

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



## FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

### CARRERA DE TURISMO

**Tema: “Plan de negocio para la creación de una cafetería con temática florícola en el cantón Cayambe”**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del  
título de Licenciada en Turismo

AUTORA: Fuel Cisneros Melany Brigitte

TUTOR: Lic. López Cadena Julio Iván, MSc.

Tulcán, 2025.

## **CERTIFICADO DEL TUTOR**

Certifico que la estudiante Fuel Cisneros Melany Brigitte con el número de cédula 1755765417 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular con enfoque en emprendimiento tipo B: "Plan de negocio para la creación de una cafetería con temática florícola en el cantón Cayambe".

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en la Codificación del Reglamento de Régimen Académico y de Estudiantes de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

---

Lic. López Cadena Julio Iván, MSc.

**TUTOR**

Tulcán, junio de 2025

## AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular con enfoque en emprendimiento tipo B constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de turismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales.

Yo, Fuel Cisneros Melany Brigitte con cédula de identidad número 1755765417 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



---

Fuel Cisneros Melany Brigitte

**AUTORA**

Tulcán, junio de 2025

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Fuel Cisneros Melany Brigitte declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular con enfoque en emprendimiento tipo B: "Plan de negocio para la creación de una cafetería con temática florícola en el cantón Cayambe" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



---

Fuel Cisneros Melany Brigitte

**AUTORA**

Tulcán, junio de 2025

## AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios, por ser la guía constante en cada paso de este camino académico, por darme fortaleza en los momentos difíciles y por brindarme sabiduría para culminar esta etapa tan importante de mi vida.

A mis padres, por su amor incondicional, por su apoyo constante y por ser mi mayor fuente de inspiración. Su ejemplo de esfuerzo y dedicación ha sido fundamental para alcanzar este logro.

A mi familia en general, quienes con su cariño, comprensión y palabras de aliento me acompañaron a lo largo de este proceso. A mis amigas Sarita y Leslie, con quienes compartir momentos de estudio, trabajo y alegría. Gracias por su apoyo, colaboración y por hacer de esta experiencia algo inolvidable.

Extiendo mi gratitud a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por abrirme sus puertas y brindarme una formación académica de calidad y a sus distinguidos docentes, quienes, con su compromiso, conocimiento y guía, contribuyeron significativamente a mi crecimiento profesional y personal.

A todos quienes, de una u otra forma, formaron parte de este recorrido,

“Gracias de corazón”

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a las personas más importantes de mi vida. Mis padres, Elena Cisneros y Oswaldo Fuel, quienes con su amor, esfuerzo y apoyo incondicional me han acompañado en cada paso de este camino.

A mi mamita, por ser el corazón de mi vida, por su fortaleza, sabiduría y ternura infinita. Gracias por enseñarme a confiar en Dios y a guiarme siempre por su camino, recordándome que la mejor herencia que se puede recibir es conocerlo a Él y valorar el estudio como una herramienta para servir y crecer. Tú ejemplo de fe, entrega y amor ha sido mi luz constante.

A mi papito, por su ejemplo de responsabilidad, su apoyo constante y firme, por ser siempre un pilar de confianza y estabilidad en mi vida.

A ambos, les debo lo que soy y lo que he logrado, Este triunfo también es suyo.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	12
<b>ABSTRACT</b> .....	13
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	14
<b>I. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO</b> .....	15
1.1. NOMBRE DEL NEGOCIO .....	15
1.2. DEL PROBLEMA A LA OPORTUNIDAD.....	15
1.3. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA.....	16
<b>II. ANÁLISIS DEL MERCADO</b> .....	19
2.1. COMPETENCIA.....	19
2.1.1. Análisis PESTEL .....	19
2.1.2. Evaluación de Factores Externos.....	27
2.1.3. Identificación de competidores.....	28
2.2. PROVEEDORES .....	32
2.3. MERCADO OBJETIVO.....	34
2.4. VALIDACIÓN DE LA DEMANDA .....	35
<b>III. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO</b> .....	52
3.1. ANALISIS FODA.....	52
3.2. VISIÓN, MISIÓN, VALORES, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS .....	56
3.3. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO .....	57
3.4. FUENTES DE VENTAJAS COMPETITIVAS.....	59
3.5. ALIANZAS ESTRATÉGICAS.....	61
<b>IV. PLAN DE MARKETING</b> .....	64
4.1. PLANEACIÓN DE PRODUCTOS (BIENES Y SERVICIOS) .....	64
4.1.1. Productos de “Swanross Cafetería” .....	64
4.1.2. Descripción en base a beneficios y características.....	65

4.2. FIJACIÓN DE PRECIOS .....	66
4.3. DISTRIBUCIÓN .....	66
4.4. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD .....	67
<b>V. PLAN DE OPERACIONES.....</b>	<b>80</b>
5.1. UBICACIÓN Y TAMAÑO DEL NEGOCIO .....	80
5.2. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES .....	81
5.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN Y SERVICIO.....	82
5.4. REQUERIMIENTOS DE INSUMOS, MAQUINARIA Y EQUIPOS .....	86
5.5. DISEÑO DE ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	89
<b>VI. EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>92</b>
6.1. INSUMOS .....	92
6.2. PROYECCIÓN EN VENTAS.....	95
6.3. PRODUCCIÓN.....	97
6.4. COMPRAS.....	99
6.5. GASTOS.....	103
6.6. INVERSIONES .....	105
6.7. PRESTAMOS .....	106
6.8. PUNTO DE EQUILIBRIO .....	107
6.9. FLUJO DE CAJA .....	108
6.10. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	109
6.11. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	112
<b>VII. MODELO DE NEGOCIO.....</b>	<b>114</b>
<b>VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>115</b>
8.1. CONCLUSIONES.....	115
8.2. RECOMENDACIONES.....	117
<b>IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>118</b>
<b>X. ANEXOS.....</b>	<b>120</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis PESTEL de "Swanross Cafetería" .....	26
Tabla 2. Matriz EFE de "Swanross Cafetería" .....	27
Tabla 3. Matriz de Perfil Competitivo .....	31
Tabla 4. Identificación de proveedores .....	32
Tabla 5. Datos demográficos .....	36
Tabla 6. Análisis FODA .....	52
Tabla 7. Análisis FODA – Puntuaciones .....	53
Tabla 8. Matriz Ansoff – Estrategias de crecimiento.....	58
Tabla 9. Lista de productos de "Swanross Cafetería" .....	64
Tabla 10. Precios de los productos que oferta "Swanross Cafetería" .....	66
Tabla 11. Cronograma del plan de marketing "Swanross Cafetería" .....	67
Tabla 12. Requerimiento de equipo.....	86
Tabla 13. Requerimiento de equipo de cómputo y software .....	87
Tabla 14. Requerimiento de muebles .....	87
Tabla 15. Requerimiento de materia prima .....	87
Tabla 16. Requerimiento de otros insumos .....	88
Tabla 17. Descripción de insumos por productos/bebidas .....	93
Tabla 18. Descripción de insumos por productos/acompañamientos .....	94
Tabla 19. Demanda estimada en base al estudio de mercado .....	95
Tabla 20. Plan de producción para la sección de bebidas.....	98
Tabla 21. Plan de producción para la sección de acompañados .....	98
Tabla 22. Estimación de compra por cantidad de insumos - bebidas.....	99
Tabla 23. Estimación de compra por valor de insumos (dólares) – bebidas .....	100
Tabla 24. Estimación de compra por cantidad de insumos - acompañados .....	101
Tabla 25. Estimación de compra por valor de insumos (dólares) – acompañados..	102
Tabla 26. Gastos estimados para el primer año de operación .....	103
Tabla 27. Gasto administrativo 2025.....	105
Tabla 28. Inversión para que "Swanross Cafetería" inicio de operaciones .....	105
Tabla 29. Resumen de préstamo bancario.....	106
Tabla 30. Flujo de caja para el primer año de operación de "Swanross Cafetería" .....	108
Tabla 31. Estado de resultados proyectado de "Swanross Cafetería" .....	110
Tabla 32. Estado de situación financiera de "Swanross Cafetería" .....	111
Tabla 33. Evaluación financiera de "Swanross Cafetería" .....	112

Tabla 34. Identificación de competidores .....	125
--	-----

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo de la empresa .....	15
Figura 2. Mapa de empatía .....	35
Figura 3. Frecuencia de visita a cafeterías .....	39
Figura 4. Importancia de la temática al elegir una cafetería .....	40
Figura 5. Interés por una cafetería con temática de flores.....	41
Figura 6. Preferencia en bebidas.....	42
Figura 7. Tipo de acompañamiento para bebidas .....	43
Figura 8. Importancia del precio al visitar una cafetería .....	44
Figura 9. Frecuencia de visita a Cayambe y sus alrededores .....	45
Figura 10. Preferencia sobre la ubicación de la cafetería .....	46
Figura 11. Número de personas con las que visita una cafetería .....	47
Figura 12. Tipo de personas con las que visita una cafetería .....	48
Figura 13. Preferencia sobre medios de comunicación .....	49
Figura 14. Tipo de atracciones que les gustaría .....	50
Figura 15. Tipo de promociones que motivarían una visita .....	51
Figura 16. Instagram de "Swanross Cafetería" .....	68
Figura 17. Facebook de "Swanross Cafetería" .....	69
Figura 18. Página web de "Swanross Cafetería" .....	69
Figura 19. Post publicitario 1 de "Swanross Cafetería" .....	70
Figura 20. Post publicitario 2 de "Swanross Cafetería" .....	71
Figura 21. Post publicitario 3 de "Swanross Cafetería" .....	72
Figura 22. Post publicitario 4 de "Swanross Cafetería" .....	73
Figura 23. Post publicitario 5 de "Swanross Cafetería" .....	74
Figura 24. Post publicitario 6 de "Swanross Cafetería" .....	75
Figura 25. Página 1 del menú digital.....	76
Figura 26. Página 2 del menú digital.....	77
Figura 27. Página 3 del menú digital.....	78
Figura 28. Imagen interna de "Swanross Cafetería". .....	79
Figura 29. Ubicación de "Swanross Cafetería" .....	80
Figura 30. Diseño y distribución de instalaciones .....	81
Figura 31. Proceso de producción .....	82

Figura 32. Proceso de servucción.....	84
Figura 33. Organigrama funcional de "Swanross Cafetería" .....	89
Figura 34. Proyección de ventas en unidades .....	96
Figura 35. Proyección de ventas en ingresos.....	97
Figura 36. Proyección de gastos.....	104
Figura 37. Punto de equilibrio para el producto café de chuspa.....	107
Figura 38. Punto de equilibrio para el producto jugos .....	108
Figura 39. Proyección del flujo de caja .....	109
Figura 40. CANVAS de "SWANROSS Cafetería" .....	114

### **ÍNDICE DE ANEXOS**

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC .....	120
Anexo 2. Certificado del Abstract por parte de idiomas .....	121
Anexo 3. Inscripción en el Servicio de Rentas Internas del negocio.....	123
Anexo 4. Identificación de los competidores.....	125
Anexo 5. Tabla de amortización.....	134
Anexo 6. Formato de encuesta .....	139

## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de este proyecto emprendedor es convertir una idea en una oportunidad comercial concreta que brinde valor y sea sostenible en el tiempo. Por esta razón, se propuso "Swanross Cafetería" como un concepto original que combina la floricultura, en particular las rosas, con una cafetería de excelente calidad, generando un entorno cálido y vibrante donde las flores son un componente fundamental de su identidad. El estudio de la demanda muestra que la mayor parte de los encuestados acude a cafeterías cada semana, lo que demuestra un patrón de consumo habitual, un número significativo lo realiza varias veces a la semana y un 25% lo hace a diario, lo que subraya la importancia de ofrecer una propuesta atractiva y continua; en general, la información muestra un mercado con costumbres sólidas que se puede capitalizar con una oferta novedosa, tal como una cafetería con temática de flores. el enfoque estratégico demuestra que se poseen ventajas competitivas que abarcan una propuesta estética y de experiencia, alternativas saludables adaptadas a diferentes dietas, una extensa variedad de bebidas, precios atractivos, publicidad efectiva y una gestión operativa óptima. La valoración financiera de "Swanross Cafetería", fundamentada en una inversión inicial de \$22550,00 y una tasa de descuento del 12%, muestra pérdidas durante los dos primeros años, seguidas de flujos de efectivo positivos a partir del tercer año. Con un Valor Actual Neto (VAN) de \$10081,61 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 20%, que excede el costo de capital, el análisis determina que el proyecto es lucrativo y financieramente sostenible, constituyendo una oportunidad de negocio atractiva.

**Palabras Claves:** Emprendimiento, Cafetería, Temática de flores.

## ABSTRACT

The objective of this entrepreneurial project is to turn an idea into a concrete business opportunity that provides value and remains sustainable over time. For this reason, "Swanross Cafetería" was proposed as an original concept that combines floriculture – particularly roses – with a high – quality café, creating a warm and vibrant environment where flowers are a fundamental part of its identity. The demand study shows that most respondents visit coffee shops weekly, indicating a habitual consumption pattern; a significant number do so several times a week, and 25% go daily, highlighting the importance of offering an attractive and consistent proposal. Overall, the data reveal a market with solid habits that can be capitalized on through an innovative offer such as a flower-themed café. The strategic approach demonstrates competitive advantages that include an aesthetic and experiential concept, healthy options adapted to various diets, a wide variety of beverages, attractive pricing, effective marketing, and optimal operational management. The financial evaluation of "Swanross Cafetería," based on an initial investment of \$22550,00 and a discount rate of 12%, shows losses during the first two years, followed by positive cash flows from the third year onward. With a Net Present Value (NPV) of \$10081,61 and an Internal Rate of Return (IRR) of 20%, exceeding the cost of capital, the analysis determines that the project is profitable and financially sustainable, representing an attractive business opportunity.

**Keywords:** Entrepreneurship, Café, Floral Theme.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto plantea la creación de “Swanross Cafetería”, un concepto innovador ubicado en el cantón Cayambe que fusiona la belleza de la floricultura local, especialmente de las rosas, con una experiencia gastronómica de alta calidad. La cafetería busca diferenciarse en un mercado saturado, ofreciendo un ambiente temático acogedor y productos saludables, frescos y elaborados con ingredientes locales, posicionándose como una alternativa única para residentes y turistas.

La iniciativa surge como respuesta a un contexto económico local caracterizado por una excesiva oferta de productos tradicionales y una falta de propuestas gastronómicas diferenciadas. Aunque Cayambe es un referente nacional en producción de flores, su sector de alimentos y bebidas presenta una limitada diversidad. En este sentido, Swanross Cafetería aprovechará la identidad florícola del cantón para innovar en la oferta gastronómica, impulsando el turismo y promoviendo un estilo de vida saludable, en línea con las nuevas tendencias de consumo.

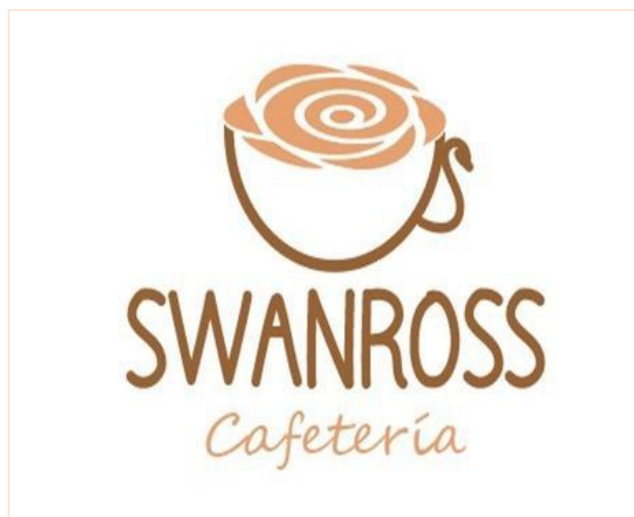
Desde el ámbito académico, el proyecto se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), promoviendo el trabajo decente, la salud y bienestar, el consumo responsable y la erradicación de la pobreza mediante la generación de empleo local y prácticas empresariales sostenibles. Además, responde a los derechos constitucionales de acceso a alimentos sanos y trabajos dignos, y al Plan de Desarrollo del Ecuador, que impulsa la productividad sustentable.

La creación de “Swanross Cafetería” también representa una oportunidad de aprendizaje práctico para el desarrollo de competencias profesionales en turismo y gestión de empresas. A través de la implementación de estrategias de marketing turístico, gestión de calidad y responsabilidad social, este proyecto contribuirá tanto al fortalecimiento académico como al dinamismo económico y cultural del cantón Cayambe, promoviendo una gastronomía temática capaz de convertirse en un verdadero atractivo turístico.

## I. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

### 1.1. NOMBRE DEL NEGOCIO

La Figura 1 muestra el logo del emprendimiento denominado "Swanross Cafetería".



**Figura 1.** Logo de la empresa

"Swanross Cafetería" es un concepto innovador ubicado en el cantón Cayambe, que combina el encanto de la naturaleza con la experiencia de una cafetería de alta calidad. Con una temática inspirada en la floricultura en especial las rosas, el local está diseñado para ofrecer un ambiente acogedor y lleno de color, donde las flores no solo decoran el espacio, sino que también forman parte de la identidad del negocio.

### 1.2. DEL PROBLEMA A LA OPORTUNIDAD

El cantón Cayambe, ubicado en la provincia de Pichincha, es reconocido por su impresionante producción de flores en especial de rosas, por ello, tiene una dinámica económica basada en la exportación (Díaz et al., 2022). Sin embargo, se enfrenta a un escenario complicado en la economía local debido a la gran cantidad de negocios en el sector de alimentos y bebidas, con alrededor de 500 establecimientos en todo el cantón. De estos, 297 se encuentran registrados en la parroquia de Cayambe, y el 10% de ellos, es decir, 28, están clasificados como cafeterías (GADIP del Municipio de Cayambe, 2018).

Estos establecimientos han generado una excesiva oferta de productos similares como por ejemplo los bizcochos, lo repercute negativamente en la diversificación del mercado gastronómico local disminuyendo el atractivo turístico. Cabe destacar que, el cantón Cayambe cuenta con una afluencia de visitantes de alrededor de 35700 personas (PDOT, 2020) y (Turismo en Cifras, 2024); es así que, se comprende que existe una gran cantidad de demandantes para los productos que puede ofrecer la población. Por ello, Swanross Cafetería surge como una respuesta innovadora a lo mencionado, ya que será una cafetería temática con un ambiente inspirado en la belleza de las rosas de Cayambe, ofreciendo una experiencia única a los clientes. Mas allá de los tradicionales bizcochos, Swanross ofrecerá una amplia gama de productos saludables priorizando el uso de ingredientes frescos, locales y de temporada, promoviendo opciones nutritivas y bajas en calorías, grasas saturadas y sodio, Bebidas (Café de especialidad, infusiones de hierbas, té, jugos naturales, smoothies, etc.), Postres (Pasteles bajos en azúcar, muffins integrales, galletas artesanales, barras energéticas, opciones veganas, etc.), Comidas ligeras (Ensaladas, sándwiches gourmet, wraps, bowls de frutas, etc.), en los que se incorporara productos con inspiración floral como pétalos comestibles u otras decoraciones con flores.

Tras lo atravesado en 2020 con la pandemia por el COVID – 19, el confinamiento obligatorio genero un cambio en el estilo de vida, dando efectos negativos en los niveles de actividad física y hábitos de alimentación en las personas (González et al., 2023). En la actualidad los hábitos alimenticios en la población en Cayambe, se ven afectadas por la prevalencia de comida rápida y procesada, rica en azúcares, grasas saturadas y otros, esto tiene un impacto negativo en la salud, incrementando la obesidad, diabetes y otras enfermedades. Swanross Cafetería se convertirá en un promotor en la salud y el bienestar en Cayambe, generando impactos ambientales al reducir el consumo de productos procesados y empaquetados, siendo un catalizador en la transformación de los hábitos alimenticios de la población de Cayambe.

### 1.3. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

El proyecto busca relacionarse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, tales como el Objetivo 1.- Fin de la pobreza, ya que con la cafetería se es capaz de crear oportunidades de empleo para personas de la comunidad local, especialmente

grupos vulnerables, como mujeres, jóvenes y personas con discapacidad. Objetivo 3.- Salud y Bienestar, se cumplirá con este objetivo al ofrecer opciones de comida saludable y nutritiva, al colaborar con organizaciones locales que trabajan en la promoción de la salud en los niños y jóvenes, al ofrecer talleres o eventos sobre alimentación saludable y hábitos de vida saludables. Objetivo 8.-Trabajo Decente y Crecimiento Económico, en donde se podrá crear empleos decentes, ofrecer oportunidades de capacitación y desarrollo profesional y apoyar a emprendedores locales colaborando con ellos promocionando sus productos. Objetivo 12.- Producción y Consumo Sostenible, en donde se podrá implementar practicas sostenibles, como reducir el uso de plásticos. Compostar los residuos orgánicos y utilizar energía renovable (Naciones Unidas, 2022).

En base a la Constitución de la Republica del Ecuador (2008) el Art.13.- Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Art 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. Esta cafetería promoverá el acceso a alimentos sanos, suficientes y nutritivos, comprometida a ofrecer bienes y servicios de óptima calidad cumpliendo con lo que dicen estos artículos. El Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores. Se enfoca en el derecho al trabajo, por lo tanto, esta cafetería contribuirá al cumplimiento de este articulo al crear nuevos empleos y ofrecer condiciones de trabajo dignas, promoviendo el desarrollo profesional.

Este proyecto se relaciona al Plan de Desarrollo de Ecuador 2024 – 2025 mediante el Eje de Desarrollo Económico y el objetivo 4, con el que se pretende “Fomentar de manera sustentable la producción mejorando los niveles de productividad”; pues con la toma de decisiones adecuada a través de la información presentada se puede impulsar al sector productivo del sector.

De acuerdo al Perfil de Egreso del Licenciado en Turismo las principales funciones que deben ejercerse son la responsabilidad, honradez, respeto y cordialidad, dentro del

ámbito empresarial, trabajando en la cooperación y solución de problemas, en donde se necesita actitudes de tolerancia, amabilidad, sensibilidad, comprensión, persuasión, capacidad de escucha, autocontrol, creatividad y honestidad. En el contexto turístico esto permite fortalecer las capacidades de elaboración, evaluación y administración de proyectos empresariales, además aportan al desarrollo profesional en aspectos como el análisis y la investigación al realizar estudios en los mercados turísticos, tomando en cuenta la responsabilidad que se tiene con el entorno y la sociedad.

La creación de una cafetería temática genera una experiencia práctica no solo para enriquecer a la formación académica sino también para desarrollar habilidades empresariales esenciales, como la gestión operativa, la toma de decisiones, la atención al cliente, entre otras. El marketing turístico será utilizado para dar a conocer la identidad cultural y aprovechar los recursos locales, donde se aplicaría estrategias de promoción y comunicación específicas, que incluya demostraciones visuales, contenido en redes sociales y otras.

Al emprender es importante evaluar prácticas empresariales sostenibles y responsables socialmente, que examinen temas como la gestión de residuos, el uso eficiente de recursos y la contribución al bienestar de la comunidad local, aspectos esenciales en la gestión y administración de empresas turísticas modernas. Una cafetería de este tipo puede impulsar la industria local, la relación con los productores de rosas y fortalecer la información valiosa sobre su papel en la economía del turismo en el sector y su desarrollo.

La gestión de restaurantes en el contexto de la cafetería temática implica crear una experiencia gastronómica única. La gestión de la calidad de los servicios ofrecidos, será crucial para entender cómo la gastronomía puede convertirse en un atractivo turístico por derecho propio. La implementación de una cafetería temática de rosas en Cayambe se presenta como un caso práctico y estimulante para aplicar de los conocimientos y habilidades adquiridos, fortaleciendo la comprensión de los procesos involucrados en la creación y desarrollo de proyectos turísticos innovadores y sostenibles.

## II. ANÁLISIS DEL MERCADO

### 2.1. COMPETENCIA

El análisis de la competencia te permitió evaluar a las otras cafeterías u opciones similares del cantón Cayambe; esto es esencial para identificar las oportunidades y desafíos existentes en el mercado. Por ello, se empieza conociendo el entorno a través de un análisis PESTEL para "Swanross Cafetería".

#### 2.1.1. Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una técnica estratégica utilizada para identificar y analizar los factores del entorno externo que pueden afectar a una organización. Considera seis áreas fundamentales que se detallan a continuación:

##### 2.1.1.1. Factor político

- Estabilidad política

En los últimos años, Ecuador ha enfrentado tensiones políticas, cambios de gobierno y protestas sociales que podrían generar incertidumbre en el entorno de negocios. Estos factores pueden afectar la confianza de inversionistas y emprendedores. Sin embargo, el país sigue siendo atractivo en algunos sectores, especialmente el turístico y agrícola, lo que puede representar oportunidades para la cafetería temática en una región como Cayambe. Si bien la Constitución de la República del Ecuador (2008) establece garantías de estabilidad y derechos económicos, los recientes eventos, como las protestas de 2019, el contexto electoral y la inestabilidad política representan un desafío.

