



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

**“Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Cafetería
Temática en la Ciudad de Cuenca.”**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Administración**

AUTORA:

Katherine Paulina Suárez Mera

TUTOR:

MSc. Christian Carvajal

D.M. QUITO, 15 de Septiembre 2021

DEDICATORIA

Primero se lo dedico al forjador de mi camino, el que me acompaña y siempre me levanta Dios, dedicados a mis hijos **Daniel, Adriel** y mi **Dylan** quienes han sido mi fuente de inspiración y motivación, mis acompañantes esas noches de desvelo, los amo.

A mi madre Sylvia, mis hermanos Andrea y Sebastián que con sus palabras de aliento no me dejaban caer.

A mi padre que, aunque no está conmigo me hizo la persona que soy ahora y nunca me dejo rendirme.

“Gracias Familia donde comienza la vida y el amor nunca termina”

Katherine Suárez

AGRADECIMIENTO

Quiero Agradecer a mi familia que pusieron un granito de arena en cada detalle, en sus palabras y sobre todo a mi lado.

A nuestros Profesores de cátedra, que con sus conocimientos paciencia y dedicación nos enseñaron, para ahora poderlo presentar en este proyecto.

A Gabriela Fernanda Toscano por aprender juntas en este camino de conocimientos, enseñanzas, y por la amistad creada a lo largo de la carrera.

A Wilson Pulla. - Una persona incondicional, quien estuvo siempre presente con su ayuda, apoyo, aportando cada idea y puliéndola para que todo me salga bien, nunca dejo de darme ánimo para seguir adelante en esta meta de ser profesional.

A Anita Proaño. - Una persona especial quien inicio e impulso esta idea quien me motivo y ayudo para que esto comience y ahora de sus frutos.

Katherine Suárez

AUTORIA

Yo, Katherine Paulina Suarez Mera autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Katherine Suarez

MSc Christian Carvajal.

Tutor de Trabajo de Titulación

Cuenca, 15 de septiembre de 2021

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc Christian Carvajal.

Tutor de Trabajo de Titulación

D.M. Quito, 15 septiembre 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MSc. Christian Carvajal** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Sra. Katherine Suarez por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Sra. Katherine Suarez realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Cafetería Temática en la Ciudad de Cuenca.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc Christian Carvajal**.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Christian Carvajal** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sra. Katherine Suarez, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Cafetería Temática en la Ciudad de Cuenca.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MSc Christian Carvajal

Katherine Suarez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
AUTORIA.....	III
CERTIFICACIÓN.....	IV
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	V
1 RESUMEN.....	1
2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	4
2.1 Creación de la empresa.....	4
2.2 Descripción de la empresa.....	4
2.2.1 Importancia.....	4
2.2.2 Características.....	5
2.2.3 Actividad.....	6
2.3 Tamaño de la empresa.....	6
2.4 Necesidades que satisfacer.....	7
2.2.2 Necesidad Fisiológica.....	7
2.2.3 Necesidad de Seguridad.....	7
2.2.4 Necesidad Social – Afiliación.....	8
2.2.5 Necesidad de Reconocimiento.....	8
2.2.6 Necesidad de Autorrealización.....	8
2.3 Localización de la empresa.....	9
2.5 Filosofía empresarial.....	9
2.5.1 Misión.....	9
2.5.2 Visión.....	9
2.3.2 Objetivos.....	10
2.5.3 Meta.....	10
2.3.3 Estrategias.....	11
2.5.4 Políticas.....	11
2.5.5 FODA.....	12
2.6 Desarrollo organizacional.....	13

2.6.1	Tipo de Estructura.	13
2.6.2	Formalización.	14
2.6.3	Centralización – Descentralización.	14
2.6.4	Integración.	14
2.6.5	Procesos de Coffe with letters	15
2.7	Organigrama empresarial	19
2.8	Funciones del personal	19
3	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	24
3.1	Objetivo de mercadotecnia	24
3.2	Investigación de mercado	24
3.2.1	Modalidad.	25
3.3	Plan de Muestreo	25
3.4	Análisis de las encuestas.	26
3.4.1	Pregunta 1.	26
3.4.2	Pregunta 2.	27
3.4.3	Pregunta 3.	28
3.4.4	Pregunta 4.	29
3.4.5	Pregunta 5.	30
3.4.6	Pregunta 6.	31
3.4.7	Pregunta 7.	32
3.4.8	Pregunta 8.	33
3.4.9	Pregunta 9.	34
3.4.10	Pregunta 10.	35
3.4.11	Pregunta 11.	36
3.4.12	Pregunta 12.	37
3.4.13	Análisis General.	38
3.5	Entorno empresarial.	40
3.5.1	Micro entorno.	40
3.5.2	Macro entornó	43
3.6	Producto y servicio	45
3.6.1	Producto Esencial.	46

3.6.2	Producto real.....	46
3.6.3	Características.....	47
3.6.4	Calidad.....	48
3.6.5	Estilo.....	48
3.6.6	Marca.....	49
3.6.7	Producto aumentado.....	49
3.7	Plan de introducción al mercado.....	50
3.7.1	Distintivos y Uniformes.....	50
3.7.2	Materiales de identificación.....	52
3.7.3	Punto de venta.....	55
3.7.4	Riesgo y oportunidades del negocio.....	56
3.8	Fijación de Precios.....	57
3.8.1	Fijación de precios por receta estándar.....	57
3.9	Implementación del negocio.....	62
3.9.1	Arriendo del local.....	62
3.9.2	Equipos industriales.....	62
3.9.3	Equipos de computación.....	63
3.9.4	Muebles y enseres.....	63
3.9.5	Equipos industriales de seguridad.....	63
3.9.6	Suministros de oficina.....	64
3.9.7	Servicios básicos.....	65
3.9.8	Materiales de limpieza.....	65
3.10	Estudio arquitectónico.....	66
4	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	67
4.1	Servicio de Rentas Internas / SRI.....	67
4.2	Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCOSA.....	67
4.3	Patente Municipal.....	68
4.4	Permiso de Rotulación y Letrero.....	68
4.5	Permiso Por Difusión de Obras Públicas (Audiovisuales, Música, Etc.).....	69
4.6	IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social).....	69

4.7	Requisitos Obligatorios obtención del permiso de Bomberos.....	70
5	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	71
5.1	Objetivo de área.....	71
5.2	Estrategias.....	71
5.2.1	Ética Empresarial.....	71
5.2.2	Mejorar la calidad de vida de las familias	72
5.3	Impacto ambiental	72
5.3.1	Medidas para contrarrestar los impactos generados por Coffe with Letters. ..	73
5.4	Impacto social.....	73
5.4.1	Área de atención al cliente.....	73
5.4.2	Igualdad de género.....	74
5.4.3	Riesgo en accidentes Laborales.....	74
5.4.4	Colaboradores	74
5.4.5	Proveedores	74
5.4.6	Administración Pública	74
6	PROCESO FINANCIERO	75
6.1	Introducción.....	75
6.2	Inversiones.....	75
6.3	Activos Fijos.....	75
6.4	Activos diferidos	76
6.5	Capital de trabajo.....	76
6.6	Sueldos	78
6.6	Depreciación activos fijos.	78
6.7	Amortizaciones.....	79
6.8	Estructura capital	80
6.9	Tabla de amortización	81
6.10	Punto de equilibrio	81
6.11	Costo de ventas.....	82

6.12	Flujo de caja	84
6.13	Calculo del TIR y el VAN.....	84
6.13.1	VAN (Valor Actual Neto)	85
6.13.2	TIR (Tasa Interna de Retorno).....	85
7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
7.1	Conclusiones.....	86
7.2	Recomendaciones	87
8	Anexos.....	88
9	BIBLIOGRAFÍA.....	111

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Administrador	20
Tabla 2. Pregunta 1	26
Tabla 3. Pregunta 2	27
Tabla 4. Pregunta 3	28
Tabla 5. Pregunta 4	29
Tabla 6. Pregunta 5	30
Tabla 7. Pregunta 6	31
Tabla 8. Pregunta 7	32
Tabla 9. Pregunta 8	33
Tabla 10. Pregunta 9	34
Tabla 11. Pregunta 10	35
Tabla 12. Proveedores.	42
Tabla 13. Café traicionero, receta estándar de costos.....	58
Tabla 14. Arriendo del local.	62
Tabla 15. Equipos industriales	62
Tabla 16. Equipos de computación.....	63
Tabla 17. Muebles y enseres.....	63
Tabla 18. Equipos industriales de seguridad	63
Tabla 19. Suministros de oficina	64
Tabla 20. Servicios básicos	65
Tabla 21 Materiales de Limpieza	65
Tabla 22 Activos Fijos.....	75
Tabla 23 Activos diferidos	76
Tabla 24 Capital de trabajo.....	77
Tabla 25 Detalles de inversión	77
Tabla 26 Sueldos	78
Tabla 27 Sueldos totales	78
Tabla 28 Depreciaciones activos fijos	79
Tabla 29 Amortizaciones.....	79
Tabla 30 Estructura de capital	80
Tabla 31 Tabla de amortizacion	81
Tabla 32 Costos fijos	81

Tabla 33 Recera estándar.....	82
Tabla 34 Ventas proyectadas.....	82
Tabla 35 Flujo de ventas.....	83
Tabla 36 Flujo de caja	84
Tabla 37 TIR Y VAN	85

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Piramide de Maslow.....	7
Ilustración 2. Ubicación.....	9
Ilustración 3 Proceso de compra.....	15
Ilustración 4 Proceso de producción.....	16
Ilustración 5 Proceso de Servicios.....	17
Ilustración 6 Proceso de almacenamiento	18
Ilustración 7. Organigrama empresarial Coffe with letters	19
Ilustración 8 Formula de la muestra	25
Ilustración 9 Pregunta 1, gráfico circular.	26
Ilustración 10 Pregunta 2, gráfico circular	27
Ilustración 11 Pregunta 3, gráfico circular.	28
Ilustración 12 Pregunta 4, gráfico circular.	29
Ilustración 13 Pregunta 5, gráfico circular.	30
Ilustración 14 Pregunta 6, gráfico circular.	31
Ilustración 15 Pregunta 7, gráfico circular.	32
Ilustración 16 Pregunta 8, gráfico circular.	33
Ilustración 17 Pregunta 9, gráfico circular.	34
Ilustración 18 Pregunta 10, gráfico circular.	35
Ilustración 19 Pregunta 11, gráfico circular.	36
Ilustración 20 Pregunta 12, gráfico circular.	37
Ilustración 21 Esquema microentorno Coffe wets letters.....	40
Ilustración 22 Ubicación.....	40
Ilustración 23 Esquema macroentorno Coffe with Letters.....	43
Ilustración 24 Diseño uniforme de Barista.....	50
Ilustración 25 Diseño uniforme personal del área de servicio.....	51
Ilustración 26 Logo Coffe with letters.....	52
Ilustración 27 Anverso tarjeta de presentación.....	53
Ilustración 28 Reverso tarjeta de presentación	53
Ilustración 29 Hoja membretada.....	54
Ilustración 30 Estructura del establecimiento.....	66
Ilustración 31 Estructura del establecimiento.....	66

“Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Cafetería Temática en la Ciudad de Cuenca”

Katherine Suarez

MSc. Christian Carvajal

D.M. Quito 15 septiembre, 2021

1 RESUMEN

Como primer punto tenemos la parte administrativa, parte importante para poder iniciar la idea del negocio, conocer por qué y su importancia, tener claro que es lo que buscamos, y que lo caracterizara para poder llevar al éxito la idea del negocio. La importancia de poder realizar un análisis ocupando la pirámide de Maslow determinara lo que se ofrecerá al cliente, factor importante que permitirá que el consumidor elija nuestro establecimiento para disfrutar un momento agradable. ¿La definición de la filosofía empresarial es fundamental para poder operar correctamente, saber que somos? quiénes somos? y a dónde vamos? permitiéndonos establecer objetivos, metas claras y poder cumplirlas con estrategias acorde a lo estudiado.

Por otro lado, el análisis FODA en donde destacamos fortalezas, iniciando con la idea del negocio en un lugar adecuado y beneficioso para el público, las debilidades se encuentra la necesidad de una gran inversión, junto con esto la poca experiencia, las amenazas que contempla la entrada a un mercado competitivo tomando el riesgo de no llegar a cumplir con las expectativas del consumidor. No obstante, se piensa que la idea del negocio funcionara por su concepto temático y su buen equipo laboral.

En el segundo punto encontramos la investigación de mercado y el plan de marketing en el que se explica la excelente ubicación, la clasificación del público objetivo aplicando el plan de muestreo y el análisis por medio de encuestas realizadas a los habitantes del sector

que determina gustos preferencias y en donde se ubicará el negocio. Comprobando que existe la posible viabilidad de localización en dicho sector, lo trascendental de esta parte es analizar mediante lo estudiado la aceptación del negocio en el lugar elegido.

En otro aspecto se encuentra el Entorno Empresarial que nos permite analizar la competencia directa por medio del recorrido y estudio del sector, generando estrategias diferenciadoras del resto de establecimientos, los proveedores que son impacto considerable para nuestra calidad y servicio y por otro lado los clientes quienes preferirán y elegirán nuestro negocio para pasar momentos agradables entre familiares, y amigos. Se encuentra también el Macro entorno que son factores de los que no se tiene el control directo pero que influirán en el funcionamiento del mismo. Siendo estos factores políticos, legales, económicos y socioculturales. El establecimiento está acorde a los avances tecnológicos del momento y trabajara de manera organizada cumpliendo con todas las normas de bioseguridad, se basa en recuperar tradiciones y conexiones humanas inculcando una cultura familiar. La idea de negocio fundamentada en el servicio, la calidad del producto ofreciendo un buen café, un momento ameno, comfortable, inspirado en profundizar la costumbre que con el pasar de los años se ha venido perdiendo “La Lectura” haciéndolo de una manera novedosa por medio de audiolibros, libros digitales y audiovisuales con temáticas diferentes. En este aspecto se cuidará los detalles, el estilo, las características que tendrá nuestro negocio nos ayudarán a transmitir al cliente lo que queremos brindar, creando una marca con referencias atrayentes, continuando con el plan de operaciones la correcta ejecución del trabajo de los empleados destacará su labor comunicativa y de atención al cliente, mediante el buen uso y manejo de sus uniformes, la elección del logo como parte primordial que se basara en detalles como el porqué de sus colores, que representa y que quiere transmitir. Encontramos por otro lado la fijación de precios de los productos que se ofrecerán tomando en cuenta valores reales por medio

de investigaciones, se determinan los gastos que generara el negocio en ciertos ítems importantes a lo largo del estudio. El estudio arquitectónico nos permite visualizar el diseño de cómo se quiere la cafetería sus espacios y lugares.

La parte legal agrega la formalidad del negocio y es sustancial conocer todos los requisitos para su registro conociendo la actividad a la que se dedica, los permisos que se necesitan para su funcionamiento son: licencias, seguridad social, registro sanitario entre otros.

Finalmente, en el punto financiero se analiza un desembolso de capital en el inicio del negocio para cubrir rubros como: alquiler, infraestructura, materia prima, entre otras inversiones fundamentales. El proyecto demuestra la capacidad de pago para cubrir sus obligaciones con un margen aceptable de solvencia que demuestran los flujos de caja proyectados, y la rentabilidad a través de criterios de evaluación como lo son el VAN, el TIR.

2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

Coffe with letters surge de la necesidad de brindar algo diferente, creando un establecimiento que utilizara a la tecnología para dar a conocer lo tradicional de nuestro país. En la actualidad las personas han empezado a perder el gusto por la lectura, historia y costumbres que tiene nuestro país y el mundo, existe demanda de cafeterías, que no satisfacen la necesidades y exigencias del mercado, la idea es implementar un audio cafetería con diferentes temáticas, enfocándose en el lector de acuerdo a sus gustos, edades, preferencias y aprovechando el actual mundo tecnológico en el que nos encontramos inmersos. Fomentando con esto la importancia de la lectura y la historia. Permitirá compartir momentos amenos, en un ambiente para todos los miembros de la familia.

Coffe with letters busca tener una característica distinta del resto de negocios. Se cree que sería una buena idea, incorporar diferentes áreas interactivas basándonos en temáticas de acorde a la lectura escogida, de esta manera además del disfrute de un buen café el cliente podrá deleitarse de escuchar un audiolibro, podrá disfrutar de la lectura de un libro digital, se recurrirá también a la manera tradicional de un libro físico y poder apreciar videos de las diferentes temáticas en sus respectivas áreas que sean de su interés. Se Generará salas de máximo 4 personas con todos los protocolos de bioseguridad y siempre con todas las normas para no poner en riesgo a ningún cliente.

2.2 Descripción de la empresa

2.2.1 Importancia

Con la creación de un audio cafetería se fomentará no solo las reuniones entre familiares y amigos sino la lectura y el interés por la historia, las costumbres y la cultura.

Se quiere transmitir los sabores, el aroma de un buen café. En la ciudad de Cuenca no existen cafeterías con este tipo de servicio por lo que su implementación sería una innovación y de ahí radica el ofrecer un lugar en donde se pueda fusionar estas dos actividades. Los servicios pretenden llegar a las expectativas de los clientes entregando un ambiente de paz, comodidad, y aprendizaje. Crear un sitio ameno en donde una taza de café nos permita relajarnos de una jornada de trabajo, conversar entre amigos y tener un lugar a donde familias puedan llegar a disfrutar de los audiovisuales, temáticas de libros de interés etc.

Es importante brindar un servicio al cliente que vaya más allá de degustar un café y poder fusionar el avance de la tecnología con lo tradicional de un rico sabor y aroma.

2.2.2 Características.

Diseño: Coffe with letters mantendrá lo tradicional no solo en el producto sino también en las temáticas y salas destinadas a las mismas. Se creará un ambiente agradable, ameno y familiar. Su decoración nos brindara confianza y llamara la atención de las personas que pasen por el lugar diferenciándose del resto de negocios, impactando de manera visual al cliente y pudiendo fidelizar las visitas frecuentes al lugar.

