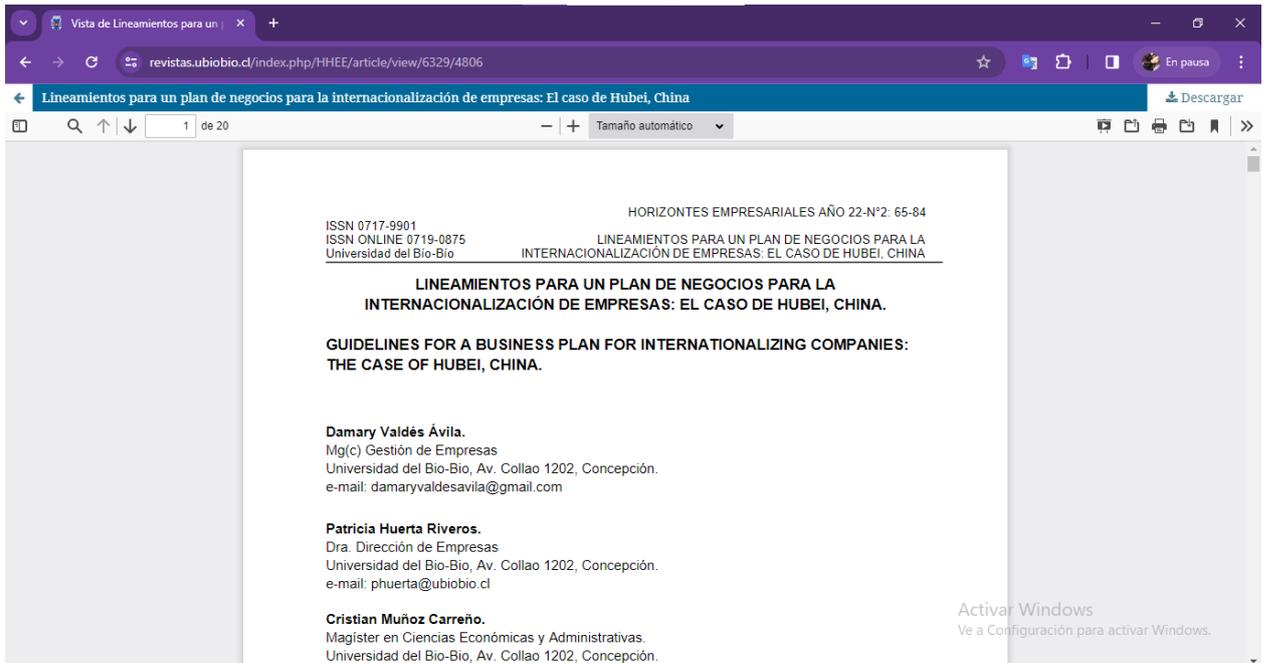


Enlace: <https://revistas.intec.edu.do/index.php/ciso/article/view/1374/1980>

(Medina et al., 2019)



Enlace: <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/ConcienciaDigital/article/view/851/2069>



Enlace: <https://revistas.ubiobio.cl/index.php/HHEE/article/view/6329/4806>

Fecha de presentación: abril, 2020
Fecha de aceptación: junio, 2020
Fecha de publicación: julio, 2020

14

PLAN DE NEGOCIO PARA EMPRENDIMIENTOS DE LOS ACTORES Y ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

BUSINESS PLAN FOR THE ENTERPRISES OF POPULAR AND SOLIDARITY ECONOMY ACTORS AND ORGANIZATIONS

Lisenia Karina Baque Villanueva¹
E-mail: uq.liseniabaque@uniandes.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7886-8094>
Danilo Augusto Viteri Intriago¹
E-mail: direccionquevedo@uniandes.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7153-4980>
Lyzbeth Kruschalia Álvarez Gómez¹
E-mail: uq.lyzbethalvarez@uniandes.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2387-984X>
Aida Margarita Izquierdo Morán¹
E-mail: uq.aidazquierdo@uniandes.edu.ec
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2692-2762>
¹ Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Ecuador.

Cita sugerida (APA, sexta edición)
Baque Villanueva, L. K., Viteri Intriago, D. A., Álvarez Gómez, L. K., & Izquierdo Morán, A. M. (2020). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125.

RESUMEN
El objetivo primordial de esta investigación es diseñar la estructura de un nuevo plan de negocios para los emprendimientos de los actores de economía popular y solidaria de la provincia de Los Ríos. Se utilizó los métodos descriptivo, cualitativo y cuantitativo, que permitió recabar la información necesaria a los 24 emprendedores del proyecto Impulso Joven dirigido por la Secretaría Técnica de Juventudes quienes constituyeron la población sujeta de análisis en esta investigación.

Palabras clave: Plan de negocio, emprendimiento, empresa.

ABSTRACT

El objetivo primordial de esta investigación es diseñar la estructura de un nuevo plan de negocios para los emprendimientos de los actores de economía popular y solidaria de la provincia de Los Ríos. Se utilizó los métodos descriptivo, cualitativo y cuantitativo, que permitió recabar la información necesaria a los 24 emprendedores del proyecto Impulso Joven dirigido por la Secretaría Técnica de Juventudes quienes constituyeron la población sujeta de análisis en esta investigación.

Palabras clave: Plan de negocio, emprendimiento, empresa.

ABSTRACT

The primary objective of this research is to design the structure of a new business plan for the ventures of the actors of popular and solidarity economy in the province of Los Ríos. The descriptive, qualitative and quantitative methods were used, which allowed gathering the necessary information from the 24 entrepreneurs of the Young Impulse project led by the Youth Technical Secretariat who constituted the population subject to analysis in this research.

Keywords: Business plan, entrepreneurship, company.

UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD | Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos | ISSN: 2218-3620 | Volumen 12 | Número 4 | Julio - Agosto, 2020

120

- Plan Financiero

n-
o-
io,
n-
os
sin

El plan financiero debe mostrar todas las proyecciones financieras indispensables para poner en marcha el negocio: presupuesto de ingresos, presupuesto de inversiones, presupuesto de compras, presupuesto de mercadeo y ventas, presupuesto administrativo, gastos financieros, estado de resultados, flujo de efectivo y la evaluación financiera.

Enlace: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1621/1626>

(Velásquez et al., 2020)

Vista de (DIE) - MODELO PARA x + editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/fagropec/article/view/31/30

(DIE) - MODELO PARA EL DISEÑO DE IDEAS DE EMPRENDIMIENTO Descargar PDF

1 of 13 100%

Universidad de la Amazonia ISSN-Revista en Línea: 2539-178X doi.org/10.47847/fagropec.v12n1a5

(DIE) - MODELO PARA EL DISEÑO DE IDEAS DE EMPRENDIMIENTO

(DBI) Model for the design of business ideas

Blanca Liliana Velásquez Carrascal¹, Johann Fernando Hoyos Patiño², Daniel Antonio Hernández Villamizar³, Lilian Natalia Sayado Velásquez⁴, Jcimmy Estefany Sayago Velásquez⁵, Antonio Vargas Yuncosa⁶

Artículo de Investigación

Recibido 15 de enero de 2020.
Aceptado 3 de marzo de 2020.

¹MSc., Universidad Francisco de Paula Santander, Grupo de Investigación G@SD y GIPAD
²MSc., Universidad Francisco de Paula

RESUMEN

Los jóvenes en la actualidad deben responder a las exigencias del mercado actual creando iniciativas de negocios claras y ordenadas, con un proceso que genere prototipos de empresas innovadoras a través de un paso a paso que responda a la realidad del entorno, el objetivo de la investigación es describir el modelo para el Diseño de Ideas de Emprendimiento (DIE) que consta de 8 fases: concepto del negocio, propuesta de valor, análisis de mercado, plan de mercadeo, estructura administrativa, estudio técnico y operativo, planificación financiera y resumen ejecutivo. Es una herramienta metodológica para estudiantes que permite la construcción del plan de negocio o proyecto empresarial, aumentando el porcentaje de viabilidad al momento de la ejecución y puesta en marcha de la empresa.

Palabras claves:
Emprendimiento; Negocio; Empresa; Innovación

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Vista de (DIE) - MODELO PARA x + editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/fagropec/article/view/31/30

(DIE) - MODELO PARA EL DISEÑO DE IDEAS DE EMPRENDIMIENTO Descargar PDF

8 of 13 150%

REVISTA FAGROPEC UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA - FLORENCIA, CAQUETA

(DIE) - Modelo para el diseño de ideas de emprendimiento

De acuerdo a las fases del DIE el estudio técnico operativo define Básicamente en el estudio técnico se define aspectos que deben contener el plano de las instalaciones, los materiales maquinaria, equipo y tecnologías necesarias para el funcionamiento del proyecto.

Para Santandreu *et al.*, (2014) citado por López (2017) existen modelos para planes de negocios como el Canvas, que propone 9 pasos en un lienzo donde se estructuran los aspectos que desarrollan la propuesta de negocio, uno de estos aspectos pide al emprendedor plasmar los recursos físicos necesarios para el funcionamiento de su negocio. Razón por la cual el modelo DIE contempla como paso importante de la herramienta la identificación de los insumos, materias primas, maquinaria, equipo, tecnologías y diseño y distribución de las instalaciones donde funcionara la empresa.