- Incentivos gubernamentales para PYMES

El gobierno ecuatoriano ha implementado varias políticas que incentivan la creación de pequeñas y medianas empresas (PYMES), lo cual es positivo para el proyecto. Aquí se encuentra la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación del año 2020 facilita la creación de nuevas empresas y fomenta el emprendimiento mediante incentivos fiscales, reducción de barreras burocráticas, y acceso a créditos. Además, establece la creación de plataformas de apoyo y formación empresarial.

También se puede mencionar el Reglamento de la Ley Orgánica para la Promoción de PYMES desarrollada en 2017, esta promueve el acceso a incentivos y apoyo financiero a pequeñas empresas en sectores estratégicos, como el turismo y la gastronomía.

- Normas de salud pública

Cumplir con las normas de salud pública en Ecuador es un requisito para cualquier negocio en el sector alimentario. La normativa está bien establecida y facilita a los emprendedores cumplir con los requisitos necesarios para operar de manera legal. Esto es un aspecto positivo, ya que las regulaciones son claras y proporcionan seguridad tanto para los empresarios como para los consumidores.

Se toma como base la Ley Orgánica de Salud de 2006 que regula todos los aspectos relacionados con la salud pública en Ecuador, incluyendo la manipulación de alimentos, higiene, y control sanitario en establecimientos como cafeterías. Además, el Reglamento Sanitario de Alimentos del Ministerio de Salud Pública (Decreto Ejecutivo 3253) detalla los requisitos para la manipulación segura de alimentos y las condiciones que deben cumplir los locales de venta de productos alimentarios. Cumplir con estas normas garantiza que la cafetería pueda operar sin problemas de clausura o sanciones, generando confianza entre los clientes y evitando posibles problemas legales.

- Percepción de la corrupción

La corrupción es un tema preocupante en Ecuador, y su percepción puede tener un impacto negativo en el desarrollo de negocios. Los empresarios pueden enfrentarse a trámites burocráticos más complejos y potencialmente menos transparentes, lo que podría generar retrasos, costos adicionales y menor confianza en el sistema. De acuerdo con el Índice de Percepción de la Corrupción 2023 publicado por Transparency International, Ecuador ha mostrado puntuaciones relativamente bajas, lo que indica una percepción negativa de la corrupción en el sector público. Esto podría generar desconfianza en los inversores y empresarios a la hora de iniciar nuevos negocios.

Ecuador ha implementado leyes para combatir la corrupción, como la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado y el Código Orgánico Integral Penal (COIP), que tipifican los delitos de corrupción. Sin embargo, la aplicación efectiva de estas leyes

sigue siendo un desafío, lo que mantiene una percepción negativa sobre este aspecto.

#### 2.1.1.2. Factor económico

- Tasa de interés

Las tasas de interés en Ecuador tienden a ser elevadas, lo que encarece los créditos para la apertura de un negocio. Esto es un aspecto negativo para la cafetería, ya que obtener financiamiento mediante préstamos bancarios podría ser costoso, afectando la rentabilidad inicial. El Código Orgánico Monetario y Financiero regula las tasas de interés en Ecuador. En el caso del Banco Central del Ecuador establece un techo para las tasas de interés activas dependiendo del sector económico. En el sector de consumo y comercial, las tasas pueden superar el 10%, lo que representa un desafío para las pequeñas empresas que requieren financiamiento para empezar (BCE, 2024).

- Crecimiento económico

A pesar de las fluctuaciones de la economía nacional, el crecimiento en sectores específicos como el turismo y la producción florícola en Cayambe es un aspecto positivo para el negocio. La temática florícola puede aprovechar el desarrollo de la industria local y el turismo, aunque cíclico, ha mostrado señales de recuperación en los últimos años. En este caso se debe mencionar El Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025, conocido como "Ecuador Crece" (CNP, 2021), impulsa el turismo como uno de los motores de crecimiento económico, beneficiando a zonas como Cayambe.

- Costo de materias primas

Ecuador produce café de alta calidad, tanto en la variedad arábica como robusta. Al ser un productor local, se puede acceder a este recurso sin incurrir en elevados costos de importación. Además, la disponibilidad de café de origen nacional puede ayudar a mantener márgenes de ganancia estables, mientras que la temática florícola podría agregar valor al enfoque de productos locales.

Para dar soporte a esta afirmación se considera que el Ministerio de Agricultura y Ganadería de Ecuador promueve la producción de café a través del Plan Nacional de Reactivación de Café y Cacao 2019-2030, que fomenta la mejora de las plantaciones y la productividad de los caficultores locales. Esto asegura una oferta constante de materia prima a precios competitivos.

- Inflación

La inflación en Ecuador ha sido relativamente baja en los últimos años, lo que es un aspecto positivo para los negocios. Una inflación controlada significa que los precios de los insumos no se dispararán bruscamente, y los consumidores tendrán más estabilidad en su poder adquisitivo. Según datos del Banco Central del Ecuador, la inflación en Ecuador ha sido moderada, con tasas que han fluctuado entre el 0% y el 2% anual (BCE, 2023). Esto ofrece un entorno económico estable para el control de costos y la planificación financiera del negocio. Además, el gobierno ecuatoriano ha implementado políticas de estabilización fiscal y monetaria, lo que ha mantenido la inflación bajo control, permitiendo un entorno de precios estables para los negocios locales.

#### 2.1.1.3. Factor social

- Cultura del consumo de café

En Ecuador, el consumo de café ha aumentado en los últimos años, especialmente entre los jóvenes y en áreas urbanas y turísticas. Esto es un aspecto positivo para el negocio, ya que hay una tendencia creciente hacia el consumo de productos gourmet, locales y sostenibles. Además, las cafeterías temáticas y experiencias relacionadas con el café están ganando popularidad, lo que puede ser una ventaja para la cafetería con temática florícola. Además, ciertos estudios han mostrado un aumento en el consumo local de café (Caiza, 2017).

- Demografía y nivel educativo

La demografía en Cayambe muestra una población joven, lo que puede ser positivo para un negocio enfocado en una experiencia moderna como una cafetería temática. Además, el nivel educativo en esta región ha ido en aumento, lo que implica una mayor apertura hacia productos diferenciados, como el café de especialidad. Esto puede ayudar a que los consumidores valoren más la propuesta de una cafetería con temática innovadora.

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda realizado por el INEC, la población de Cayambe ha mostrado un aumento en los niveles de educación, lo que fomenta una mayor capacidad de consumo y apreciación por productos temáticos y con valor agregado (INEC, 2024).

- Tendencias turísticas y flujo de visitantes

Cayambe es conocido por ser un destino turístico debido a su producción florícola y su cercanía a varios puntos de interés naturales y culturales, como la Reserva Ecológica Cayambe – Coca de experiencia y ecoturismo sigue creciendo, lo que también favorece la propuesta (Marcillo et al., 2024). Esto es un aspecto positivo, ya que la cafetería con temática florícola podría atraer a turistas que visitan la región.

- Cultura y costumbres

El subfactor de cultura y costumbres de Cayambe tiene una calificación positiva para el plan de negocio de la cafetería con temática florícola. Adaptar la cafetería a las preferencias culturales y gastronómicas locales, así como integrar tradiciones y costumbres en el diseño y las operaciones del negocio, puede aumentar significativamente la aceptación y popularidad del establecimiento en la comunidad.

#### 2.1.1.4. Factor tecnológico

- Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

Las TIC pueden tener un impacto muy positivo en una cafetería temática. Facilitan la gestión operativa, mejoran la comunicación y el marketing, y ofrecen una mejor experiencia al cliente. La inversión en tecnologías adecuadas puede conducir a una mayor eficiencia, una mejor visibilidad y una mayor satisfacción del cliente. La adopción efectiva de TIC también puede proporcionar una ventaja competitiva significativa en un mercado cada vez más digital.

- Infraestructura de internet y conectividad

La disponibilidad de una infraestructura de Internet rápida y confiable es esencial para el funcionamiento eficiente de sistemas de punto de venta, plataformas de marketing digital y herramientas de gestión. En una zona como Cayambe, donde la conectividad puede variar, contar con una buena infraestructura tecnológica garantiza operaciones fluidas y una experiencia de cliente positiva, lo que puede ser un gran atractivo para los clientes que valoran la tecnología y la conectividad.

- Adopción de soluciones de pago electrónico

La implementación de soluciones de pago electrónico (como pagos con tarjeta y aplicaciones móviles) facilita transacciones rápidas y seguras para los clientes. Esta tecnología no solo mejora la experiencia de compra al ofrecer opciones de pago

convenientes, sino que también puede atraer a clientes que prefieren utilizar métodos de pago digitales. La adopción de estas soluciones puede ayudar a mantener una ventaja competitiva y atraer a una base de clientes más amplia.

- Acceso a herramientas de marketing digital

El acceso a herramientas de marketing digital, como redes sociales y plataformas de publicidad en línea, permite una promoción efectiva y dirigida de la cafetería. Estas herramientas ayudan a llegar a un público más amplio, mejorar la visibilidad de la marca y atraer nuevos clientes. La capacidad de analizar datos y ajustar estrategias de marketing en tiempo real puede maximizar el impacto de las campañas y mejorar el retorno de la inversión en marketing.

#### 2.1.1.5. Factor ecológico

- Uso de recursos naturales

La implementación de prácticas sostenibles en el uso de recursos naturales, como el agua y la energía, es beneficiosa para el medio ambiente y puede reducir costos operativos a largo plazo. Utilizar recursos de manera eficiente y adoptar tecnologías de ahorro energético (por ejemplo, iluminación LED y electrodomésticos de bajo consumo) contribuye a la sostenibilidad y puede mejorar la imagen de la cafetería como un negocio ecológicamente responsable.

- Gestión de residuos y reciclaje

Establecer un sistema efectivo de gestión de residuos y reciclaje es esencial para minimizar el impacto ambiental de la cafetería. Implementar prácticas como la separación de residuos, el reciclaje de materiales y la reducción de desechos puede contribuir a una operación más sostenible. Esto no solo ayuda a cumplir con regulaciones ambientales, sino que también puede atraer a clientes que valoran el compromiso con la sostenibilidad.

- Sostenibilidad en el abastecimiento

La selección de proveedores que practican la agricultura sostenible o que tienen certificados de comercio justo puede reducir el impacto ambiental de los productos utilizados en la cafetería. Elegir ingredientes locales y sostenibles contribuye a la reducción de la huella de carbono asociada con el transporte de productos y apoya a la economía local. Esto puede fortalecer la imagen de la cafetería como un negocio comprometido con la sostenibilidad y la responsabilidad social.

- Diseño ecológico del local

Adoptar prácticas de diseño ecológico, como el uso de materiales reciclados o de bajo impacto ambiental en la construcción y renovación del local, puede reducir el impacto ecológico del establecimiento. Un diseño que incorpora elementos verdes, como jardines interiores o sistemas de captación de agua de lluvia, no solo mejora el atractivo del lugar, sino que también demuestra un compromiso con la sostenibilidad, lo que puede atraer a clientes conscientes del medio ambiente.

#### 2.1.1.6. Factor legal

- Cumplimiento de normativas de salud y seguridad alimentaria

Cumplir con las normativas de salud y seguridad alimentaria es crucial para operar una cafetería. Esto incluye seguir regulaciones sobre la manipulación de alimentos, condiciones de higiene y almacenamiento adecuado. Asegurar el cumplimiento de estas normativas ayuda a prevenir problemas legales, garantizar la seguridad de los clientes y mantener la reputación del negocio. Un cumplimiento riguroso también puede prevenir sanciones y problemas con las autoridades locales.

- Licencias y permisos comerciales

Obtener todas las licencias y permisos necesarios para operar una cafetería es fundamental para el funcionamiento legal del negocio. Esto incluye permisos de funcionamiento, licencias de venta de alimentos y bebidas, y cumplimiento con las normativas locales. La obtención y renovación oportuna de estos permisos asegura que la cafetería pueda operar sin interrupciones legales y evita posibles multas o cierres forzosos.

- Regulaciones laborales y contratación

Cumplir con las regulaciones laborales, como la contratación de personal, el pago de salarios justos y el cumplimiento de las leyes de seguridad social, es esencial para el funcionamiento legal y ético de la cafetería. Esto garantiza un ambiente de trabajo justo y seguro para los empleados, evita problemas legales relacionados con el empleo y ayuda a mantener una buena reputación como empleador.

- Protección de propiedad intelectual

La protección de la propiedad intelectual, como la marca de la cafetería, los logotipos y los conceptos de diseño, es importante para salvaguardar la identidad

del negocio y evitar la competencia desleal. Registrar las marcas y proteger los derechos de autor ayuda a mantener la exclusividad y evitar que otros negocios copien o se apropien de tus ideas originales. Esto puede ser un activo valioso para el crecimiento y la diferenciación del negocio.

En la Tabla 1 se muestra el análisis PESTEL de la “Swanross Cafetería”.

**Tabla 1.** Análisis PESTEL de “Swanross Cafetería”

<b>Factor</b>	<b>Subfactor</b>	<b>Positivo</b>	<b>Negativo</b>	<b>Impacto</b>
Político	P1 Estabilidad política		X	2
	P2 Incentivos gubernamentales para pymes	X		1
	P3 Normas de salud pública	X		1
	P4 Percepción de la corrupción		X	1
Económico	E1 Tasas de interés		X	2
	E2 Crecimiento económico	X		3
	E3 Costo de materias primas	X		1
	E4 Inflación	X		1
Social	S1 Cultura del consumo de café	X		3
	S2 Demografía y nivel educativo	X		2
	S3 Tendencias turísticas y flujo de visitantes	X		3
	S4 Cultura y costumbres locales	X		1
Tecnológico	T1 Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)	X		1
	T2 Infraestructura de internet y conectividad	X		1
	T3 Adopción de soluciones de pago electrónico	X		1
	T4 Acceso a herramientas de marketing digital	X		2
Ecológico	E1 Uso de recursos naturales	X		1
	E2 Gestión de residuos y reciclaje	X		1
	E3 Sostenibilidad en el abastecimiento	X		1
	E4 Diseño ecológico del local	X		2
Legal	L1 Normativas de salud y seguridad alimentaria	X		1
	L2 Licencias y permisos comerciales	X		1
	L3 Regulaciones laborales y contratación	X		1
	L4 Protección de propiedad intelectual	X		1

Sobre esta matriz PESTEL se destaca que se establece el impacto de cada subfactor en bajo (1), medio (2) y alto (3). Este análisis destaca áreas clave para maximizar el éxito de “Swanross Cafetería”. El crecimiento económico y la cultura del café son fuertes motores de demanda, mientras que la inversión en tecnologías digitales y prácticas sostenibles puede mejorar la competitividad. Sin embargo, las regulaciones, costos y factores externos como las tasas de interés y la inflación deben gestionarse cuidadosamente para minimizar los impactos negativos.

## 2.1.2. Evaluación de Factores Externos

La Matriz EFE es una herramienta utilizada en el análisis estratégico para evaluar cómo una organización se enfrenta a las fuerzas externas que afectan su desempeño. Esta matriz permite identificar las oportunidades y amenazas presentes en el entorno de la empresa y asignarles un peso y una calificación para determinar su impacto en las empresas.

En la Tabla 2 se muestra la Matriz EFE de la "Swanross Cafetería".

**Tabla 2.** Matriz EFE de "Swanross Cafetería"

<b>Factor crítico de éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntuación</b>
<b>Oportunidades</b>			
Crecimiento en sectores específicos como el turismo y la floricultura	0,15	4	0,60
Tendencia al consumo de café entre los jóvenes ecuatorianos	0,15	4	0,60
Afluencia de visitantes en el cantón Cayambe	0,15	4	0,60
Fácil acceso a herramientas de marketing digital como redes sociales	0,10	3	0,30
Adopción de prácticas sostenibles, como el uso de ingredientes locales y orgánicos	0,10	2	0,20
Tendencia a las prácticas ecológicas	0,10	2	0,20
Sub total	0,75		
<b>Amenazas</b>			
La inestabilidad política puede afectar las condiciones para las PYMES	0,10	3	0,30
Tasas de interés elevadas pueden dificultar la financiación de la cafetería	0,05	1	0,05
La creciente inseguridad por la que atraviesa el país	0,10	2	0,20
Sub total	0,25		
Total	1,00		3,05

Para analizar críticamente la Matriz EFE de la "Swanross Cafetería", es importante evaluar no solo los factores externos que han sido identificados, sino también la forma en que estos se ponderan y califican. La matriz EFE generalmente incluye factores los principales factores ponderados del análisis PESTEL. Para "Swanross Cafetería", se identifican algunos factores como tendencias turísticas y crecimiento económico, que claramente son oportunidades importantes dada la ubicación en un área turística como Cayambe. El total ponderado es de 3.05 sobre un máximo de 4, lo que sugiere que "Swanross Cafetería" tiene una buena capacidad para aprovechar las oportunidades externas, a pesar de las amenazas presentes en su entorno.

Las oportunidades identificadas están alineadas con la naturaleza del negocio, lo que demuestra que la cafetería tiene un entorno favorable en el cual operar si

aprovecha correctamente las tendencias emergentes en turismo, consumo de café y sostenibilidad.

El crecimiento en sectores específicos como el turismo, la tendencia al consumo de café entre los jóvenes y la afluencia de visitantes en Cayambe son elementos que "Swanross Cafetería" debe priorizar en su estrategia de marketing y posicionamiento. Invertir en una presencia digital más sólida y en prácticas sostenibles también podría mejorar su competitividad. No obstante, la inestabilidad política y la inseguridad son riesgos importantes. Aunque la empresa no puede controlarlos directamente, puede desarrollar una estrategia de flexibilidad para mitigar su impacto.

En resumen, la Matriz EFE de "Swanross Cafetería" muestra un escenario positivo, pero que requiere de ajustes estratégicos para maximizar el uso de las oportunidades y reducir el riesgo de las amenazas externas.

### 2.1.3. Identificación de competidores

Los competidores de "Swanross Cafetería" se analizan destacando su ubicación, portafolio de productos, precios, propuestas de valor, y desventajas; información que se detalla en el Anexo 3. En base a ello se identifica a 8 competidores directos que se analizan a continuación:

- **Competidor 1. Meche's Cafetería de Especialidad:** Su enfoque está en bebidas de café tradicionales y productos adicionales como burritos, nachos, y empanadas. Aunque ofrecen un ambiente agradable y productos variados, carecen de opciones saludables o innovadoras. La diversificación de productos y un ambiente agradable son las fortalezas, aunque su falta de productos saludables podría ser una oportunidad de mejora.
- **Competidor 2. Santo Tomás Coffee Lab & Pastry:** Tienen una amplia gama de bebidas, incluidos productos modernos como el "Matcha Latte" y refrescos. También ofrecen un extenso menú de alimentos con opciones más elaboradas como lasagna y fettuccine. Sin embargo, sus precios son más altos. Su propuesta de valor se basa en una temática moderna y un menú extenso, aunque sus precios altos podrían limitar el mercado.
- **Competidor 3. Café del Jinete:** Se destaca por ofrecer comida más cara y elaborada como el "Bife de Chorizo" y "Fish & Chips". Sin embargo, sus precios elevados podrían limitar a algunos consumidores. Ofrece un ambiente

acogedor, pero la percepción de precios altos puede ser un obstáculo para atraer a más clientes.

- **Competidor 4. Chat Coffee Shop:** Aunque su oferta es diversa, incluyendo productos exclusivos como el "Frappe Café Borracho", la accesibilidad a su local es confusa, lo que puede afectar la experiencia del cliente. Tiene una buena decoración y ambiente, pero la confusa accesibilidad es un problema que debe ser abordado.
- **Competidor 5. El Rincón del Duende Ecuador – Tienda y Cafetería:** Su menú es más reducido y enfocado en hamburguesas y empanadas, lo que podría no ser suficiente para captar a una clientela que busca más opciones. Su propuesta se enfoca en su temática llamativa, pero su reducido espacio y oferta limitada de productos le resta competitividad.
- **Competidor 6. Bizcochos San Pedro – Restaurante – Cafetería:** Ofrecen un menú tradicional de comidas típicas ecuatorianas, pero su desventaja radica en la falta de variedad en bebidas y la ausencia de opciones saludables. Se destaca por ser amplio y ofrecer un menú tradicional, aunque la falta de opciones saludables y la lejanía pueden ser desventajas importantes.
- **Competidor 7. Cannelina Coffe & Pizza:** Aunque tiene una oferta atractiva de desayunos y pizza, no hay una diversificación amplia de bebidas. Tiene una buena ubicación y una vista atractiva, pero la poca variedad en las bebidas le resta atractivo.
- **Competidor 8. Marcus:** Su menú se centra en postres y tortas, ofreciendo productos de alta calidad, pero en un espacio limitado y con pocas opciones de bebidas. Se enfoca en postres de alta calidad, pero tiene limitaciones en el espacio y la variedad de productos.

En general, los precios de los cafés y bebidas en la mayoría de los competidores están en el rango de \$1,00 a \$4,00 dependiendo de la complejidad de la bebida. Meche's Cafetería y Santo Tomás Coffee Lab tienen precios similares en las bebidas de café, pero Santo Tomás se destaca por ofrecer productos más costosos, especialmente en el segmento de frappés y platos de comida elaborada. En Café del Jinete tiene los precios más elevados en comidas, con opciones como el solomillo de ternera y el bife de chorizo superando los \$2,00 lo que puede ser una barrera para clientes de presupuestos ajustados. Los otros competidores tienen precios más moderados en comparación, especialmente Chat Coffee Shop y El Rincón del Duende, que

parecen dirigirse a un público más joven o con menor poder adquisitivo. Muchos competidores, como Meche's y Bizcochos San Pedro, no ofrecen opciones saludables. Por ello, se considera que incluir productos que se alineen con las tendencias de salud y bienestar puede atraer a una clientela preocupada por su alimentación. Varios competidores tienen una oferta limitada de bebidas como Cannelina y Marcus. Introducir una gama más amplia de opciones, incluidas alternativas veganas o sin lactosa, puede atraer a clientes con preferencias especiales.

Este análisis sugiere que la competencia en Cayambe es diversa, con un mercado que va desde lo tradicional hasta lo moderno. La propuesta florícola, sumada a productos saludables y precios competitivos, son un factor clave para diferenciarte y atraer una clientela leal.

Sobre los competidores también se desarrolló una Matriz de Perfil Competitivo (MPC) para evaluar la posición de los competidores en base a los diferentes factores clave que son críticos para el éxito dentro del mercado.

La Tabla 3 muestra la Matriz de Perfil Competitivo de "Swanross Cafetería".

**Tabla 3.** Matriz de Perfil Competitivo

Factores de éxito	Ponderación	Meche's		Santo Tomás		Café del Jinete		Chat Coffee Shop		El Rincón del Duende		Bizcochos San Pedro		Cannelina		Marcus	
		P	C	P	C	P	C	P	C	P	C	P	C	P	C		
Marketing y promoción	0,15	1	0,15	2	0,30	3	0,45	2	0,30	3	0,45	4	0,60	2	0,30	3	0,45
Calidad del producto/servicio	0,20	4	0,80	3	0,60	4	0,80	2	0,40	3	0,60	3	0,60	3	0,60	3	0,60
Competitividad de precios	0,05	3	0,15	2	0,10	4	0,20	3	0,15	3	0,15	2	0,10	3	0,15	3	0,15
Capacidad administrativa	0,05	4	0,20	3	0,15	2	0,10	2	0,10	2	0,10	2	0,10	3	0,15	2	0,10
Innovación	0,10	3	0,30	2	0,20	2	0,20	3	0,30	2	0,20	2	0,20	3	0,30	2	0,20
Atención al cliente	0,20	3	0,60	2	0,40	3	0,60	2	0,40	3	0,60	3	0,60	2	0,40	2	0,40
Eficiencia operativa	0,05	3	0,15	2	0,10	2	0,10	2	0,10	1	0,05	3	0,15	2	0,10	3	0,15
Participación de mercado	0,20	3	0,60	1	0,20	2	0,40	3	0,60	2	0,40	2	0,40	2	0,40	2	0,40
Total	1,00		2,95		2,05		2,85		2,35		2,55		2,75		2,40		2,45

Aunque algunos competidores ya invierten en marketing, como Café del Jinete y Bizcochos San Pedro, muchos aún presentan debilidades en esta área. “Swanross Cafetería” debe establecer una estrategia de marketing sólida, aprovechando tanto medios tradicionales como digitales, para captar la atención del público local y turista. La Matriz de Perfil Competitivo asigna puntuaciones promedio a la calidad del producto en la mayoría de los competidores, como Café del Jinete y Santo Tomás Coffee Lab & Pastry; no obstante, la alta competencia en este rubro es un desafío que “Swanross Cafetería” debe abordar cuidadosamente. Si bien la innovación y las opciones saludables pueden ser un diferenciador, la calidad de los productos debe mantenerse a la altura o superior a la de los competidores establecidos para evitar perder terreno en la batalla por la lealtad del cliente. La mayoría de los competidores tienen puntuaciones bajas en capacidad administrativa y eficiencia operativa; esto implica que, aunque algunos ofrecen productos de calidad o ambientes acogedores, pueden estar fallando en la gestión interna y el servicio al cliente. Para que “Swanross Cafetería” capitalice en esta debilidad, será esencial tener una estructura operativa sólida y bien gestionada.