Excelente Servicio: Coffe with letters ofrecerá rapidez y agilidad en el servicio, desde la recepción de su pedido hasta la entrega del mismo, el trato al cliente será cordial, amable y se los llamará por su nombre para crear interacción.

Atención al Cliente: Coffe with letters Considerará la imagen del personal, mostrar empatía con los clientes para atender y ayudar con alguna duda, actitud positiva, escuchar con atención y expresarse con claridad, siempre buscar la solución y dar toda la información correcta y completa.

Investigación e innovación: Coffe with letters busca y trabaja constantemente en la investigación acerca de las costumbres, culturas e historia de nuestro país para poder brindar información correcta y adaptarlo a la tecnología permitiendo innovar temas exclusivos de audio libros, libro digitales y audiovisuales que llame la atención del cliente.

Equipo de Trabajo: Coffe with letters Tendrá un personal comprometido y apasionado en lo que hace, ofrecerá un servicio y producto de calidad con un personal capacitado constantemente en las diferentes áreas, personas atentas que su objetivo sea hacer sentir bien y satisfechos a los clientes, demostrando que el café no solo es una necesidad y que acompañado de la tecnología lo hacen un modo de vida

Protocolo de bioseguridad: Coffe with letters precautelaré la seguridad de los clientes como del personal se desinfectará objetos personales, Utilizar de manera imprescindible mascarilla quirúrgica que debe cubrir boca y nariz, Lavado de manos constante. Mantener una aplicación constante de alcohol o alcohol gel. Mantener el distanciamiento social entre el personal de trabajo, así como con las personas usuarias de al menos un metro en espacios abiertos y dos metros en espacios cerrados.

2.2.3 Actividad.

Coffe with letters será un establecimiento de alimentos y bebidas, donde se elaboran, expenden y sirven alimentos de elaboración rápida, pudiendo ser fríos y/o calientes que requieran poca preparación.

2.3 Tamaño de la empresa.

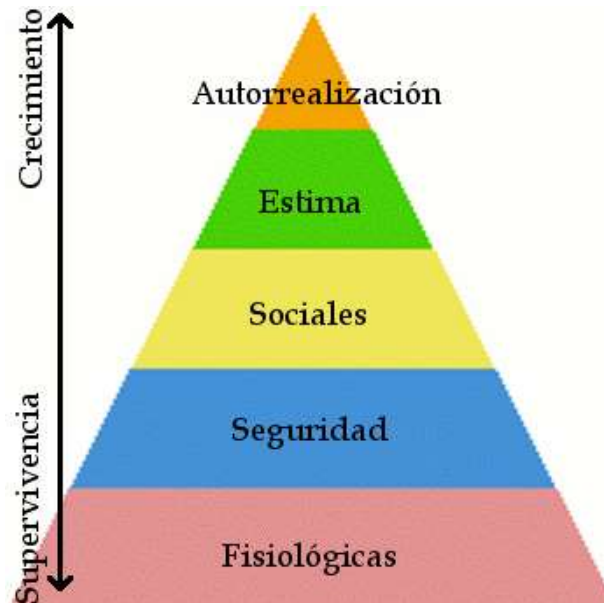
Coffe with letters es una microempresa que contará con 2 áreas básicas: área de operaciones y el área de servicios.

La empresa contará con:

- Administradora del negocio.
- Barista.
- Cajera.
- Mesera/Atención al cliente.

2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1. Piramide de Maslow.



(Benavidez, 2009)

2.2.2 Necesidad Fisiológica.

Se enfoca y cubre la necesidad de la alimentación de darse un gusto en una taza de café con aroma exquisito y de sabor que encante a los clientes, descansar en un ambiente tranquilo, con la lectura y la visualización de diferentes temáticas, respirando un aire puro en una zona con un ambiente poco afectado por la contaminación.

2.2.3 Necesidad de Seguridad.

Se seguirán todos los protocolos de bioseguridad y el cuidado para los clientes y el personal. Dispondremos de un riguroso control de calidad, procesos y reglas en la preparación del café y de sus acompañados, asegurando el buen manejo del área. Brindará estabilidad laboral, capacitaciones continuas para el desarrollo y crecimiento constante

en cada uno del personal, un ambiente tranquilo y seguro tanto para los clientes como para el equipo de trabajo. Se precautelar  la seguridad de los empleados, en caso de salir a horas muy tardes se les brindara el transporte que ellos requieren para poder llegar.

2.2.4 Necesidad Social – Afiliaci3n.

Coffe with letters pretende fidelizar al cliente con tratos especiales, con una buena atenci3n, pequeños detalles en fechas y ocasiones importantes, se creará lazos de amistad con clientes para que puedan recomendar y seguir asistiendo de manera frecuente, creara promociones basándose en una investigaci3n de sus gustos y preferencias, sacara nuevos productos y temáticas. Se disfrutar  de un buen ambiente laboral en donde todo el equipo de trabajo se sentir  líder y aportaran con ideas de innovaci3n y creatividad. Se establecer  políticas, reglas e incentivos para el equipo de trabajo con la finalidad de una buena comunicaci3n.

2.2.5 Necesidad de Reconocimiento.

La temática de la cafetería permitirá atraer a los clientes consiguiendo el éxito que Coffe with letters busca. Brindar  confianza en los productos elaborados con la selecci3n adecuada del mejor grano de café, se realizará encuestas de cuan a gusto est n con el servicio y el producto y sus ideas serán valoradas para adecuarlas y mejorarlas.

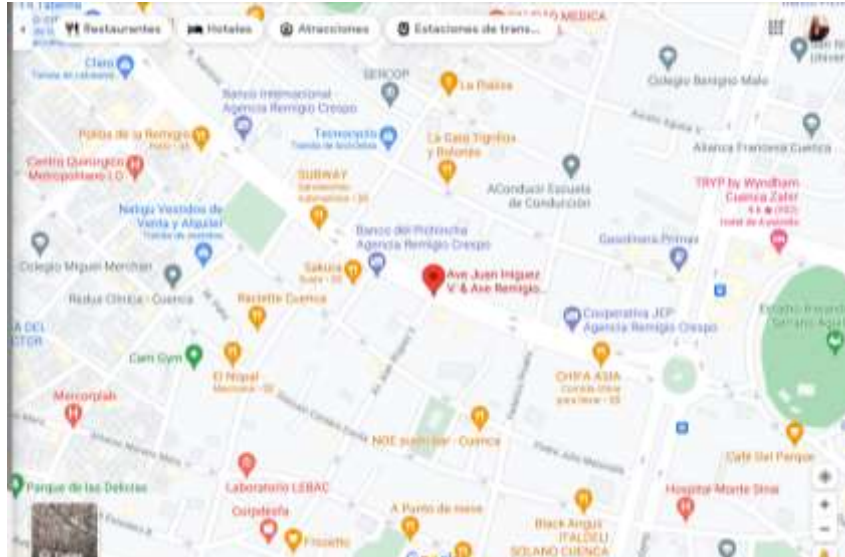
2.2.6 Necesidad de Autorrealizaci3n.

Coffe with letters conseguir  clientes satisfechos que nos permitirá ser una cafetería reconocida en producto y servicio, generando con esto el aumento del personal, ampliar el lugar, destacar productos nuevos, abrir nuevas salas, nuevas temáticas, se contrata un guardia de seguridad para que los clientes se sientan más tranquilos y se pueda ampliar el horario, renovaremos nuestro Showroom.

2.3 Localización de la empresa

Coffe with letters estará ubicado en la ciudad de Cuenca, provincia de Azuay, Ecuador, en el norte de la ciudad, calles Remigio Crespo y Av. Iñiguez.

Ilustración 2. Ubicación.



(Google Maps, 2021)

2.5 Filosofía empresarial

2.5.1 Misión.

Coffe with letters es una cafetería dedicada a la satisfacción del cliente con una amplia gama de cafés y con el aprovechamiento de la tecnología cubriendo espacios que se necesitan con salas de temas diferentes, brindando experiencias inolvidables y confort al cliente, deleitando el gusto de los consumidores de paladares finos de nivel medio y alto, siendo nuestro café de calidad y escogido cuidadosamente el sabor, aroma exquisito y fomentando el conocimiento de historia, costumbres y el gusto por la lectura.

2.5.2 Visión.

Una empresa que en un tiempo de 3 años sea reconocida por nuestros exquisitos cafés, nuestras salas de audiovisuales, y nuestro excelente servicio, nuestros tiempos

cortos de entrega y capacitaciones constantes al personal, pudiendo llegar a cubrir todos los espacios necesarios como reuniones, momentos familiares, charlas de clientes y negociaciones, y así realizar un buen trabajo permitiendo que el cliente se quede con nosotros por calidad y excelencia.

2.3.2 Objetivos.

- Ser reconocida por su excelente servicio
- Contar con personal eficiente y responsable
- Demostrar la excelente calidad del café.
- Fomentar la lectura y el conocimiento mediante el uso de la tecnología
- Aprovechar la tecnología y así crear salas y áreas de audiovisuales con temáticas según sus gustos y preferencias.
- Identificar gustos y preferencias de los clientes al momento de la elección de las áreas a crear.
- Diseñar para nuestros clientes un lugar exclusivo en Cuenca con ambiente acogedor, agradable que brinde atención de excelencia, donde podrán degustar del mejor sabor de nuestro café, acompañado de una buena temática audiovisual.

2.5.3 Meta.

Tener una cafetería temática, que cubra todas las necesidades de todas las personas que requieran pasar momentos inolvidables, y momentos de tranquilidad. Desarrollar un 50% base de datos de clientes por medio del correo electrónico en un periodo de 3 meses con el fin de poder realizar seguimientos de clientes satisfechos y clientes que deseen que mejoremos en ciertos aspectos, tener visitas diarias tanto en el local como en las visitas de las redes sociales con el fin de aumentar en un 50% la cantidad de links con la creación de 5 nuevas ofertas a la semana en un periodo de 5 meses.

2.3.3 Estrategias.

- Crear variedad de salas temáticas con información que llame la atención y el cliente se sienta a gusto.
- Preparar semanalmente ofertas o combos de salas para cierta cantidad de personas.
- Disponer de todos los diferentes tipos de cafés y sus acompañados
- Celebrar fechas especiales de clientes entregando pequeños detalles que nos permita fidelizar al cliente.
- Disponer de variedad de temas y libros para las salas de audiovisuales para los diferentes tipos de edad.

2.5.4 Políticas.

2.5.4.1 Los trabajadores.

- * Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas por el restaurante.
- * Ser respetuosos con los compañeros y con la empresa.
- * Llevar siempre su uniforme de trabajo dentro de las instalaciones.
- * Cuidar de su aseo y presentación personal.
- * Cumplir con las tareas asignadas a cada uno de los trabajadores.
- * No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- * No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.
- * Satisfacer las necesidades de los clientes.

2.5.4.2 *La empresa.*

- * Es responsable del bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- * Es responsable de la seguridad integral de los trabajadores y clientes de la empresa.
- * Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el estado.
- * Responsable de capacitar a todo su personal semestralmente para que pueda brindar a los clientes un servicio de calidad.
- * Mantendrá un alto estándar de calidad constante en sus productos a través de la innovación y la implementación de procesos y sistemas de producción y control de calidad en todas las áreas de la empresa.

2.5.5 FODA.

2.5.5.1 *Fortalezas.*

- * Temática llamativa de la cafetería.
- * Personal calificado.
- * Precio competitivo
- * Adecuado ambiente.
- * Calidad en el Servicio y un ambiente acogedor
- * Salas para compartir en familia audiovisuales de información de historia, etc.

2.5.5.2 *Oportunidades.*

- * Existe muy poca competencia de cafeterías con temáticas en el sector ubicado.
- * El Sector en el que se ubicara existe gran afluencia de gente los fines de semana y entre semana por todas las empresas que existen a sus alrededores.

- * La mayoría de personas desean pasar en familia y con lugares que proporcionen algo diferente.
- * Clientes no disponen de alternativas iguales a las que ofrece la cafetería temática.

2.5.5.3 *Debilidades.*

- * Desconocimiento de la cafetería por parte de los clientes.
- * Inversión elevada.
- * Variedad de restaurantes a sus alrededores.
- * Marca Nueva

2.5.5.4 *Amenazas.*

- * Estados de Excepción por el tema de la pandemia.
- * Inestabilidad en el ámbito social, económico y político.
- * Restaurantes y cafeterías con publicidad masiva
- * Poca aceptación de la marca.

2.6 Desarrollo organizacional

2.6.1 Tipo de Estructura.

2.6.1.1 Diferenciación.

En Coffe with letters la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- Nivel Gerencial
- Nivel Operativo

Nivel Gerencial.

- Propietario (Administrador)

Nivel Operativo.

- Barista
- Cajero
- Mesero/a

2.6.2 Formalización.

La empresa se regirá a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos. Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

2.6.3 Centralización – Descentralización.

Centrará sus actividades en las áreas de producción, ventas, servicio y recreación; siendo estas de las que dependerá para la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa. La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial accediendo a las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el fortalecer a los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

2.6.4 Integración.

La integración organizacional se desarrollará con la incorporación del personal correcto para realizar las actividades, las mismas que tienen como prioridad el buen servicio y la calidad con la pasión de todos los colaboradores, liderazgo en todos los

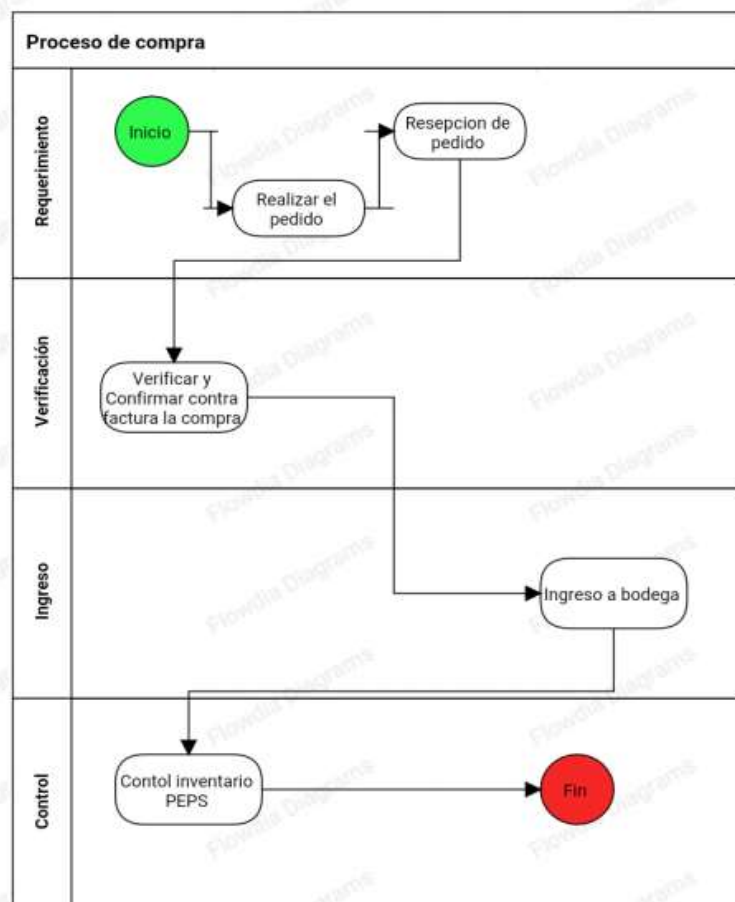
procesos que cuenta la empresa, procesos de compra, producción, servicio y bodega. Para su cumplimiento tendremos el control y seguimiento en cada una con sistemas informáticos que nos pueda corroborar el uso adecuado y el orden de los materiales.