Enlace: <https://editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/fagropec/article/view/31/30>

(Mogrovejo et al., 2020)

Vista de Producción y comercio x +
ojs.urbe.edu/index.php/teelos/article/view/3276/4478
Revista Telos, URBE, Ciencias Sociales
Producción y comercialización de champiñones en la provincia del Azuay-Ecuador. Estudio de factibilidad Descargar

TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales
ISSN 1317-0570 / ISSN (e) 2343-5763
Vol. 22 (1): 144-161. Enero-Abril 2020

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAMPIÑONES EN LA PROVINCIA DEL AZUAY-ECUADOR. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Alberto Esteban Mogrovejo Lazo*
<https://orcid.org/0000-0001-9264-2251>
Diego Manolo Arias Abad**
<https://orcid.org/0000-0002-9344-7391>
Boris Esteban Vidal Astudillo***
<https://orcid.org/0000-0002-3364-3462>

RECIBIDO: Septiembre 2019 / ACEPTADO: Noviembre 2019 / PUBLICADO: Enero 2020

Como citar: Mogrovejo Lazo, Alberto; Arias Abad, Diego; Vidal Astudillo, Boris. (2020). Producción y Comercialización de champiñones en la provincia de Azuay-Ecuador. Estudio de Factibilidad. **Telos: revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales**, 22 (1), Venezuela. (Pp. 144-161). DOI: www.doi.org/10.36390/teelos221.10

RESUMEN
El emprendimiento forma parte de los pilares del desarrollo económico de un país. Al indagar en el sector agroalimentario, específicamente en el rubro de champiñones en la provincia del

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Vista de Producción y comercio x +
ojs.urbe.edu/index.php/teelos/article/view/3276/4478
Revista Telos, URBE, Ciencias Sociales
Producción y comercialización de champiñones en la provincia del Azuay-Ecuador. Estudio de factibilidad Descargar

Estudio técnico
Se precisan los principales recursos materiales, técnicos y tecnológicos necesarios para producir los champiñones; los datos de los costos fueron obtenidos a partir de una revisión en internet con diferentes proveedores; los cuales se detallan en la (tabla 1). Estos materiales serían los necesarios para comenzar la operación del negocio:

Vista de Producción y comercio x +
ojs.urbe.edu/index.php/teelos/article/view/3276/4478
Revista Telos, URBE, Ciencias Sociales
Producción y comercialización de champiñones en la provincia del Azuay-Ecuador. Estudio de factibilidad Descargar

Estudio financiero
Desde la **perspectiva financiera**, se estiman indicadores de rentabilidad y de retorno de la inversión aplicando, técnicas reconocidas en el área financiera. El estudio financiero parte de los siguientes datos del cultivo y cosecha de los champiñones; para determinar los costos y la capacidad de producción instalada.

Enlace: <https://ojs.urbe.edu/index.php/teelos/article/view/3276/4478>

(Muños et al., 2020)

UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE
Revista Científica UNESUM Ciencias

PROCESOS ADMINISTRATIVOS: UN ESTUDIO AL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS PYMES

UNESUM-Ciencias: Revista Científica Multidisciplinaria ISSN 2602-8166
Publicación cuatrimestral. Vol. 4, No. 4 (Septiembre-Diciembre), Año 2020. Pág. 29-40
PROCESOS ADMINISTRATIVOS: UN ESTUDIO AL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS PYMES

PROCESOS ADMINISTRATIVOS: UN ESTUDIO AL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS PYMES

AUTORES: Laura Patricia Muños Jaime¹
Yomara Marley Napa Molina²
Washington Marcelo Pazmiño Barragán³
Mirla Lilibeth Posligua Perez⁴

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: napa-yomara7779@unesum.edu.ec

Fecha de recepción: 02/10/2020
Fecha de aceptación: 25/11/2020

RESUMEN

mejoramiento continuo de los procesos administrativo de la organizacion, mediante el

PROCESOS ADMINISTRATIVOS: UN ESTUDIO AL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS PYMES

El desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano. Alcanzar un desarrollo empresarial le permitirá al empresario de una Pyme aprovechar las oportunidades que se le presentan a la empresa en un entorno globalizado. A medida que el entorno empresarial sea más inestable, cambiante y competitivo, las Pymes ecuatorianas necesitaran adaptarse y explotar al máximo los recursos administrativos.

Enlace: <https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unsumciencias/article/view/334/237>

(López et al., 2019)

desarrollo-turistico-ocosingo.pdf

desarrollo-turistico-ocosingo.pdf 1 / 49 105%

TURyDES
Revista Turismo y Desarrollo Local
Vol. 12, Nº 26 (Junio/Junho 2019)

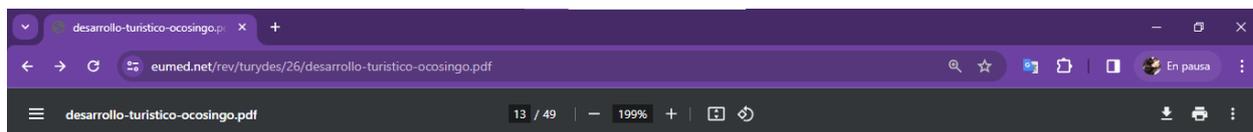
PROPUESTA DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL MUNICIPIO DE OCOSINGO, CHIAPAS

Cynthia López Sánchez¹
Universidad Autónoma de Chiapas (México).
cynthiapas@hotmail.com

Adriana Mazariegos Sánchez²
Universidad Autónoma de Chiapas (México).
adrianamazariegos@prodigy.net.mx

América Inna Mills Sánchez³
Universidad Autónoma de Chiapas (México).
ameinna@hotmail.com

Josefina Martínez Chávez⁴
Universidad Autónoma de Chiapas (México).
chep276@hotmail.com



5.1.2. Fase de Administración.

En la fase de administración es generar las bases para transformar las áreas de oportunidad en la acción, que implica el aprovechamiento de los recursos con los que se cuentan e ir determinando objetivos con sus respectivas líneas de acción.

13

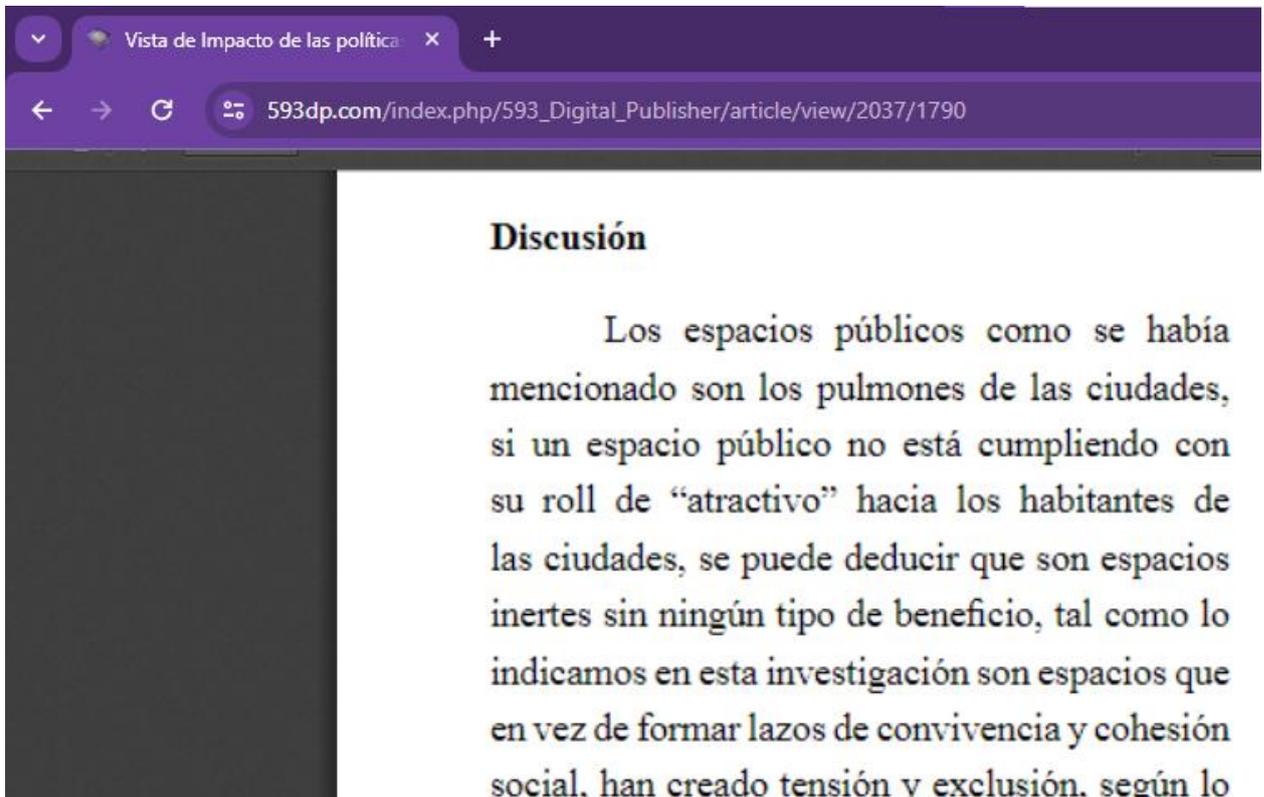
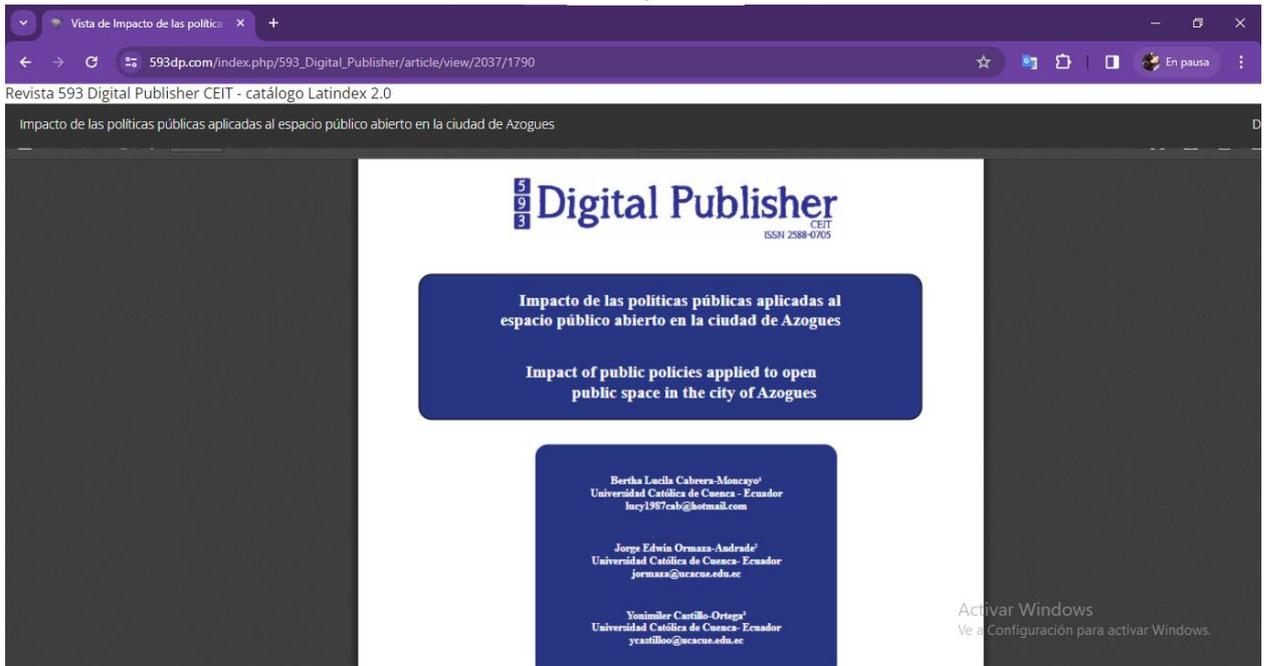
Enlace: <https://www.eumed.net/rev/tyrydes/26/desarrollo-turistico-ocosingo.pdf>