La matriz indica que los competidores tienen bajas puntuaciones en cuanto a la innovación, como Meche's Cafetería de Especialidad y Santo Tomás Coffee Lab & Pastry; sin embargo, no se debe subestimar la capacidad de estos negocios para adaptarse rápidamente. Por ejemplo, se ofrece productos como el Matcha Latte, una opción moderna y alineada con tendencias globales.

En resumen, "Swanross Cafetería" tiene una oportunidad única de diferenciarse con su temática florícola, que puede ser una propuesta de valor exclusiva. Actualmente, ninguno de los competidores directos destaca por una temática original o fuertemente diferenciada, lo que le permite captar a una clientela interesada no solo en el producto, sino también en la experiencia. En mercados pequeños, como el de Cayambe, la atmósfera y la identidad de marca pueden tener un peso decisivo.

## 2.2. PROVEEDORES

Los proveedores juegan un papel fundamental en el éxito de una cafetería desde el momento en que se inicia el negocio. La calidad, consistencia y confiabilidad de los insumos que proporcionan tienen un impacto directo en la operación diaria y en la experiencia del cliente. La Tabla 4 muestra la matriz de los proveedores para la "Swanross Cafetería"

**Tabla 4.** Identificación de proveedores

Proveedores	Portafolio de productos/servicios	Ubicación	Estándares de calidad (Alto, Medio, Bajo)	Precio (Alto, Medio, Bajo)
Almacenes Japón	Cocinas Industriales Hornos Industriales Asadores industriales Hornos eléctricos Cocinas a inducción Mesones en aluminio Cuartos fríos Coches para comida Freidoras industriales Peladoras industriales Picadoras industriales Batidoras industriales Licuadoras industriales Ollas y bouls Fabricación, reparación y mantenimiento de maquinaria industrial para pequeñas y medianas empresas bajo pedido Alimentos Congelados	Bolivar S/N entre Rocafuerte y Ascazubi Ecuador Pichincha	Alto	Alto
			Alto	Alto

Comisariato Cadena	Bebidas			
	Café			
	Cacao y Chocolates			
	Cárnicos y Embutidos			
	Confitería			
	Cereales			
	Endulzantes			
	Especias y Condimentos			
	Frutas y Verduras			
	Frutos Secos			
	Grasas y Aceites			
	Harina y Almidones			
	Huevos			
	Miel y Derivados			
	Pan y Apanaduras			
	Pasta			
	Pescados y Mariscos			
	Quesos y Lácteos			
	Repostería			
	Salsas			
	Snacks			
	Amenities			
	Envases para comida			
Licores				
Limpieza				
Vajilla y Cristalería				
Kiwi Cayambe	Mesas y bases			
	Taburetes			
	Sillas	Av.Natalia Jarrín	Alto	Alto
	Mesas importadas			
Andrea Armijos Wanqara	Puffs			
	Diseño de interiores	Ibarra	Alto	Alto
	Computadora de Sistema de venta AIO			
	Gaveta de dinero DOONQ			
	Impresora de facturación	Av. Francisco de Orellana E4-218, Quito	Alto	Alto
Unilimpio	Monitor táctil			
	Cámaras de seguridad			
	Trapeador multiusos para superficies.			
	Escoba multiusos para superficies			
	Desinfectante de pisos.			
	Lavavajillas	Los Eucaliptos E1-140 Y Psje.		
	Paños de limpieza.	Juncos		
	Espojas y estropajos.	Sector	Alto	Alto
	Toallas de papel	parque de los recuerdos,		
	Toallas de papel para manos.	Quito		
Dispensadores de toallas de papel.				
Bolsas de basura y contenedores.				
Bolsas de basura resistentes.				

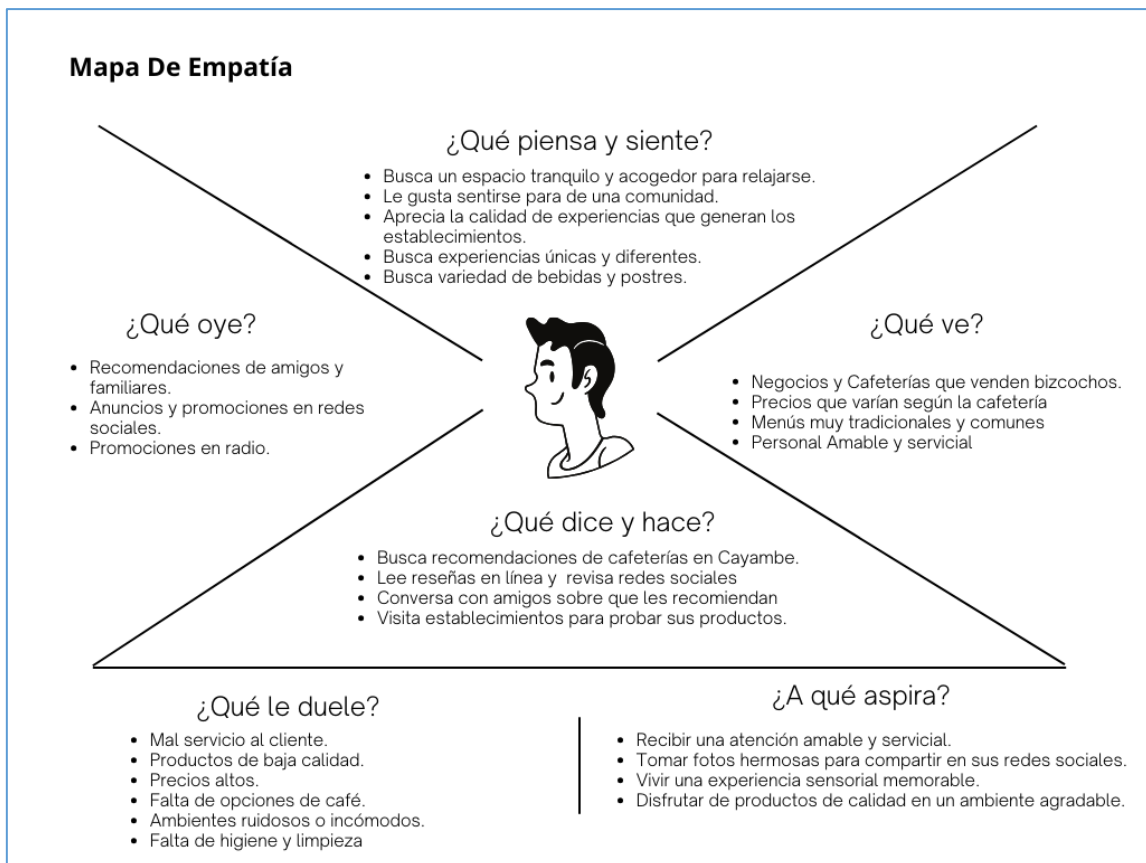
	Contenedores de basura con tapa.			
	Ambientadores			
	Guantes de limpieza			
	Limpiador de vidrios y espejos.			
	Limpiador de acero inoxidable.			
	Limpiador de horno.			
	Cepillo para baño.			
	Papel higiénico.			
	Insecticidas			
Difotec	Diseño de páginas web	Pío Jaramillo N51-82 y Matías Virgil - Sector La Kennedy - Quito - Ecuador	Alto	Alto
	Impresiones de menús, tarjetas de visitas, y folletos			

Los proveedores de "Swanross Cafetería" han sido elegidos por la alta calidad en equipos industriales, mobiliario, alimentos, bebidas y servicios esenciales para el funcionamiento del negocio. Proveedores como Almacenes Japón y Kiwi Cayambe ofrecen maquinaria y mobiliario con altos estándares de calidad, mientras que Comisariato Cadena proporciona una gama diversa de alimentos y bebidas premium. Estos productos de calidad garantizan que la cafetería pueda mantener un alto nivel de servicio, pero también suponen costos iniciales elevados.

En cuanto a los servicios de diseño y sistemas, proveedores como Andrea Armijos, Wanqara y Difotec son clave para la creación de un ambiente atractivo y la implementación de sistemas eficientes de ventas. A pesar de su alta calidad, estos servicios también implican un gasto significativo en las fases iniciales. Adicionalmente, Unilimpio garantiza estándares de limpieza elevados, un factor crítico en la percepción del cliente y la operación del negocio.

### 2.3. MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo para "Swanross Cafetería" se enfoca en los visitantes del cantón Cayambe, una población que alcanza un promedio de 35,700 personas en 2023, según el PDOT Cayambe y Turismo en Cifras Ecuador. Estos clientes son principalmente turistas entre los 4 años de edad en adelante, que visitan el cantón y están interesados en experiencias únicas y atractivas, como la temática florícola de la cafetería. La Figura 2 muestra el mapa de empatía sobre el mercado objetivo.



**Figura 2.** Mapa de empatía

## 2.4. VALIDACIÓN DE LA DEMANDA

### 2.4.1. Cálculo de la muestra

Para constituir la muestra se utilizó el muestreo probabilístico, donde todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para la muestra, y esta se obtiene al definir las características de la población y determinar el tamaño de la muestra (Hernández y Mendoza, 2018). Es decir que los clientes frecuentes que forman parte de la muestra fueron elegidos por medio de una selección aleatoria con un nivel de confianza del 95%, un error muestral de 5% y una probabilidad de éxito del 50%.

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{(N-1)e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

**Donde:**

- n = Tamaño de la muestra
- N = Población o universo
- z = Nivel de confianza

- p = Probabilidad a favor
- q = Probabilidad en contra
- e = Error muestral

### Cálculo

$$n = \frac{35700 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(35700-1) \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = \frac{34286,28}{90,2079} = 380,08$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra es de 380 visitantes.

#### 2.4.2. Resultados de la demanda

El análisis de la demanda para la creación de una cafetería con temática florícola en el cantón Cayambe se enfoca en identificar el interés y la aceptación por parte del público objetivo. Cayambe, siendo un centro agrícola reconocido por su producción florícola y su atractivo turístico, presenta un nicho de mercado para un concepto innovador que mezcle la gastronomía con la cultura floral. En las siguientes secciones se describe la información obtenida del mercado objetivo que para este caso son los visitantes del cantón, comenzando por los datos demográficos de la Tabla 5.

**Tabla 5.** Datos demográficos

Criterios de Segmentación		Frecuencia	Porcentaje
Género	Masculino	174	46%
	Femenino	206	54%
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>
Nacionalidad	Ecuatoriano	354	93%
	Extranjero	26	7%
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>
Edad	16-30	162	43%
	31-45	113	30%
	46-60	105	28%
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>57%</b>
Nivel de formación	Primaria	55	14%
	Secundaria	102	27%
	Grado	99	26%
	Posgrado	49	13%
	Ninguno	75	20%
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>
Situación laboral	Desempleado	97	26%

	Empleado público	90	24%
	Empleado privado	96	25%
	Independiente	97	26%
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>
Nivel de ingresos	Menos de 460 USD	83	22%
	461 USD a 600 USD	85	22%
	601 USD a 800 USD	63	17%
	Mas de 800 USD	54	14%
	Ninguno	95	25%
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>
Estado civil	Soltero/a	133	35%
	Casado/a	77	20%
	Divorciado/a	53	14%
	Viudo/a	55	14%
	Unión libre	62	16%
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>
Provincia	Carchi	65	17%
	Pichincha	238	63%
	Manabí	7	2%
	Imbabura	44	12%
	Colombia	20	5%
	México	6	2%
	<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

De acuerdo con la información presentada, la segmentación por género muestra una ligera predominancia del público femenino (54%) sobre el masculino (46%) entre los visitantes encuestados en el cantón Cayambe. Este equilibrio relativo sugiere que la cafetería con temática florícola debería diseñar estrategias que apelen tanto a hombres como a mujeres, con un enfoque que pueda atraer al sector femenino, que constituye la mayoría.

Con respecto a la nacionalidad la mayoría de los encuestados son ecuatorianos (93%), mientras que solo el 7% corresponde a visitantes extranjeros. Por tanto, la demanda principal para la cafetería provendría de locales o turistas nacionales, por esta razón las estrategias de marketing y oferta de productos deberían ajustarse a los gustos y preferencias del consumidor ecuatoriano, aunque también es importante considerar algunas opciones para atraer a visitantes internacionales.

Al tratar la edad como criterio de segmentación, se puede apreciar que la mayor parte de los visitantes encuestados se encuentra en el rango de 16 a 30 años (43%), seguido por el grupo de 31 a 45 años (30%), y finalmente el grupo de 46 a 60 años (28%). Estos resultados demuestran que la cafetería debería enfocarse en atraer a un

público joven y adulto joven, con un ambiente moderno y productos innovadores que resuenen con las tendencias actuales, sin descuidar a las personas de mayor edad que también constituyen una parte significativa de la clientela.

Otro criterio es el nivel de formación donde la mayoría de los encuestados tiene educación secundaria (27%), seguida por quienes poseen un título de grado (26%). Una proporción importante también ha alcanzado un nivel de educación primaria (14%) o cuenta con estudios de posgrado (13%). Con estos resultados se puede señalar que la clientela potencial tiene una diversidad de niveles educativos, por tanto, el marketing y la experiencia en la cafetería deben ser accesibles y atractivos para personas con diversos grados de formación académica.

En el caso de la situación laboral, los encuestados se dividen de manera casi equitativa entre desempleados (26%), empleados públicos (24%), empleados privados (25%) e independientes (26%). Estos resultados permiten conocer que la cafetería tiene la posibilidad de atraer a clientes con diversas situaciones laborales, por lo que sería útil ofrecer una gama de productos accesibles en términos de precios, permitiendo atraer tanto a aquellos con ingresos limitados como a profesionales con mayor poder adquisitivo.

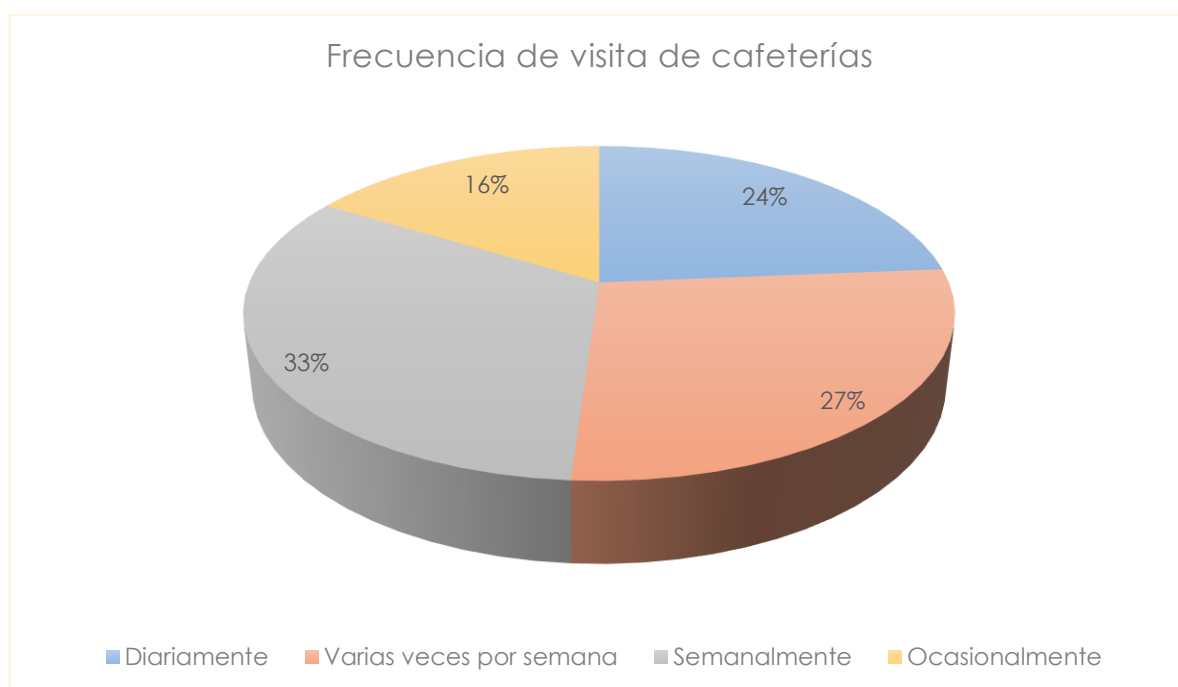
También se observan datos sobre el nivel de ingresos donde se muestra que el 25% de los encuestados no percibe ingresos, mientras que un 22% tiene un ingreso mensual menor a 460 USD y otro 22% se encuentra entre los 461 y 600 USD. Los ingresos de entre 601 y 800 USD corresponden al 17% de los encuestados, y el 14% gana más de 800 USD. Estos datos permiten mencionar que una gran parte de la población tiene ingresos limitados, lo que indica la importancia de ofrecer productos accesibles en la cafetería. A su vez, el 14% con mayores ingresos representa una oportunidad para ofrecer opciones más exclusivas o premium, asegurando una oferta diversa que abarque diferentes rangos de poder adquisitivo.

Además, se encuentra el estado civil donde la mayor parte de los encuestados es soltera (35%), seguido por personas casadas (20%) y en unión libre (16%). Este panorama demuestra que la cafetería podría posicionarse como un espacio atractivo tanto para jóvenes solteros como para parejas, creando un ambiente que pueda ser acogedor para encuentros sociales y familiares, con un enfoque en la diversidad de estados civiles de los clientes.

Por último, se observa que la mayoría de los encuestados proviene de la provincia de Pichincha (63%), lo cual es lógico dado que el cantón Cayambe se encuentra en esta provincia y sugiere que gran parte de la demanda potencial sería local. También se observa una representación significativa de personas provenientes de Carchi (17%) e Imbabura (12%), por ello, la cafetería podría atraer a visitantes de provincias cercanas. En menor medida, hay presencia de visitantes internacionales de Colombia (5%) y México (2%), indicando la oportunidad de atraer a turistas internacionales, aunque este segmento es minoritario. Estos datos refuerzan la importancia de diseñar una estrategia que combine el atractivo para los residentes locales y turistas, tanto nacionales como extranjeros.

- **Frecuencia de visita a cafeterías**

La Figura 3 muestra la frecuencia de visita de los turistas a las cafeterías del cantón Cayambe.



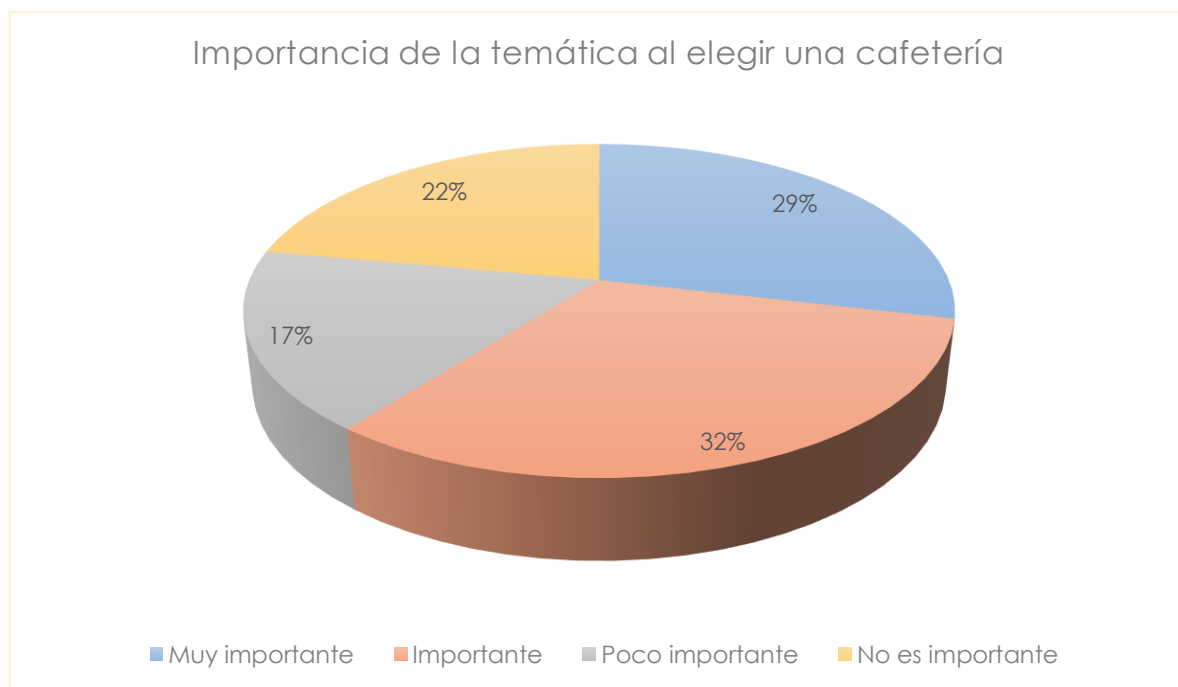
**Figura 3.** Frecuencia de visita a cafeterías

Se observa que un alto porcentaje lo hace semanalmente, representando el grupo mayoritario, lo que indica un hábito de consumo regular. Además, un número significativo de personas visita cafeterías varias veces por semana, lo que refuerza la idea de que existe un interés continuo por estos establecimientos. Un cuarto de los encuestados acude diariamente, lo que subraya la importancia de contar con una oferta constante y atractiva para este segmento que podría convertirse en clientes recurrentes. Finalmente, un 16% visita cafeterías ocasionalmente, lo que representa

una oportunidad de captar más a este grupo mediante promociones o eventos especiales que aumenten la frecuencia de sus visitas. En general, los resultados muestran un mercado con hábitos de consumo estables que puede ser explotado con una propuesta diferenciada, como una cafetería con temática florícola.

- **Importancia de la temática en una cafetería**

La Figura 4 muestra la importancia de la temática al elegir una cafetería.



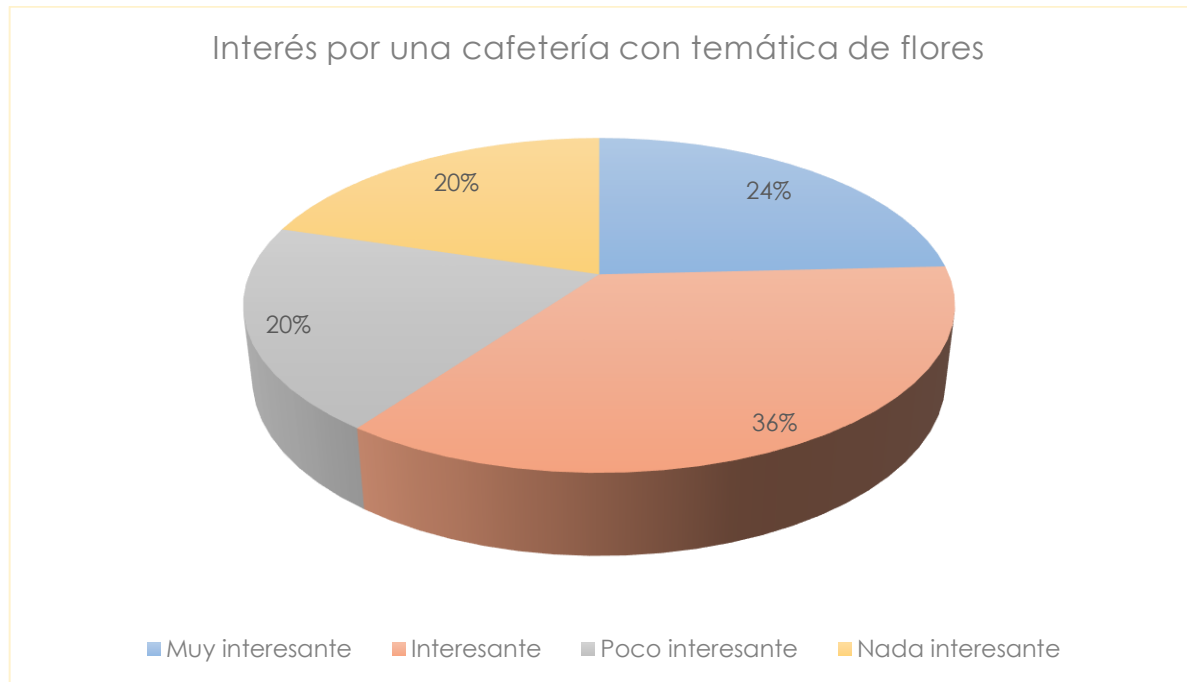
**Figura 4.** Importancia de la temática al elegir una cafetería

El análisis de la importancia que los encuestados otorgan a la temática de una cafetería al momento de elegir dónde acudir revela que la mayoría la considera un factor relevante. De acuerdo con los resultados presentados, una parte significativa de los consumidores valoran la ambientación y el concepto del lugar, lo que podría ser clave para diferenciar una cafetería con temática florícola en el mercado.