2.6.5 Procesos de Coffe with letters

2.6.5.1 Procesos de compra

- Realizar el pedido
- Recepción del pedido
- Verificar y confirmar contra factura la compra
- Ingreso a Bodega
- Control de inventario PEPS

Ilustración 3 Proceso de compra

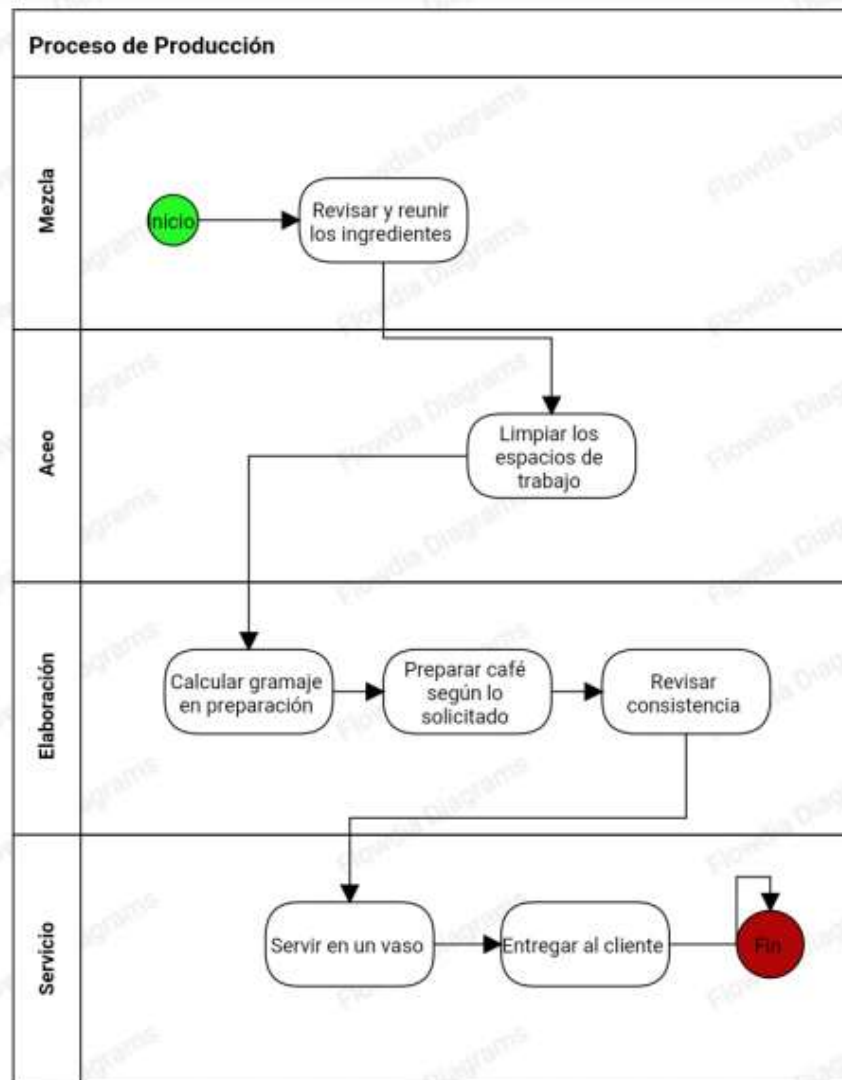


(Suárez, 2021)

2.6.5.2 Procesos de Producción

- Revisar y reunir los ingredientes
- Limpiar los espacios de trabajo
- Calcular gramaje de preparación
- Preparar el café según lo solicitado
- Revisar consistencia
- Servir
- Entregar al cliente

Ilustración 4 Proceso de producción



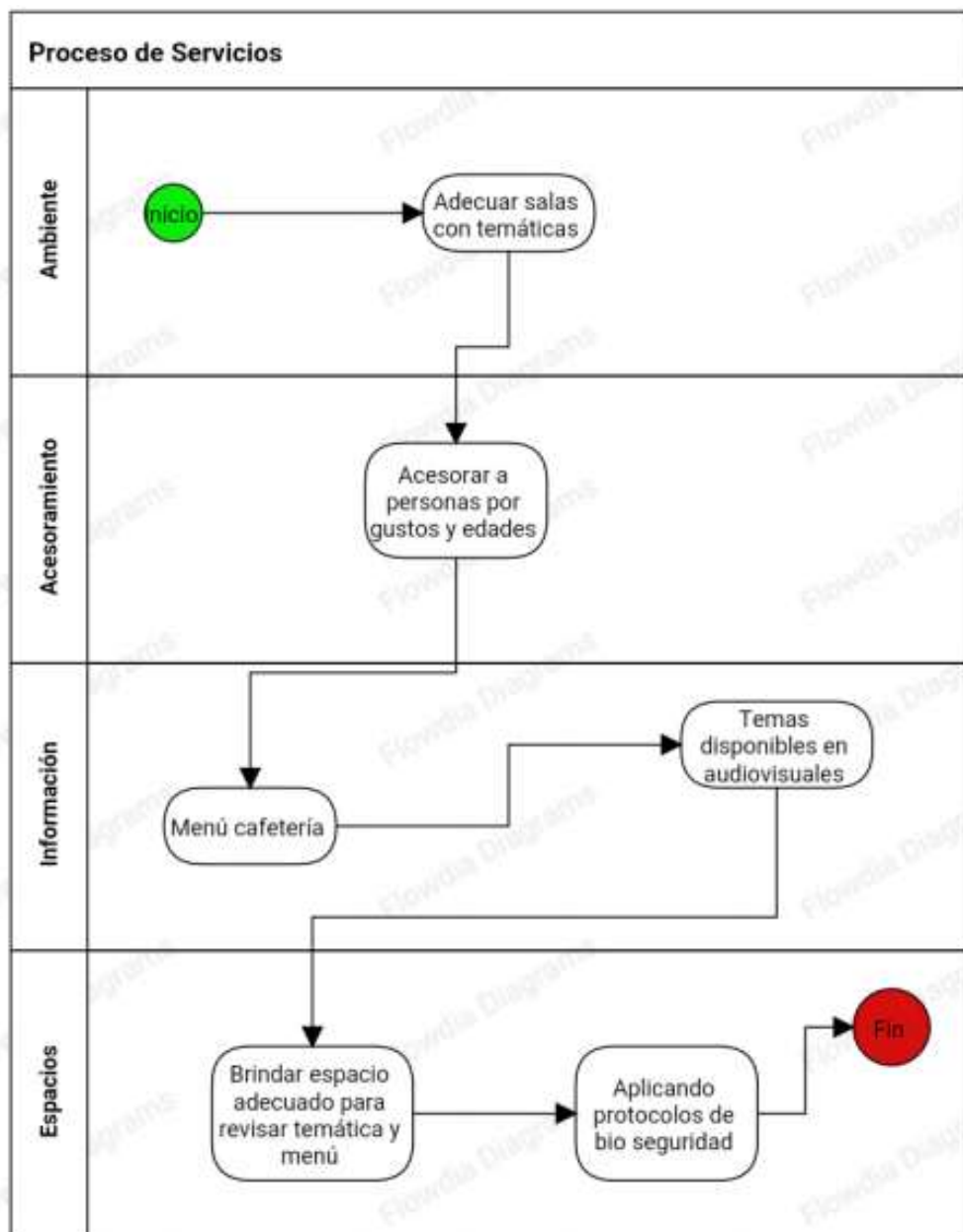
(Suárez, 2021)

2.6.5.3

Procesos de Servicio

- Adecuar Salas con temáticas
- Asesorar a personas por gustos y preferencias
- Informar de temas disponibles y más solicitados
- Brindar espacio adecuado para revisar la temática
- Aplicar protocolos de seguridad

Ilustración 5 Proceso de Servicios

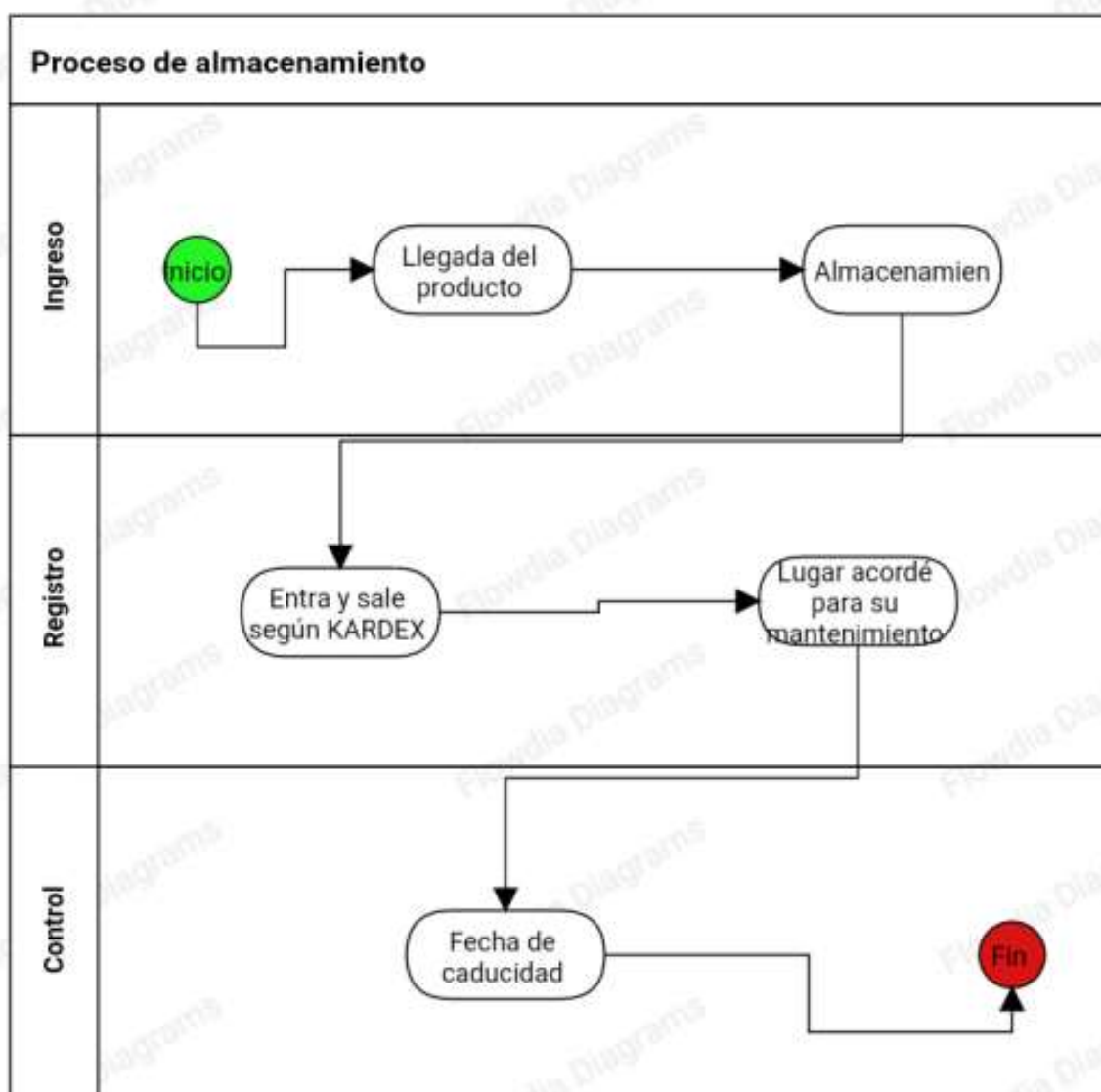


(Suárez, 2021)

2.6.5.4 *Procesos de Almacenamiento*

- Llegada del producto
- Almacenamiento
- Entrada y Salida según Kardex
- Lugar acorde para su mantenimiento
- Revisar Fecha de Caducidad

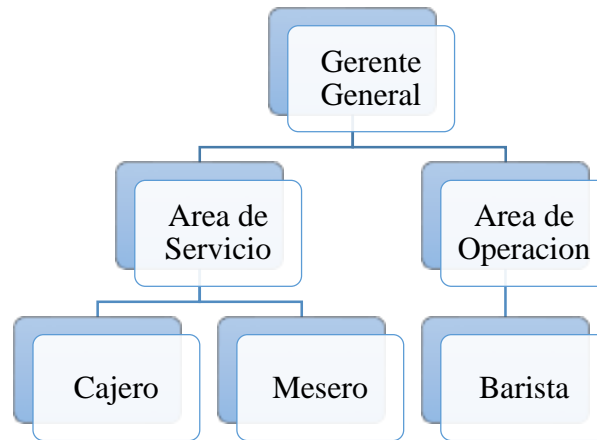
Ilustración 6 Proceso de almacenamiento



(Suárez, 2021)

2.7 Organigrama empresarial

Ilustración 7. Organigrama empresarial Coffe with letters



(Suárez, 2021)

2.8 Funciones del personal

PUESTO DE ADMINISTRADOR

Detalles generales del puesto de Administrador

Empresa	Coffe with letters
Unidad administrativa	Área Administrativa
Misión del puesto	Coordinar las actividades y operaciones para asegurar la eficiencia y el cumplimiento de las políticas de la compañía, supervisar al personal y dividir las responsabilidades para garantizar el rendimiento, realizar seguimiento de las existencias de material de oficina y realizar pedidos cuando sea necesario
Denominación del puesto	Administradora
Rol del puesto	Organización, de la dirección y control de los disponibles de la empresa.
Remuneración	\$ 500

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Administrador

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Estudios realizados en administración de empresas	Mínima 1 año en el área y conocimientos afines	Habilidades comunicativas e interpersonales Capacidad de organización y liderazgo. Capaces de procedimientos de gestión Supervisión del personal Buen manejo de la empresa y del área encomendada	Integridad Confianza Pro actividad Orientación al resultado Perseverancia Uso efectivo del tiempo Buena comunicación Toma de decisiones Conformación y desarrollo de equipo de alto desempeño

(Suárez, 2021)

PUESTO DE BARISTA

Detalles generales del puesto de Barista.

Empresa

Coffe with letters

Unidad administrativa

Área operación

Misión del puesto

Explicar a los clientes nuestra carta y nuestras salas temáticas, hacer recomendaciones basadas en sus preferencias, Para tener éxito en este trabajo, hay que tener habilidades de servicio al cliente y conocimientos del funcionamiento de las máquinas de café. Hay que estar disponible para trabajar en distintos turnos. Tener actitud positiva, ser apasionado de la industria de bebidas calientes y trabajar creando nuevas y diferentes bebidas.

Denominación del puesto	Barista
Rol del puesto	Especialización en el café de alta calidad y trabajar creando nuevas y diferentes bebidas.
Remuneración	\$ 500

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Barista

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller con cursos realizados en el área. Conocimiento básico del idioma de inglés.	Mínima 1 año en el área y conocimientos de servicio cliente.	Técnicas y conocimiento del café Tener competencias en materia de mantenimiento de los equipos y adaptación a nuevas variables como cafés diferentes y alternativas vegetales a la leche. Capaces de interactuar con los clientes de una forma profesional y amigable.	Puntualidad Respeto Adaptabilidad. Atención al cliente. Creatividad. Liderazgo. Iniciativa. Responsabilidad.

(Suárez, 2021)

PUESTO DE CAJERO

Detalles generales del puesto ayudante de cocina.

Empresa	Coffe with letters
Unidad administrativa	Área de Servicio
Misión del puesto	Gestionar todas las transacciones con los clientes de manera precisa y eficiente. Para desempeñar este cargo satisfactoriamente,

debes tener experiencia previa en un puesto de atención al cliente y un buen conocimiento de cómo funcionan las cajas registradoras. Tener disponibilidad para hacer turnos de noche y fines de semana de vez en cuando. Se asegurará de que todas las transacciones se realicen sin problemas y nos ayudarás a maximizar la satisfacción del cliente.

Denominación del puesto Cajero

Rol del puesto Recibir pagos y emitir recibos, realizar un seguimiento de todas las transacciones de efectivo y crédito.

Remuneración \$ 400

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, Cajero

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller con conocimientos de contabilidad	Mínimo 2 años en áreas afines.	Técnicas para un manejo adecuado de la imagen personal Técnicas para la aplicación de la comunicación asertiva, generando empatía cajero-cliente; y, sugerencias para una correcta atención. Estar informado como está constituido el sistema financiero. Denominaciones de los billetes.	Resistencia a la monotonía Responsabilidad Orientación al cliente Capacidad para trabajar en Equipo Buena comunicación Organización Dinamismo Persona polivalente

(Suárez, 2021)

PUESTO DE MESERO

Detalles generales del puesto de mesero.

Empresa	Coffe with letters
Unidad administrativa	Área de servicio
Misión del puesto	Es una pieza clave en la atención al cliente, se encarga de procesar pedidos y servirlos en la mesa, administrar quejas y cumplidos.
Denominación del puesto	Mesero.
Rol del puesto	Atención al cliente, la recepción de pedidos, servicio a la mesa y guía del cliente durante su experiencia en el audio cafetería.
Remuneración	\$ 400

Méritos aspectos a considerar

Tabla 4. Méritos aspectos a considerar, mesero.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller	Al menos 1 año de experiencia.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Toma de pedidos a los clientes Sugerir a clientes. Revisar pedidos	Honestidad Compromiso Trabajo en Equipo Disponibilidad Puntualidad Organización Limpieza

(Suárez, 2021)

3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la marca Coffe with letters en la mente del consumidor entregando un producto y servicio que resuelva el problema y satisfaga la necesidad realizando investigación de mercados, creando una imagen corporativa, y enfocándonos en el conocimiento de la historia entre otros gustos por la lectura y los audiovisuales a través de la difusión de la imagen, productos y servicios que ofrece la cafetería poniendo mayor relevancia en las redes sociales y también por medios físicos atrayendo así a clientes potenciales.

3.2 Investigación de mercado

El diseño de investigación es una planificación donde se consideró la investigación aglomerada. Primero se realizó un estudio por zona. En la primera etapa se seleccionan conglomerados de un sector de la parroquia del lugar en donde se ubicará la cafetería en la segunda parte se seleccionan conglomerados más pequeños pertenecientes al sector, y así sucesivamente hasta llegar a los elementos de la población por edades, por sector y barrio. De esta forma solo se necesita la lista de los elementos de la población sobre los cuales se ha de aplicar la última etapa.

La Investigación que se realizara será cuantitativa ya que se realizara encuestas para evaluar aspectos del mercado tales como gustos, preferencias y aceptación del nuevo proyecto.

3.2.1 Modalidad.

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de manera digital, en donde se encuestó a 131 personas de forma aleatoria que se encontraban en el sector Remigio Crespo toral, esta encuesta constó de 12 preguntas cerradas.

3.3 Plan de Muestreo

Esta investigación se realizó en la emergencia sanitaria que vive nuestro país del (COVID 19), por tanto para establecer nuestra muestra tomamos en consideración personas de estudio de edades de 20 a 39 años a las cuales se les envió una encuesta digital utilizando google forms, también se tomó en cuenta solo personas del sector y se segmentó por zona y barrio en donde se ubicaría el establecimiento ya que va dirigido a las personas que comparte entre amigos y familias todos los fines de semana. Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

Ilustración 8 Fórmula de la muestra

FÓRMULA DE LA MUESTRA CON POBLACIÓN FINITA							
	$n =$	$\frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(e)^2 \cdot (N - 1) + (Z^2 \cdot P \cdot Q)}$					
POBLACION	$N =$	3490					
	$n =$	3,84	0,5	0,5	1320		
		0,0025	3489	3,84		0,5	0,5
	$n =$	1268					
		8,7225	0,9604				
	$n =$	1268					
		9,6829					
MUESTRA	$n =$	131,00	PERSONAS PARA ENCUESTAR				

(CENSO POBLACION Y VIVIENDA, 2010)

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

3.4 Análisis de las encuestas

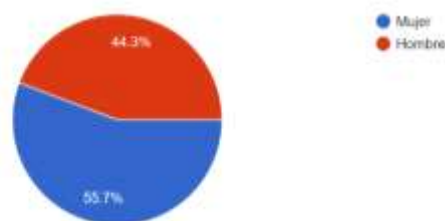
3.4.1 Pregunta 1.