(Anchelia Gonzales et al., 2021)



La gestión administrativa, según Junshan (2017), deben ser entendidas como una serie de operaciones que deben ser ejecutadas con la finalidad de movilizar una serie de recursos que se tengan a disposición (bienes, servicios, personal, entre otros) a fin de plasmar los objetivos de una institución; razón por la cual dicho proceso compete una serie de requerimientos tales como planificación, asignación de procesos, delimitación de funciones y en especial la toma de decisiones y manejo de conflictos que pudiesen ocurrir en el contexto de la organización. De lo anterior descrito se resume que, para poder administrar una gestión educativa, es requisito primordial tener presente todos los elementos que forman parte de la dinámica institucional, desde la relación del centro con su medio, asignación de tareas y la organización para la enseñanza, hasta el manejo del personal y las demandas administrativas del plantel.

Enlace: <https://revistas.usil.edu.pe/index.php/pyr/article/view/899/1200>



Enlace: https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/2037/1790

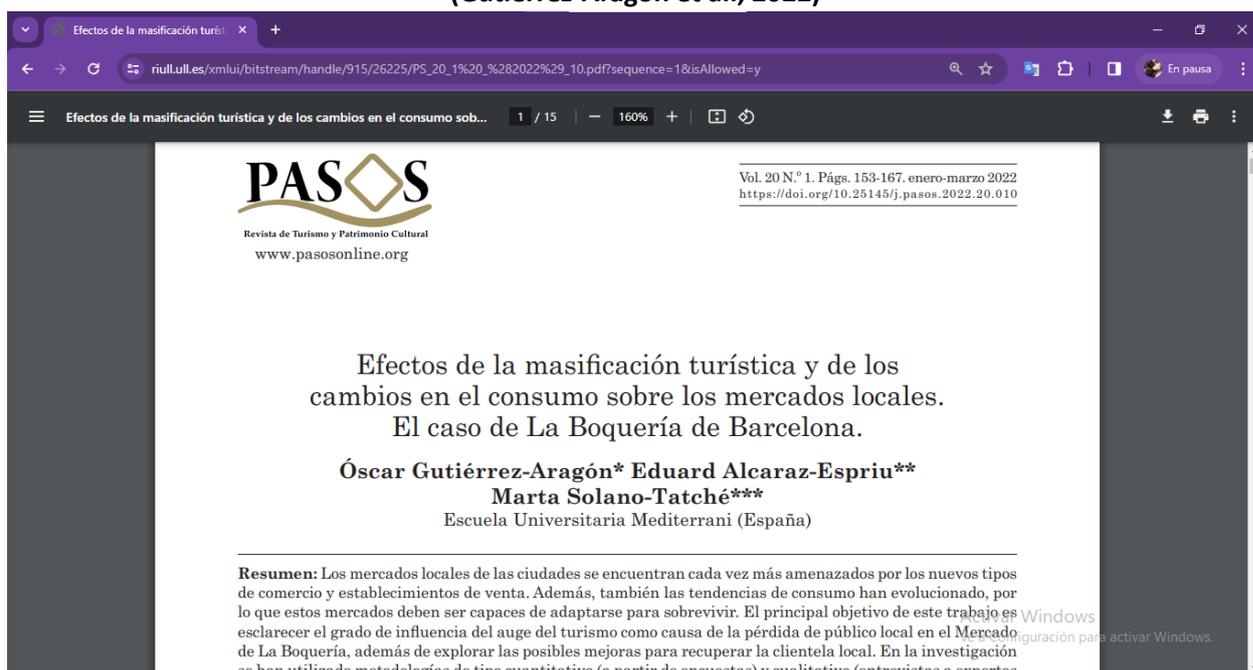
(Lozada-Pinta et al., 2020)

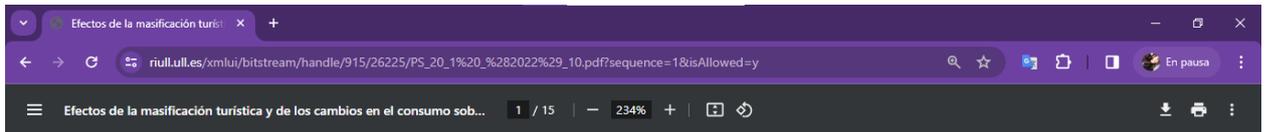


En los últimos diez años Machala se ha convertido en una de las ciudades con mayor progreso gracias a los cambios significativos de algunas administraciones, atrayendo la inversión de pequeñas y medianas empresas. Machala es

Enlace: https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/389/577

(Gutiérrez-Aragón et al., 2022)