Sin embargo, también existe un grupo que no le da mucha importancia al tema o lo considera irrelevante, por tanto, la necesidad de combinar una temática atractiva con otros factores esenciales como la calidad del producto y el servicio para atraer a una audiencia más amplia. Esto refuerza la idea de que el diseño y la experiencia en la cafetería deben complementar, pero no ser el único atractivo del establecimiento.

- **Interés por una cafetería con temática de flores**

La Figura 5 muestra el interés por una cafetería con temática de flores.



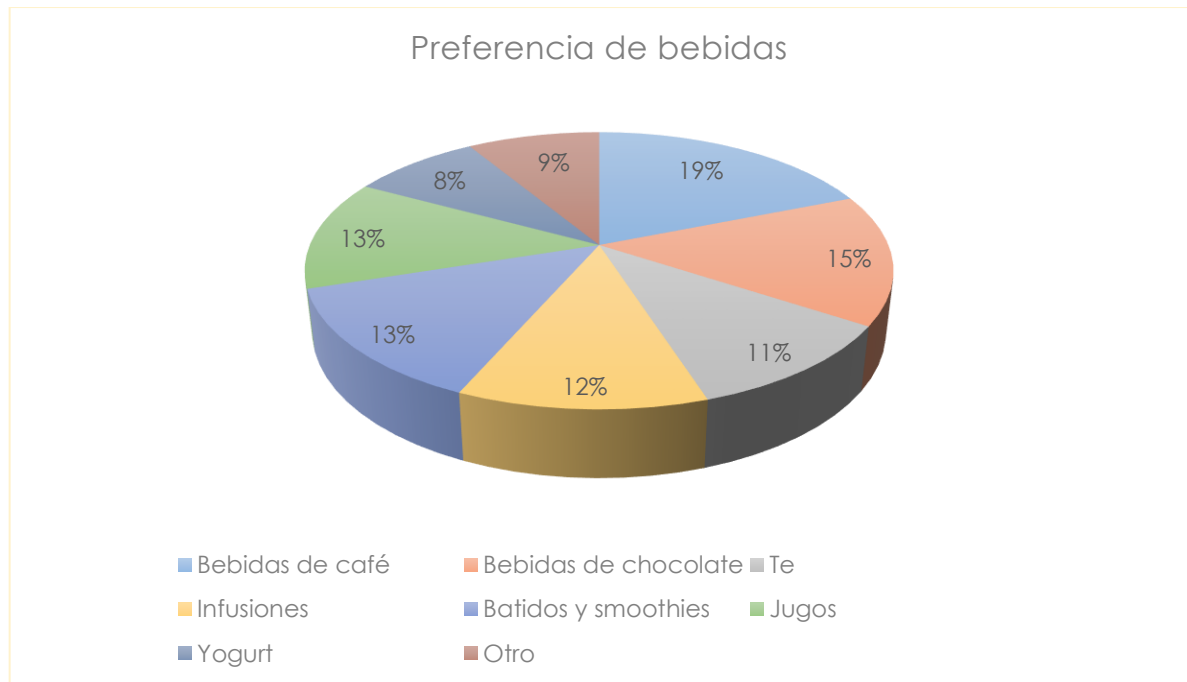
**Figura 5.** Interés por una cafetería con temática de flores

Se muestra una percepción mayormente positiva hacia la idea de una cafetería con temática de flores. Una proporción significativa de los encuestados considera el concepto como “muy interesante” o “interesante”, lo que sugiere que hay un buen nivel de atracción hacia un ambiente floral que podría ofrecer experiencias únicas.

Pese a ello, es relevante notar que una parte considerable de la muestra también lo considera “poco” o “nada interesante”, lo que indica que, aunque la temática floral tiene potencial, también es necesario entender y abordar las razones detrás de esta percepción negativa. Este contraste entre los grupos permite mencionar que la propuesta debe ser cuidadosamente diseñada y promocionada para maximizar su atractivo y conectar con un público más amplio.

- **Preferencia en bebidas**

La Figura 6 muestra la preferencia en bebidas de las personas encuestadas.



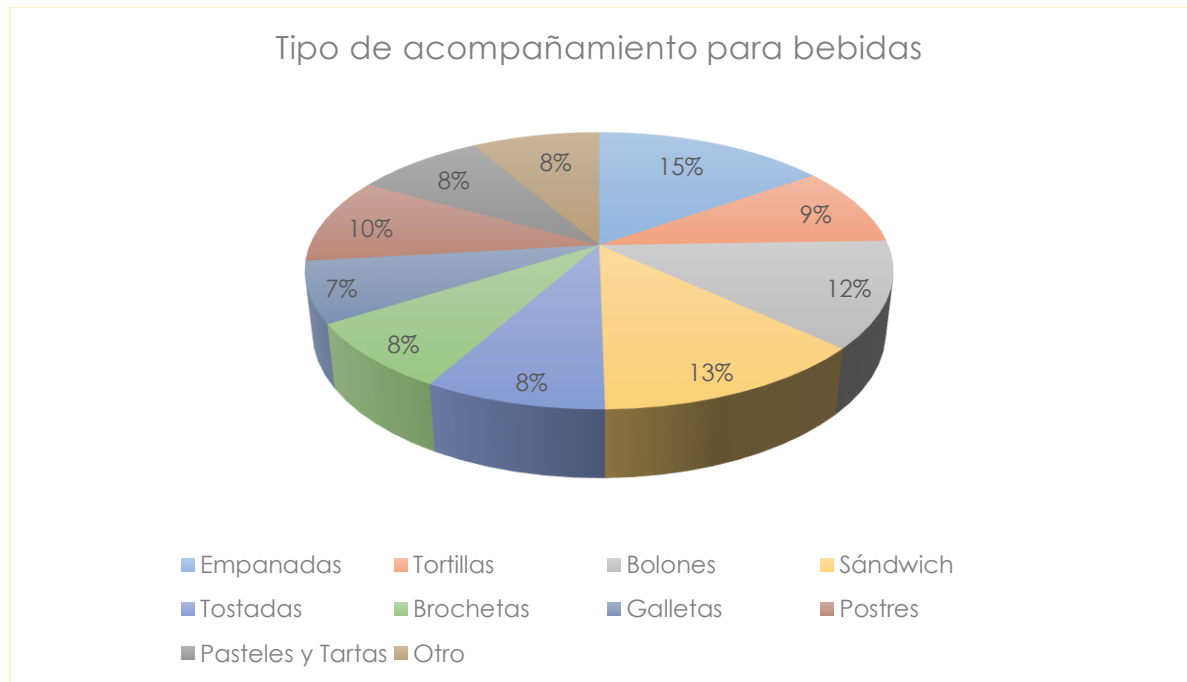
**Figura 6.** Preferencia en bebidas

Se revela una clara inclinación hacia las opciones de café, que se posiciona como la más popular entre los encuestados. Por tanto, una cafetería podría beneficiarse al enfocarse en ofrecer diversas preparaciones y variedades de café, aprovechando su atractivo para atraer a los clientes. Las bebidas de chocolate y los batidos también muestran un interés notable, lo que indica que los consumidores valoran la diversidad en el menú y están abiertos a explorar opciones tanto calientes como frías.

Sin embargo, las categorías de té e infusiones, aunque menos populares, aún representan un nicho significativo, lo que podría permitir a la cafetería expandir su oferta para satisfacer diferentes gustos. En general, la variedad de preferencias permite concluir que una propuesta integral que incluya múltiples tipos de bebidas podría captar un público más amplio y maximizar la satisfacción del cliente.

- **Tipo de acompañamiento para las bebidas**

La Figura 7 muestra el tipo de acompañamiento preferido para bebidas.



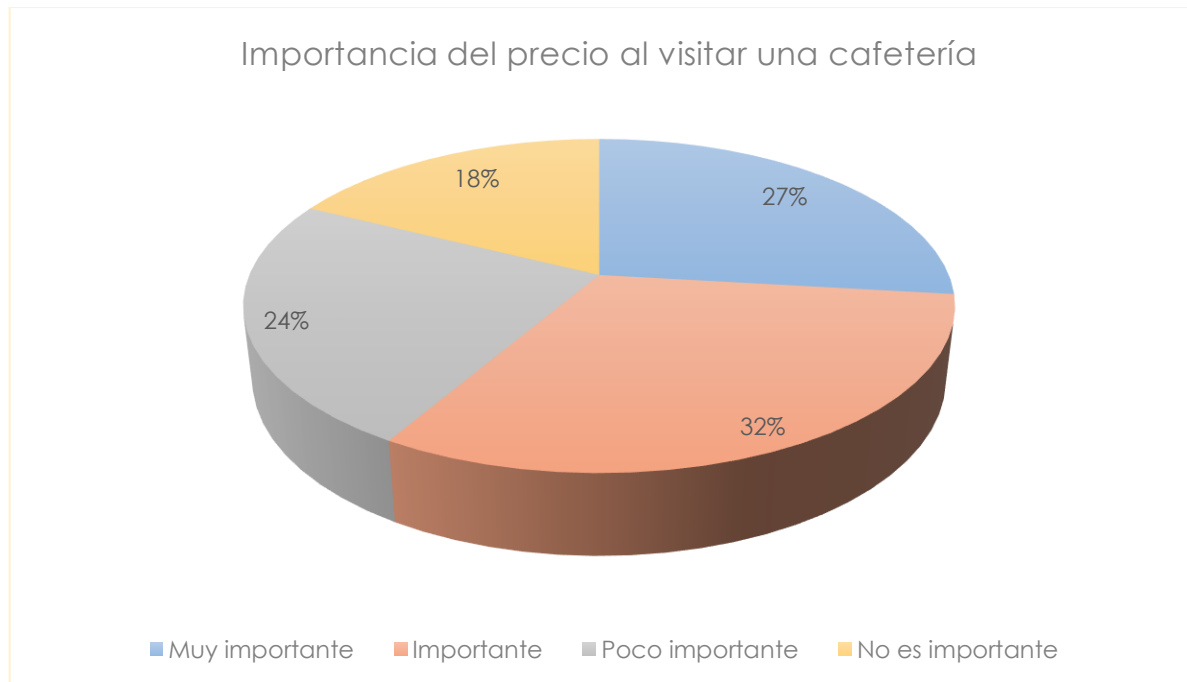
**Figura 7.** Tipo de acompañamiento para bebidas

Se visualiza que existe una variedad de opciones que pueden complementar la experiencia de consumo en la cafetería. Las empanadas destacan como la opción más popular, sugiriendo que este tipo de alimento puede ser un excelente acompañante, gracias a su versatilidad y sabor. Además, los sándwiches y bolones también muestran una buena aceptación, indicando que los clientes buscan opciones que ofrezcan saciedad y comodidad.

Las preferencias por postres y pasteles reflejan un interés que podría ser una oportunidad para ofrecer una selección de opciones frescas y creativas. Aunque algunas categorías, como galletas y brochetas, tienen menor aceptación, aún representan nichos que podrían explorarse. Por tanto, la diversidad en las preferencias sugiere que un menú bien equilibrado, que combine opciones saladas y dulces, podría maximizar la satisfacción del cliente y enriquecer la experiencia general en la cafetería.

- **Importancia del precio al visitar una cafetería**

La Figura 8 muestra la importancia del precio al visitar una cafetería.



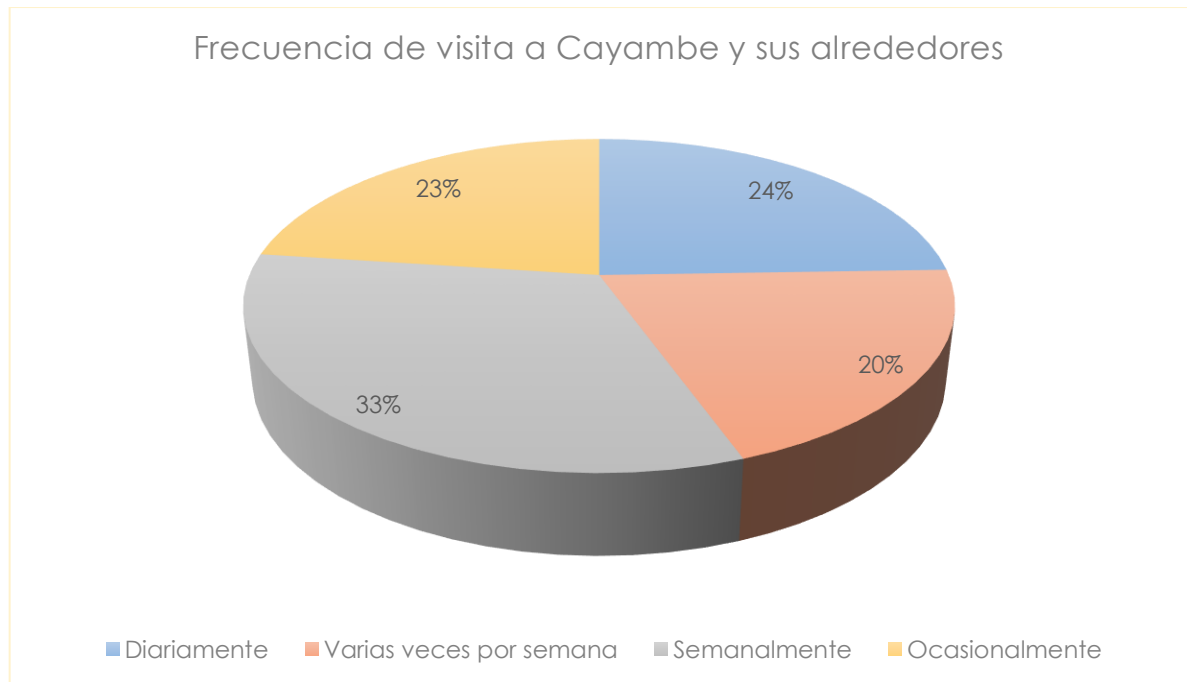
**Figura 8.** Importancia del precio al visitar una cafetería

El análisis de la importancia del precio en la decisión de visitar una cafetería se revela que la mayoría de los encuestados considera este factor como un aspecto clave al momento de elegir un lugar para consumir. Esto muestra que, aunque la calidad del servicio y los productos sean atractivos, el costo sigue siendo determinante en las decisiones de los clientes.

Por otra parte, también es notable que una parte significativa de los encuestados le da menor relevancia al precio, lo que indica que hay un segmento dispuesto a priorizar otros factores, como la experiencia o la calidad. Esto ofrece una oportunidad para que la cafetería explore una estrategia de precios flexible que pueda atraer tanto a los clientes más sensibles al costo como a aquellos que buscan una experiencia única sin preocuparse tanto por el precio.

- **Frecuencia de visita a Cayambe y sus alrededores**

La Figura 9 muestra la frecuencia de visita a Cayambe y sus alrededores.



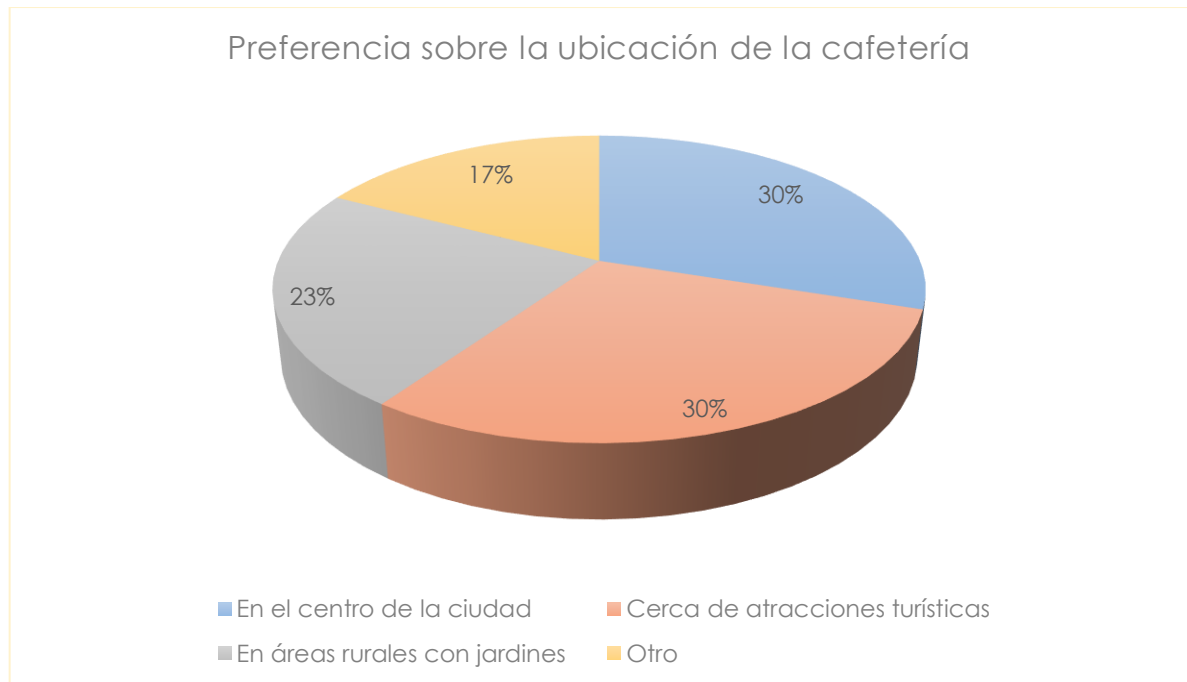
**Figura 9.** Frecuencia de visita a Cayambe y sus alrededores

La frecuencia con la que las personas visitan Cayambe y sus alrededores presenta una dinámica interesante según los resultados encontrados, con una distribución equilibrada entre quienes tienen una presencia constante en la zona y aquellos que la visitan de forma más esporádica. De acuerdo con los datos de la siguiente figura, un porcentaje significativo de los encuestados acude semanalmente, lo que indica una base de clientes potencial recurrente, ideal para establecer una relación sólida con la cafetería a largo plazo.

Aquellos que visitan el área de manera diaria o varias veces por semana también representan una oportunidad clave, ya que podrían convertirse en clientes frecuentes. Por otro lado, las visitas ocasionales reflejan la necesidad de atraer a visitantes menos regulares, quizás mediante promociones o eventos especiales que motiven su regreso. Esta mezcla de frecuencias demuestra que una estrategia que combine atractivos tanto para residentes locales como para turistas o visitantes esporádicos podría ser efectiva para maximizar el tráfico hacia la cafetería.

- **Preferencia sobre la ubicación de la cafetería**

La Figura 10 muestra la preferencia sobre la ubicación de la cafetería.



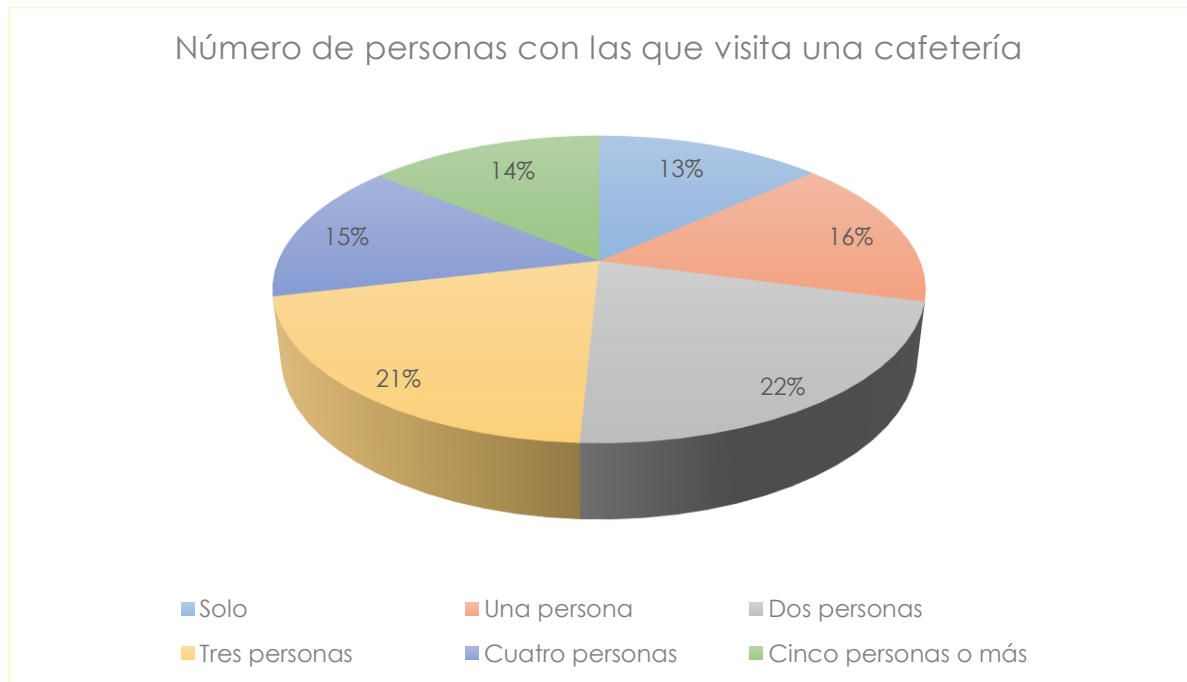
**Figura 10.** Preferencia sobre la ubicación de la cafetería

Se indica que las preferencias sobre la ubicación reflejando una competencia entre dos opciones principales: el centro de la ciudad y las áreas cercanas a atracciones turísticas. Esto muestra que los clientes valoran tanto la accesibilidad como el potencial de atraer a visitantes que exploran los sitios turísticos. El centro de la ciudad, con su alta concurrencia y visibilidad, es una opción lógica para captar un público más amplio, mientras que una ubicación cerca de atracciones turísticas podría atraer a visitantes interesados en una experiencia más completa y alineada con el entorno floral.

Las áreas rurales con jardines, aunque menos populares, ofrecen una oportunidad para aquellos que buscan un ambiente más tranquilo y natural, lo que podría diferenciar a la cafetería de otras opciones. En conjunto, este análisis sugiere que una ubicación estratégica, ya sea en el núcleo urbano o en zonas turísticas, maximizaría las oportunidades de atraer tanto a locales como a visitantes.

- **Número de personas con las que visita una cafetería**

La Figura 11 muestra el número de personas con las que visita una cafetería.



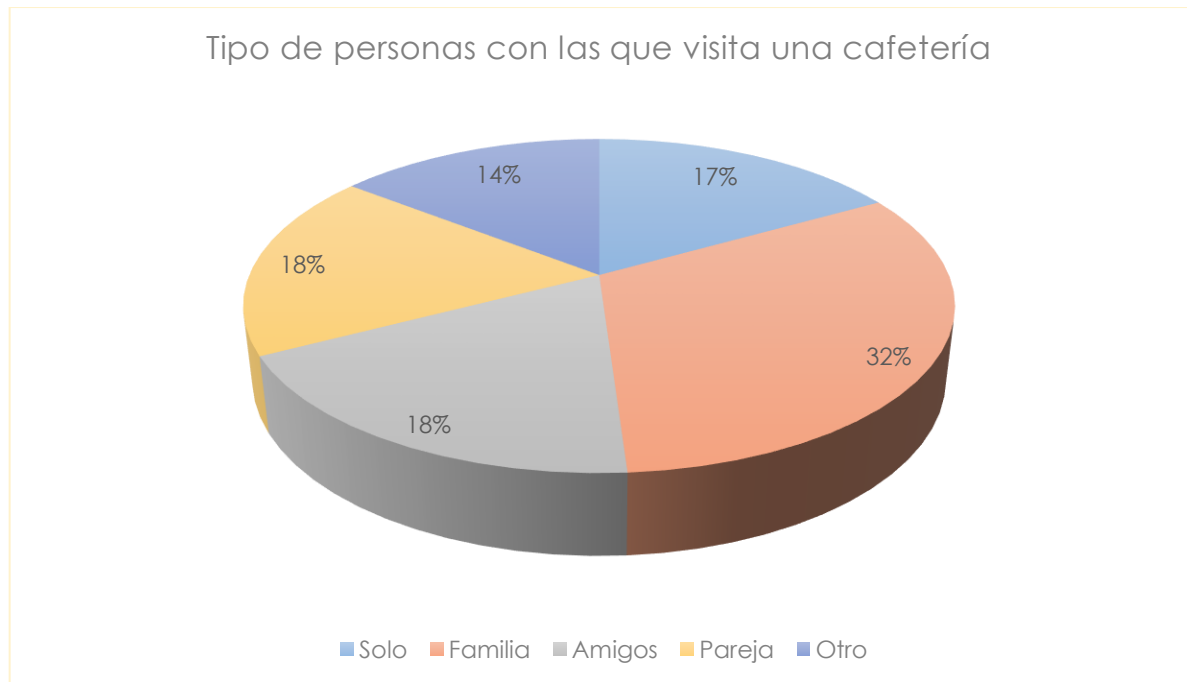
**Figura 11.** Número de personas con las que visita una cafetería

Con respecto al número de personas con las que los clientes suelen visitar establecimientos de alimentos y bebidas se indica que la mayoría de las visitas se realizan en pequeños grupos, de entre dos a tres personas. Por tanto, la experiencia de compartir en un entorno social es una parte importante de las visitas, lo que indica que la cafetería debe considerar la creación de espacios cómodos y acogedores para grupos pequeños.