Tabla 2. Pregunta 1

¿Genero?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Mujer	73	44.3
Hombre	58	55.7
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

Ilustración 9 Pregunta 1, gráfico circular.



(Suárez, 2021)

Análisis: De las personas encuestadas la mayor cantidad fueron mujeres, y la otra con muy poca diferencia varones. Considerando que nuestro servicio está enfocado para los dos géneros.

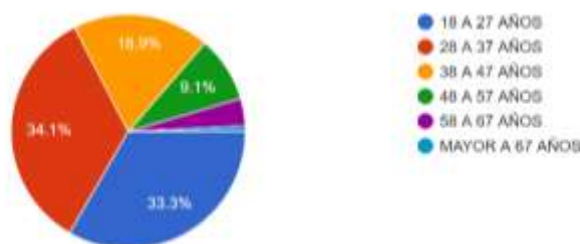
3.4.2 Pregunta 2.

Tabla 3. Pregunta 2.

¿Categoría de edad a la que pertenece?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
18 A 27 AÑOS	44	33.3
28 A 37 AÑOS	45	34.1
38 A 47 AÑOS	25	18.9
48 A 57 AÑOS	11	9.1
58 A 67 AÑOS	5	3.8
MAYOR A 67 AÑOS	1	0.8
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

Ilustración 10 Pregunta 2, gráfico circular



(Suárez, 2021)

Análisis: Como se puede visualizar los consumidores se encuentran con más fuerza entre los 18 a 37 años, quienes por el ritmo de vida les gusta lo innovador, el café una bebida sabrosa y de fácil preparación, dando como resultado favorecedor a Coffe with letters ya que es la edad a la que está enfocada la empresa. El porcentaje alcanzado con el resto de encuestados no nos desalienta ya que son edades que también disfrutan de

tiempo en familia. Este resultado nos permite enfocarnos aún más en las edades con mayor porcentaje porque son quienes llevaran al éxito a Coffe with letters.

3.4.3 Pregunta 3.

Tabla 4. Pregunta 3

¿Usted consume café o derivados del café?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	111	84.73%
No	20	15.27%
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

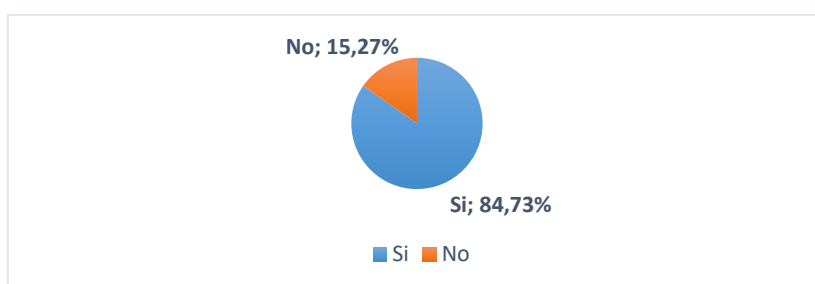


Ilustración 11 Pregunta 3, gráfico circular.

(Suárez, 2021)

Análisis: De las 131 personas encuestadas, se tiene un porcentaje de 84.73% de la aceptación del consumo del café demostrando que la gente se inclina por este producto, tomando en cuenta que también podemos trabajar con productos que contengan café ya que la encuesta nos da un resultado favorable también en sus derivados.

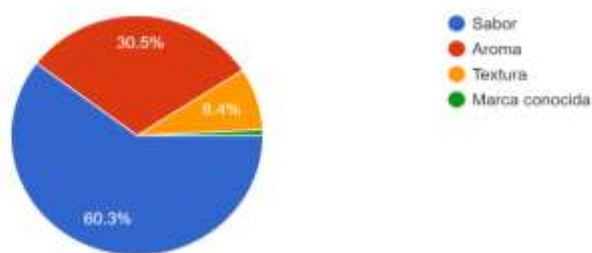
3.4.4 Pregunta 4.

Tabla 5. Pregunta 4

¿Para usted que es lo que considera que hace un café de calidad?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Sabor	79	60.3
Aroma	40	30.5
Textura	11	8.4
Marca conocida	1	0.8
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

Ilustración 12 Pregunta 4, gráfico circular.



(Suárez, 2021)

Análisis: De acuerdo a las respuestas de los encuestados se determina con el 60.3% que la característica más importante que busca el consumidor es el sabor, el 30.5% el aroma. Permitiendo con esto a Coffe with letters tener como prioridad el sabor de los diferentes tipos de café sin dejar de lado su aroma, el 8.4% se inclina por la textura es por ello que se utilizará los mejores productos brindando así un café de calidad. El tema de la marca conocida nos da un 0.8% queriendo decir que es poco relevante ya que la calidad lo hace su preparación sabor y aroma.

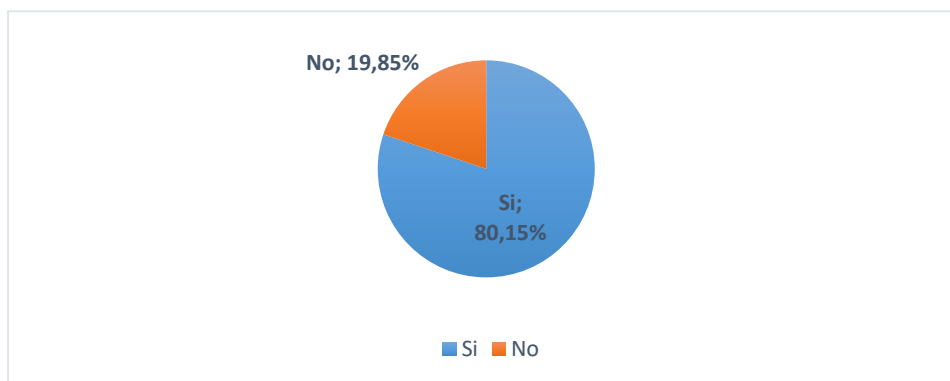
3.4.5 Pregunta 5.

Tabla 6. Pregunta 5

¿Estaría dispuesto a consumir nuevos productos derivados del café?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	105	80.15%
No	26	19.85%
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

Ilustración 13 Pregunta 5, gráfico circular.



(Suárez, 2021)

Análisis: De los 131 encuestados el 80.15% respondió positivamente hacia un producto nuevo con el café, pudiendo concluir que a futuro que se lance un producto innovador, se tendría bastante acogida por parte de los consumidores y que no solo el café es gusto de todos sino también lo que podemos aprovechar del mismo para poderlo ofrecer.

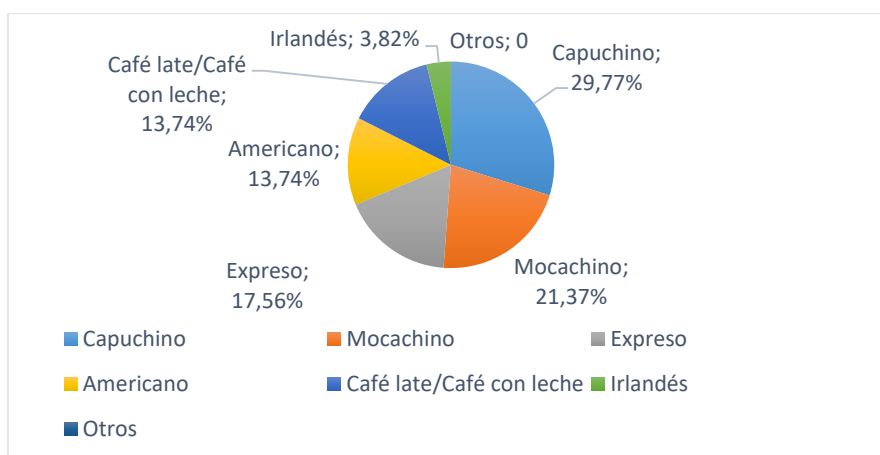
3.4.6 Pregunta 6.

Tabla 7. Pregunta 6

¿Qué tipo de café le gusta más?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Capuchino	39	29.77%
Mocachino	28	21.37%
Expreso	23	17.56%
Americano	18	13.74%
Café late/Café con leche	18	13.74%
Irlandés	5	3.82%
Otros	0	0
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

Ilustración 14 Pregunta 6, gráfico circular.



(Suárez, 2021)

Análisis: Con el número de 131 respuestas de las personas encuestadas podemos determinar que con un 29.77% la bebida más tomada es el capuchino, con el 21.37% el Mocachino, el 17.56% el Expreso que es un café un poco más fuerte en sabor, y con el

13.74% el americano y el café con leche, y el 3.82% el café irlandés un café poco conocido y pedido en las cafeterías.

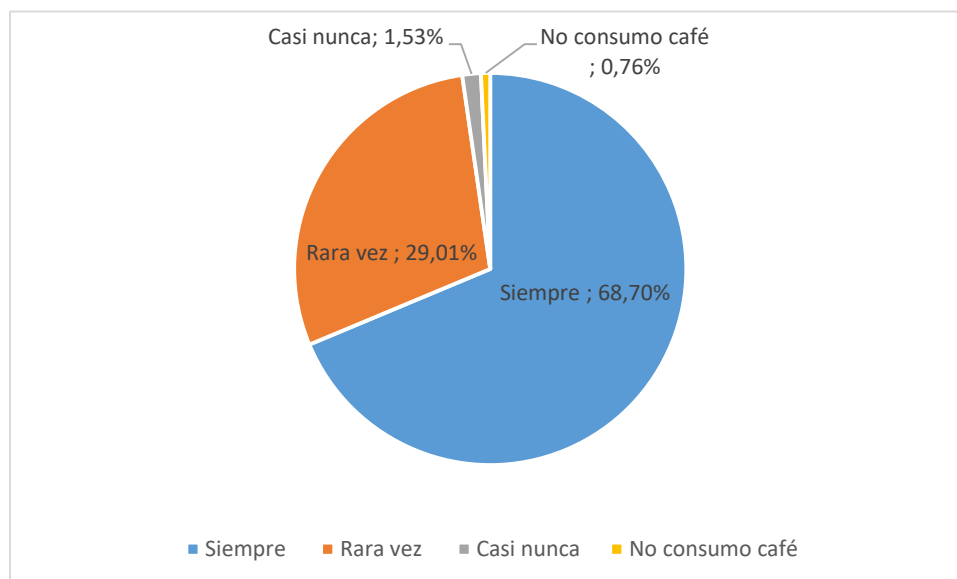
3.4.7 Pregunta 7.

Tabla 8. Pregunta 7

¿Con qué frecuencia tomas café?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Siempre	90	68.70%
Rara vez	38	29.01%
Casi nunca	2	1.53%
No consumo café	1	0.76%
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

Ilustración 15 Pregunta 7, gráfico circular.



(Suárez, 2021)

Análisis: Se establece de acuerdo a los 131 encuestados una respuesta favorable para Coffe with letters debido a que el 68.70% consume a diario café, por lo que tenemos que establecer una política de producción de acuerdo a las necesidades de consumo, el

porcentaje de 29.01% que no es bajo lo toma rara vez llegando a no ser poco favorable para la empresa ya que pueden hacerlos los fines de semana entre amigos o familiares.

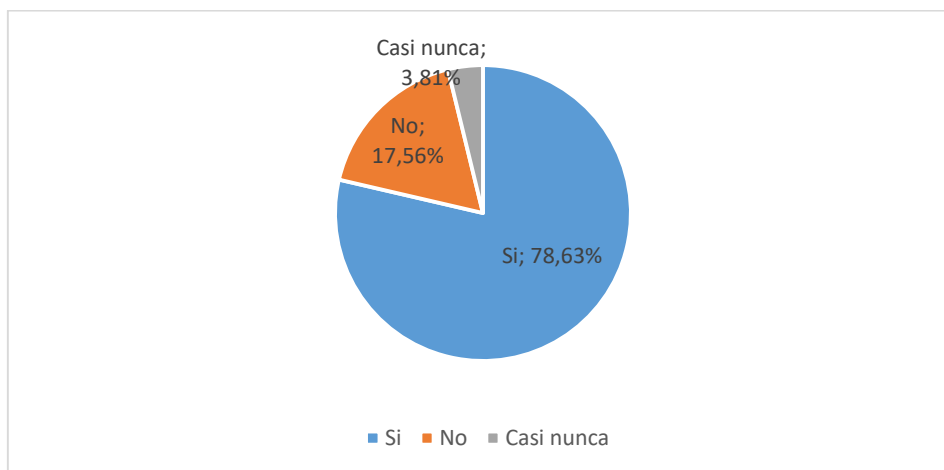
3.4.8 Pregunta 8.

Tabla 9. Pregunta 8

¿Sueles ir a Cafeterías?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	103	78.63%
No	23	17.56%
Casi nunca	5	3.81%
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

Ilustración 16 Pregunta 8, gráfico circular.



(Suárez, 2021)

Análisis: Del 100% de los encuestados, el 78.63% tiene bastante acogida en ir a establecimientos de cafeterías, el 17.56% no ha ido y el 3.81% asiste rara vez casi nunca. Por lo que Coffe with letters debe trabajar en un buen ambiente y estilo para que los consumidores se sientan atraídos y satisfechos en nuestro establecimiento.

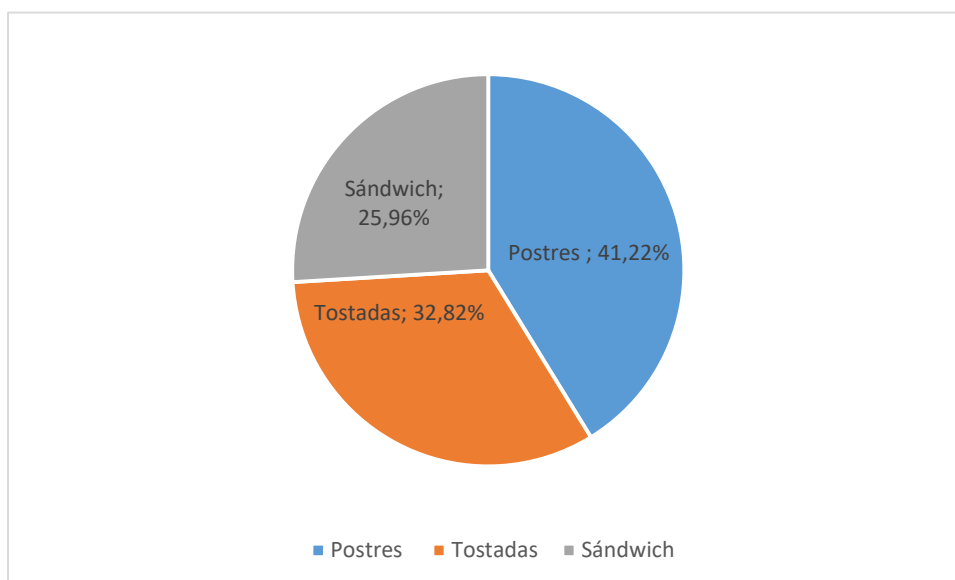
3.4.9 Pregunta 9.

Tabla 10. Pregunta 9

¿Cuáles de estos acompañamientos prefieres que tenga el café?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Postres	54	41.22%
Tostadas	43	32.82%
Sándwich	34	25.96%
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

Ilustración 17 Pregunta 9, gráfico circular.



(Suárez, 2021)

Análisis: El 41.22% de los encuestados optan por probar un postre mientras toman un café, un porcentaje inferior tomando en cuenta que el 32.82% prefieren una tostada, y con un 25.96% el sándwich. Coffe with letters puede entregar estos tres diferentes acompañados brindando variedad y que el consumidor tenga opciones al momento de elegir.

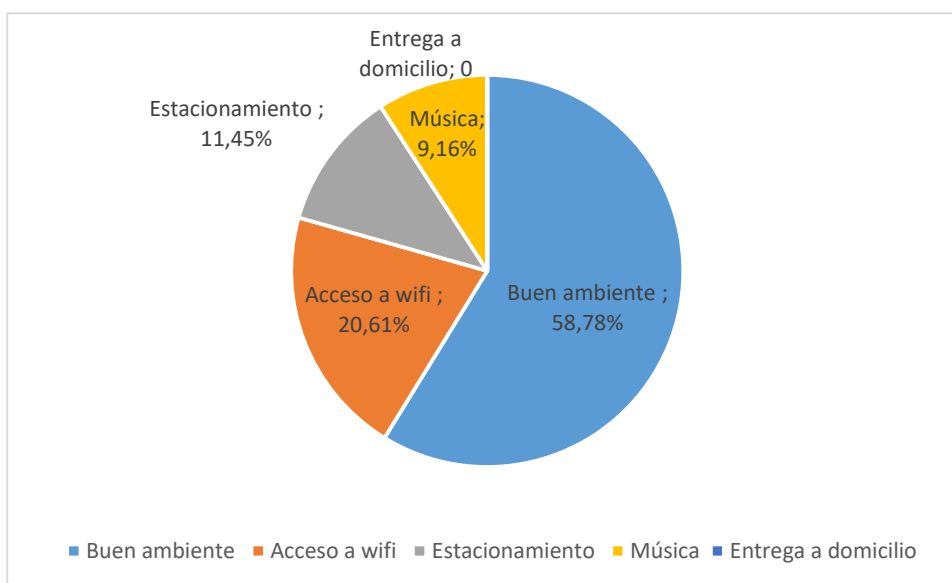
3.4.10 Pregunta 10.

Tabla 11. Pregunta 10

¿Cuáles de estos atributos desearías que tenga una cafetería?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Buen ambiente	77	58.78%
Acceso a wifi	27	20.61%
Estacionamiento	15	11.45%
Música	12	9.16%
Entrega a domicilio	0	0
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

Ilustración 18 Pregunta 10, gráfico circular.