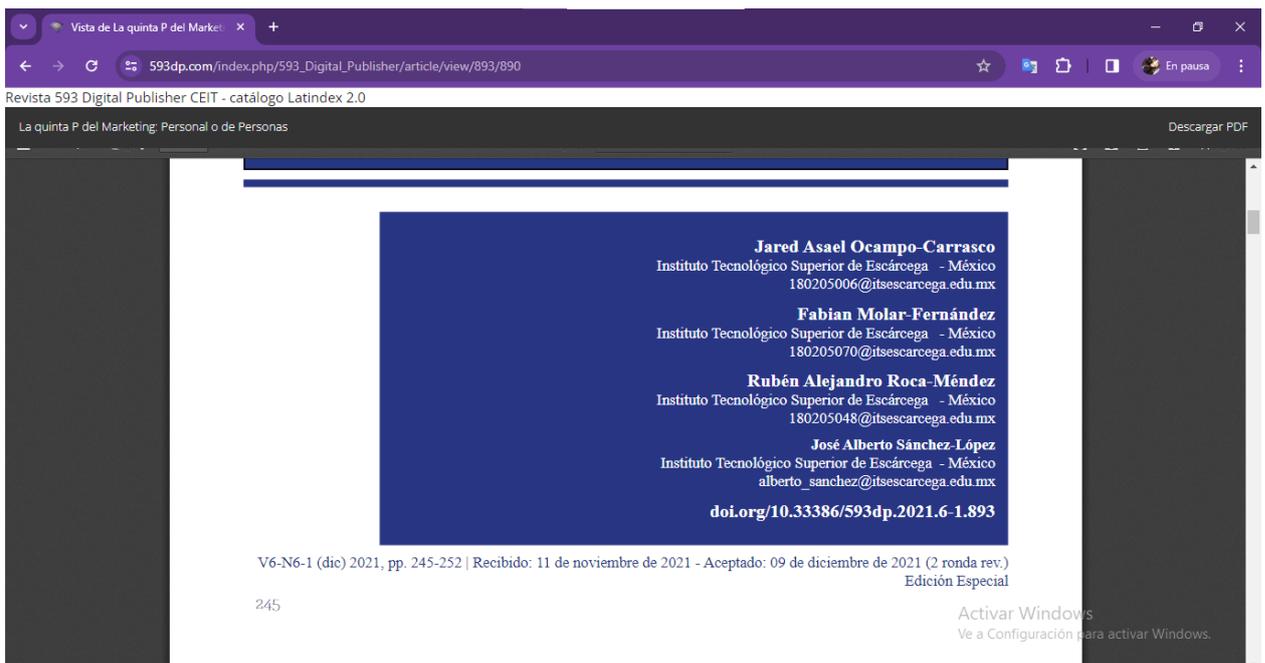


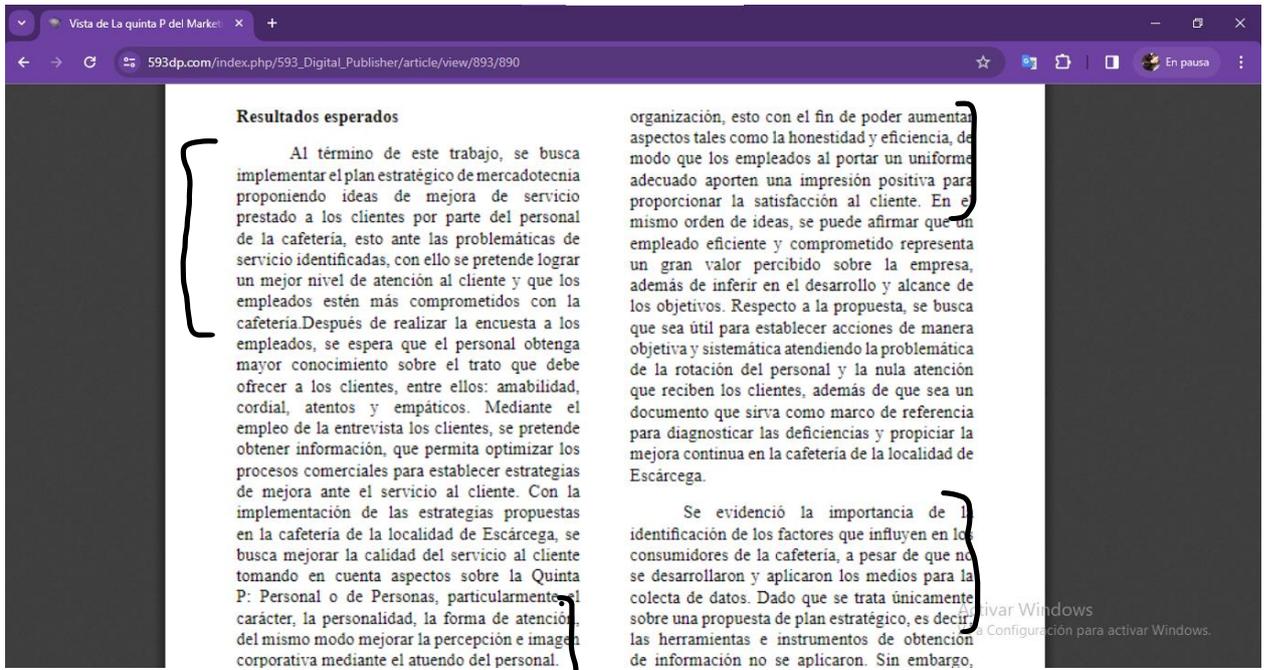
Los cambios en las tendencias de consumo, a medida que se modifican el conjunto de usos y costumbres y se adaptan a los estándares contemporáneos, son constantes y en muchas ocasiones tienen efectos evidentes y notables en la sociedad (Medina-Liberty, 2009; Gracia y Huertas-García, 2016; Martínez-Martínez, 2018). En este contexto, la aparición de supermercados e hipermercados y la

Enlace:

https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/26225/PS_20_1%20_%282022%29_10.pdf?sequence=1&isAllowed=y

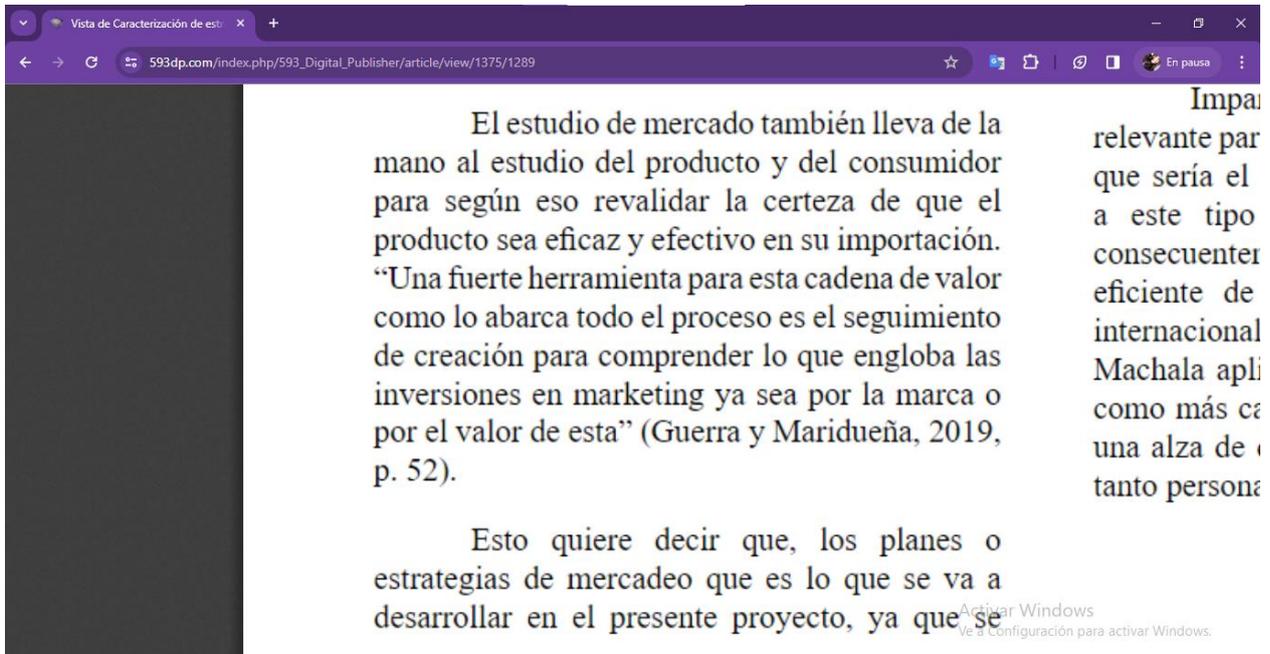
(Ocampo-Carrasco et al., 2021)





(Paz-Zhuño et al., 2022)