Sin embargo, también se observa un porcentaje considerable de clientes que asisten solos o con una sola persona, lo que destaca la importancia de ofrecer una experiencia agradable tanto para quienes buscan un momento de tranquilidad personal como para quienes vienen acompañados. La capacidad de acomodar a grupos más grandes también es relevante, ya que una parte significativa de los encuestados menciona visitar con cuatro o más personas. Este análisis muestra que la cafetería debería equilibrar su diseño y oferta para atender tanto a clientes individuales como a grupos de diferentes tamaños.

- **Tipo de personas con las que visita una cafetería**

La Figura 12 muestra el tipo de personas con las que visita una cafetería.



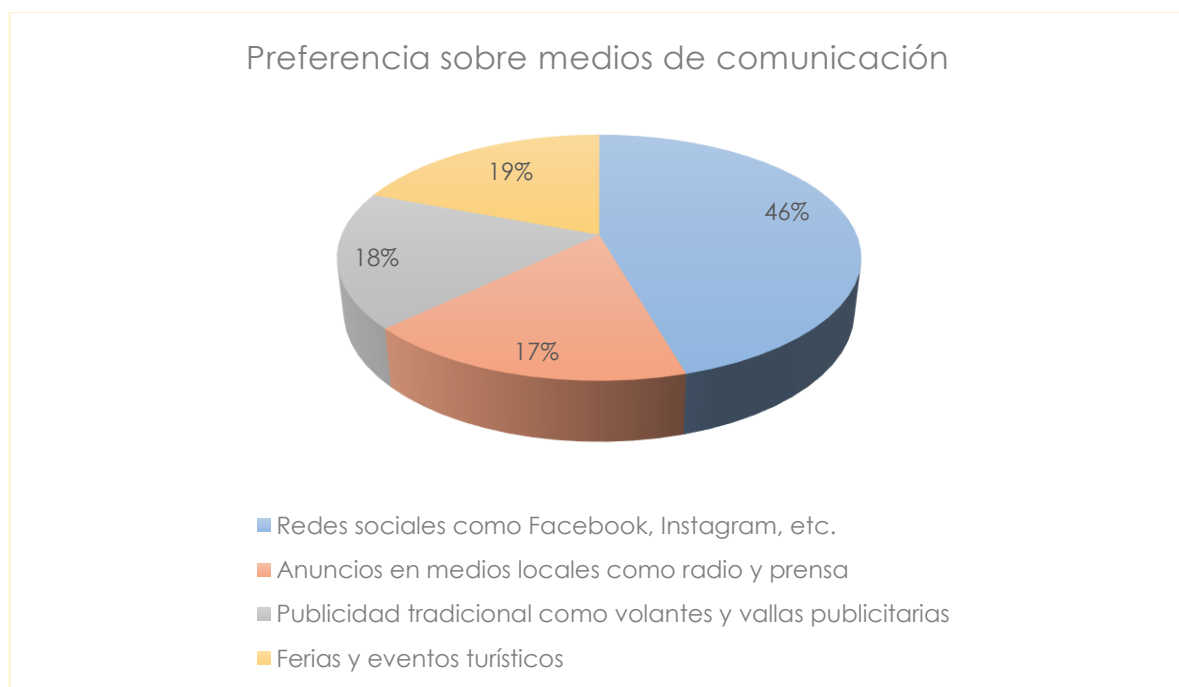
**Figura 12.** Tipo de personas con las que visita una cafetería

Las preferencias sobre con quién suelen visitar los clientes un establecimiento de alimentos y bebidas muestran que la mayoría de las personas prefieren ir acompañadas, principalmente con su familia. Esto sugiere que la cafetería debe ofrecer un ambiente familiar, acogedor y adecuado para todas las edades, dado que es el grupo más común. No obstante, un número significativo de visitas también se realiza en compañía de amigos o parejas, lo que indica que crear un espacio versátil, que funcione tanto para reuniones sociales como para citas, puede ser una estrategia acertada.

Además, un porcentaje considerable de clientes prefiere acudir solo, lo que resalta la importancia de diseñar áreas más íntimas y confortables para quienes buscan disfrutar de su tiempo de manera individual. Por tanto, la cafetería debería tener un ambiente flexible, capaz de adaptarse a diferentes tipos de visitas, desde familiares hasta individuales o de pareja.

- **Preferencia sobre medios de comunicación**

La Figura 13 muestra la preferencia sobre medios de comunicación de las personas encuestadas.



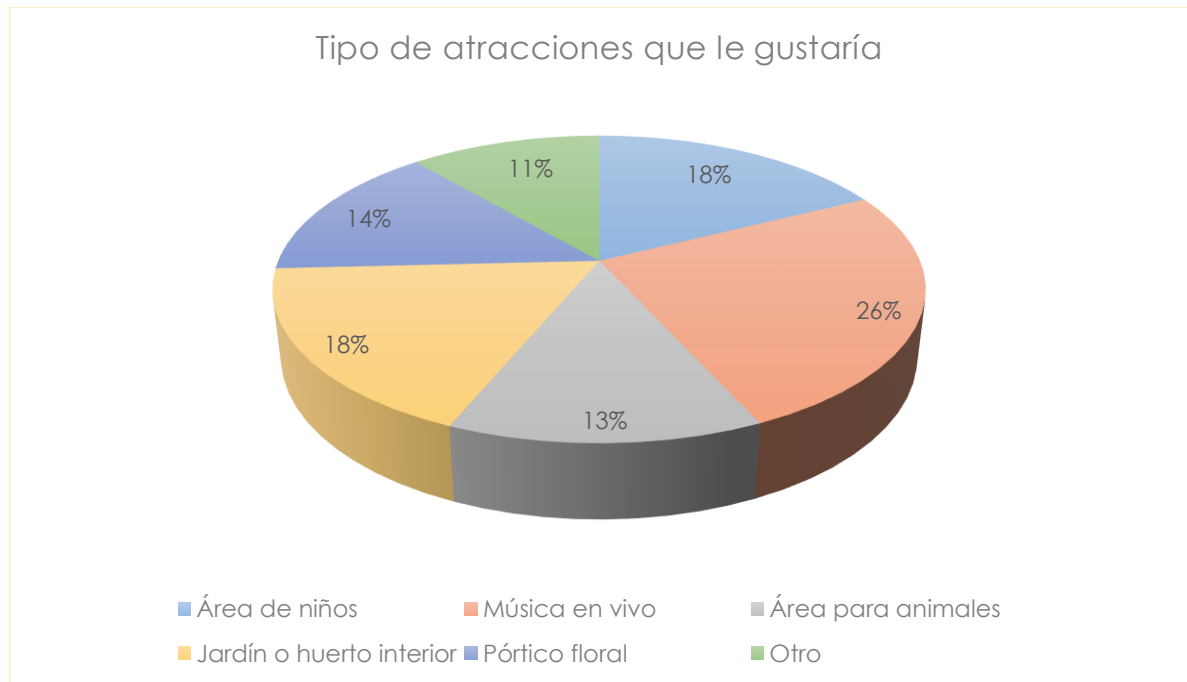
**Figura 13.** Preferencia sobre medios de comunicación

Con respecto a los medios de comunicación preferidos para recibir información sobre una nueva cafetería en Cayambe destaca que las redes sociales son el canal más relevante para los clientes. Esto refleja la importancia de tener una fuerte presencia digital, especialmente en plataformas como Facebook e Instagram, donde una estrategia de marketing efectiva puede alcanzar rápidamente a un amplio público.

Sin embargo, los anuncios en medios tradicionales como la radio y la prensa, así como la publicidad física a través de volantes y vallas, también mantienen un valor considerable, particularmente para atraer a un segmento que aún responde a estos métodos más convencionales. Además, las ferias y eventos turísticos representan una oportunidad clave para captar la atención de un público que busca experiencias locales y novedosas. En conjunto, una estrategia de comunicación que combine presencia digital, medios tradicionales y participación en eventos turísticos maximizaría el alcance y la efectividad del lanzamiento de la nueva cafetería.

- **Tipo de atracciones que les gustaría**

La Figura 14 muestra el tipo de atracciones que les gustaría.



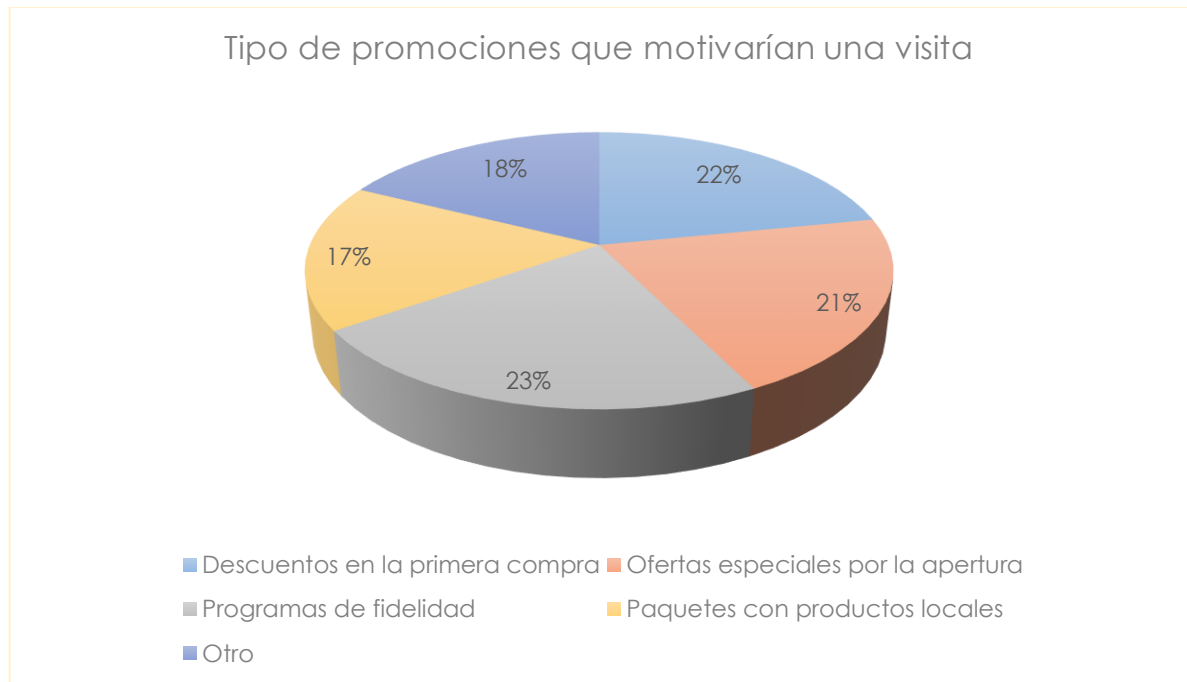
**Figura 14.** Tipo de atracciones que les gustaría

Se puede observar que la música en vivo es la opción más atractiva para los clientes, lo que sugiere que incorporar espectáculos musicales podría mejorar la experiencia y generar un ambiente animado y acogedor. Además, la presencia de áreas como jardines o huertos interiores y espacios dedicados a niños también son bien valoradas, pues son aspectos que los clientes buscan un entorno que combine naturaleza y opciones para disfrutar en familia.

Además, las áreas para animales, aunque menos populares, podrían atraer a un nicho específico de clientes amantes de las mascotas. La inclusión de un pórtico floral refuerza el interés en la temática floral, añadiendo un toque estético que mejora la experiencia visual del lugar. En general, una combinación de música en vivo, espacios naturales y áreas adaptadas a diferentes públicos puede hacer que la cafetería ofrezca una experiencia diferenciada y atractiva para una amplia variedad de clientes.

- **Tipo de promociones que motivarían una visita**

La Figura 15 muestra el tipo de promociones que motivarían una visita.



**Figura 15.** Tipo de promociones que motivarían una visita

Se puede observar que las promociones que motivarían a los clientes a visitar una nueva cafetería en Cayambe, aquí se revela que los programas de fidelidad y los descuentos en la primera compra son los incentivos más atractivos. Esto sugiere que los clientes valoran tanto las oportunidades de ahorro inicial como la posibilidad de obtener beneficios continuos a lo largo del tiempo, lo que puede fomentar la lealtad y las visitas recurrentes.

Las ofertas especiales por la apertura también tienen un impacto considerable, destacando la importancia de captar la atención desde el principio con promociones llamativas. Además, los paquetes con productos locales reflejan el interés por experiencias que integren elementos de la cultura y tradición de la zona, lo que podría diferenciar a la cafetería de la competencia. Una estrategia de promociones que combine descuentos iniciales, programas de fidelización y la incorporación de productos locales sería efectiva para atraer y retener a una base diversa de clientes.

### III. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

#### 3.1. ANALISIS FODA

Para desarrollar un plan de negocio sólido es esencial realizar un análisis estratégico exhaustivo; por ello, la Tabla 6 muestra el análisis FODA de “Swanross Cafetería”.

**Tabla 6.** Análisis FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<b>F.1.</b> Ubicación en el cantón Cayambe, área turística con alto potencial.	<b>O.1.</b> Crecimiento en el turismo y floricultura en Cayambe.
<b>F.2.</b> Enfoque temático único y atractivo (temática florícola), que ofrece una experiencia diferenciada para los visitantes.	<b>O.2.</b> Aumento en el consumo de café entre los jóvenes ecuatorianos, lo cual amplía el mercado objetivo.
<b>F.3.</b> Buen manejo de redes sociales y marketing digital, lo cual permite conectar con el público joven y segmentar adecuadamente.	<b>O.3.</b> Facilidades para el marketing digital que ayudan a fortalecer la marca.
<b>F.4.</b> Variedad de productos de café y opciones sostenibles (ingredientes locales y orgánicos).	<b>O.4.</b> Adopción creciente de prácticas sostenibles que pueden alinearse con la propuesta de la cafetería.
<b>F.5.</b> Gestión operativa eficiente y administración sólida que permite mejorar el control de costos.	<b>O.5.</b> Incremento de la demanda de experiencias únicas y temáticas en cafeterías y restaurantes.
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>D.1.</b> Falta de opciones saludables y veganas en comparación con algunas expectativas del mercado.	<b>A.1.</b> Inestabilidad política y económica que puede afectar las condiciones para las PYMES en Ecuador.
<b>D.2.</b> Presupuesto limitado para grandes campañas de marketing que permitan competir con cafeterías más establecidas.	<b>A.2.</b> Altas tasas de interés que dificultan la financiación y crecimiento de la cafetería.
<b>D.3.</b> Dependencia en el mercado local de Cayambe, limitando el alcance a visitantes de otras regiones.	<b>A.3.</b> Creciente inseguridad en el país, lo cual podría reducir la afluencia de turistas.
<b>D.4.</b> Aún no cuenta con una infraestructura que permita diversificar más el menú o añadir servicios adicionales.	<b>A.4.</b> Competencia con otros cafés bien establecidos en la región que ofrecen productos especializados y menús amplios.
<b>D.5.</b> Limitada capacidad administrativa para adaptar rápidamente el menú a tendencias emergentes como bebidas especiales y opciones sin lactosa.	<b>A.5.</b> La rápida adaptabilidad de competidores a nuevas tendencias como la innovación en bebidas y opciones saludables.

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) proporciona una visión integral de los factores que pueden influir en el éxito del negocio, facilitando la identificación de ventajas competitivas y áreas de mejora. Este análisis es fundamental para orientar la toma de decisiones estratégicas, maximizando las oportunidades del entorno y mitigando los riesgos que podrían afectar la viabilidad y sostenibilidad de la cafetería.

La matriz FODA es una herramienta fundamental para el análisis estratégico y por ello se asignaron puntuaciones a cada uno de los elementos según su relevancia y su impacto potencial en el desarrollo del plan de negocio. La combinación de estas puntuaciones facilita una visión clara y objetiva de los aspectos clave que afectan a la cafetería con temática florícola en el cantón Cayambe, permitiendo tomar decisiones informadas para maximizar su éxito. La Tabla 7 muestra las puntuaciones del análisis FODA.

**Tabla 7.** Análisis FODA – Puntuaciones

		Oportunidades						Amenazas					
FODA		O.1.	O.2.	O.3.	O.4.	O.5.	Promedio	A.1.	A.2.	A.3.	A.4.	A.5.	Promedio
Fortalezas	F.1.	3	2	3	2	3	<b>2,6</b>	2	2	2	3	2	<b>2,2</b>
	F.2.	3	3	3	3	3	<b>3</b>	2	2	2	3	3	<b>2,4</b>
	F.3.	3	3	3	2	3	<b>3</b>	2	2	2	2	3	<b>2,2</b>
	F.4.	2	3	2	3	2	<b>2,4</b>	3	3	2	2	3	<b>2,6</b>
	F.5.	2	2	3	2	2	<b>2,2</b>	3	2	3	2	2	<b>2,4</b>
	<b>Promedio</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>	<b>2,8</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>		<b>2,4</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,6</b>
Debilidades	D.1.	2	3	2	3	3	<b>2,6</b>	3	3	3	3	3	<b>3</b>
	D.2.	2	2	3	2	3	<b>2,4</b>	3	3	2	3	3	<b>2,8</b>
	D.3.	3	2	2	2	3	<b>2,4</b>	3	3	2	2	2	<b>2,4</b>
	D.4.	3	2	2	2	3	<b>2,4</b>	3	3	2	3	3	<b>2,8</b>
	D.5.	3	3	2	3	3	<b>2,8</b>	3	3	3	3	3	<b>3</b>
	<b>Promedio</b>	<b>2,6</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>	<b>3</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2,4</b>	<b>2,8</b>	<b>2,8</b>	

- **Fortalezas con oportunidades**

Las fortalezas F.2. (enfoque temático único y atractivo) y F.3. (buen manejo de redes sociales y marketing digital) permiten aprovechar todas las oportunidades identificadas. El enfoque temático ofrece una experiencia diferenciada que conecta

con el crecimiento del turismo en Cayambe y el interés en experiencias temáticas, mientras que el uso de redes sociales permite llegar efectivamente al público joven y adaptar el mensaje para captar el aumento en el consumo de café y la demanda de prácticas sostenibles. Juntas, estas fortalezas posicionan a la cafetería para maximizar su atractivo y alcance en un mercado en expansión.

Además, el conjunto de fortalezas permite aprovechar de manera óptima la Oportunidad O.3 (facilidades para el marketing digital). La ubicación, el enfoque temático atractivo y el buen manejo de redes sociales se combinan para fortalecer la visibilidad en plataformas digitales, atraer al público objetivo y diferenciarse de la competencia. Además, la variedad de productos sostenibles y la atención al cliente crean una propuesta que resuena especialmente bien en canales digitales, maximizando el alcance y el impacto de las estrategias de marketing en este entorno.

- **Fortalezas con amenazas**

La fortaleza F.4. (variedad de productos de café y opciones sostenibles) permite a la cafetería enfrentar eficazmente las amenazas. Al ofrecer productos diferenciados y sostenibles, la cafetería puede competir con otros establecimientos que también se adaptan a tendencias de innovación y opciones saludables. Esta variedad ayuda a mitigar la amenaza de competencia en la región, al mismo tiempo que responde a la demanda de productos de calidad en un mercado cambiante, aumentando así su capacidad para resistir presiones externas.

Por otra parte, la amenaza más grande para el conjunto de fortalezas es A.5 (la rápida adaptabilidad de competidores a nuevas tendencias, como innovación en bebidas y opciones saludables). Aunque la cafetería cuenta con un enfoque temático único y un buen manejo de marketing digital, esta amenaza plantea el reto de mantenerse actualizada y competitiva frente a otros establecimientos que rápidamente adaptan sus productos y servicios a las preferencias cambiantes del mercado. La flexibilidad y capacidad de innovación de la competencia pueden reducir la ventaja diferencial de la cafetería, haciendo necesario que aproveche al máximo sus fortalezas para seguir destacando en un mercado dinámico.

- **Debilidades con oportunidades**

La debilidad D.5 (limitada capacidad administrativa para adaptar rápidamente el menú a tendencias emergentes) es la que más interfiere en el aprovechamiento de las oportunidades. Aunque existen oportunidades significativas, como el aumento en

la demanda de experiencias únicas y sostenibles, la falta de adaptabilidad limita la respuesta de la cafetería ante nuevas preferencias del mercado, como opciones sin lactosa o bebidas especializadas. Esta limitación reduce la capacidad de aprovechar al máximo el interés creciente del público por la innovación en cafeterías, haciendo necesario trabajar en mejorar la flexibilidad y actualización del menú para responder a las expectativas del mercado.

Además, el conjunto de todas las debilidades de la cafetería interfiere en el aprovechamiento de la Oportunidad O.5 (incremento de la demanda de experiencias únicas y temáticas en cafeterías). La falta de opciones saludables, el presupuesto limitado para marketing, y la dependencia del mercado local limitan la capacidad de la cafetería para atraer y retener a un público en busca de experiencias distintivas. Superar estas debilidades es clave para capitalizar plenamente el interés del mercado en opciones temáticas y sostenibles, alineando la oferta de la cafetería con las expectativas de una clientela que valora la originalidad y la innovación en sus visitas.

- **Debilidades con amenazas**

Las debilidades de la cafetería activan la amenaza de inestabilidad política y económica (A.1), especialmente debido a las limitaciones internas que dificultan la respuesta rápida a condiciones cambiantes. Por ejemplo, la falta de opciones saludables y el presupuesto limitado para marketing pueden empeorar bajo un contexto de inestabilidad, ya que dificultan adaptarse a la fluctuación de costos o atraer nuevos segmentos de clientes. Estas debilidades aumentan la exposición a los efectos de esta amenaza, limitando la competitividad del negocio en un entorno inestable.

De forma similar, las altas tasas de interés (A.2) se ven potenciadas por las debilidades de la cafetería, como el presupuesto limitado y la dependencia del mercado local. Dado que el negocio cuenta con una capacidad financiera reducida, el costo elevado de financiamiento restringe las posibilidades de expansión o de implementación de mejoras, haciendo difícil que la cafetería compita con otros establecimientos que pueden adaptarse rápidamente. Esto refuerza la amenaza de falta de recursos económicos en momentos clave para el crecimiento.

Por otra parte, el conjunto de debilidades de la cafetería, activa la amenaza A.1 (inestabilidad política y económica). La incertidumbre en el entorno político y

económico puede generar un impacto negativo en las pequeñas y medianas empresas, afectando su capacidad para mantenerse competitivas y solventes. Las debilidades internas dificultan la adaptación a estos cambios, limitando las oportunidades de la cafetería para crecer y prosperar en un contexto económico inestable.

Además, estas debilidades también activan la amenaza A.2 (altas tasas de interés). Las tasas de interés elevadas dificultan la obtención de financiación para expandir o mejorar el negocio, lo cual es aún más desafiante cuando la cafetería no cuenta con una infraestructura sólida ni la capacidad administrativa para adaptarse rápidamente. Esto limita las posibilidades de crecimiento y competitividad, dejándola vulnerable frente a las presiones del mercado y la necesidad de diversificación en su oferta.

### 3.2. VISIÓN, MISIÓN, VALORES, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Visión

Para el año 2027 "Swanross Cafetería" quiere ser una empresa líder en el mercado nacional e internacional, reconocida por la calidad e innovación de nuestros productos, impulsando el crecimiento sostenible y contribuyendo al desarrollo económico de nuestras comunidades. Queremos posicionarnos como una referencia en el sector, brindando productos 100% nacionales y destacándonos por nuestra responsabilidad social y compromiso con la satisfacción del cliente.

- Misión

Ofrecer productos de alta calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, promoviendo la identidad y el valor de lo nacional, mediante procesos innovadores, sostenibles y adaptados a los cambios del mercado. Nos comprometemos a fortalecer nuestras alianzas estratégicas y a mejorar continuamente nuestro equipo de trabajo, para así contribuir al desarrollo económico y social de nuestro entorno.

- Valores

**Innovación:** Fomentamos la creatividad y la mejora continua para adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes y al mercado.

**Calidad:** Nos comprometemos a mantener estándares altos en nuestros productos, siendo responsables con los recursos y procesos que empleamos.

**Compromiso Social:** Contribuimos activamente al desarrollo de nuestra comunidad y la sostenibilidad del entorno en el que operamos.

**Integridad:** Actuamos de manera ética y transparente en todas nuestras operaciones, garantizando la confianza de nuestros clientes, empleados y socios.

**Trabajo en Equipo:** Valoramos la colaboración y el esfuerzo conjunto, reconociendo que los mejores resultados se logran al trabajar unidos hacia un objetivo común.

**Orientación al Cliente:** Nos esforzamos por conocer y satisfacer las expectativas y necesidades de nuestros clientes, brindando productos de calidad y atención personalizada.