(Suárez, 2021)

Análisis: Para el 58.78% de los encuestados lo más importante es un buen ambiente, para el 20.61% el acceso a wifi y en pocos porcentajes como el 11.45% el estacionamiento y el 9.16% la música. Podemos determinar que Coffe with letters se adaptara a nuestro consumidor con un excelente ambiente temático que no tiene otra cafetería cerca del lugar. El acceso a wifi que es nuestro valor agregado para poder pasar

nuestros audiovisuales y libros digitales sin embargo no se dejara de lado el estacionamiento que es igual de importante para que los consumidores se sientan seguros mientras comparten en nuestro establecimiento.

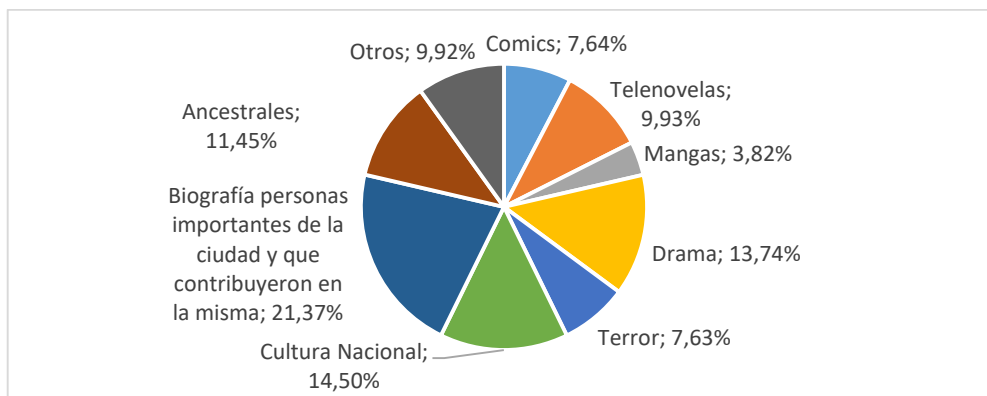
3.4.11 Pregunta 11.

Tabla 15. Pregunta 11

¿Qué temas de libros te gustan más o historia?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Comics	10	7.64%
Telenovelas	13	9.93%
Mangas	5	3.82%
Drama	18	13.74%
Terror	10	7.63%
Cultura Nacional	19	14.50%
Biografía personas importantes de la ciudad y que contribuyeron en la misma	28	21.37%
Ancestrales	15	11.45%
Otros	13	9.92%
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

Ilustración 19 Pregunta 11, gráfico circular.



(Suárez, 2021)

Análisis: Según las encuestas tenemos buena acogida en los diferentes temas de libros y audiovisuales podemos decir que no se quedan con un solo tema, sino que les gusta explorar y conocer diferentes temas con respecto a los presentados en la encuesta. Con un 21.37% en el tema de Biografías de personas importantes, con un 11.45% temas ancestrales, con un 14.50% Cultura nacional y con porcentajes bajos como drama, telenovelas. Y temas que muestran muy poco interés los comics, mangas y telenovelas con muy bajos porcentajes. Sin embargo, son temas pocos conocidos que explicándolos y dando demostraciones podemos subir el interés de las personas que asisten al lugar.

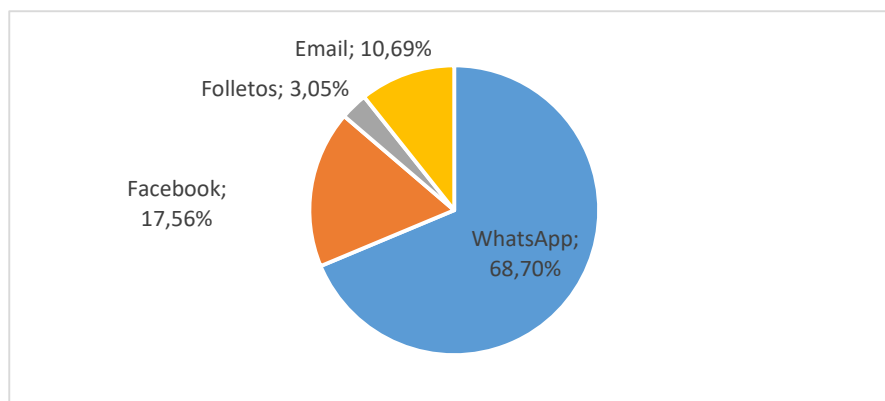
3.4.12 Pregunta 12.

Tabla 16. Pregunta 12

¿Cómo te gustaría recibir nuestras promociones?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
WhatsApp	90	68.70%
Facebook	23	17.56%
Folletos	4	3.05%
Email	14	10.69%
TOTAL	131	100%

(Suárez, 2021)

Ilustración 20 Pregunta 12, gráfico circular.



(Suárez, 2021)

Análisis: Al 68.70% de los encuestados les gustaría recibir las promociones e información por medio de WhatsApp un medio que hoy en día es muy usual y bastante utilizado tanto comercial como personal, el 17.56% le gustaría por medio de Facebook un red social con bastante acogida para transmitir no solo la información de promociones sino también para hacer llegar nuestro producto y establecimiento a más gente, el 10.69% por medio de email un medio más formal para instituciones o empresas públicas grandes y con muy bajo porcentaje del 3.05% los folletos.

3.4.13 Análisis General.

La encuesta realizada para la implementación de este proyecto dio resultados positivos. Podemos determinar como primera instancia que nuestro público objetivo va a ir dirigido a hombres y mujeres de edades de entre los 20 a 39 años que serán las personas que visitarán nuestro establecimiento y que muchas de ellas viven en el sector factor importante que nos ayudara para que su visita sea continua.

De este público objetivo en su gran mayoría son personas que consumen café y sus derivados un 84.73% tiene agrado y consumo del café siendo una demanda bastante significativa para nuestro establecimiento. Como aspecto necesario y bajo un paladar exquisito de nuestro público objetivo mencionan que es fundamental para que un café sea de calidad debe tener un excelente sabor, aroma y sin dejar de lado su textura.

Otro factor positivo con un 80.15% es que permiten un alcance de nuevos productos con el café, dejando la posibilidad de innovar con el pasar del tiempo, una vez ya consolidado Coffe with letters. Se determina que el café con mayor preferencia es el capuchino, Mocachino, expreso y americano, sin dejar de lado los otros que por falta de conocimiento no los conocen ni han sido ofrecidos. Un 68.70% con exactitud consume siempre café que es muy favorable para Coffe with letters y una rara vez el 29.01% porcentaje en el que se puede trabajar para que asistan por variedad de productos y

servicios. El 41.22% de los encuestados optan por probar un postre mientras toman un café. Coffe with letters puede entregar diferentes acompañados brindando variedad y que el consumidor tenga opciones al momento de elegir.

En su gran mayoría asisten a cafeterías con el 58.78% demandan un espacio el cual tenga un buen ambiente, cómodo con estacionamiento y acceso a internet, este último siendo nuestro valor agregado para poder pasar nuestros audiovisuales y libros digitales y pues Coffe with letters se adaptará a los requerimientos de nuestros consumidores. El servicio que es la temática de la cafetería los audiovisuales y libros digitales en su mayoría con el 21.37% prefieren la biografía de personajes importantes y sus aportes, otro de agrado es la cultura nacional y ancestral pudiendo concluir que se inclinan por las culturas, lo tradicional, lo antiguo e información que retroalimenta el conocimiento que con el pasar del tiempo se está perdiendo.

Como última instancia y con el análisis de la encuesta se concluyó que los tiempos en los que nos encontramos donde la tecnología ha ido creciendo de una manera abismal, ahora las redes sociales dominan el mundo de la publicidad y promociones, todas las personas lo manejan la mayoría del tiempo. Por eso es importante para Coffe with letters manejar nuestras promociones y publicidad mediante estos medios, y con eso poder llegar a los clientes y dar a conocer la marca para que sea reconocida. Redes como WhatsApp, Facebook e Instagram son medios comerciales y también personales en donde se puede brindar información y ganarse no solo la confianza sino la lealtad del consumidor.

Lo más trascendental que se pudo analizar mediante este estudio de mercado es la aceptación que pueda tener una cafetería con temática.

En desenlace, tras analizar los datos se determina que Coffe with letters es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado.

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Micro entorno.

Coffe With letters considera su micro entorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 21 Esquema microentorno Coffe wets letters



(Suárez, 2021)

Ilustración 22 Ubicación.



(INEC, 2021)

3.5.1.1 Competencia directa.

A pesar que en el mercado existen una gran variedad de cafeterías, luego del estudio y el recorrido por el sector en donde se va a ubicar Coffe with letters, se encontró dos establecimientos como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que se vendían.

En la Avenida Remigio Crespo existe un local llamado la Piazza y en el Redondel del Estadio el local Café del parque, los cuales ofrecen el servicio de cafetería, postres, bebidas y comida rápida, dichos establecimientos son ya identificados por los consumidores y de la misma manera familiarizados con su logo, cuentan con campañas publicitarias bien elaboradas, tienen una atención muy buena y la experiencia necesaria para el negocio. Sus productos son el café y variedad de acompañados, un buen ambiente y red inalámbrica. Cerca de nuestro establecimiento no se encuentra ningún de este modelo, el más cercano es la Piazza. Lo que nos caracteriza de nuestro competidor directo es la temática del lugar y el diferenciador que las cafeterías cercanas no cuentan, tendremos precios accesibles, su temática será la que llame la atención y de agrado ya que no será un estilo que utilice nuestro competidor.

3.5.1.2 Sustitutos.

Después de recorrer el sector se encontró un sustituto, el cual es Noé sushi Bar, ubicado en la calle Nicanor Aguilar. Este local hace de sustitutos al vender bebidas, comida y variedad de menús, sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento de bebidas calientes, temático y acompañado para el café.

3.5.1.3 Proveedores.

Sabiendo que la calidad en los productos es uno de los principios fundamentales con los que trabaja Coffe with letters, trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

Permitiéndonos con esto tener un impacto considerable en las ganancias de la empresa, mientras se disponga de variedad de proveedores se podrá tener un control sobre ellos en términos de precios, calidad e itinerarios de entrega

Tabla 127. *Proveedores.*

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Minerva	<ul style="list-style-type: none"> • Producto tostado y molido. • Café de los ecuatorianos • Alta calidad, reconocido • Producto bajo normas estrictas 	Café
Gran Puyango	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos. • Gran sabor y esencia • Entrega en el establecimiento 	Café
Supermaxi	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de productos • Siguen procesos de higiene y seguridad alimentaria • Entrega al establecimiento. 	Variedad de productos.
Panificadora Don pan	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de productos. • Entrega al establecimiento. • Facilidad de pago. 	Variedad de panes y postres
Librería librimundi	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad en temas de libros • Disponibilidad de videos para audiovisuales 	Libros digitales, físicos y videos de temas variados

(Suárez, 2021)

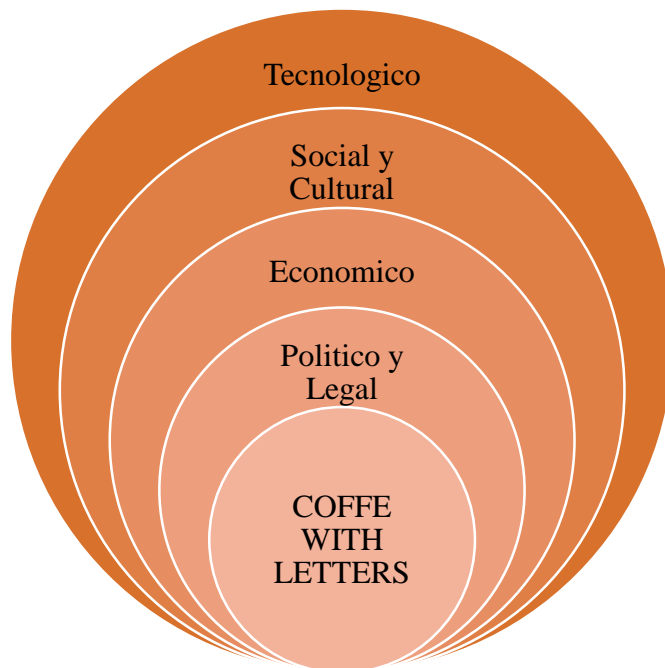
3.5.1.4 *Clientes.*

Coffe with letters es una empresa dirigida a familias y grupos de amigos que visitan el sector todos los días de la semana, con el fin de pasar un momento inolvidable y único. Al mismo tiempo deleitarse de un café de aroma y sabor exquisito, sus acompañados los cuales lo requieran mientras disfrutan de audiovisuales de temas a sus gustos y preferencias.

3.5.2 Macro entornó

Son aquellos factores sobre los que Coffe with letters no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 23 Esquema macroentorno Coffe with Letters.



(Suárez, 2021)

3.5.2.1 Factor Político y legal.

Ecuador en la actualidad presenta una aparente estabilidad política, debido a su serie de cambios y reformas en torno a las leyes que rigen a los diferentes sectores productivos, apostando por el impulso de nuevas actividades económicas y el desarrollo de la PYMES nacionales.

El Ministerio de Turismo promueve el emprendimiento de diferentes establecidos así como el rol que tendrá Coffe with letters bajo el reglamento general a la ley de turismo que define la actividad de alimentos y bebidas, de igual manera otro entre regulador es ARCSA quien actuara bajo los lineamientos del ministerio de Salud pública quien regula y otorga los permisos de funcionamiento y control sanitario, además por la problemática

situación del Covid-19 se ha dictado protocolos y manuales generales de medidas de bioseguridad para establecimientos de alimentos y bebidas mismos que son manejados acorde a los manuales de buenas prácticas de manipulación.

3.5.2.2 Factor Económico.

El factor económico está en riesgo debido a la llegada del virus que puso en riesgo a todas las empresas y más a las pequeñas, las cuales no contaban con los ingresos suficientes. El país paso un estado de excepción debido al Covid-19 lo cual afecto a varios sectores comerciales y productivos de manera económica, tuvieron que cerrar dejando sin trabajo a muchos ciudadanos. Las empresas medianas tuvieron un desbalance de ingresos y redujeron sueldos y horas de trabajo. Se ha tratado de salir de estas crisis con la ayuda del gobierno para la generación de la productividad poniendo énfasis en las empresas pequeñas que tienen un papel clave en la provisión de productos y servicios esenciales para la población.

Razón por la cual Coffe with letters se adaptará a los factores económicos como la inflación ya que esto implica que los precios de los bienes y servicios varíen, y por otro lado el producto interno bruto (PIB), es el valor monetario e indicador económico importante ya que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de producción.

3.5.2.3 Factor Sociocultural.

Coffe with letters está enfocada en la recuperación del gusto por la lectura y audiovisuales que serán compartidos con familias y amigos, ofreciendo variedad de productos de café y acompañados para el deleite del cliente. Nuestro café será elaborado con granos propios de nuestro Ecuador.

La manera de recuperar nuestras tradiciones nos permite la creación del concepto temático de la cafetería Coffe with letters con un ambiente acogedor.

Una empresa basada en conexiones humanas, incluyendo una cultura familiar que nos permite tener un mejor conocimiento de necesidades del cliente creando un mejor modo de satisfacción. Coffe with letters pone atención a las exigencias de los clientes, creando lugares de agrado y de buen gusto donde enfatiza en el aspecto de interacción social casual del cliente.

3.5.2.4 Factor Tecnológico.

La Tecnología ha evolucionado en los últimos años de manera abismal, hablando del área de las cafeterías, la tecnología ha sido utilizada para hacer al negocio más productivo y eficiente entre estos tenemos herramientas para la facturación y la toma de pedidos, base de datos etc. En la actualidad existen en los locales buena conexión de internet, aplicaciones, y códigos Qr. con los menús facilitando con esto el servicio.

Coffe with letters aprovechar el actual mundo tecnológico donde nos encontramos inmersos, contara con servicio de Wifi, áreas de audiovisuales y libros digitales maquinaria y equipos tecnológicos que son acorde a las necesidades de la cafetería para manejar los diferentes tipos de café. Se aprovechará todas las herramientas web de publicidad para que tenga presencia nuestra cafetería en el sector, de la misma manera dar a conocer nuestro servicio y producto para satisfacer la necesidad del consumidor. Manejaremos las Redes Sociales de una manera prioritaria y tener mayor alcance con nuestros consumidores.

3.6 Producto y servicio

Coffe with letters es una cafetería temática que busca aprovechar el mundo tecnológico, con el fin de recuperar nuestras tradiciones y costumbres entre ellas la importancia de la lectura y el conocimiento de diferentes temas entre ellos la historia y Cultura general.

Coffe with letters incorporará diferentes áreas interactivas basándonos en temáticas de acorde a la lectura escogida, de esta manera además del disfrute de un buen café el cliente podrá disponer de libros digitales, audiolibros y recurrir a la manera tradicional de un libro físico. Se podrá apreciar videos de las diferentes temáticas en sus respectivas áreas que sean de su interés. Generar salas de máximo 5 personas para el disfrute de un video de temática arqueológica, histórica de diferentes partes del mundo, documentales de personajes importantes etc., mientras se toman un buen café con los diferentes acompañados como postres, sándwich, tostadas, todo esto en un momento entre

3.6.1 Producto Esencial.

En el tiempo que nos encontramos una cafetería no solo busca satisfacer la necesidad de ofrecer un buen café, el consumidor busca algo más, un momento ameno y confortable en un ambiente familiar y de amigos. Una temática que llame el gusto de nuestros clientes que les invite a visitar y querer compartir momentos inolvidables.

Coffe with letters tiene como producto esencial socializar, inspirar y profundizar la costumbre que se ha venido perdiendo con el tiempo y el pasar de los años La lectura de una manera novedosa como audiolibros, libros digitales y sin perder lo tradicional de los libros físicos, además de audiovisuales en áreas con temáticas de acorde al evento o elección. Con esto se permite fomentar el gusto por el conocimiento a la historia y temas variados en un ambiente donde el consumidor se sienta a gusto, cómodo, divertido y agradable.