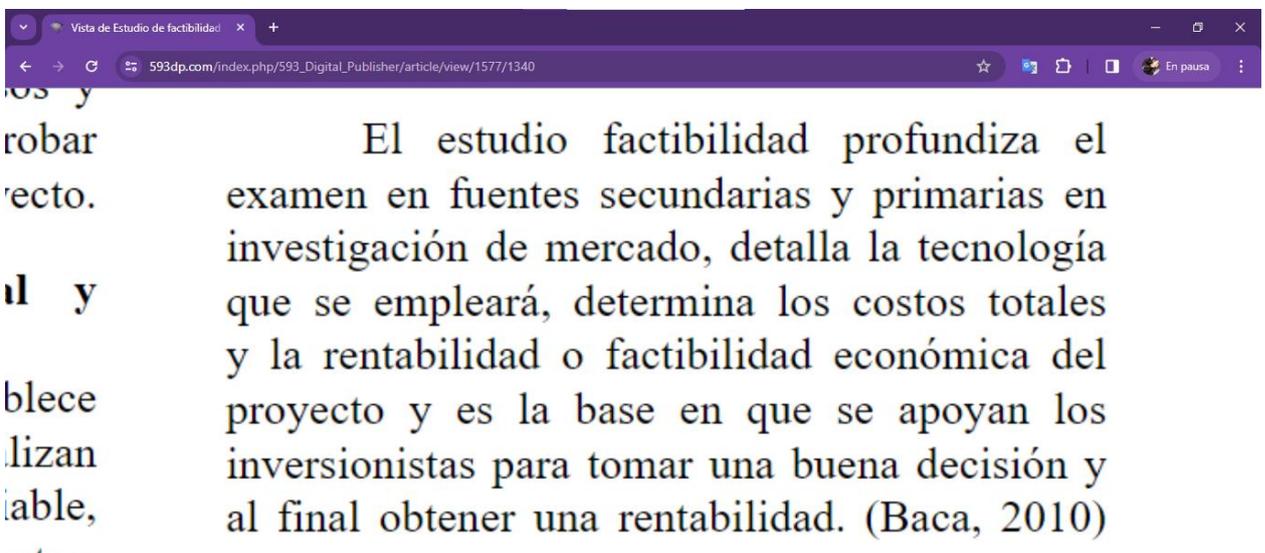
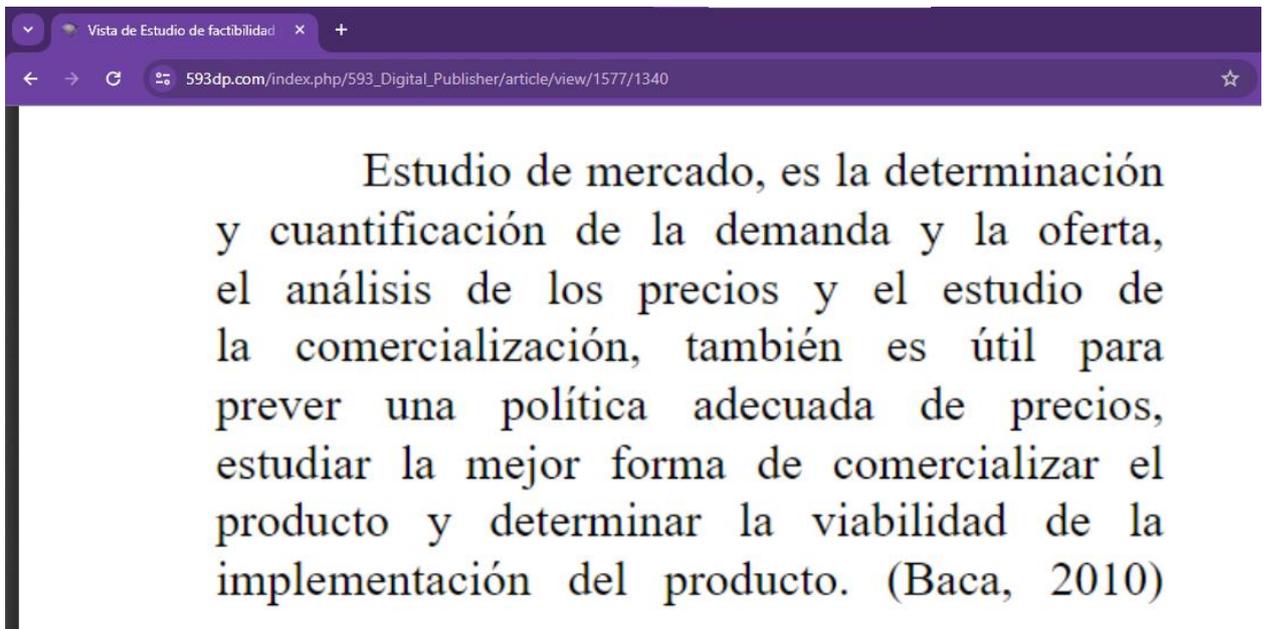




Enlace: https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1375/1289

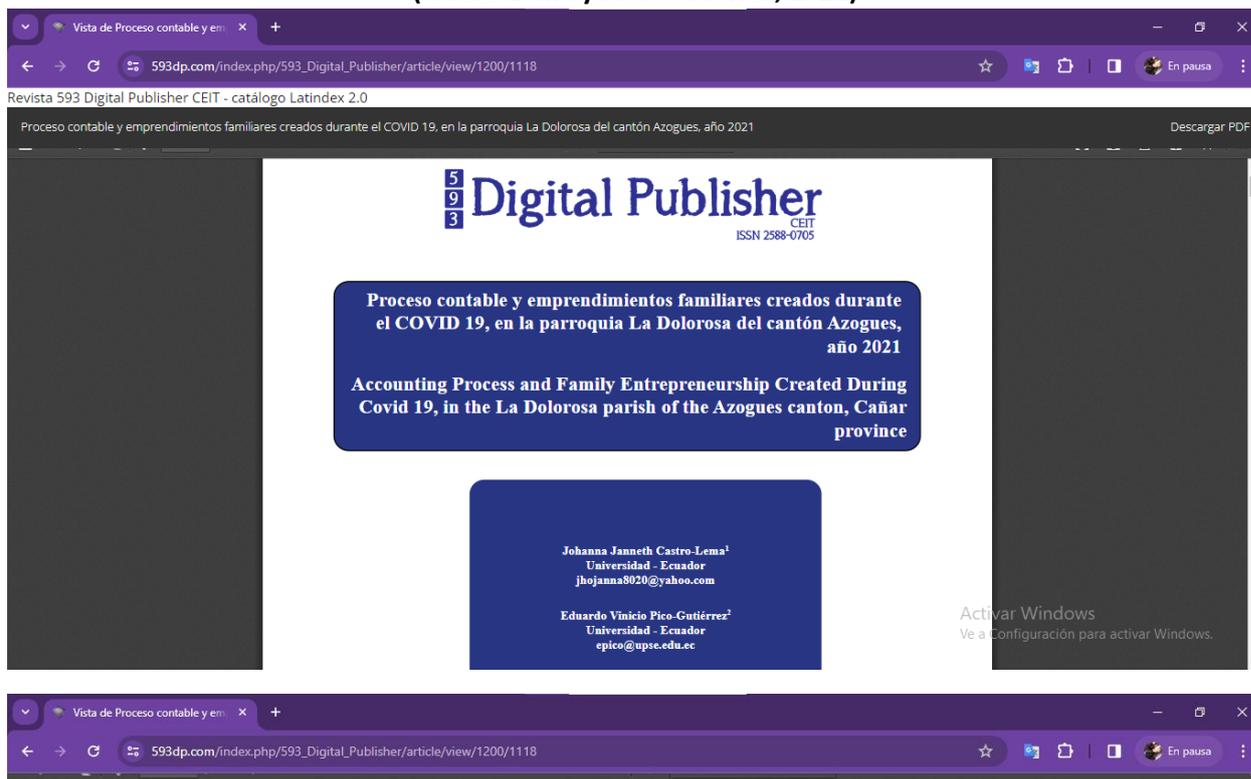
(Astudillo-Reyes y Lugo, 2022)





Enlace: https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1577/1340

(Castro-Lema y Pico-Gutiérrez, 2021)

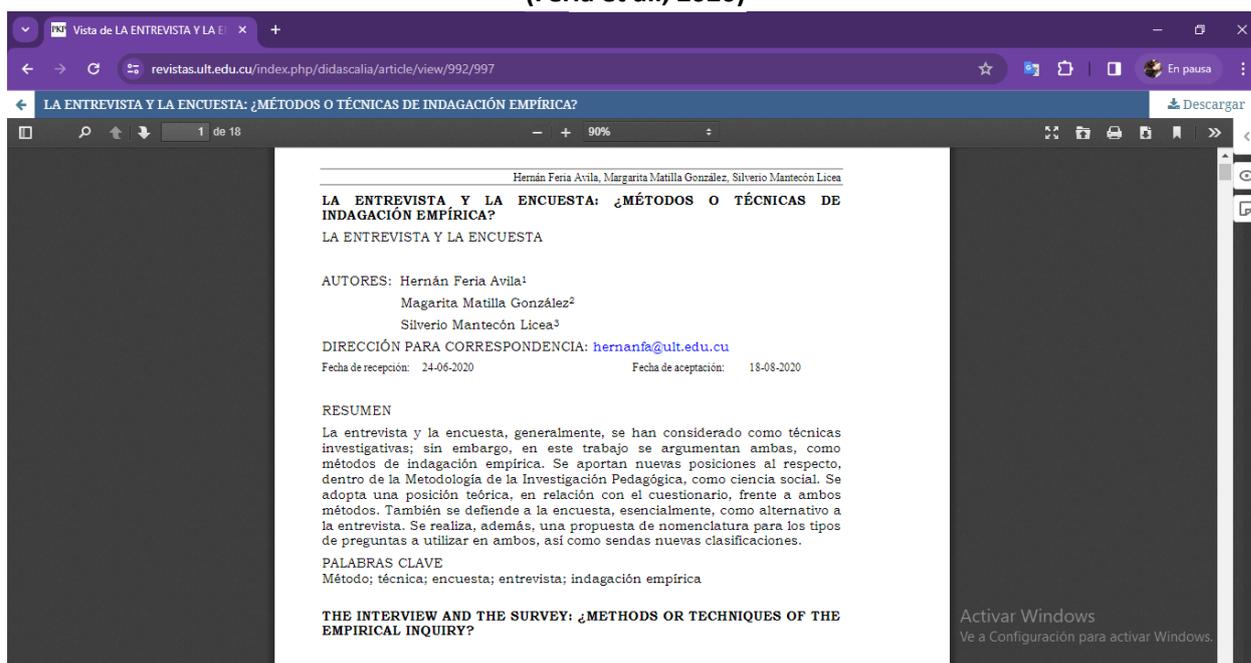


Las técnicas de recopilación de datos son procedimientos y actividades que permiten a los investigadores obtener la información necesaria para lograr sus objetivos de investigación. La

D
re
pi

Enlace: https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1200/1118

(Feria et al., 2020)