- Objetivos estratégicos

1. Posicionar la marca en el mercado nacional

Aprovecha la fortaleza de la innovación en productos y responde a la oportunidad de crecimiento de mercado.

2. Incrementar la diversificación de productos mediante la implementación de nuevas tecnologías en los próximos tres años.

Este objetivo responde a la oportunidad de innovar y diversificar productos para enfrentar amenazas de competencia y cambios económicos.

3. Desarrollar y fortalecer alianzas estratégicas con proveedores y distribuidores para reducir costos y mejorar la calidad del servicio.

El objetivo es clave para mitigar la dependencia de proveedores locales y aprovechar la oportunidad de formar alianzas estratégicas.

4. Mejorar la presencia de la marca a través de campañas de marketing digital y una estrategia de publicidad en el próximo año.

Este objetivo aborda la debilidad de tener un presupuesto limitado en marketing y responde a la necesidad de competir eficazmente en el mercado.

### 3.3. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

Para asegurar el crecimiento sostenible de la cafetería con temática florícola en el cantón Cayambe, es fundamental identificar y aplicar estrategias de expansión que respondan tanto a las características del mercado actual como a las oportunidades que surgen en nuevos segmentos.

La matriz Ansoff proporciona un marco estratégico que permite explorar diferentes vías de crecimiento, desde fortalecer la posición en el mercado local con productos existentes, hasta la diversificación mediante la creación de nuevos productos o la expansión hacia otros mercados. A continuación, se presenta la Tabla 8 donde se detallan las estrategias más adecuadas para impulsar el desarrollo de este negocio, con el objetivo de incrementar la visibilidad, la competitividad y la rentabilidad de la cafetería.

**Tabla 8.** Matriz Ansoff – Estrategias de crecimiento

		Productos	
		Existente	Nuevo
Mercado	Existente	<p><b>Penetración de mercado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Promociones y ofertas locales: Ofrecer descuentos o promociones a los residentes de Cayambe para fomentar visitas frecuentes y aumentar la fidelidad del cliente.</li> <li>Publicidad local: Realizar campañas de publicidad local (en radios, periódicos o redes sociales) para atraer a más clientes locales.</li> <li>Eventos especiales: Organizar actividades o eventos temáticos, como un festival de flores o una semana gastronómica, para atraer más clientes locales durante todo el año.</li> </ul>	<p><b>Desarrollo de productos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ampliación del menú: Introducir nuevas bebidas, postres o platos basados en ingredientes florales o que complementen el concepto florícola (por ejemplo, infusiones, postres con flores comestibles, platos temáticos).</li> <li>Productos relacionados: Vender productos adicionales como flores frescas, arreglos florales, o souvenirs florales (tazas, camisas, etc.) con el branding de la cafetería.</li> <li>Menú de temporada: Crear menús especiales según las temporadas de flores o festivales locales, lo que crea exclusividad.</li> </ul>
	Nuevo	<p><b>Desarrollo de mercado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Expansión geográfica: Abrir sucursales en ciudades cercanas o zonas turísticas, llevando la temática florícola a nuevos mercados. Por ejemplo, en localidades cercanas como Otavalo, se puede establecer un establecimiento.</li> <li>Alianzas con agencias turísticas: Atraer turistas internacionales ofreciendo paquetes turísticos con visitas guiadas que incluyan tu cafetería como parte de la experiencia.</li> <li>Mercados online: Crear una tienda en línea para vender productos relacionados con la cafetería, como kits para hacer infusiones de flores o pequeños arreglos florales, y ofrecer entregas a domicilio.</li> </ul>	<p><b>Diversificación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Líneas de productos innovadores: Desarrollar una línea de productos completamente nuevos, como talleres de arreglos florales, visitas educativas sobre la flora local o experiencias de ecoturismo.</li> <li>Tienda de souvenirs y regalos temáticos florales: Vender productos exclusivos como libros sobre la flora local, aceites esenciales, cosméticos a base de flores, o kits de jardinería.</li> <li>Franquicias o licencias: Si el modelo de negocio es exitoso, se puede explorar la posibilidad de licenciar la marca o franquiciar la cafetería, llevando el concepto florícola a otros cantones o incluso otros países.</li> </ul>

Las estrategias de crecimiento basadas en la matriz Ansoff ofrecen un enfoque integral para potenciar el éxito y la expansión de la cafetería con temática florícola en el cantón Cayambe. Estas estrategias no solo fortalecerán la presencia de la cafetería en el mercado actual, sino que también abrirán nuevas oportunidades de negocio, consolidando su posicionamiento y diversificando sus fuentes de ingresos en el largo plazo.

#### 3.4. FUENTES DE VENTAJAS COMPETITIVAS

La cafetería "Swanross" busca posicionarse en el mercado de Cayambe como una opción única que combina la experiencia de un ambiente florícola con un enfoque en productos saludables y accesibles. Por tanto, las fuentes de ventajas competitivas se basan en una combinación de características diferenciales clave que le permitirán destacarse en el mercado de Cayambe frente a los competidores ya establecidos. Estas fuentes pueden agruparse en las siguientes áreas:

- **Propuesta temática única:**

"Swanross Cafetería" busca diferenciarse mediante una temática florícola, algo que no es común entre los competidores locales. Esta propuesta añade un valor estético y experiencial, creando un ambiente que puede atraer tanto a locales como a turistas en busca de una experiencia única, más allá del producto consumido. La temática será un factor diferenciador que ayuda a consolidar una identidad de marca fuerte y memorable, logrando fidelizar a clientes interesados en el aspecto visual y en la originalidad del entorno.

- **Enfoque en productos saludables y alternativas nutricionales:**

Dado que muchos competidores carecen de opciones saludables en sus menús, "Swanross Cafetería" puede aprovechar esta oportunidad ofreciendo una gama de productos que incluyan opciones bajas en azúcar, alternativas veganas, sin lactosa y productos que se alineen con las tendencias de bienestar. Este enfoque no solo atrae a un público consciente de su salud, sino que también amplía el mercado objetivo, captando a consumidores con dietas específicas o preferencias de estilo de vida.

- **Diversificación en bebidas y opciones personalizadas:**

Varios competidores, como Cannelina y Marcus, muestran una oferta limitada de bebidas. Swanross puede capturar esta debilidad introduciendo una variedad de

opciones innovadoras como bebidas florales, infusiones herbales y preparaciones personalizables. La posibilidad de personalizar y experimentar con diferentes sabores contribuirá a la diferenciación de "Swanross Cafetería", atrayendo a clientes interesados en probar productos nuevos y únicos.

- **Estrategia de precios competitivos:**

La mayoría de los competidores tiene precios que oscilan entre \$1,00 y \$4,00, y algunos como Café del Jinete tienen precios más elevados en alimentos. "Swanross Cafetería" puede aprovechar este aspecto ofreciendo productos de alta calidad a precios razonables, logrando un equilibrio entre calidad y accesibilidad. Esto posicionará a la cafetería como una opción atractiva para una amplia gama de clientes, sin comprometer la rentabilidad.

- **Marketing y promoción efectiva:**

Según el análisis de la Matriz de Perfil Competitivo, los competidores presentan algunas deficiencias en marketing. "Swanross Cafetería" debe implementar una estrategia de marketing que combine medios tradicionales con una sólida presencia en redes sociales para captar tanto al público local como al turista. Una estrategia bien estructurada, que destaque la temática y los productos diferenciados, permitirá generar un mayor reconocimiento de marca y atraer a un flujo constante de clientes.

- **Gestión administrativa y eficiencia operativa:**

La mayoría de los competidores presenta puntuaciones bajas en capacidad administrativa y eficiencia operativa, lo que indica una debilidad en su estructura de gestión y en la experiencia de atención al cliente. "Swanross Cafetería" puede capitalizar esta área implementando una estructura operativa eficiente, con un enfoque en la capacitación de su personal y la optimización de procesos. Esta ventaja permitirá a la cafetería ofrecer un servicio consistente y de alta calidad, garantizando una experiencia positiva que refuerce la lealtad de los clientes.

- **Calidad de proveedores y control de insumos:**

Trabajar con proveedores que garantizan productos de alta calidad en todos los insumos clave, desde el café hasta los equipos industriales y de limpieza para asegurar consistencia en la calidad del producto y confianza en la capacidad de la cafetería para cumplir con los estándares esperados por los clientes. Contar con proveedores confiables contribuye a la ventaja competitiva al minimizar problemas

en la cadena de suministro y mantener la satisfacción del cliente. Estas ventajas competitivas permitirán que la cafetería se posicione como una opción destacada en Cayambe, captando la atención de un segmento de clientes que valora la experiencia, la calidad y la autenticidad en su consumo de alimentos y bebidas.

### 3.5. ALIANZAS ESTRATÉGICAS

"Swanross Cafetería" se beneficiará de una red de alianzas estratégicas que abarcan diferentes áreas clave para el éxito del negocio, desde la cadena de suministro hasta la promoción y el posicionamiento en el mercado. Estas asociaciones no solo optimizan la operación, sino que también aportan valor agregado al servicio y mejoran la experiencia del cliente.

**Proveedores de Insumos y Equipos Industriales:** Los proveedores como Almacenes Japón, Comisariato Cadena, y Kiwi Cayambe aseguran que la cafetería cuente con los equipos, insumos y mobiliario de alta calidad necesarios para sus operaciones. Esta alianza garantiza un suministro constante de productos frescos, un equipamiento confiable y un entorno cómodo para los clientes. La relación con proveedores locales y especializados contribuye a que "Swanross Cafetería" mantenga altos estándares de calidad en su servicio.

**Socios tecnológicos:** Las alianzas con empresas como Wanqara y Difotec aportan a la infraestructura digital, permitiendo la implementación de un sistema de punto de venta eficaz, una página web atractiva, y soluciones de seguridad como cámaras de vigilancia. La tecnología es fundamental para optimizar la operación y brindar a los clientes un servicio rápido y seguro. Además, el uso de herramientas tecnológicas avanzadas mejora la gestión de inventarios y la trazabilidad de productos, lo cual refuerza la eficiencia operativa.

**Productores locales y proveedores de productos orgánicos:** En apoyo a la economía local y en sintonía con la demanda de productos sostenibles, "Swanross Cafetería" podría establecer alianzas con productores agrícolas y proveedores de productos orgánicos en la región. Estos acuerdos no solo ayudan a reducir la huella de carbono de la empresa, sino que también fortalecen la oferta diferenciada, resaltando productos frescos, de temporada y cultivados bajo prácticas sostenibles.

**Instituciones educativas y centros de capacitación:** Se puede forjar alianzas con instituciones educativas, centros de capacitación en hostelería, y gastronomía para el reclutamiento de talento y el desarrollo de pasantías. Esto permitiría a la empresa

incorporar personal capacitado y al mismo tiempo ofrecer oportunidades de formación práctica. Estas alianzas también permiten a "Swanross Cafetería" contribuir al desarrollo profesional en la comunidad, promoviendo un ambiente laboral enriquecedor y comprometido con el crecimiento del talento humano.

**Organizaciones de turismo y cultura:** Para potenciar su identidad temática florícola y fortalecer su marca en la región, "Swanross Cafetería" puede establecer relaciones con organizaciones de turismo, oficinas de promoción cultural y asociaciones de eventos en Cayambe. Estas alianzas brindan una excelente oportunidad para destacar en eventos locales, como festivales y ferias culturales, permitiendo a la cafetería atraer turistas y locales interesados en experiencias temáticas únicas.

**Agencias de marketing y redes sociales:** Colaborar con agencias de marketing y expertos en redes sociales es crucial para posicionar la marca de manera efectiva. Estas asociaciones pueden desarrollar campañas digitales y promocionales que resalten la temática florícola y las cualidades únicas del lugar, aumentando el alcance y la fidelidad de los clientes. El trabajo con influencers locales y campañas de marketing digital permite atraer a un público más amplio y mejorar el reconocimiento de la marca.

**Alianzas con aplicaciones de entrega a domicilio y servicios de reservación en línea:** Asociarse con plataformas de delivery y servicios de reservación en línea ofrece una ventaja competitiva al hacer que "Swanross Cafetería" esté más accesible para el público. Esta alianza es especialmente importante para captar clientes que prefieren disfrutar de sus productos desde la comodidad de sus hogares o que buscan reservar con anticipación. Las plataformas de entrega permiten a la empresa expandir su mercado y ofrecer conveniencia a los clientes.

**Organizaciones ambientales y de responsabilidad social:** Finalmente, una alianza con organizaciones que promuevan la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa ayudaría a la cafetería a construir una imagen positiva y comprometida con la comunidad y el medio ambiente. Estas colaboraciones permiten implementar prácticas ecológicas, como el reciclaje, la reducción de residuos, y el uso de materiales sostenibles. Involucrarse en iniciativas de responsabilidad social también refuerza el compromiso de la empresa con el desarrollo de la comunidad local y el cuidado ambiental, valores cada vez más importantes para los consumidores.

Estas alianzas estratégicas potencian la operación y el impacto de "Swanross Cafetería" en múltiples áreas. Trabajar con socios clave en tecnología, marketing, educación, y sostenibilidad contribuye al posicionamiento de la empresa como un referente de calidad e innovación en el sector de cafeterías temáticas.

## IV. PLAN DE MARKETING

### 4.1. PLANEACIÓN DE PRODUCTOS (BIENES Y SERVICIOS)

En "Swanross Cafetería", la oferta no se limita a productos tradicionales; busca incorporar elementos distintivos que reflejen su esencia floral, desde recetas innovadoras hasta servicios personalizados, que cautiven los sentidos de sus clientes.

#### 4.1.1. Productos de "Swanross Cafetería"

La Tabla 9 muestra la lista de productos de "Swanross Cafetería".

**Tabla 9.** Lista de productos de "Swanross Cafetería"

<b>Bebidas</b>	<b>Acompañados</b>
<b>Coffe lover</b> (Café de chuspa)	<b>Sanduche Black Pearl</b> (Sanduche de pollo y tocino)
<b>Charming Black</b> (Americano expreso)	<b>Tostada Gold Strike</b> (Tostada jamón y queso)
<b>Vendela latte</b> (Café Latte frio o caliente)	<b>Kahala</b> (Empanada de queso o pollo)
<b>Peach Wave</b> (Café con leche)	<b>Wasabi Corn</b> (Humitas)
<b>Silantoi Cappuccino</b> (Frio o Caliente)	<b>Sugar Moon</b> (Quimbolitos)
<b>Portrait Mocaccino</b> (Chocolate o acaramelado)	<b>Allpa p'ukru Tibet</b> (Tortilla de tiesto)
<b>Red Explorer</b> (Aromática frutos rojos)	<b>T'anta Carnelian</b> (Bizcocho)
<b>Sorbetto Rosso</b> (Té helado)	<b>Torta Frutteto</b> (Torta de Chocolate, naranja, platano con nuez)
<b>Green Tea</b> (Aromatica Natural menta,cedron,manzanilla,etc)	<b>Circus Muffin</b>
<b>¡Frappé Cherry O!</b> (Caffe,Fresa o mora)	
<b>Tutti Frutti Juices</b> (Jugos Naturales)	
<b>Natural Revolution</b> (Batidos Naturales)	

Para desarrollar una descripción detallada de los productos de "Swanross Cafetería", es importante enfocarse en cada aspecto que contribuye a la experiencia general del cliente y que refuerza la identidad única de la cafetería. A continuación, se explica los productos que se desarrollan.

**Bebidas:**

- Café de chuspa, americano, latte, cappuccino, y mocaccino (chocolate o caramelo): Bebidas tradicionales y especializadas que destacan por su calidad y aroma. Se elaboran con granos seleccionados, garantizando una experiencia auténtica de café.
- Aromáticas: Infusiones naturales elaboradas con hierbas y frutas frescas, reflejando la conexión con la naturaleza.
- Té helado, frappés y bebidas frías: Alternativas refrescantes con opciones innovadoras como el cappuccino frío y jugos naturales de frutas locales.

**Acompañamientos:**

- Opciones saladas (sanduches, empanadas, humitas, tortillas de tiesto): Productos elaborados con ingredientes frescos, diseñados para complementar las bebidas. Cada receta refleja la tradición culinaria local y se presenta con un toque moderno.
- Opciones dulces (tortas, quimbolitos, muffins): Repostería de alta calidad, con recetas caseras que incorporan sabores familiares como chocolate, plátano con nuez, y bizcochos.

#### 4.1.2. Descripción en base a beneficios y características

"Swanross Cafetería" ofrece un menú diverso que combina opciones tradicionales y contemporáneas, adaptándose a diferentes gustos y preferencias de los clientes. Todos los productos se elaboran con ingredientes frescos y naturales, fortaleciendo la conexión con el entorno y garantizando un sabor auténtico; además, se brinda una atención personalizada en un ambiente acogedor que fomenta la tranquilidad y el disfrute de los visitantes.

La presentación de los alimentos y bebidas es un detalle distintivo en "Swanross Cafetería". Se utilizan vajillas decorativas con motivos florales que refuerzan la identidad del negocio y brindan una experiencia visual atractiva; en cuanto a los pedidos para llevar, se emplean empaques alineados con la temática de naturaleza y sostenibilidad que caracteriza a la marca. El portafolio de la cafetería es amplio y abarca una selección de bebidas calientes y frías, así como acompañamientos dulces y salados; además, los productos tienen la temática de flores, en especial rosas, permitiendo que los clientes refuercen la experiencia individualizada que ofrece la cafetería.

## 4.2. FIJACIÓN DE PRECIOS

Con respecto a la fijación de precios, "Swanross Cafetería" opta por el método de fijación en base a los costos. Se considera este método para garantizar la rentabilidad del negocio pues el cálculo adecuado permite cubrir gastos operativos, materias primas, sueldos y los costos tanto fijos como variables, asegurando un margen de ganancia justo. Además, establecer los precios de la cafetería en base a los costos evita pérdidas y facilita una estrategia competitiva en el mercado, porque permite ofertar productos accesibles sin comprometer su calidad y sin afectar la viabilidad financiera del emprendimiento. Los precios de los productos pueden observarse en la Tabla 10 y en el menú digital del Anexo 4.

**Tabla 10.** Precios de los productos que oferta "Swanross Cafetería"

<b>Productos</b>	<b>Precios</b>
<b>Bebidas</b>	
Coffe lover (Café de chuspa)	\$1,00
Charming Black (Americano expreso)	\$1,50
Vendela latte (Café latte, caliente o frio)	\$1,75
Peach Wave (Café con leche)	\$1,50
Silantoi Cappuccino (caliente o frio)	\$2,00
Portrait Mocaccino (chocolate o acaramelado)	\$2,50
Green tea (Aromáticas natural: menta, cedrón, manzanilla, etc.)	\$1,00
Red explorer (Aromática frutos rojos)	\$1,00
Sorbetto (Té helado)	\$1,00
¡Frappé Cherry O! (café, fresa, mora)	\$1,75
Tutti Frutti Juices (Jugos: naranja, fresa, mora, tomate, naranjilla, etc.)	\$1,50
Natural revolution (Batidos: plátano, taxo, mora, fresa, etc.)	\$1,75
<b>Acompañamientos</b>	
Sanduche Black Pearl (pollo o tocino)	\$2,50
Tostada Gold Strike (Tostada de jamón y queso)	\$1,25
Kahala (Empanada queso o pollo)	\$2,50
Wasabi corn (Humitas)	\$1,75
Sugar Moon (Quimbolitos)	\$1,75
Allpa p'ukru Tibet (Tortilla de tiesto)	\$0,75
T'anta Carnelian (Bizcocho)	\$0,25
Torta Frutteto (chocolate, naranja o plátano con nuez)	\$0,80
Circus Muffin	\$0,80

## 4.3. DISTRIBUCIÓN

La distribución de productos que se lleva a cabo en "Swanross Cafetería" es de forma directa, es decir, que el proceso de compra y venta se hace directamente con el

cliente; este modelo asegura que los diferentes productos lleguen directamente a los clientes asegurando un control total sobre la calidad, la experiencia del cliente y la fidelización. También, se implementará de ser necesario ventas a domicilio dependiendo de las demandas del mercado objetivo.

#### 4.4. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Dada la naturaleza de "Swanross Cafetería" se propone una estrategia de promoción efectiva y de bajo costo que aproveche las plataformas digitales y el atractivo único del negocio. La Tabla 11 muestra el cronograma del plan de marketing propuesto.

**Tabla 11.** Cronograma del plan de marketing "Swanross Cafetería"

Mes	Actividades principales	Presupuesto estimado
1	Diseño de redes sociales (Instagram, Facebook y Página web). Presentación del concepto temático y menú	\$5
2	Campaña "Conoce a Swanross Cafetería": 5 publicaciones semanales.	\$10
3	Lanzar sorteo: "Gana un café con rosas". Consiste en premiar a un ganador con un proyecto estrella entregando boletos tipo raspa y gana.	\$15
4	Activar programa de fidelización con tarjetas físicas (5 visitas y se obtendrá un producto gratis)	\$10
5	Colaboración con influencers locales con la finalidad de darse a conocer en una comunidad de jóvenes más grande	\$20
6	Publicidad en Facebook e Instagram segmentada no solo para Cayambe sino enfocada en sus visitantes	\$40

El plan de marketing para "Swanross Cafetería" se basa en una estrategia progresiva con un presupuesto limitado de \$100 distribuidos en seis meses. Cada mes contempla acciones específicas: desde la creación de redes sociales y presentación del concepto, hasta campañas de publicaciones, sorteos, fidelización de clientes, colaboración con influencers y publicidad digital segmentada. Esta planificación escalonada busca posicionar la marca, mantener la conexión con los clientes y ampliar su alcance, todo de manera coherente y eficiente según los recursos disponibles.

##### 4.4.1. Redes sociales como canal principal

Actualmente es indispensable emplear estos medios debido a la accesibilidad que tienen los clientes de la cafetería. Aquí se opta por los siguientes elementos:

Creación de perfiles activos en Instagram y Facebook: Publicar contenido visualmente atractivo relacionado con la temática florícola, como imágenes del local, bebidas decoradas y eventos especiales.

Historias interactivas: Publicar encuestas, trivias y “elige tu favorito” en las historias para aumentar el nivel de compromiso de los consumidores con la marca.

Publicaciones con temática estacional: Destacar promociones o bebidas especiales según la temporada (ejemplo: “Especial de primavera” con rosas).

Uso de hashtags locales: Ejemplo: #CafeteríasCayambe, #SwanrossCafetería, #RosasyCafé.

La Figura 16 muestra la página de Instagram de “Swanross Cafetería”.

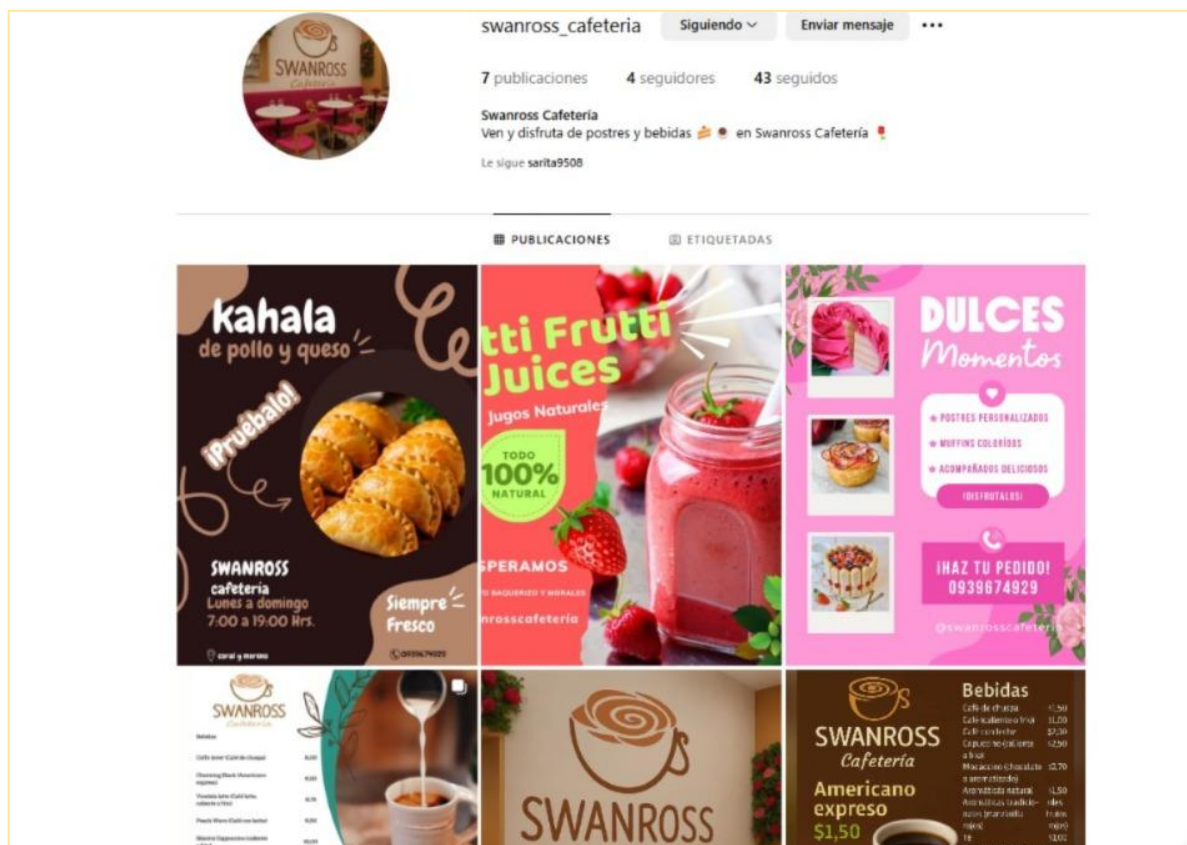


Figura 16. Instagram de “Swanross Cafetería”

La Figura 17 muestra la página de Facebook de “Swanross Cafetería”.