3.6.2 Producto real.

Coffe with letters busca estar en la mente del consumidor por la excelencia en servicio y un buen manejo del control de calidad en la producción del café, que al ser elaborado con granos ecuatorianos de alta calidad se conseguirá el mejor producto. Diferentes tipos de café entre ellos Se tendrá:

Café Traicionero: Llevará café con un grado de licor cualquiera que este fuera decoración con granos de café.

Toque de Papá: Llevará café con anís seco decoración con granos de café

Éxtasis de Café: Llevará café expreso, vodka azúcar en polvo, hielo y decoración con granos de café.

Chocolate espumoso: Llevará chocolate derretido, un poco de licor cremoso, café expreso y su decoración con chocolate rallado.

Libros Digitales, audiolibros que llamen el interés al ser narrados por otras personas y audiovisuales con información que es considerada un arte en todos los ámbitos, es la enseñanza y la experiencia directa usando la percepción, el oído y la vista. Esta versatilidad nos permite estar a la vanguardia. Audiovisuales con temáticas históricas, arqueológicas, biografías de personajes importantes entre otros, permitiendo representar de forma más precisa los acontecimientos mediante el realismo y su espectacularidad.

3.6.3 Características.

Coffe with letters destacara por su agilidad en el servicio, ambientación y diseño en cada área basada por las temáticas disponibles en audiovisuales elegidos. Se tomará bastante atención al diseño y la adecuación de lugares amplios para poder cumplir con las normas de bioseguridad. Se dispondrá un buen menú de bebidas calientes y acompañados. La presentación será elegida de la manera más cuidadosa para que sea acorde a nuestra temática. La elaboración de los cafés lo hará el personal capacitado en la misma y con un riguroso control de calidad en producto terminado y manera de decoración.

3.6.4 Calidad.

Se tendrá mucho cuidado en la adquisición de insumos, frescos y de buena calidad se utilizará desde el primer momento equipos adecuados y de tecnología. En cuanto al personal, habrá un control estricto de la higiene y vestimenta, que garantice la inocuidad de los productos (se usará uniforme, guantes, pañoletas y mucho cuidado con el cabello). La calidad nos garantizara la venta y que el consumidor regrese y nos pueda sugerir, para la elaboración de los productos se realizara con normas de higiene, seguridad alimentaria y se tomara en cuenta los Manuales de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adaptados y diseñados dentro de la empresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Cadena de frío de la materia prima.
- Temperaturas de almacenamiento del grano del café.
- Sistema de almacenamiento (PEPS).
- Tiempos de preparación por producto.
- Normas de higiene personal.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de utensilios y máquinas dentro de la cocina.
- Análisis de puntos críticos de control (HASAP)
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.

3.6.5 Estilo.

Coffe with letters tendrá una temática acorde a los audiovisuales a presentar, áreas adecuadas al tema y el tipo de evento, fusionado el café con el arte, la tecnología y la innovación. El local tendrá temáticas de historia, cuadros con los personajes importantes de nuestro país, paredes con recortes de mangas y comic, fotos de la historia de ciertos

países que tengan cosas relevantes y con temática de libros. Los nombres de algunos cafés son escogidos de acorde a sus ingredientes y que llamen la atención del consumidor, su presentación será basada en libros y temas históricos, arqueológicos, etc. y mesas con lámparas rústicas colgantes.

3.6.6 Marca.

Coffe with letters es un nombre atrayente que se forma por los términos Coffe que es la palabra café en inglés, y with letters que en español es con letras, llamado así por la temática en la que está basada la cafetería. Coffe with letters es un establecimiento que ante la prosperidad de este tipo de negocios busca tener una característica distinta teniendo como base el café y como recurso la tecnología que la fusión de ambas nos permitirá conseguir una cafetería temática fomentando la lectura y el conocimiento, diseñando para los clientes un lugar exclusivo, acogedor, agradable degustando del mejor café acompañada de una buena temática audiovisual. Coffe with letters le complace invitar a todas las personas dispuestas a experimentar una nueva forma de compartir momentos inolvidables y disfrutar del mejor café elaborados con el mejor producto.

3.6.7 Producto aumentado.

Lo que diferencia a Coffe with letters de su competencia es su temática y estilo innovador, en donde los clientes que buscan pasar momentos en familia pueden tener experiencias inolvidables deleitarse de una taza de café a su elección, observar videos, leer o escuchar libros digitales, físicos o simplemente pasar entre amigos compartiendo ideas y conversación. Coffe with letters brinda también postres y acompañados adaptándonos a edades y gustos.

3.7 Plan de introducción al mercado

3.7.1 Distintivos y Uniformes

3.7.1.1 Área de Operación.

El Barista, la cajera y el mesero usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

Barista.

- * Camisa Color café.
- * Mandil color café claro
- * Pantalón negro de cocina.
- * Gorra de chef.

Ilustración 24 Diseño uniforme de Barista.



(Suárez, 2021)

Cajera y Mesero

3.7.1.2 Personal del área de servicio.

Tanto el mesero como el cajero - recepcionista usarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

Mesero y cajero – recepcionista.

- * Blusa o camisa negra para el varón con el filo del cuello color café brillante y para la mujer la pañoleta de color café brillante
- * Mandil con bolsillos, filos y detalles color café brillante.
- * Pantalón negro.

Ilustración 25 Diseño uniforme personal del área de servicio.



(Suárez, 2021)

3.7.2 Materiales de identificación.

3.7.2.1 Imago tipo.

Ilustración 26 Logo Coffe with letters



(Suárez, 2021)

Elementos a destacar:

- La imagen de los libros representara nuestra temática que va acorde a los audiovisuales, libros físicos y digitales.
- El café el acompañamiento perfecto con varias opciones.
- El logotipo del establecimiento “Coffe with Letters”
- El eslogan de la cafetería “Un momento envuelto en café con letras”
- Los colores usados:
 - * Color Blanco en el fondo que representara las hojas de los libros.
 - * Color café que representara el tono de nuestro producto los granos de café.
 - * Color negro en las letras representa elegancia y tradición.
- El Isotipo permite transmitir con claridad nuestro producto el café y el servicio los audiovisuales, libros digitales y físicos.

3.7.2.2 Tarjetas de presentación.

En el anverso se aprecia el Isotipo y eslogan de la empresa

Ilustración 27 Anverso tarjeta de presentación



(Suárez, 2021)

En el reverso se plasmará datos como la dirección del establecimiento, teléfonos de contacto, el nombre del gerente administrativo, también las páginas de redes sociales, y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Ilustración 28 Reverso tarjeta de presentación



(Suárez, 2021)

3.7.2.3 Hoja membretada.

Otro elemento de la parte corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 29 Hoja membretada



(Suárez, 2021)

3.7.3 Punto de venta

El punto de venta físico de Coffe with letters es su establecimiento ubicado en la ciudad de Cuenca en las calles Av. Juan Iñiguez y Av. Remigio Crespo

- **Promoción.**

- * El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook, WhatsApp e Instagram.
- * Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flayers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.
- * Coctel de apertura

- **Contacto.**

- * Tarjetas de presentación.
- * E-mail.
- * WhatsApp.
- * Facebook.

- **Correspondencia.**

- * A través de mail corporativo.

- **Negociación.**

- * Directa en el establecimiento.
- * A través de videoconferencia. (Zoom).
- * Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tarjetas de presentación	100 unidades	13.00\$
Publicidad Facebook e Instagram	2 veces por mes	30.00\$
TOTAL		\$43.00
TOTAL, ANUAL		\$ 516.00

Tabla 18. Financiamiento publicidad

(Suárez, 2021)

3.7.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo o factor más importante que afecta es el COVID 19, de manera abismal a todos los negocios, más aún a restaurantes y cafeterías. Por lo que es de vital importancia implementar Protocolos y Manuales de bioseguridad de equipos de protección personal, medidas de prevención a fin de fortalecer la bioseguridad y medidas sanitarias para usuarios internos y externos de establecimientos de alimentos y bebidas más aun cuando se involucra la compra de materia prima, elaboración de los productos y la entrega del plato final al cliente. Ya que en todos estos pasos los empleados manipulan directamente cada uno de los productos.

Pero no solo esto debe enfrentar Coffe with letters pues existe desafíos emergentes susceptibles como lo político, económico y social mismos que son adaptados por el gobierno que representan una amenaza para los intereses comerciales.

Coffe with Letters ha tomado como una gran oportunidad de crecimiento al posesionarse en un mercado de las bebidas con una ideología que no solo expende diferentes tipos de cafés, sino que lo combina con momentos y culturas. Además, se ha considerado que los nuevos escenarios post COVID ha dejado nichos de mercados por ocupar más cuando se relaciona con el tiempo que se le dedica a su familia.

Se considera también que una oportunidad de Coffe with letters es el uso de la tecnología ya que ha crecido mucho por el tema sanitario en todos los ámbitos. Permitiendo con esto llegar a familias de una manera innovadora y diferente. Otro apoyo que nos da al mundo de las cafeterías son las redes sociales porque nos permite publicitar por estos medios a bajos costos, donde la audiencia es mayor y se llega con el mensaje a todas las edades.

3.8 Fijación de Precios

3.8.1 Fijación de precios por receta estándar.

Los precios en las recetas presentadas, han sido calculados para un solo comensal. Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar la taza de café y el acompañado, y la referencia es el costo por kilogramo del producto. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos.
- Mano de obra.
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos).
- Gastos administrativos.
- Utilidad.
- IVA.

En la receta se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, luego de una sumatoria de estos se define el precio final del plato.

A continuación, se presentan los costos de 3 recetas:

- Café traicionero.
- Toque de papa.

- Éxtasis de café.
- Chocolate de espumoso.

3.8.1.1 *Café Traicionero*

Tabla 139. Café traicionero, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DE LA TAZA:	Café Traicionero		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	18/08/2021			
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (onza)	CANTIDAD	TOTAL
Licor de naranja	onzas	\$0.42	1	\$0.42
Licor de café	onzas	\$0.30	1	\$0.30
Café	onzas	\$0.26	4	\$1.04
Crema batida	onzas	\$0.45	2	\$0.90
Azúcar Esplenda	gramos	\$0.08	2	\$0.16
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$2.82
			7% imprevistos	\$0.20
			Total neto	\$3.02
			Gasto de fab. 15%	\$0.45
			Factor costo 33,33%	\$1.00
			M.O. 45%	\$1.36
			G. Admin 12%	\$0.36
			45% utilidad	\$1.36
			Subtotal	\$7.55
			12% IVA	\$0.91
			Total	\$8.46

(Suárez, 2021)

3.8.1.2 Toque De Papa

Tabla 20. Café toque de papá, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DE LA TAZA:	Café Toque de papá	Código: 002		
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	18/08/2021			
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (onza)	CANTIDAD	TOTAL
Café	onzas	\$0.26	5	\$1.30
anís	gramo	\$0.02	1	\$0.02
Azúcar esplenda	gramo	\$0.08	2	\$0.16
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$1.48
			7% imprevistos	\$0.10
			Total neto	\$1.58
			Gasto de fab. 15%	\$0.24
			Factor costo 33,33%	\$0.53
			M.O. 45%	\$0.71
			G. Admin 12%	\$0.19
			45% utilidad	\$0.71
			Subtotal	\$3.96
			12% IVA	\$0.48
			Total	\$4.44

(Suárez, 2021)

- **EXTASIS DE CAFE**

Tabla 21. Éxtasis de Café, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DE LA TAZA:	Éxtasis de Café		Código: 003	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	18/08/2021			
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (onza)	CANTIDAD	TOTAL
Café	Onza	\$0.26	8	\$2.08
Vodka	Onza	\$0.22	1	\$0.22
Licor de café	Onza	\$0.30	1	\$0.30
Azúcar esplenda	gramo	\$0.08	2	\$0.16
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$2.76
			7% imprevistos	\$0.19
			Total neto	\$2.95
			Gasto de fab. 15%	\$0.44
			Factor costo 33,33%	\$0.98
			M.O. 45%	\$1.33
			G. Admin 12%	\$0.35
			45% utilidad	\$1.33
			Subtotal	\$7.38
			12% IVA	\$0.89
Total	\$8.27			

(Suárez, 2021)

- **CHOCOLATE ESPUMOSO**

Tabla 22. Chocolate espumoso, receta estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DE LA TAZA:	Chocolate Espumoso		Código: 004	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	18/08/2021			
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (onza)	CANTIDAD	TOTAL
Chocolate	Gramo	\$0.03	20	\$0.60
Licor de café	Onza	\$0.30	1	\$0.30
Crema de licor	Onza	\$0.85	1	\$0.85
Café	Onza	\$0.26	6	\$1.56
Azúcar esplenda	gramo	\$0.08	2	\$0.16
FOTOGRAFÍA			Total bruto	\$3.47
			7% imprevistos	\$0.24
			Total neto	\$3.71
			Gasto de fab. 15%	\$0.57
			Factor costo 33,33%	\$1.24
			M.O. 45%	\$1.67
			G. Admin 12%	\$0.45
			45% utilidad	\$1.67
			Subtotal	\$9.31
			12% IVA	\$1.12
			Total	\$10.43

(Suárez, 2021)

3.9 Implementación del negocio

3.9.1 Arriendo del local.

Tabla 143. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$400	\$2,400.00	\$4,800.00

(Suárez, 2021)

3.9.2 Equipos industriales.

Tabla 15. Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Máquina de Café	1	\$1,400.00	\$1,400.00
Máquina de café expreso y capuchino	1	\$2,452.00	\$2,452.00
Percoladora de café	2	\$87.00	\$174.00
Molino de Café	1	\$672.00	\$672.00
Licuada Oster Clásica	1	\$140.00	\$140.00
Refrigeradora	1	\$479.00	\$479.00
Campana extractora	1	\$136.00	\$136.00
Termómetro cuchara digital	3	\$12.21	\$36.63
Báscula Gramera digital	2	\$18.00	\$36.00
TOTAL			\$5,525.63

(Suárez, 2021)

3.9.3 Equipos de computación.

Tabla 16. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sistema completo de facturación y máquina registradora	1	\$780.00	\$780.00
Celular Xiaomi redmi 9	1	\$185.00	\$185.00
Plasmas Led de 50" pulgadas Hyundai	4	\$420.00	\$1,680.00
Impresora Hp Destek	1	\$50.00	\$50.00
TOTAL			\$2,695.00

(Suárez, 2021)

3.9.4 Muebles y enseres.

Tabla 17. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mesa para barra en granito	1	\$75.00	\$75.00
Silla taburete mimbre Bar mesón	3	\$69.00	\$207.00
Sillas para mesas Effiel estilo retro	12	\$25.00	\$300.00
Mesas Rustik de cafetería	4	\$55.00	\$220.00
Sofá elegante de Terciopelo	1	\$414.00	\$414.00
Lámparas led con diseño	4	\$10.00	\$40.00
Mesa de Trabajo Inox	1	\$125.00	\$125.00
Mesa de Trabajo Inox con lavador	1	\$150.00	\$150.00
TOTAL			\$1,531.00

(Suárez, 2021)

3.9.5 Equipos industriales de seguridad.

Tabla 18. Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$22.96	\$22.96
Bomba de mano desinfectante	2	\$5.00	\$10.00
Detector de gas GLP	1	\$22.00	\$22.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	1	\$20.00	\$20.00
TOTAL			\$74.96

(Suárez, 2021)

3.9.6 Suministros de oficina.

Tabla 19. Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Esferos	3	\$0.45	\$1.35
Juego de Grapadora	1	\$3.50	\$3.50
Rollos de papel boom	10	\$1.50	\$15.00
Archivadores	2	\$3.80	\$7.60
Libreta	2	\$1.00	\$2.00
TOTAL			\$29.45
TOTAL, ANUAL			\$353.40

(Suárez, 2021)

3.9.7 Servicios básicos.

Tabla 20. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$20.00
Luz	\$30.00
Internet	\$35.00
TOTAL	\$85,00
TOTAL, ANUAL	\$1,020.00

(Suárez, 2021)

3.9.8 Materiales de limpieza.

Tabla 21 Materiales de Limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba plástica	1	\$2.99	\$2.99
Trapeador mango de acero	1	\$7.99	\$7.99
Cloro sapolio 4000ml	1	\$2.99	\$2.99
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$10.00	\$10.00
Esponja lavaplatos	2	\$0.50	\$1.00
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.00	\$1.00
Lavavajillas líquido 500ml	2	\$1.00	\$2.00
Recogedor mango largo	1	\$2.00	\$2.00
Jabón líquido manos 500 ml	2	\$2.00	\$4.00
Papel higiénico 4 unidades flor	3	\$1.00	\$3.00
Toalla de papel	2	\$1.00	\$2.00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$6.59	\$6,59
TOTAL			\$45.56
TOTAL, ANUAL			\$564.72

(Suárez, 2021)

3.10 Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del restaurante la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará.

3.10.1.1 Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 30 Estructura del establecimiento.



(Suárez, 2021)

Ilustración 31 Estructura del establecimiento.



(Suárez, 2021)

4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes.

4.1 Servicio de Rentas Internas / SRI

En esta entidad se obtiene el RISE (Régimen Impositivo Simplificado) no tiene ningún costo (SRI, 2021).

Para obtener el RISE se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Para justificar el domicilio y sucursal presentar uno de los siguientes documentos: planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono), factura de telefonía fija o móvil, internet o televisión pagada, predio urbano o rural, estado de cuenta bancaria o tarjeta de crédito, notas de crédito o débito emitidas por servicios básicos, contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato, certificado del registro de la propiedad; escritura de compraventa del inmueble, documento emitido por la entidad pública en el que conste la dirección, patente municipal, permiso de bomberos, certificaciones de uso de locales u oficinas, certificado de domicilio otorgado por la Junta Parroquial más cercana. (Ver anexo 14. Tríptico RISE)

4.2 Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA

Para poder obtener el permiso que emite la entidad ARCSA, se debe cancelar un valor de \$96, y los requisitos que solicitan son (ARCSA, 2021):

- Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso. (ARCSA, 2021). (Ver anexo 15. Tasas vigentes 2020)

4.3 Patente Municipal

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado de acuerdo a la facturación y actividad económica que se realice. Los requisitos que se solicitan en la ventanilla de rentas en el municipio de Cuenca son:

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno.
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
- Clave predial
- Copia de certificado de funcionamiento en la jefatura de control sanitario de la dirección provincial de salud del Azuay (Este documento según el tipo de negocio).