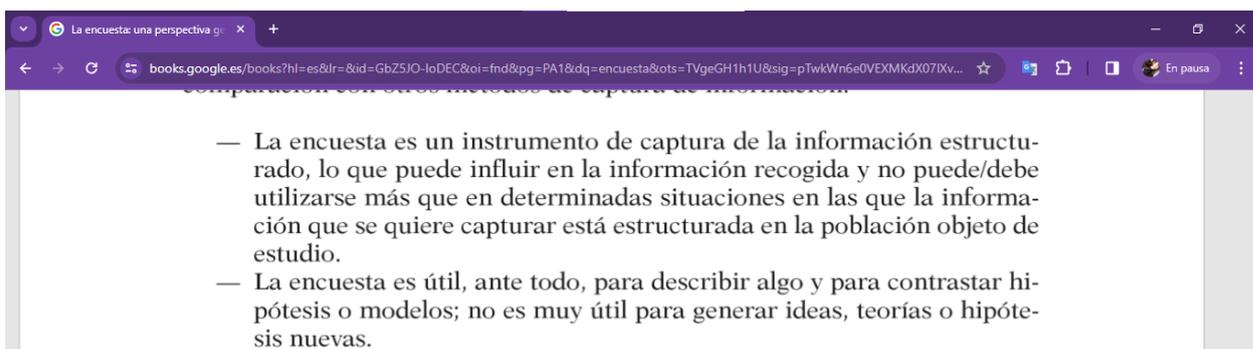
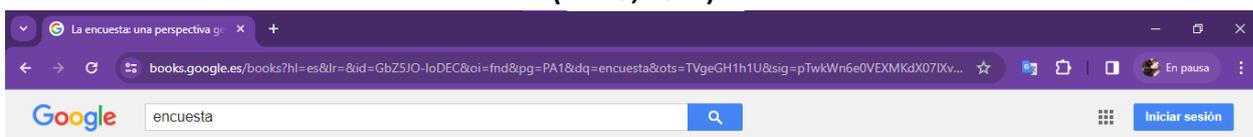
Didasc@lia: Didáctica y Educación
LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA

ISSN 2224-2643

KEYWORDS: Method; technique; survey; interview; empirical inquiry

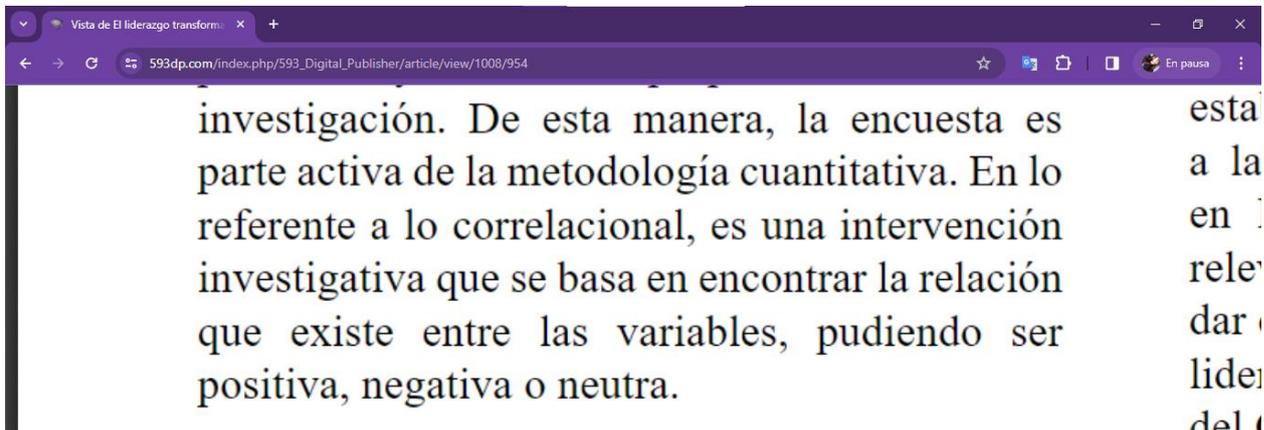
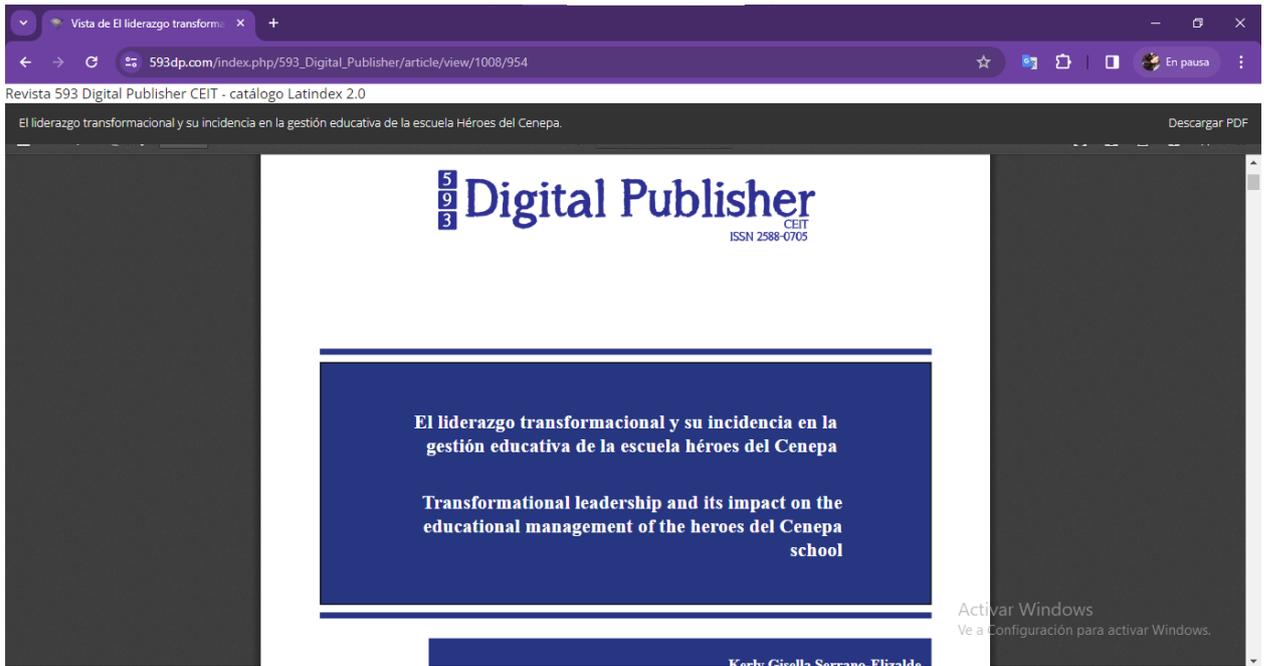
Enlace: <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992/997>

(Alvira, 2011)



Enlace: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=GbZ5JO-loDEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=encuesta&ots=TVgeGH1h1U&sig=pTwkWn6e0VEXMKdX07IXvBPz8K0#v=onepage&q&f=false>

(Serrano-Elizalde, 2022)



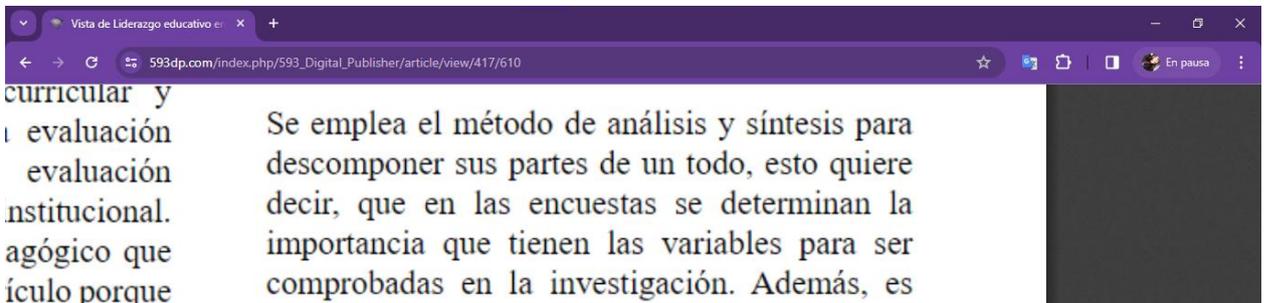
Enlace: https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/1008/954

Segunda cita (Alvira, 2011)

sis nuevas.

- La encuesta captura bastante información de muchos casos o unidades de análisis; al menos tiene esa potencialidad frente a otros métodos.
- Desde el punto de vista práctico, el tiempo necesario para capturar la información y el coste son muy variables debido a la multiplicidad de procedimientos de campo existentes. De un modo general, se puede afirmar que el coste es alto en comparación con otros métodos y el tiempo necesario moderado.