Figura 17. Facebook de “Swanross Cafetería”

La Figura 18 muestra la página web de “Swanross Cafetería”.



Figura 18. Página web de “Swanross Cafetería”

La Figura 19 muestra el post publicitario 1 de "Swanross Cafetería".



**SWANROSS**  
*Cafetería*

**Bebidas**

Coffe lover (Café de chuspa)	\$1,00
Charming Black (Americano expreso)	\$1,50
Vendela latte (Café latte, caliente o frio)	\$1,75
Peach Wave (Café con leche)	\$1,50
Silantoi Cappuccino (caliente o frio)	\$2,00
Portrait Mocaccino (chocolate o acaramelado)	\$2,50
Green tea (Aromáticas natural: menta, cedrón, manzanilla, etc.)	\$1,00
Red explorer (Aromática frutos rojos)	\$1,00
Sorbetto (Té helado)	\$1,00
iFrappé Cherry O! (café, fresa, mora)	\$1,75
Tutti Frutti Juices (Jugos: naranja, fresa, mora, tomate, naranjilla, etc.)	\$1,50
Natural revolution (Batidos: plátano, taxo, mora, fresa, etc.)	\$1,75

**Figura 19.** Post publicitario 1 de "Swanross Cafetería"

La Figura 20 muestra el post publicitario 2 de "Swanross Cafetería".

**SWANROSS**  
*Cafetería*

**Acompañamientos**

Sanduche Black Pearl (pollo o tocino)	\$2,50
Tostada Gold Strike (Tostada de jamón y queso)	\$1,25
Kahala (Empanada queso o pollo)	\$2,50
Wasabi corn (Humitas)	\$1,75
Sugar Moon (Quimbolitos)	\$1,75
Alpa p'ukru Tibet (Tortilla de tiesto)	\$0,75
T'anta Carnelian (Bizcocho)	\$0,25
Torta Frutteto (chocolate, naranja o plátano con nuez)	\$0,80
Circus Muffin	\$0,80

**Figura 20.** Post publicitario 2 de "Swanross Cafetería"

La Figura 21 muestra el post publicitario 3 de "Swanross Cafetería".

**DULCES**  
*Momentos*

- ★ POSTRES PERSONALIZADOS
- ★ MUFFINS COLORÍDOS
- ★ ACOMPAÑADOS DELICIOSOS

**¡DISFRUTALO!**

**¡HAZ TU PEDIDO!**  
**0939674929**

@swanrosscafetería

The advertisement features a vibrant pink background with decorative floral elements. On the left, three Polaroid-style photos showcase different desserts: a rose-shaped cake, a fruit-topped muffin, and a fruit-topped cake. On the right, a white rounded rectangle contains a list of services, and a pink rounded rectangle below it displays the phone number. The overall design is clean and visually appealing.

Figura 21. Post publicitario 3 de "Swanross Cafetería"

La Figura 22 muestra el post publicitario 4 de "Swanross Cafetería".



Figura 22. Post publicitario 4 de "Swanross Cafetería"

La Figura 23 muestra el post publicitario 5 de "Swanross Cafetería".

**Kahala**  
de pollo y queso

**¡Pruébalo!**



**SWANROSS**  
cafetería  
Lunes a domingo  
7:00 a 19:00 Hrs.

📍 coral y moreno

**Siempre Fresco**

☎ 0939674929

Figura 23. Post publicitario 5 de "Swanross Cafetería"

La Figura 24 muestra el post publicitario 6 de "Swanross Cafetería".



The advertisement features a dark brown background. At the top left is the logo for Swanross Cafetería, which consists of a stylized coffee cup with a swirl inside, followed by the letter 'S'. Below the logo, the name 'SWANROSS' is written in large, bold, yellow capital letters, and 'Cafetería' is written in a smaller, yellow, cursive font. The main product being advertised is 'Charming Black', shown in a white coffee cup on a saucer. The price '\$1,50' is displayed in large green text. Below the coffee cup is a small purple flower. In the center, there is a plate of several golden-brown, crescent-shaped pastries. Below the plate, the name 'Chili love' is written in large, bold, yellow capital letters, and the price '\$2,50' is displayed in large green text. On the right side of the advertisement, there are two menu sections: 'Bebidas' and 'Acompañados', both in yellow text. Each section lists various items and their prices in white text.

**SWANROSS**  
*Cafetería*

**Charming Black**  
**\$1,50**

**Chili love**  
**\$2,50**

**Bebidas**

Coffe lover	\$1,50
Charming Topaz	\$1,00
Sanduche Black Pearl	\$2,00
Vendela latte	\$2,00
Peach Wave	\$2,00
Silantoi Cappuccino	\$2,50
Partrait Mocaccino	2,70
Pink Floyd	1,50
Sorbetto Rosso	2,00
T'anta Carnelian	1,00
Circus Muffin	2,00

**Acompañados**

Sanduche Topaz	\$2,50
Sanduche Black Pearl	\$2,50
Tostada Gold Strike	1,70
Kehala Chesse	1,70
Chili love	2,50
Wasabi Corn	1,70
Sugar Moon	1,00
Allpa p'ukru Tibet	1,00
T'anta Carnelian	2,00
White Chocolate	2,00
Torta Frutteto	2,00
Sweet Cake	2,00
Circus Muffin	2,00

Figura 24. Post publicitario 6 de "Swanross Cafetería"

La Figura 25 muestra la página 1 del menú digital de "Swanross Cafetería".



**Figura 25.** Página 1 del menú digital

La Figura 26 muestra la página 2 del menú digital de "Swanross Cafetería".



<b>Bebidas</b>	<b>Precio</b>
Coffe lover	1,00 \$
Charming black	1,50 \$
Vendela latte (caliente o frío)	1,75 \$
Peach wave	1,50 \$
Silantoi cappuccino (caliente o frío)	2,00 \$
Portrait mocaccino (chocolate o acaramelado)	2,50 \$
Green tea (menta, cedrón, manzanilla, etc.)	1,00 \$
Pink Floyd	1,00 \$
Sorbetto rosso	1,00 \$
Frappé Cherry O! (café, fresa, mora)	1,75 \$
Tutti frutti juices (naranja, fresa, mora, tomate, naranjilla, etc.)	1,50 \$
Natural revolución (plátano, taxo, mora, fresa, etc.)	1,75 \$



**Figura 26.** Página 2 del menú digital

La Figura 27 muestra la página 3 del menú digital de "Swanross Cafetería".



<b>Acompañamientos</b>	<b>Precio</b>
Sanduche topaz and black pearl (pollo o tocino)	2,50 \$
Tostada gold strike	1,25 \$
Kahala chesse and chili love (queso o pollo)	2,50 \$
Wasabi corn	1,75 \$
Sugar moon	1,75 \$
Allpa p'ukru tibet	0,75 \$
T'anta carnelian	0,25 \$
Torta frutteto (Chocolate, naranja o plátano con nuez)	2,00 \$
Circus muffin	0,80 \$



Figura 27. Página 3 del menú digital

La Figura 28 muestra la imagen interna de "Swanross Cafetería".



**Figura 28.** Imagen interna de "Swanross Cafetería".

## V. PLAN DE OPERACIONES

### 5.1. UBICACIÓN Y TAMAÑO DEL NEGOCIO

La empresa con temática florícola "Swanross Cafetería" se ubica en el centro de Cayambe, una zona estratégica que permite aprovechar los recursos locales, esta ubicación ofrece cercanía a proveedores de insumos garantizando con ello materia prima fresca y de calidad. Asimismo, se encuentra en un área accesible para los clientes, lo que contribuye a una mayor afluencia de visitantes interesados en experiencias gastronómicas diferenciadas como la propuesta florícola.

Otro factor importante de esta ubicación es la facilidad de acceso tanto para clientes como para empleados, pues cuenta con buenas vías de comunicación y transporte. La cercanía a otras cafeterías y negocios similares permite implementar estrategias de diferenciación, resaltando el concepto temático florícola como un atractivo distintivo. Además, la proximidad a entidades como la municipalidad y bancos facilita la gestión operativa y administrativa del negocio, agilizando trámites y servicios financieros necesarios para su desarrollo. La Figura 29 muestra la ubicación de "Swanross Cafetería".

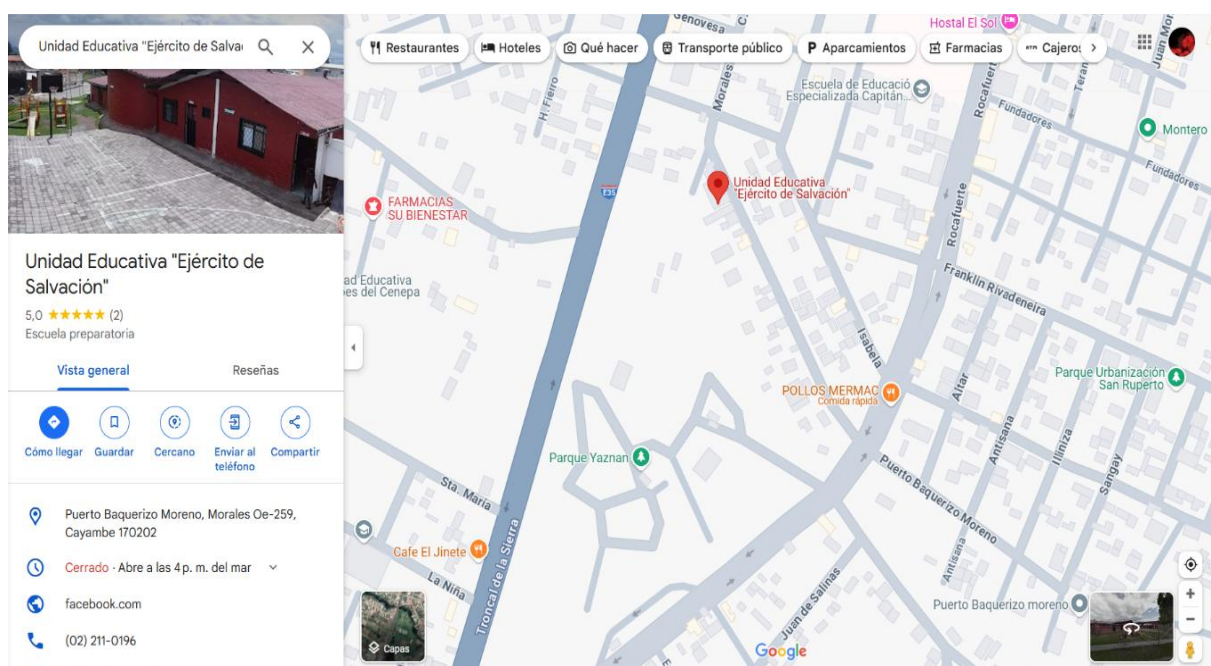


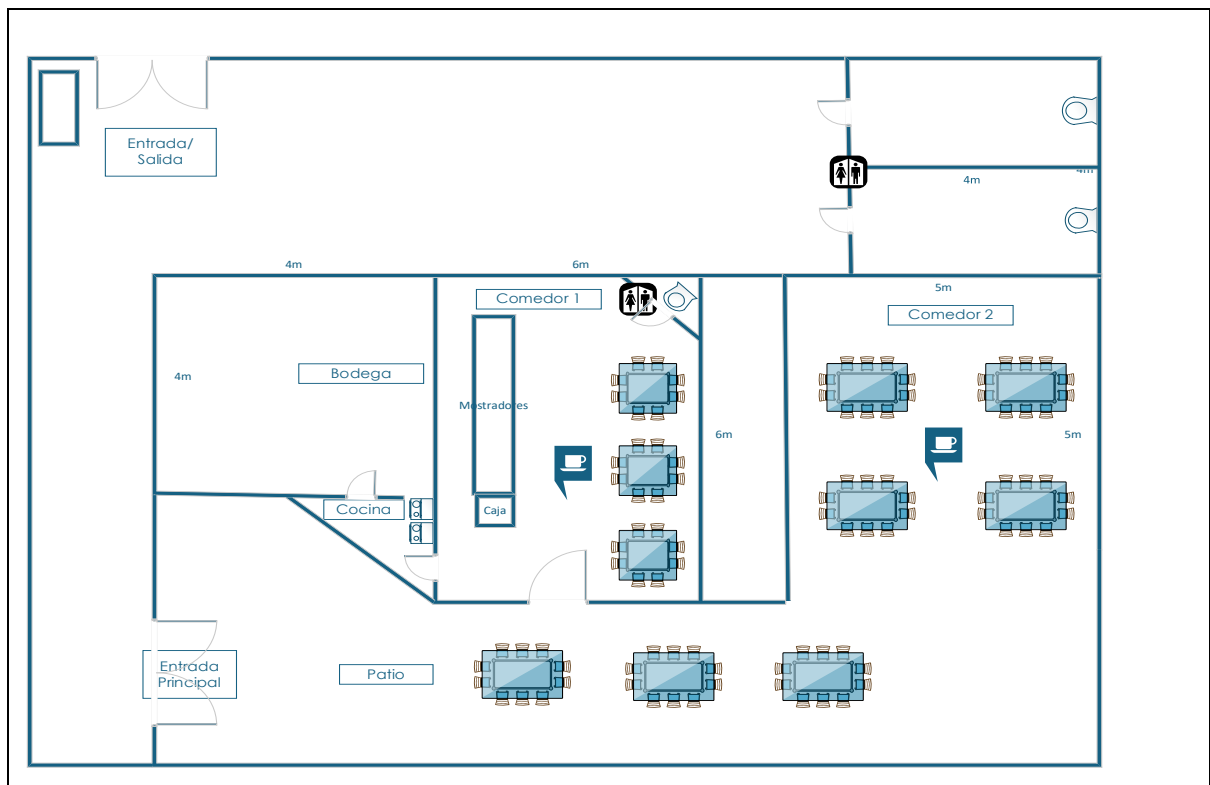
Figura 29. Ubicación de "Swanross Cafetería"

Por otro lado, el entorno ofrece condiciones óptimas en cuanto a disponibilidad de servicios básicos como agua, recolección de basura, seguridad y estacionamiento, garantizando un funcionamiento eficiente. La zona también cuenta con una oferta de mano de obra capacitada en el sector gastronómico, lo que facilita la contratación del personal adecuado.

## 5.2. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

La cafetería contará con un espacio de aproximadamente 306 metros cuadrados, distribuidos en diferentes áreas funcionales que garantizan una operación eficiente y una experiencia agradable para los clientes. El establecimiento incluirá una zona de cocina, un área de bodega, dos comedores interiores con capacidad para varias mesas, así como un patio al aire libre, proporcionando una opción adicional para los clientes que prefieran un ambiente más abierto.

El diseño del espacio incorpora una entrada principal para los clientes y una entrada/salida independiente para la recepción de insumos y logística interna. Además, cuenta con servicios sanitarios estratégicamente ubicados para la comodidad del público. La Figura 30 muestra diseño y distribución de instalaciones de “Swanross Cafetería”.

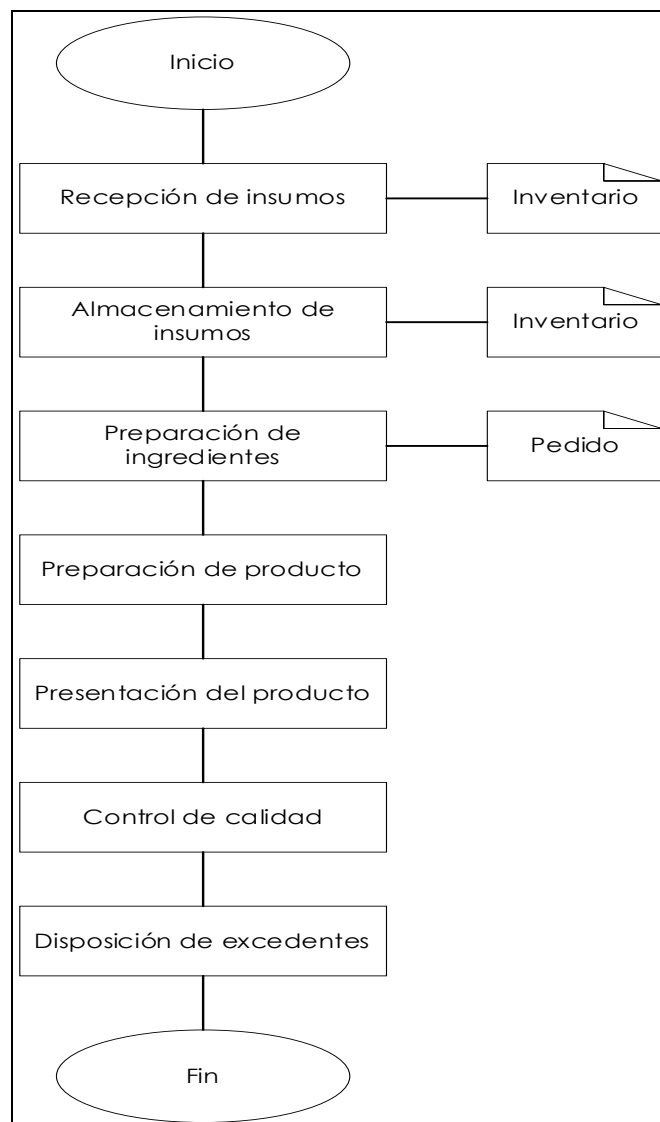


**Figura 30.** Diseño y distribución de instalaciones

El diseño de la cafetería se basa en la temática florícola, por ello, la ambientación incluirá una decoración con elementos naturales, murales florales y mobiliario en tonos cálidos que evocan la frescura y belleza de los jardines. Además, se incorporarán arreglos florales en el interior y exterior, creando un ambiente acogedor y armonioso que resalte la esencia del lugar. Esta propuesta no solo aportará un valor estético, sino que también reforzará la conexión con la identidad local, atrayendo tanto a residentes como a turistas interesados en la riqueza natural de la región.

### 5.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN Y SERVUCCIÓN

Al tratarse de una cafetería se deben considerar dos procesos importantes que corresponden al de producción y servucción. Con respecto al primer proceso, este se puede visualizar en la Figura 31 y contiene las etapas generales a desarrollar para cualquier producto de los diferentes que oferta "Swanross Cafetería":



**Figura 31.** Proceso de producción

La primera etapa corresponde a la recepción de insumos, es decir, donde se reciben los ingredientes y materiales necesarios para la producción de los diversos productos que oferta la cafetería. Aquí, se verifica la cantidad y calidad de los insumos, asegurando que cumplan con los estándares requeridos, en este caso es necesario que toda la información se registre en el inventario para llevar un control adecuado de la materia prima disponible o faltante.

Posteriormente se da paso al almacenamiento de insumos, pues es necesario que los insumos recibidos sean organizados y almacenados en condiciones óptimas para preservar su frescura y calidad. Estos se clasifican según criterios como su tipo y requerimientos de conservación, esto para garantizar un uso eficiente de los mismos y para evitar desperdicios. Durante esta etapa también es necesario considerar el inventario para una actualización.

Una vez que se disponen de los recursos necesarios se procede a la preparación de ingredientes de acuerdo a los pedidos receptados en la cafetería. Aquí es fundamental realizar la limpieza, corte y preparación de los ingredientes que serán utilizados en la producción. En el caso de masas, salsas o mezclas base, se preparan con antelación para optimizar tiempos de espera para los clientes. Además, se deben revisar los pedidos de insumos adicionales según la demanda.

Como cuarta etapa se encuentra la preparación del producto o productos solicitados por los clientes. En esta fase, se elaboran las bebidas, postres y alimentos siguiendo recetas estandarizadas que son parte de la cafetería. En este caso es fundamental controlar tiempos de cocción, temperaturas y técnicas específicas para garantizar un producto final de alta calidad y con una presentación acorde a la temática florícola ofertada.

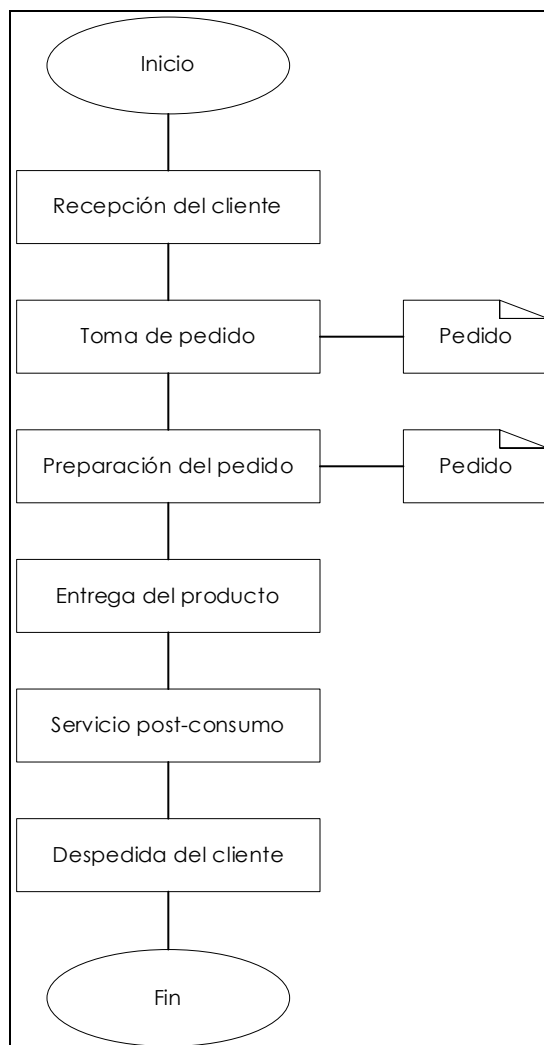
Al terminar con la preparación se procede a la presentación del producto, esta etapa es significativa como parte del proceso pues aquí se decoran y presentan los productos de manera atractiva, resaltando la identidad de la cafetería, es decir, se debe considerar la temática florícola. En esta etapa se cuidan detalles como el emplatado, la combinación de colores y el uso de flores comestibles para reforzar la experiencia tanto visual como sensorial de los clientes.

Antes de que los productos solicitados sean servidos, es indispensable que estos pasen por un control de calidad para asegurar que cumplen con los estándares de sabor, presentación e higiene. En caso de detectar inconsistencias, se realizan los ajustes

necesarios para mantener la satisfacción del cliente, cuando se haya pasado por esta etapa los productos podrán ser entregados al cliente.

Por último, los productos que no se consumen se gestionan de forma adecuada para lograr una reducción de desperdicios. Pues en algunos casos, se pueden reutilizar ingredientes en otras preparaciones o eliminar de manera responsable aquellos que no sean aprovechables.

Así como se ha mencionado el proceso de producción también se debe conocer el proceso de servucción en la cafetería con temática florícola que se detalla en la figura 18, este busca ofrecer una experiencia acogedora y diferenciada, desde la llegada del cliente hasta su despedida. Cada etapa está diseñada para garantizar un servicio eficiente y de calidad, esto con el objetivo de fidelizar a los clientes y reforzar la identidad del emprendimiento. La Figura 32 muestra diseño y distribución de instalaciones de "Swanross Cafetería".



**Figura 32.** Proceso de servucción

La primera etapa corresponde a la recepción del cliente, en este caso al ingresar a la cafetería, los clientes son recibidos con una cálida bienvenida por parte del personal. Se ofrece una breve introducción a la temática del lugar, se les asigna una mesa disponible y se les entrega el menú, brindando una breve explicación de las opciones más destacadas o especiales del día. Como parte de esta etapa la hospitalidad y la ambientación juegan un papel importante para crear una primera impresión positiva.

Posteriormente se procede a la toma de pedido, una vez que los clientes han revisado el menú, el personal procede a tomar su pedido con amabilidad y precisión. Se resuelven dudas sobre los productos, se ofrecen recomendaciones personalizadas y, si es necesario, se realizan adaptaciones a las preferencias del cliente. En este punto, el personal debe tener la capacidad de reducir tiempos de espera y garantizar que la orden se registre correctamente. Posteriormente, el pedido se envía a la cocina para su preparación.