4.4 Permiso de Rotulación y Letrero.

El trámite permite la obtención de permisos para la instalación de publicidad exterior de las diferentes actividades económicas ejercidas en el cantón Cuenca.

- Ingresar a la página web <https://enlinea.cuenca.gob.ec/>
- El interesado ingresa la información y archivos solicitados por la página web.
- Pagar la tasa por el servicio en las ventanillas de tesorería o cualquier punto de pago autorizado.

Forma Presencial (Municipio de Cuenca)

- Fotografía de la fachada completa con la propuesta de letrero.
- Fotografía únicamente del letrero con la descripción de los materiales y dimensiones del letrero.
- Trámite aprobado: \$8.10 y negado \$6.06

4.5 Permiso Por Difusión de Obras Públicas (Audiovisuales, Música, Etc.)

Por difusión de obras administradas por SAYCE se pagará anualmente de acuerdo al siguiente detalle:

- De lujo el equivalente al 27% de un Salario Básico Unificado
- De primera el equivalente al 18% de un Salario Básico Unificado
- De segunda el equivalente al 14% de un Salario Básico Unificado
- De tercera y cuarta categoría el equivalente al 7% de un Salario Básico Unificado.

Este pago no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrara por cada una

4.6 IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.

- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

4.7 Requisitos Obligatorios obtención del permiso de Bomberos.

Los propietarios que cumplan con la normativa vigente y los requisitos del Sistema de Protección contra Incendios en edificaciones pueden obtener de manera permanente el "Permiso de Ocupación para edificaciones". No tiene ningún costo.

- Solicitud de Inspección dirigida a la jefatura del cuerpo de Bomberos
- Informe técnico de Inspección Favorable
- Copia de Cedula de ciudadanía y papeleta de votación
- Copia de Ruc o Rise y copia del contrato de arrendamiento.
- Extintor de 10 libras de polvo químico seco (ABC) uno por cada 50m², instalado a 1.50 de altura y con la respectiva señalética de uso y manejo (art 29. Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio)
- Lámparas de emergencia instaladas en las respectivas rutas de evacuación y salidas de emergencia (art 21. Reglamento de Prevención, Mitigación, y Prevención Contra Incendio)
- Letrero del Ecu 911 (Norma de la secretaria de Gestión de Riesgos)
- Si la dimensión del local es mayor a los 100m² presentar un plan de emergencias y evacuación debidamente firmada por un profesional del área de seguridad industrial o gestión de riesgos.
- Si el establecimiento es considerado de alto riesgo debido a productos de comercialización o cargas caloríficas se deberá realizar un Plan de Emergencias y Evacuación.

5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

Coffe with letters considera que las actividades de bebidas deben ser asumidas de manera responsable por el administrador quien es el que se encarga de verificar el cumplimiento de las buenas prácticas ambientales y sociales, siendo de suma importancia para toda empresa y más aún cuando se trata de establecimientos de bebidas, para mejorar la calidad de cada una de las áreas de trabajo y conocer profundamente el manejo responsable que se debería tener para con los desechos y residuos orgánicos e inorgánicos para mantener un ambiente más limpio, responsable y sustentable.

El impacto social se visualiza principalmente en la generación de fuentes de trabajo, dicho aspecto favorece el desarrollo económico social en el Sector. Por otra parte, en negocios de cafeterías, abarca más que el comercio justo, por lo que se desarrolla una estrategia para impulsar la economía local y el cuidado del medio ambiente. Una Empresa Socialmente Responsable (ESR) es aquella que piensa más allá de sus obligaciones y crea compromisos para aportar al entorno con acciones positivas y valores que trasciendan con el tiempo.

5.2 Estrategias

Para poder llevar a cabo estas medidas se han considerado en tres estrategias como:

5.2.1 Ética Empresarial

Regidos por los valores, principios, políticas y normas de conducta respetando la filosofía empresarial. Posicionándonos como un empresa sólida, transparente y competitiva. Ser parte de esta empresa implica hacer un compromiso de cumplir con código de conducta que nos garantiza respetar y beneficiar a todos nuestros grupos de interés como los son los colaboradores, clientes, consumidores, proveedores, y competidores.

5.2.2 Mejorar la calidad de vida de las familias

Nos comprometemos con la sociedad a presentar no solo productos y servicios de calidad, sino también a ser parte de que nuestro entorno sea mejor dentro y fuera de nuestra empresa

5.3 Impacto ambiental

El cuidado del medio ambiente es parte de nuestra cultura y se basa en reglas de sustentabilidad mediante normas, reglamentos locales y nacionales. Así mismo en la mayor participación de difusión y concientización con nuestros principales grupos de interés.

- Manejar en forma responsable nuestros residuos, mediante un programa de actividades sustentado en el manual de manejo de residuos.
- Mejorar los procesos en tecnología innovadora con la finalidad de reducir las emisiones a la atmósfera.
- Impartir programas de capacitación ambiental a nuestros colaboradores.
- Programas ambientales creados para realizar ahorros en nuestros procesos productivos en diferentes rubros como lo son la luz, el agua, aire y procesos energéticos.
- Optimizar recursos
- Acumulación de desechos: la recolección de los desechos que generan clientes al momento que ingresen o salgan del local, tales como: fundas, servilletas, botellas, entre otros.
- Generación y manejo de residuos sólidos: es cuando se realiza la recolección en una sola funda y se manda todos los desechos sólidos, reciclables y lo cual genera una falta de compromiso con el ambiente.

- Contaminación al momento de limpiar: cuando se realiza la limpieza de pisos, cocina, utensilios de cocina y demás se lo realiza con productos químicos que al mezclarse con agua se convierten en aguas residuales y si no se evacuan por tuberías con el tiempo provocara contaminación al medio ambiente.
- Consumo de agua: al momento de realizar la limpieza del establecimiento y los utensilios de cocina si no se realiza un control del agua se generará un desperdicio del líquido vital de manera irresponsable.

5.3.1 Medidas para contrarrestar los impactos generados por Coffe with Letters.

- Llevar un control de acuerdo con el horario de recolección de la empresa EMASEO de estos desechos que se acumulan durante la semana.
- Utilizar productos amigables para el medio ambiente, es decir biodegradables que no contaminen y no afecten.
- Para reducir el gasto de agua se considera el uso de grifos temporizados en todas las áreas del restaurante.
- Reciclar la borra de café y utilizarla para los múltiples beneficios que esta otorga como limpiar las parillas y chimeneas, quita malos olores, ambientador de nevera, fertilizante y abono para plantas de jardines, estética y belleza.

5.4 Impacto social

5.4.1 Área de atención al cliente

Se colocará señalización de no está permitido fumar y así precautelar el bienestar de todos los clientes.

5.4.2 Igualdad de género

Desarrollar una política de igualdad de género que evita la discriminación profesional en salarios, trato, carreras profesionales. También se aceptarán colaboradores de ambos sexos que acepten las políticas internas del negocio.

5.4.3 Riesgo en accidentes Laborales

El personal deberá asistir debidamente uniformado y hacer uso correcto de los implementos de acuerdo a las capacitaciones impartidas. El uso de un botiquín de primeros auxilios visible debidamente equipado con todo lo necesario para cortaduras, quemados e infecciones estomacales.

5.4.4 Colaboradores

Coffee with letters creará motivación a colaboradores dentro de sus cargos, capacitándolos para mejorar el desempeño laboral.

5.4.5 Proveedores

Realizar alianzas estratégicas con proveedores para identificar propuestas de ambas partes para poder llegar a una negociación en donde ambos ganen.

5.4.6 Administración Pública

Cumplir con la normatividad vigente para evitar posibles sanciones. Todo el personal tanto interno como externo conozca las normas ambientales vigentes que de una u otra forma impactan a la empresa y deben estar comprometidos en su cumplimiento.

6 PROCESO FINANCIERO

6.1 Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero del proyecto COFFE WITH LETTERS, donde se indica la representación del punto de vista económico y en donde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posicionar la cafetería del Cantón.

6.2 Inversiones

Una inversión es la utilización de recursos con el objetivo de obtener beneficios o ganancias logrando una libertad financiera, es decir el acto de postergar el beneficio inmediato por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable.

6.3 Activos Fijos

Abarca equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$9826.59

Tabla 22 Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS	
Edificio	-
Vehículo	-
Equipos Industriales. / seguridad	5,600.59
Equipos de Computación	2,695.00
Muebles – enseres	1,531.00
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	9,826.59

(Suárez, 2021)

6.4 Activos diferidos

Corresponde a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$300 en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla 23 Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	300.00
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	300.00

(Suárez, 2021)

6.5 Capital de trabajo

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc.

En lo que compete al establecimiento, en el periodo de un año se dispone a pagar un total en sueldos con veinte y cinco mil quinientos ochenta y tres dólares con veinte centavos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de mil veinte dólares, material de oficina (esferos, grapadora etc.) con trescientos cincuenta y tres dólares con cuarenta centavos, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc.) quinientos sesenta y cuatro dólares con setenta y dos centavos, el alquiler de local por cuatro mil ochocientos dólares, publicidad con quinientos dieciséis dólares, costo de materia prima de cuatro mil doscientos dólares gastos financieros cinco mil cuarenta dólares, dándonos un total de cuarenta y dos mil setenta y siete dólares con treinta y dos centavos.

Tabla 24 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	25,583.20
Servicios Básicos	1,020.00
Material oficina	353.40
Material limpieza	564.72
Servicio auto	-
Alquiler local	4,800.00
Publicidad	516.00
Adquisición de materia prima	4,200.00
Gastos financieros	5,040.00
TOTAL, CAPITAL TRABAJO	42,077.32

(Suárez, 2021)

Tabla 25 Detalles de inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	9,826.59
Total Activos Diferidos	300.00
Total Capital de Trabajo	42,077.32
TOTAL INVERSION	52,203.91

(Suárez, 2021)

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de **52,203.91\$**

6.6 Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla 26 Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Administrador	500.00	6,000.00	567.00	729.00	6,162.00
Barista	500.00	6,000.00	567.00	729.00	6,162.00
Cajero	400.00	4,800.00	453,60	583.20	4,929.60
Mesero	400.00	4,800.00	453,60	583.20	4,929.60
TOTAL	1,800.00	21,600.00	2,041.20	2,624.40	22,183.20

(Suárez, 2021)

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL, DECIMOS
Administrador	500.00	400.00	500.00	900.00
Barista	500.00	400.00	500.00	900.00
Cajero	400.00	400.00	400.00	800.00
Mesero	400.00	400.00	400.00	800.00
TOTAL	1,800.00	1,600.00	1,800.00	3,400.00

(Suárez, 2021)

Tabla 27 Sueldos totales

TOTAL. SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
22,183.20	3,400.00	25,583.20

(Suárez, 2021)

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$25.583,2 anual.

6.6 Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: Equipos

industriales 10%, Equipos de computación con un 33.33 % y Muebles y Enseres con el 10 % dando así un total de **\$1,611.40**.

Tabla 28 Depreciaciones activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Industriales.	5,600.59	10%	560.06
Edificio	-	20%	-
Vehículos	-	5%	-
Equipos de Computación	2,695.00	33.33%	898.24
Muebles y Enseres	1,531.00	10%	153.10
			1,611.40

(Suárez, 2021)

6.7 Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a sesenta dólares, ya que el monto por constitución equivale a trescientos dólares.

Tabla 29 Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACIÓN	
Gastos de Constitución	300.00	20%	60.00

(Suárez, 2021)

6.8 Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$16,203.91 que equivale a una estructura del 31%; costo 12% con una tasa de descuento de 3.7%; por consiguiente el Capital Financiero es de \$36,000.00 con una estructura del 69% , el costo del 14 % que otorga el 9.7% de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$52,203.91 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,38% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 30 Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	16,203.91	31%	12%	3.7%	
Capital Financiero	36,000.00	69%	14%	9.7%	
TOTAL, INVERSION	52,203.91	100%		13.38%	TMAR

(Suárez, 2021)

6.9 Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla 31 Tabla de amortizacion

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	36000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	36,000.00
1	10,486.21	5,040.00	5,446.21	30,553.79
2	10,486.21	4,277.53	6,208.68	24,345.12
3	10,486.21	3,408.32	7,077.89	17,267.22
4	10,486.21	2,417.41	8,068.80	9,198.43
5	10,486.21	1,287.78	9,198.43	0.00
		16,431.04		
		INTERES ANUAL		5,040.00
		INTERES SEMESTRAL		2,520.00

(Suárez, 2021)

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 36.000\$, con una tasa del 14 % en un plazo de cinco años; lo que con lleva al pago de interés de 5.040\$ y a su vez el pago capital de 5.446.21\$, de que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.10 Punto de equilibrio

Tabla 32 Costos fijos

COSTOS FIJOS	
Materia prima	350.00
Arriendo	350.00
Sueldos	2,131.93
Ser. Básicos	85.00
	2,916.93

(Suárez, 2021)

Tabla 33 Recera estándar

RECETA ESTANDAR

Precio	9.31	
Costo	3.47	
Ganancia	5.84	Margen de Contribución

(Suárez, 2021)

VENTA	499	9.31	4650.1
COSTO	499	3.47	1733.2
GASTO			2916.93
Punto de Equilibrio			0

(Suárez, 2021)

Tabla 34 Ventas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS

1000	9310	111720	ventas
1000	3470	41640	costo

(Suárez, 2021)

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de Chocolates a vender que en este caso son 499 tazas que dividido para los 30 dias nos da 16.6 tazas diarias para poder tener una rentabilidad.

6.11 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

Tabla 35 Flujo de ventas

FLUJO DE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		11,172.00	115,082.77	118,546.76	122,115.02	125,790.68
COSTO DE VENTAS		41,640.00	42,893.36	44,184.45	45,514.41	46,884.39
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		70,080.00	72,189.41	74,362.31	76,600.61	78,906.29
GASTOS ADMINISTRATIVOS		25,583.20	26,353.25	27,146.49	27,963.60	28,805.30
SERVICIOS BASICOS		1,020.00	1,050.70	1,082.33	1,114.91	1,148.46
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		918.12	945.76	974.22	1,003.55	1,033.75
ALQUILER AUTO		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ALQUILER		4,800.00	4,944.48	5,093.31	5,246.62	5,404.54
PUBLICIDAD		516.00	531.53	547.53	564.01	580.99
DEPRECIACIONES		1,611.40	1,611.40	1,611.40	1,611.40	1,611.40
AMORTIZACIONES		60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
UTILIDAD OPERATIVA		35,571.28	36,692.28	37,847.03	39,036.53	40,261.84
GASTOS FINANCIEROS		5,040.00	4,277.53	3,408.32	2,417.41	1,287.78
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		30,531.28	32,414.75	34,438.71	36,619.12	38,974.06
BASE IMPOSITIVA		11,067.59	11,750.35	12,484.03	13,274.43	14,128.10
UTILIDAD NETA		19,463.69	20,664.40	21,954.68	23,344.69	24,845.97

(Suárez, 2021)

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$19,463.69 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$24,845.97.

6.12 Flujo de caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

Tabla 36 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA

	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		35,571.28	36,692.28	37,847.03	39,036.53	40,261.84
DEPRECIACION		1,611.40	1,611.40	1,611.40	1,611.40	1,611.40
AMORTIZACION		60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
-BASE IMPOSITIVA		11,067.59	11,750.35	12,484.03	13,274.43	14,128.10
-GASTOS FINANCIEROS		5,040.00	4,277.53	3,408.32	2,417.41	1,287.78
- PAGO CAPITAL		5,446.21	6,208.68	7,077.89	8,068.80	9,198.43
+VALOR DE SALVAMENTO						0
+CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	52,203.91	15,688.88	16,127.13	16,548.19	16,947.30	17,318.94

(Suárez, 2021)

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$15,688.88, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$17,318.94.

6.13 Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.13.1 6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el van es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$5,716.58

6.13.2 6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 17.21 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,38% con el TMAR.

Tabla 37 TIR Y VAN

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	5,716.58
TIR	17.21%
TMAR	13.38%

(Suárez, 2021)

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- En la realización de este plan de negocios se ha podido ir reuniendo información e ideas claves para el desarrollo del mismo. Se permitirá en esta última sección exponer las conclusiones más destacadas de cada uno de las partes del proyecto
- Se ha logrado cumplir con el objetivo que es desarrollar un plan de negocios para la implementación de la cafetería, la filosofía corporativa permite tener claro lo que se quiere brindar y transmitir logrando que esta idea de negocio surja de manera correcta.
- A través del estudio y la investigación de mercados se constata que un 99.24% tiene aceptación al consumo de café, con un 68.70% que lo consume frecuentemente y un 78.63% que les gusta asistir a cafeterías. En cuanto a las encuestas realizadas se pudo definir el producto estrella y con ellos la planeación de estrategias de marketing para dar a conocer el producto. Por consiguiente, el sector elegido es el más apropiado para la implementación del negocio.
- Al tener un conocimiento claro y completo de los requerimientos para la creación y el funcionamiento del negocio, permite la formalidad y la consolidación de la misma asegurando viabilidad y futuro. Por otro lado, el impacto social y ambiental forma parte de nuestra cultura y se basa en reglas de sostenibilidad.
- Se evaluó la rentabilidad del proyecto teniendo como referencia la tasa de descuento, el TIR y el VAN del proyecto, como se indica a continuación en el caso de proyecto la tasa de descuento propia es del 3,7% y la tasa de descuento financiado es del 9,7% sumando un TMAR del 13,38% que indique a valorar las ventas. Mientras el TIR es de 17,21% y el VAN es 5,716.58, por tal razón el TIR está por encima del TMAR que es un indicador donde el proyecto planteado es viable.