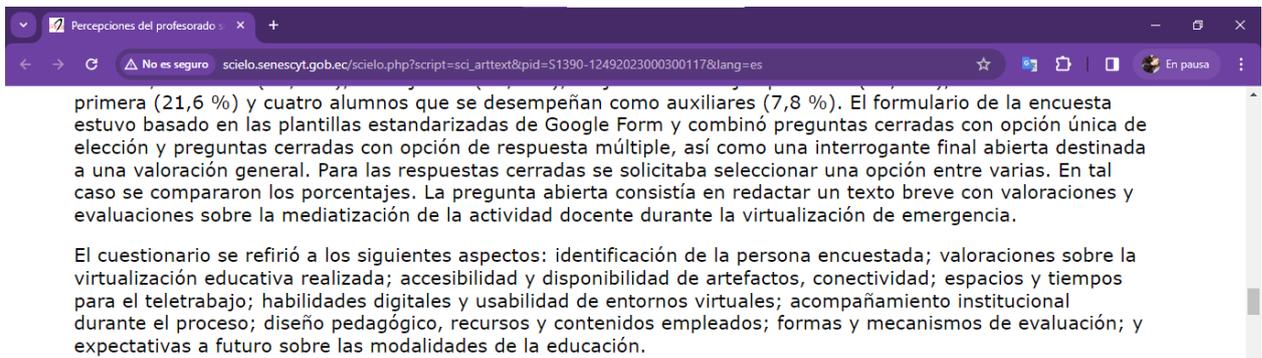
(Sanchez-Pluas y Naula-Cepeda, 2021)



Enlace: https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/417/610

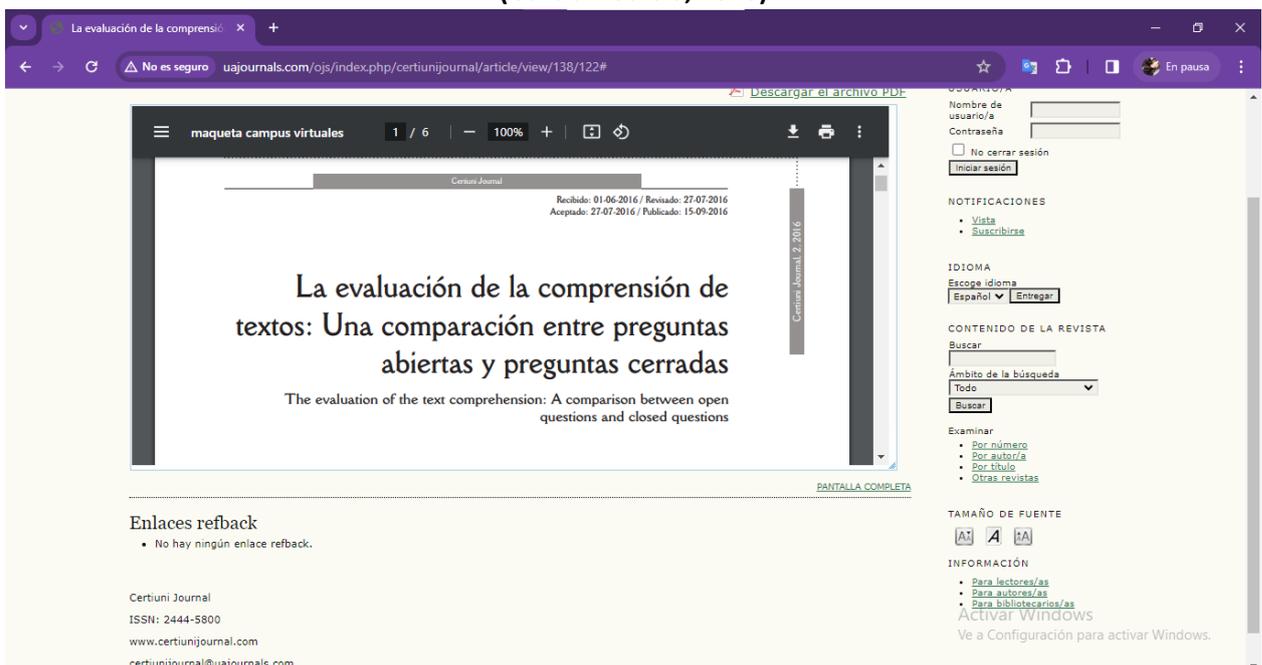
(Gonzalo et al., 2023)





Enlace: http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-12492023000300117&lang=es

(García-Rodicio, 2016)



1.3. ¿Es igual elección-múltiple que final-abierto?

La elección-múltiple es un formato de menor coste que el de final-abierto pero no está claro si ambos son igualmente informativos. Para determinarlo podemos acudir a argumentos lógicos y empíricos.

En cuanto a los primeros, cabe razonar tanto que los dos formatos son equivalentes como que son diferentes. Supongamos que un estudiante debe contestar a la pregunta “¿Qué aspecto tienen los inuit?” a propósito del texto en Tabla 1. Para ello debe activar la representación mental que ha construido del texto y examinar la parcela relativa a la apariencia de los inuit. Hecho eso, debe tomar las piezas correspondientes (“tienen ojos rasgados, pestañas gruesas, cuerpo robusto”) y bien volcarlas en la respuesta o bien identificar la opción de respuesta que mejor las representa. Así pues, ante ambos formatos de pregunta el proceso es esencialmente el mismo: invocar la representación mental del texto, inspeccionar una parcela específica y extraer de ella las piezas correspondientes. No obstante, se puede esgrimir que las opciones de respuesta del formato elección-múltiple funcionan como claves de recuerdo, como pistas que permiten activar e inspeccionar la representación mental más directamente. De ser así, entonces el formato elección-múltiple resulta menos exigente al estudiante y por consiguiente es una medida de comprensión lectora algo menos precisa: no contempla una comprensión pura sino una comprensión facilitada por la propia pregunta.

Enlace: <http://www.uajournals.com/ojs/index.php/certiunijournal/article/view/138/122#>

(Ramírez et al., 2021)

Integración de la estructura org

scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-50062021000600203

artículos búsqueda de artículos

sumario anterior próximo autor materia búsqueda home alfab

SciELO

Formación universitaria
versión On-line ISSN 0718-5006

Form. Univ. vol.14 no.6 La Serena dic. 2021
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062021000600203>

ARTICULOS

Integración de la estructura organizacional en coordinaciones de postgrados en universidades del estado Zulia - Venezuela

Integration of the organizational structure in graduate coordination at universities in the state of Zulia - Venezuela

Reynier I. Ramírez

Servicios Personalizados

Revista

SciELO Analytics

Google Scholar H5M5 (2021)

Artículo

nueva página del texto (beta)

Español (pdf)

Artículo en XML

Como citar este artículo

SciELO Analytics

Traducción automática

Indicadores

Links relacionados

Compartir

Otros

Otros

Permalink

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

educación superior, mejorando los procesos de formación y administrar los recursos que permitan una adaptación y transformación; y (3) contar con la capacidad para asumir el compromiso y conductas, simplificando estructuras jerárquicas lineales antiguas; por su parte [Santangelo et al., \(2021\)](#) y [Salmela et al., \(2021\)](#), exponen que las actividades que se dan de manera grupal entre los individuos, son algo útil para poder crear nuevas ideas y hacer propuestas que den origen a un estructura nueva desde y hacia las organizaciones, implementando herramientas y métodos que faciliten la adaptación y comunicación en la estructura organizacional.

Enlace: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-50062021000600203

(Robbins y Decenzo, 2002)

Fundamentos de Administración

books.google.com.ec/books?id=yly3Ak0GlykC&printsec=frontcover&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Google

Libros

CONSEGUIR LIBRO IMPRESO

No hay ningún eBook disponible

Amazon.com

Casa del Libro

Libri Mondl

Muchoslibros.com

Buscar en una biblioteca

Todos los vendedores »

Fundamentos de Administración: Conceptos Esenciales y Aplicaciones

De Stephen P. Robbins, David A. DeCenzo

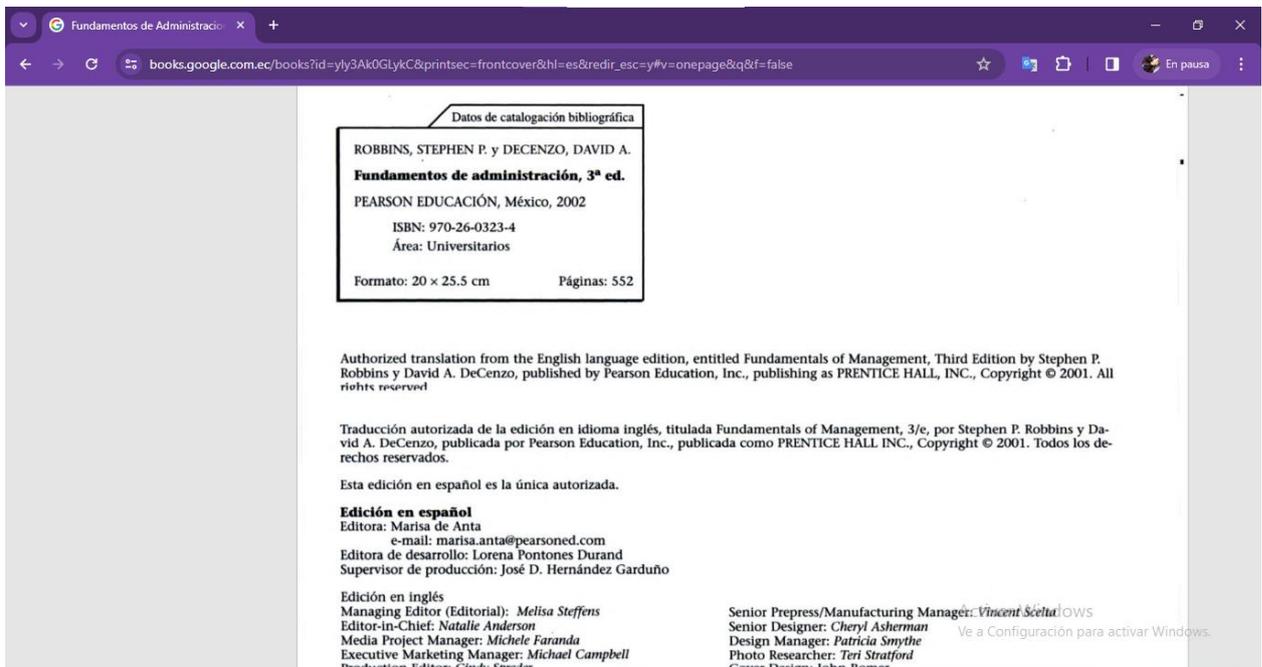
Search in this book

Buscar

Acerca de este libro

Front Cover

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.