7.2 Recomendaciones

- Es importante realizar un plan de negocio porque nos ayuda a la conducción de la organización, y es quien representara el éxito o fracaso. Es también ofrecer satisfacción al cliente brindando un servicio de calidad, un lugar confortable en donde el consumidor se sienta cómodo y así poder fortalecer las relaciones con los clientes.
- La investigación de mercados y plan de marketing ayuda a identificar mercados segmentos, y perfiles de clientes para la implementación de la cafetería permitiéndonos adaptar mejor los productos a las condiciones de la demanda, para dar a conocer la imagen de la empresa al consumidor.
- La implementación de negocios como lo son las cafeterías, debe enfocarse en temáticas buscando el diferenciador que sea de agrado para el consumidor y darle la importancia que requiere ya que se dispone de un mercado amplio y de gran aprobación.
- Establece los recursos económicos identifica y cuantifica la ejecución del plan financiero, mediante montos de inversión inicial necesaria y permite analizar la rentabilidad económica y financiera del negocio. Es importante planificar no solo a corto plazo sino a largo plazo con un tiempo de mínimo de 3 años y máximo de 5 años.

8 Anexos

ANEXOS CAPITULO 3

Anexo 5. Tabla datos INEC

CADA HECHO DE TU VIDA Cuenta

INEC Buenas cifras, mejores vidas

AZUAY: DATOS DE POBLACIÓN, HOGAR, VIVIENDA, EMIGRACIÓN A NIVEL CANTONAL, PARROQUIAL, ZONA, SECTOR Y MANZANA CENSAL
CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA CPV 2010
POBLACIÓN

Código	Nombre de provincia	Nombre de cantón	Nombre de parroquia	Nombre de localidades dispersas/manzanas	Código de zona	Código de sector	Código de manzana o localidad	Población por Sexo							
								Hombre	Mujer	Total	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años	De 30 a 34 años	De 35 a 39 años	Suma
0101150031000001	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	1	1	147	156	304	25	27	10	20	62
0101150031000002	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	1	2	54	100	154	3	23	1	2	29
0101150031000003	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	1	3	86	128	214	20	20	21	13	74
0101150031000004	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	2	1	83	100	183	16	12	18	13	60
0101150031000005	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	2	2	63	100	163	10	11	12	7	40
0101150031000006	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	2	2	68	72	140	13	17	11	11	52
0101150031000007	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	3	3	72	105	177	22	13	8	11	54
0101150031000008	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	4	1	35	68	103	6	2	6	6	27
0101150031000009	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	4	2	26	57	83	8	5	2	6	21
0101150031000010	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	4	3	23	42	65	11	6	3	5	28
0101150031000011	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	4	4	28	40	68	4	2	6	7	19
0101150031000012	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	5	1	10	210	220	11	11	25	22	159
0101150031000013	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	5	2	4	6	10	17	6	26	3	62
0101150031000014	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	5	3	56	70	126	6	10	14	7	58
0101150031000015	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	6	1	78	56	134	11	18	11	10	51
0101150031000016	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	6	2	72	102	174	21	10	13	13	68
0101150031000017	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	7	1	133	168	301	20	26	25	27	96
0101150031000018	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	8	1	148	174	322	45	42	31	18	136
0101150031000019	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	9	1	10	76	86	17	10	14	11	52
0101150031000020	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	9	2	10	115	125	16	21	12	8	56
0101150031000021	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	9	3	23	103	126	0	6	5	4	23
0101150031000022	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	10	1	56	78	134	12	15	6	10	45
0101150031000023	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	10	2	24	50	74	5	7	7	6	28
0101150031000024	AZUAY	CUENCA	CUENCA	-	31	10	3	38	58	96	8	6	6	6	28
															1.320

Fuente: Censo de Población y Vivienda CPV 2010
 Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Fuente: Censo de Población y vivienda (CPV) 2010. Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC

Anexo 6. Formato encuesta virtual

UN AROMA ENVUELTO EN CAFE

Encuesta Coffe with letters

Por favor complete esta encuesta de preferencias y gustos para el desarrollo de un producto y su comercialización.

Sexo:

Mujer



Hombre



Edad:

18 a 27 años

28 a 37 años

38 a 47 años

48 a 57 años

58 a 67 años

68 años o más

¿Conoce usted el término "Café"?

Si, sé que es el café

No, no sé que es el café

¿Por qué razón no lo consume usted?

Precio

Aroma

Textura

Otra respuesta

¿Te gusta disponer o consumir nuevos productos derivados del café?

Sí

No

¿Del tipo de café lo prefieres?

a- Específico

b- Mezclados

c- Especial

d- Instantáneo

e- Café Laté / café con leche

f- Macerado

g- Otro

¿Con qué frecuencia consumes café?

a- Siempre

b- Frecuente

c- Ocasionalmente

d- Nunca

¿Te gusta el café colombiano?

a- Sí

b- No

c- Casi nunca

¿Cuál de estos aromas prefieres en productos que usas de café?

a- Sándwich

b- Pastel

c- Tostado

¿Cuál de estos ambientes de venta prefieres para el café?

a- Almacén a granel

b- Buen ambiente

c- Mercado

d- Estacionamiento

e- Entrega a domicilio

¿De cómo de libre se gustan los sabores?

a- Dulces

b- Terciopelo

c- Miel

d- Dama

e- Fresa

f- Cultura nacional

g- Siempre personas (dependiendo de la ciudad) y sea confiable con la marca

h- Inocente

i- Otros

¿Cómo se gustan los sabores preferidos?

a- Simple

b- Intenso

c- Pálido

d- Escabrido

Anexo 7. Proformas para los ingredientes principales de Coffe with Letters

Café



Crema



Azúcar



Endulzante Splenda 100 uni

Splenda

\$7.99

Precios tomados de <https://www.tia.com.ec/>

Licor de café

Crema De Licor Cherish Importados The Dutty Beer



U\$S 20

Chocolate



Vodka



Lico de Naranja



Anís



ANIS ESTRELLADO EL

Anís Estrellado El Sabor 12 g

Marca: El Sabor | Código: 252225009

\$ 0.35 Costo de envío se calculará antes del pago.

[Conoce las formas de pago](#)



Anexos 8. Equipos Industriale

Máquina de Café



- Máquina Italiana automática de fácil manejo.
- Pantalla amplia con iconos y texto.
- Lanceta de vapor y capuchinador
- Muele el café en el momento de seleccionar la bebida.
- Molino con muelas de cerámica para mejor calidad.
- Función de memoria - contador de bebidas.
- Dos tazas simultáneamente.



- Café Espresso
- Café Americano
- Café Cortado
- Capuccino
- Moccacino
- Leche Manchada
- Chocolate/Leche
- Leche

Máquina de Café Expreso y capuchino



- Dimensiones en centímetros:
33,4 ancho x 38,0 alto x 45,2 profundidad
- Peso: 14 kilogramos
- Color negro - pintura azul en el frente
- Fuente de alimentación: 230 V / 50 Hz
- Poder absorbido: 1400 W
- Tubo de agua caliente / vapor: independiente
- Contenedor de granos de café: 500 gr
- Depósito de agua: 2,5 L
- Regulación de la altura del dispensador de café:
sí (8,5 - 10,5 cm)
- Pantalla LED iconos y mensajes de texto: sí
- Un toque capuchino / latte macchiato: sí
- Posibilidad de instalar el cappuccinatore
en el lado derecho o izquierdo: sí

Precios tomados de <https://maincoffee.com.ec/>

Percoladora de café

Hogar y cocina > Café y té > Cafeteras de émbolo



Klarstein Excelsa Cafetera de filtro redondo - Capacidad para 30 tazas, Conserva el calor, Indicador del nivel de líquido, Carcasa de acero inoxidable, Tapa con mecanismo de cierre, Plateado

Visita la Store de KLARSTEIN

★★★★☆ 4 valoraciones

Precio: **59,99 €**

Precio final del producto

Material	Acero inoxidable
Marca	KLARSTEIN
Capacidad	30 Tazas
Potencia	950 vatios

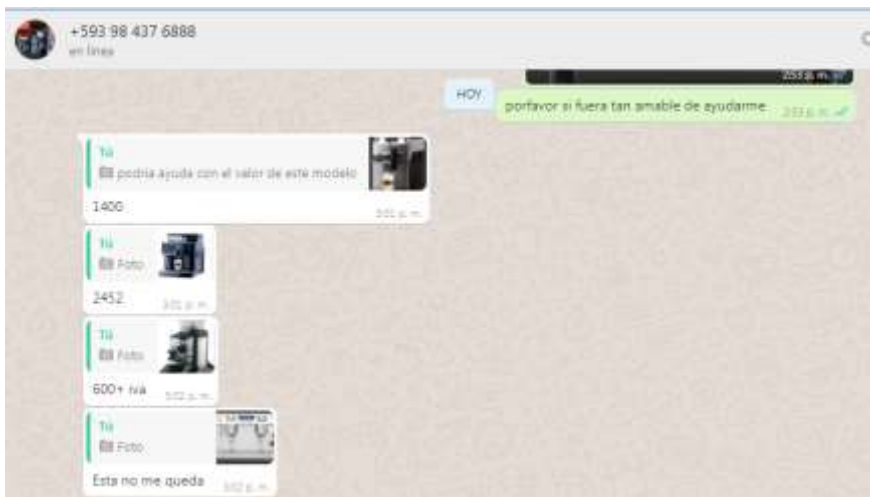
Molino de Café

Capacidad de la tolva de 1kg
Voltaje: 110V
Potencia: 0,12Hp / 275W
Motor provisto de protector térmico.
Tiempo máximo de funcionamiento: 30min.
Muelas de acero templado (62HRC) de 60mm de diámetro
Capacidad del dosificador: 300gr
Regulación del dosificador: 5/12gr
Palanca dosificador: derecha/izquierda.

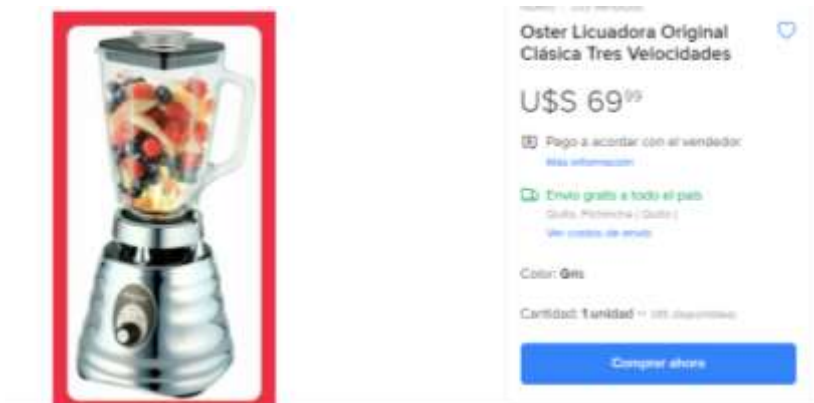
Regulación del molido del café micrométrica,
mediante un gatillo regulador.
Nuevo sistema de expulsión de café molido
(dejando siempre la cavidad de molturación limpia
al pararse el molino de café).
Carrocería fabricada de material anti-rayadas
Dosificador mono-cuerpo hermético
sin pérdida de aroma, sin vibraciones
y de material irrompible.



Precios por wasap



Licuada



Refrigeradora



176 cm

Dispensador hielo fácil

U\$S 479⁹⁹

Refrigeradora Mabe Acero Inox 400 Litros 2 Puertas 16 Pies

The image shows a tall, silver refrigerator with a water dispenser. A vertical double-headed arrow on the left indicates a height of 176 cm. To the right, a circular inset shows the interior of the refrigerator with a water dispenser. The text 'Dispensador hielo fácil' is positioned above this inset. The price 'U\$S 479⁹⁹' is displayed in a large font, and the product name 'Refrigeradora Mabe Acero Inox 400 Litros 2 Puertas 16 Pies' is written below it.

Campana Extractora



Contáctanos Servicios Marcimex

INDURAMA

Indurama - Campana extractora CEI-60CRP

PVP \$ 263.79

OFERTA DE CONTADO

\$136.00

The image shows a stainless steel range hood. Above it is a navigation bar with a search icon and the text 'Solicitar crédito'. Below the hood, there is a navigation bar with 'Contáctanos' and 'Servicios Marcimex'. The product name 'INDURAMA' is centered above the hood. Below the hood, the text 'Indurama - Campana extractora CEI-60CRP' is displayed. At the bottom, the price 'PVP \$ 263.79' is shown, followed by 'OFERTA DE CONTADO' and the price '\$136.00' in a larger, bold font.

Termómetro cuchara digital



TERMOMETRO CUCHARA

✔ Disponible

12,21€ Antes 12,95€

 COMPRAR

Bascula Gramera digital



Balanza Gramera Digital Alta Precisión 500g-0,01g 

U\$S 18

Anexos 9. Equipos de Computación

Sistema Facturación Caja Máquina Registradora Computarizada



Descripción

Sistema de gestión para restaurant o punto de venta. Ofrece una solución tecnología, económica y fácil de usar para mejorar la gestión entre el dueño, administrador, mesonero y sus clientes. Podrás tomar pedidos y enviar comandas a la cocina y a la barra, podrás hacer cuentas separadas por comensal, manejar de zonas. Términos de cocción, contornos, adicionales y promociones. Desde cualquier lugar podrás ver en tiempo real el cuadro de caja, resumen de ventas diarias, semanales, mensuales, anuales, facturación por ítem con existencias, costo y utilidad, facturación por clasificación, Nuestra solución está diseñada para cualquier tipo y tamaño de restaurant, cafetería o pub.

VALOR \$ 780,00

Celular



Impresora Todo-en-uno Hp Deskjet Ink Advantage 2375



CARACTERISTICAS:

- ✓ Impresora, copiadora, scanner a color, Hasta 20 ppm
- ✓ Usa 2 cartuchos de color y negro
- ✓ Conexión USB
- ✓ Velocidad 7,5 ppm en negro/5,5 ppm en color
- ✓ Bandeja de 60 hojas
- ✓ Incluye 2 cartuchos, cable, guía

Plasmas Led de 50" pulgadas Hyundai



Televisores 50 Pulgadas Smart 4k Con Bluetooth Incluido Iva
U\$S 430

Anexo 10. Muebles y enseres

Mesa para barra en granito



Nuevo | 133 vendidos

Mesones Y Revestimientos En Mármol, Granito Y Cuarzo

U\$S 75

- Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario electrónico.
[Más información](#)
- Entrega a acordar con el vendedor
Gusto. Pichincha (Gusto)
[Ver estado de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (No disponibles)

[Comprar ahora](#)

Silla taburete mimbre Bar mesón



Silla Taburete Mimbre Ideal Para Bar Meson Cafeteria
U\$S 69

Sillas para mesas Eiffel estilo retro



Silla Eiffel Estilo Retro De Madera, Mesa, Bar
U\$S 25

Mesas Rustik de cafetería



Nuevo | 2 vendidos

Mesa Rustik Para Negocio
Cafeteria Comedor Bar
Heladeria

U\$S 55

Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Guaymas, Sonora
[Ver costo de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (10 disponibles)

[Comprar ahora](#)

3 meses de garantía de fábrica.

Sofá elegante de Terciopelo



Lámparas led con diseño



Lampara Led De Mesa Con Diseños Estructura Plastica

U\$S 9⁹⁹

Mesa de Trabajo Inox



Mesa De Trabajo Acero Inoxidable Total !!! Listas

U\$S 125

Envio gratis

MESA DE TRABAJO ACERO INOXIDABLE CON LAVABO



Fregadero lavaplatos lavabo cocina + mesa acero inoxidable

Mesas de trabajo y mesas lavabo con grifo y sifón en acero inoxidable 1 mm espesor con patas acero quirúrgico antimagnético

Anexos 11. Equipos industriales de seguridad.

Extintor (polvo seco) 10 lb



Bomba de mano desinfectante



Detector de gas GLP



Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)



Anexos 12. Materiales de Limpieza

Escoba Plástica



Escoba plástica con tubo
plastificado Mayik

Mayik

\$2.99

1   AGREGAR
AL CARRITO

Trapeador mango de Acero



Trapeador C/Mango De Acero Mayik Surtido

Mayik

\$7.99

Cloro



Cloro

\$2.99

Amonio



Esponja Lavavajilla



Lavavajillas líquido 500ml



Recogedor Mango Largo



PALA PLÁSTICA PARA BAS PLAPASA

Pala plástica para basura Mango Largo 65

Marca: Plapasa | Código: 114004000

\$ 1.99 El costo de envío se
calculará antes del pago.

[Conoce las formas de pago](#)



Jabón Líquido de manos



Jabón líquido pera Isabella

500 ml

Isabella

\$1.99

Toalla de Papel



Toalla de cocina familia pract.
dianas
Familia

\$0.99

Alcohol



Alcohol antibacterial coral galon



Alcohol antibacterial coral galon

\$6.59



9 BIBLIOGRAFÍA

Benavidez, A. (2009). *Pirámide de Maslow*. Obtenido de Pirámide de Maslow.:

Recuperado: <https://adrianinv.wordpress.com/2009/09/23/conclusion-de-las-necesidades-humanas/>

Google Maps. (2021). *GoogleMaps*. Obtenido de

<https://www.google.com/maps/place/Ave+Remigio+Crespo+Toral+%26+Ave+Juan+Iniguez+V.,+Cuenca/@-2.9060128,-79.0126137,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91cd1872565f79b9:0x396f4a08105cb582!8m2!3d-2.9060182!4d-79.010425>

INEC. (28 de 08 de 2020). *INEC*. Obtenido de Resultados Censo de Población:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

INEC. (2021). *Ubicación Inec*. Obtenido de <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec>

Suárez, K. (2021). *“Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Cafetería Temática en la Ciudad de Cuenca.”*. Cuenca.