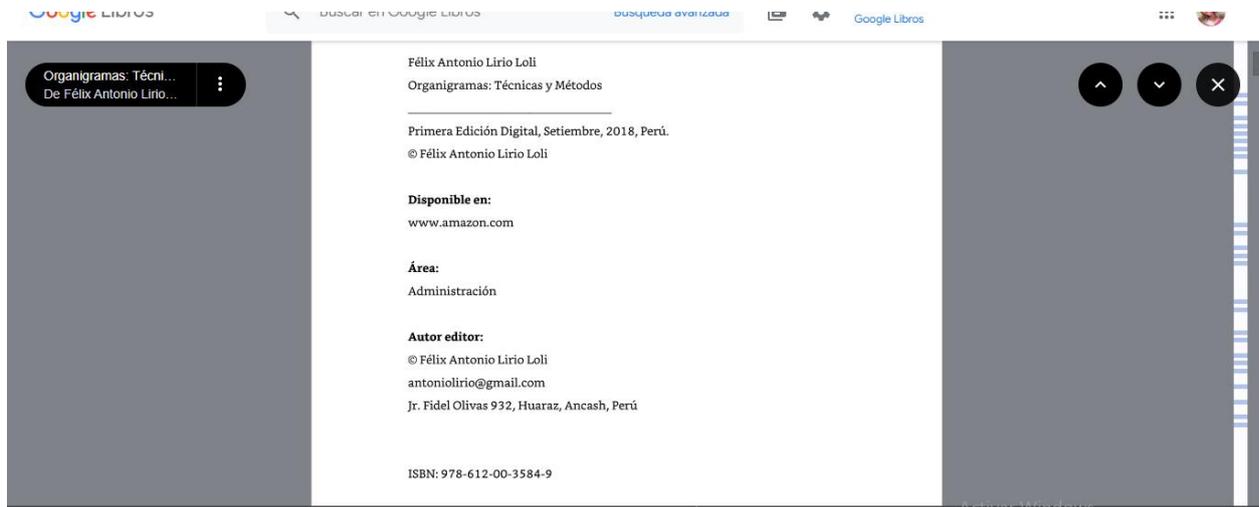
Conozca la estructura del poder. Las relaciones de autoridad, definidas por la estructura formal de la organización, presentadas en un **organigrama**, sólo explican parte de los patrones de influencia en una organización. Es igualmente importante, o quizá más, conocer y entender la estructura del poder en la organización. Usted debe averiguar quién está realmente al mando, quién tiene los hilos de quién, cuáles son los principales compromisos y dependencias, es decir, cosas que no están reflejadas en los cuadritos perfectos del **organigrama**. Cuando sepa todo esto, podrá trabajar dentro de la estructura del poder con más habilidad y facilidad.¹⁸

Enlace:

https://books.google.com.ec/books?id=yly3Ak0GLyC&printsec=frontcover&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

(Lirio, 2018)





Parte 1: Conceptos básicos

Un organigrama es la representación gráfica o esquemática resumida de la estructura organizacional formal de una empresa, institución u organismo social y general que visualiza fácilmente la disposición e interrelación de sus partes.

Enlace:

https://www.google.com.ec/books/edition/Organigramas_T%C3%A9cnicas_y_M%C3%A9todos/gSDxDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=organigrama&printsec=frontcover

(Jara, 2011)

Las juntas de accionistas se encuentran vinculadas de forma estrecha con la gobernabilidad de las sociedades anónimas, toda vez que constituyen la expresión máxima de fiscalización y control por parte de aquellas personas denominadas accionistas.

La instancia de reunión de los accionistas, entendiendo por tales a aquellos titulares de una o varias acciones de una sociedad cuyo capital se representa en títulos accionarios, es el instante preciso donde el real sentido de la sociedad logra dilucidarse. En efecto, es en este momento donde cada uno de los accionistas, socios, puede participar e influir activamente en el desarrollo del objeto social y determinar el rumbo de timón que los administradores han de materializar en su ejercicio diario.

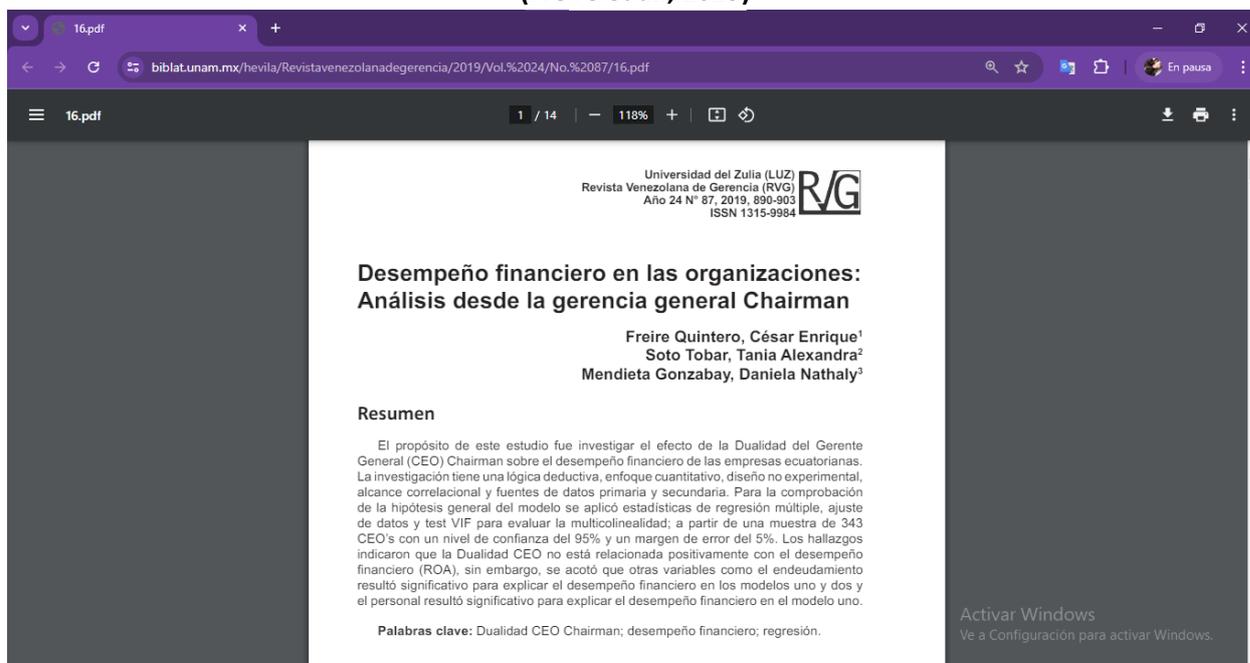
Esta representación puede parecer algo drástica, sin embargo, debido a la existencia del incentivo natural hacia la pereza y el oportunismo al administrar lo ajeno, los accionistas han presenciado cómo administradores inescrupulosos postergan el interés social en pos del interés particular. Claro está que tal escenario fatalista también tolera excepciones, pues no son pocos aquellos administradores que logran superar con creces el crecimiento esperado de una industria particular, o que con cierta obstinación, logran superar crisis financieras internas o externas que, sin su astucia, no hubiesen concluido en un próspero futuro.

Con todo, la participación activa de los accionistas en la sociedad, sean estos accionistas minoritarios, mayoritarios o controladores, debe necesariamente ser un efecto buscado. Más aún, debiese ser el lineamiento preponderante en toda obra legislativa que pretenda realzar el gobierno corporativo. En efecto, creemos que tal premisa puede lograr una expresión adecuada en las juntas de accionistas, cuyo rol es, sin lugar a duda, fundamental.

En efecto, sin un apoyo legislativo adecuado, factores tan comunes como los costos de transacción asociados a la participación en juntas o prácticas habituales de *free riding* desincentivan el actuar activo de los accionistas minoritarios.

Enlace: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34372011000200015&script=sci_arttext

(Freire et al., 2019)



Enlace: <https://biblat.unam.mx/hevila/Revistavenezolanadegerencia/2019/Vol.%2024/No.%2087/16.pdf>