Posteriormente se da paso a la preparación del pedido tal como se describió en el proceso anterior, aquí se debe resaltar que en la cocina el equipo de producción se encarga de elaborar cada producto con esmero, asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad, presentación y sabor. El personal trabaja coordinadamente para preparar los pedidos en el menor tiempo posible sin comprometer la calidad, garantizando que cada producto refleje la esencia y el concepto del negocio.

La siguiente etapa es la entrega del producto, en este caso una vez listos, los pedidos son revisados para asegurar que cumplen con los estándares de calidad y presentación. En el servicio en mesa, los productos son llevados directamente al cliente con una breve explicación de los mismos, especialmente si se trata de bebidas o postres especiales. En el caso de pedidos para llevar, se entregan en empaques adecuados que preservan la frescura y el atractivo del producto. Se procura que la entrega sea rápida y eficiente, evitando demoras innecesarias.

Después se encuentra el servicio post – consumo donde el personal permanece atento a las necesidades de los clientes sin interrumpir su experiencia. Se les consulta si requieren algo adicional, se les ofrecen complementos como recargas de café o sugerencias de postres para acompañar. Además, se puede solicitar

retroalimentación sobre la experiencia, pues este paso es indispensable para fortalecer la relación con el cliente y detectar oportunidades de mejora en el servicio. Por último, está la etapa de despedida del cliente cuando este ha finalizado su visita, se le entrega la cuenta y se le brinda una despedida cordial, agradeciendo su preferencia. En algunos casos, se puede ofrecer incentivos para futuras visitas, como descuentos en próximas compras. La despedida debe ser tan cálida como la recepción, aquí se refuerza la imagen del negocio y se deja una impresión positiva que motive al cliente a regresar y recomendar la cafetería.

#### 5.4. REQUERIMIENTOS DE INSUMOS, MAQUINARIA Y EQUIPOS

Para garantizar un proceso productivo eficiente y de calidad en “Swanross Cafetería”, es fundamental contar con la maquinaria, los equipos y los insumos adecuados. En primera instancia se consideran los equipos necesarios para la cafetería ya que están inmersos en la preparación de los productos y el mantenimiento de la calidad en cada proceso. Estos equipos permiten optimizar los tiempos de producción, garantizar la uniformidad en la preparación de los productos y ofrecer una experiencia satisfactoria a los clientes. En la Tabla 12 se presenta el equipo necesario para el funcionamiento de “Swanross Cafetería”:

**Tabla 12.** Requerimiento de equipo

No.	Descripción	Cantidad
1	Licadora	1
2	Máquina de expreso	1
3	Extractor de Fruta	1
4	Molino de café	1
5	Horno	1
6	Batidora	1
7	Microondas	1
8	Nevera	1
9	Congelador	1
10	Extractor de olor	1
11	Cocina	1
12	Juego de Barista	1
13	Sanduchera	1

También es necesario el equipo de cómputo y software para la gestión eficiente del negocio. Se requieren una serie de dispositivos como los enlistados en la Tabla 13, se consideran como un elemento importante porque ayudan a monitorear las ventas, administrar las finanzas y mejorar la atención al cliente mediante procesos ágiles y organizados.

**Tabla 13.** Requerimiento de equipo de cómputo y software

No.	Descripción	Cantidad
1	Computador portátil(13marca)	1
2	Tablet (para pedido)	1
3	Impresora (tinta EPSON)	1
4	Licencias(office)	1
5	Teléfono	1
6	Caja Registradora	1

Además, es fundamental disponer del mobiliario adecuado para crear un ambiente acogedor y cómodo para los clientes. Aquí se incluyen diversos elementos como los enlistados en la Tabla 14, donde cabe destacar que el diseño de los mismos es de vital importancia pues su diseño debe estar acorde a la temática floral propuesta para la cafetería.

**Tabla 14.** Requerimiento de muebles

No.	Descripción	Cantidad
1	Mesa de Acero	2
2	Bascula	50
3	Sillas	30
4	Vitrinas refrigeradas	3
5	Mesas	6
6	Vasos y tazas (docena)	4
7	Vajillas (docena)	5
8	Utensilios (docena)	9

Dando paso a los insumos, se debe recordar que la cafetería ofrecerá una amplia variedad de productos, por ello estos los insumos son diversos y fundamentales para garantizar un menú variado y de calidad. La variedad de insumos asegura la diversificación del menú, lo que contribuye a atraer a diferentes clientes, entre los principales insumos se encuentra la materia prima, misma que se describe en la Tabla 15.

**Tabla 15.** Requerimiento de materia prima

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad Semanal
Café en grano	Kilogramo	3
Café molido	Kilogramo	2
Extracto de café	Litro	1
Leche fresca	Litro	25
Leche deslactosada	Litro	5
Leche vegetal (soya)	Litro	2
Crema para batir	Litro	2
Azúcar blanca	Kilogramo	5
Azúcar morena	Kilogramo	3
Miel	Kilogramo	2
Stevia	Gramos	100

Harina de trigo	Kilogramo	6
Harina integral	Kilogramo	3
Polvo de hornear	Kilogramo	1
Levadura	Kilogramo	1
Cacao en polvo	Kilogramo	2
Chocolate líquido	Litro	2
Chips de chocolate	Kilogramo	2
Frutas frescas (varias)	Kilogramo	15
Frutas deshidratadas	Kilogramo	2
Vegetales (varios)	Kilogramo	5
Limonas	Unidad	40
Hierbas	Ramo	5
Huevos	Docena	12
Pollo	Unidad	3
Queso	Kilogramo	4
Jamón	Kilogramo	4
Tocino	Kilogramo	2
Pan	Unidad	50
Pan croissants	Unidad	25
Pan baguette	Unidad	10
Tortas	Unidad	3
Muffins	Unidad	40
Té en bolsas	Caja (20 bolsas)	3
Jarabes saborizantes	Litro	1
Gaseosas	Botella (500 ml)	30
Agua embotellada	Botella (500 ml)	30

Otros insumos necesarios para el correcto funcionamiento de la cafetería se pueden observar en la Tabla 16, aunque no son materia prima resultan fundamentales para realizar los procesos de producción y servucción de manera adecuada.

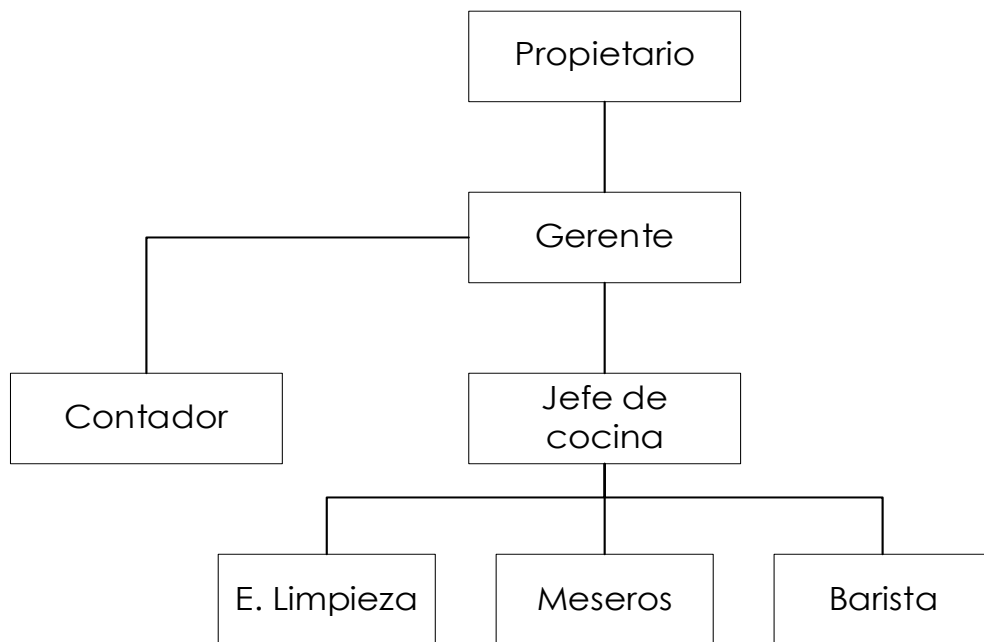
**Tabla 16.** Requerimiento de otros insumos

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad Semanal</b>
Filtros de café	Paquete (50 unid.)	3
Toallas de papel	Rollo	10
Papel higiénico	Paquete (4 rollos)	2
Detergente líquido	Litro	1
Jabón líquido para manos	Litro	2
Cloro	Litro	3
Desinfectante líquido (aromatizado)	Litro	1
Alcohol antiséptico	Litro	1
Espanjas de cocina	Unidad	4
Escobas	Unidad	1
Recogedor	Unidad	1
Cepillos para pisos	Unidad	1

Desengrasante para cocina	Litro	1
Líquido limpia vidrios	Litro	1

### 5.5. DISEÑO DE ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS

El equipo de trabajo es fundamental para el éxito del emprendimiento pues se constituye en una ventaja competitiva. Contar con un personal capacitado y con funciones bien definidas permite optimizar los procesos, también puede mejorar la atención al cliente y garantizar la eficiencia operativa de la cafetería. En este caso se presenta el organigrama funcional en la Figura 33.



**Figura 33.** Organigrama funcional de "Swanross Cafetería"

Es importante mencionar que los empleados permanentes del emprendimiento tienen funciones compartidas, así el propietario comparte las funciones del gerente, el jefe de cocina también se encarga de las compras, el barista también se encarga de la caja y el mesero es responsable de la limpieza. Es así que se consideran a 4 personas estables en la cafetería con un sueldo igual para todos los empleados de 460 dólares; en el caso del contador y diseñador, su sueldo depende de su trabajo realizado debido a que sus servicios son ocasionales.

A continuación, se presentan las funciones y responsabilidades asignadas a cada puesto de trabajo:

1. **Propietaria:** Responsable de la dirección general del negocio, la toma de decisiones estratégicas y la supervisión del cumplimiento de los objetivos de la cafetería.

2. **Gerente:** Encargado de la gestión administrativa y operativa de Swanross, incluyendo la supervisión del personal, control de inventarios, garantía de calidad y cumplimiento de normativas. Además, es responsable de la gestión de pagos, facturación, control de caja y atención al cliente en el proceso de cobro.

Perfil recomendado: Formación en administración de empresas o gastronomía, con experiencia en dirección operativa de negocios de alimentos y bebidas.

Competencias clave: Organización, resolución de problemas, liderazgo y control operativo.

3. **Jefe de Cocina:** Es responsable de la elaboración del menú, control de calidad en la preparación de alimentos, supervisión del personal de cocina y cumplimiento de normas sanitarias.

Perfil recomendado: Experiencia en cocina profesional, conocimientos en seguridad alimentaria y gestión de personal.

Competencias clave: Innovación gastronómica, control de calidad, trabajo en equipo y manejo de inventario.

4. **Barista:** Se encarga de la preparación de cafés y bebidas, garantizando la calidad y el sabor característico de los productos ofrecidos en la cafetería.

Perfil recomendado: Experiencia en preparación de café, conocimientos en arte latte y atención al cliente.

Competencias clave: Creatividad, precisión en preparación, atención a los detalles y servicio al cliente.

5. **Empleado de limpieza:** Es responsable de mantener la higiene y el orden en todas las áreas de la cafetería, asegurando un ambiente cómodo y seguro para clientes y empleados.

Perfil recomendado: Experiencia en limpieza de espacios comerciales y conocimiento de normativas sanitarias.

Competencias clave: Organización, responsabilidad, disciplina y eficiencia.

6. **Meseros:** Encargados de atender a los clientes, tomar pedidos, servir alimentos y bebidas, así como garantizar una experiencia placentera durante su estancia.

Perfil recomendado: Experiencia en servicio al cliente, conocimientos en protocolo de atención y manejo de comandas.

Competencias clave: Comunicación efectiva, rapidez, cortesía y empatía

7. **Contadora:** También es ocasional, y se encarga del control financiero, gestión contable, cumplimiento de obligaciones fiscales y preparación de informes económicos.

Perfil recomendado: Formación en contabilidad o finanzas, experiencia en manejo tributario y análisis financiero.

Competencias clave: Gestión financiera, precisión, planificación fiscal y toma de decisiones estratégicas.

## **VI. EVALUACIÓN FINANCIERA**

### **6.1. INSUMOS**

Una valoración financiera es un procedimiento analítico que permite establecer la viabilidad económica y la rentabilidad de un proyecto, empresa o inversión. Su objetivo principal es ofrecer información clara y exacta para facilitar la toma de decisiones, sobre todo al asignar recursos financieros limitados. Mediante esta evaluación, se puede determinar si una idea de negocio es viable a largo plazo o si implica un riesgo financiero.

Este estudio abarca diversos elementos esenciales, en primer lugar, se determina la inversión inicial, es decir, la cantidad de dinero requerida para iniciar el proyecto. A continuación, se calculan los costos y gastos operativos, que comprenden todos los pagos relacionados con el funcionamiento cotidiano del negocio. Simultáneamente, se estiman los ingresos previstos, que reflejan las ganancias que se anticipa conseguir en un período específico. Con esta información se determinan los flujos netos de efectivo (FNE), que representan la diferencia entre los ingresos y los egresos anuales del proyecto.

Para este caso, las bebidas son el eje central de la cafetería ofreciendo una amplia gama de opciones que incluyen café, infusiones, jugos y otras especialidades; para determinar el precio de venta al público se toma en cuenta varios aspectos como los costos de insumos reflejados en cantidades y unidades de medidas, el tiempo que se lleva en elaborar el producto, el costo de mano de obra obtenido del cálculo del salario del chef o barista a razón del tiempo estimado de preparación; además, se toman en cuenta los costos indirectos de producción, que, por política se establece un rubro de 0,10 centavos. De esta manera, se establecieron los precios en base a la obtención de un margen de ganancia y los precios de la competencia.

La Tabla 17 presenta de forma detallada los insumos inmersos en cada producto de la sección de bebidas donde se incluye el precio de ventas y margen de ganancia.

**Tabla 17.** Descripción de insumos por productos/bebidas

Productos / Bebidas	Insumos	Cantidad	U. Medida	Costo del insumo	Tiempo (minutos)	Mano de obra	Otros costos de fabricación	Costos directos	Costos indirectos	Costos totales	Precio de venta	Margen de G.
Café de chuspa	Café molido	10	g	0,20								
	Agua	200	ml	0,01	5	0,25	0,10	0,71	0,10	0,81	1,00	0,19
	Azúcar	12	g	0,15								
Americano expreso	Café en grano	15	g	0,45								
	Agua	200	ml	0,01	6	0,30	0,10	1,01	0,10	1,11	1,50	0,39
	Azúcar	12	g	0,15								
Café latte	Café en grano	10	g	0,30								
	Leche fresca	200	ml	0,40	8	0,40	0,10	1,35	0,10	1,45	1,75	0,30
Café con leche	Azúcar	12	g	0,15								
	Café molido	10	g	0,20								
Cappuccino	Leche fresca	150	ml	0,40	5	0,25	0,10	1,10	0,10	1,20	1,50	0,30
	Azúcar	12	g	0,15								
Mocaccino (chocolate o acaramelado)	Café molido	10	g	0,20								
	Leche fresca	200	ml	0,40	10	0,50	0,10	1,45	0,10	1,55	2,00	0,45
	Crema	50	ml	0,10								
Aromáticas natural (menta, cedrón, manzanilla, etc)	Azúcar	12	g	0,15								
	Café molido	10	g	0,20								
	Leche fresca	200	ml	0,40	10	0,50	0,10	1,75	0,10	1,85	2,50	0,65
Aromática Frutos rojos	Jarabe	20	ml	0,40								
	Azúcar	12	g	0,15								
	Hierbas aromáticas	2	g	0,10								
Té helado	Agua	200	ml	0,01	5	0,25	0,10	0,61	0,10	0,71	1,00	0,29
	Azúcar	12	g	0,15								
	Frutos deshidratados	5	g	0,20								
Frappe de café, fresa, mora	Agua	200	ml	0,01	5	0,25	0,10	0,71	0,10	0,81	1,00	0,19
	Azúcar	12	g	0,15								
	Té	5	g	0,18								
Cappuccino frio	Agua	200	ml	0,01	5	0,25	0,10	0,69	0,10	0,79	1,00	0,21
	Azúcar	12	g	0,15								
	Café, fresa, mora	10	g	0,20								
	Leche fresca	200	ml	0,40	7	0,35	0,10	1,21	0,10	1,31	1,75	0,44
	Hielo	2	cu b	0,01								
Cappuccino frio	Azúcar	12	g	0,15								
	Café molido	10	g	0,20								
	Leche fresca	200	ml	0,40								
	Crema	50	ml	0,10	10	0,50	0,10	1,46	0,10	1,56	2,00	0,44
Cappuccino frio	Azúcar	12	g	0,15								
	Hielo	2	cu b	0,01								

Café Latte Frio	Café en grano	10	g	0,30	8	0,40	0,10	1,36	0,10	1,46	1,75	0,29
	Leche fresca	200	ml	0,40								
	Azúcar	12	g	0,15								
	Hielo	2	cu b	0,01								
Jugos (naranja, fresa, mora, tomate, naranjilla, etc.)	Fruta fresca	200	g	0,50	5	0,25	0,10	1,01	0,10	1,11	1,50	0,39
	Agua	200	ml	0,01								
	Azúcar	12	g	0,15								
Batidos (plátano, taxo, mora, fresa, etc.)	Fruta fresca	200	g	0,50	5	0,25	0,10	1,40	0,10	1,50	1,75	0,25
	Leche fresca	200	ml	0,40								
	Azúcar	12	g	0,15								

También se debe presentar la sección de acompañamientos con opciones dulces y saladas que realzan el disfrute de las bebidas. Cada acompañamiento se elabora con insumos específicos, cuya cantidad y costo se presentan de forma detallada en la Tabla 18.

**Tabla 18.** Descripción de insumos por productos/acompañamientos

Productos / Bebidas	Insumos	Cantidad	U. Medida	Costo del insumo	Tiempo (minutos)	Mano de obra	Otros costos de fabricación	Costos directos	Costos indirectos	Costos totales	Precio de venta	Margen de G.
Sanduche de pollo	Pollo	50	g	0,80	15	0,75	0,10	1,97	0,10	2,07	2,50	0,43
	Pan	1	un	0,15								
	Mayonesa	10	g	0,07								
	Vegetales frescos	10	g	0,10								
Sanduche de tocino	Tocino	50	g	0,90	15	0,75	0,10	2,07	0,10	2,17	2,50	0,33
	Pan	1	un	0,15								
	Mayonesa	10	g	0,07								
	Vegetales frescos	10	g	0,10								
Tostada de jamón y queso	Jamón	30	g	0,18	5	0,25	0,10	0,79	0,10	0,89	1,25	0,36
	Queso	30	g	0,11								
	Pan	1	un	0,15								
Empanada de queso	Queso	30	g	0,11	20	1,00	0,10	1,71	0,10	1,81	2,50	0,69
	Masa	50	g	0,50								
Empanada de pollo	Pollo	30	g	0,48	20	1,00	0,10	2,08	0,10	2,18	2,50	0,32
	Masa	50	g	0,50								
Humitas	Choclo tierno	20	g	0,50	5	0,25	0,10	1,55	0,10	1,65	1,75	0,10
	Masa de maíz	50	g	0,50								
	Huevos	0,33	un	0,05								
	Queso	10	g	0,04								
	Mantequilla	12	g	0,06								
	Azúcar	30	g	0,05								
Quimbolitos	Masa de maíz	50	g	0,50	5	0,25	0,10	1,36	0,10	1,46	1,75	0,29
	Huevos	1	un	0,15								
	Queso	15	g	0,08								

	Azúcar	12	g	0,05							
	Polvo para hornear	10	g	0,08							
	Pasas	5	un	0,05							
	Hoja de achira	1	un	0,10							
	Tortilla de tiesto	1	un	0,68	0,01	0,69	0,01	0,70	0,75	0,05	
	Bizcocho	1	un	0,15	0,01	0,16	0,01	0,17	0,25	0,08	
	Torta de chocolate	1	un	1,80	0,01	1,81	0,01	1,82	2,00	0,18	
	Torta de Naranja	1	un	1,80	0,01	1,81	0,01	1,82	2,00	0,18	
	Torta de plátano con nuez	1	un	1,80	0,01	1,81	0,01	1,82	2,00	0,18	
	Muffin	1	un	0,72	0,01	0,73	0,01	0,74	0,80	0,06	

Con la información presentada se debe mencionar que la adecuada gestión de los insumos de cada producto permite garantizar la calidad, variedad y rentabilidad de la cafetería. Contar con una planificación de materias primas y costos permite optimizar el uso de recursos, minimizar desperdicios y mejorar la eficiencia operativa.

## 6.2. PROYECCIÓN EN VENTAS (proyección lineal a través de mínimos cuadrados)

Para garantizar el crecimiento de la cafetería, se ha realizado una proyección de ventas que estima el comportamiento del emprendimiento durante los primeros cinco años operativos. Esta proyección considera la cantidad de unidades vendidas mes a mes durante el primer año, así como su valoración en dólares. Cabe resaltar que el análisis tiene como base los resultados del estudio de mercado, es decir, se considera la frecuencia de consumo y las preferencias de los clientes así se obtiene los datos presentados en la Tabla 19.

**Tabla 19.** Demanda estimada en base al estudio de mercado

<b>Sección de bebidas</b>	<b>Cantidad de demanda mensual</b>
Café de chuspa	108
Americano expreso	108
Café latte	274
Café con leche	72
Cappuccino	87
Mocaccino (chocolate o acaramelado)	289
Aromática natural (menta, cedrón, manzanilla, etc.)	216
Aromática Frutos rojos	289
Té helado	108
Frappe de café, fresa, mora	180
Cappuccino frio	144
Café Latte Frio	144
Jugos (naranja, fresa, mora, tomate, naranjilla, etc.)	361
Batidos (plátano, taxo, mora, fresa, etc.)	361
<b>Sección de acompañados</b>	<b>Cantidad de demanda mensual</b>
Sanduche de pollo	192
Sanduche de tocino	192
Tostada de jamón y queso	173
Empanada de queso	240
Empanada de pollo	240

Humitas	48
Quimbolitos	96
Tortilla de tiesto	48
Bizcocho	144
Torta de chocolate	144
Torta de Naranja	120
Torta de plátano con nuez	96
Muffin	91

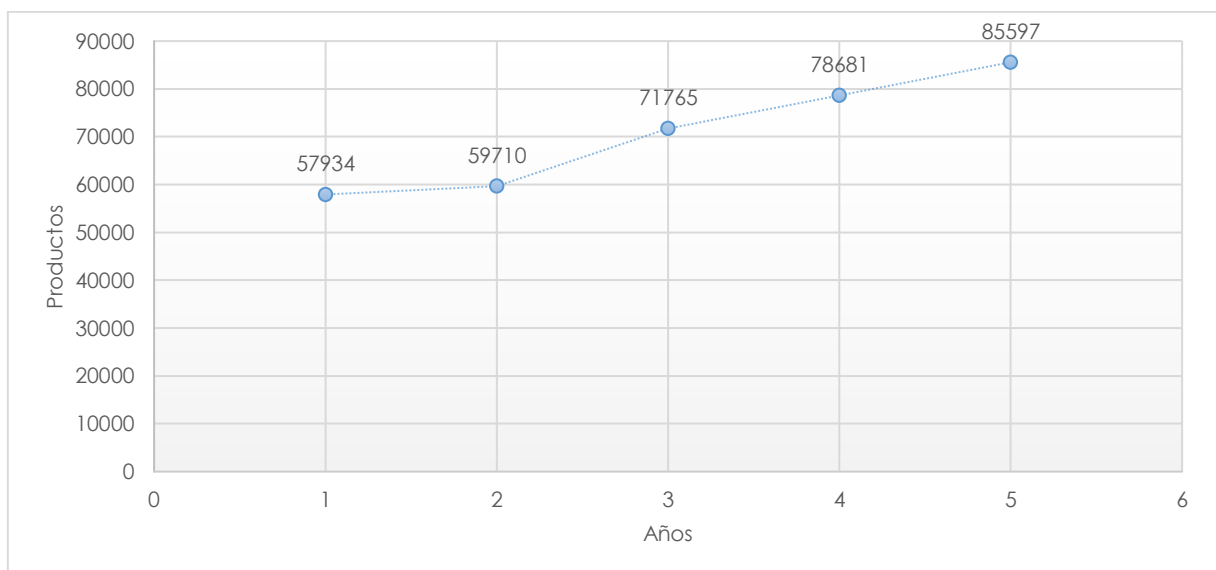
Con la información presentada que corresponde a la demanda del primer mes de operación de la cafetería se procede a realizar la proyección de ventas, para este caso se estima un crecimiento de 1% mensual y con la aplicación del método de mínimos cuadrados que emplea las fórmulas que se detallan a continuación se puede obtener la proyección para los próximos cinco años:

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N}$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x * \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$y = a + b * x$$

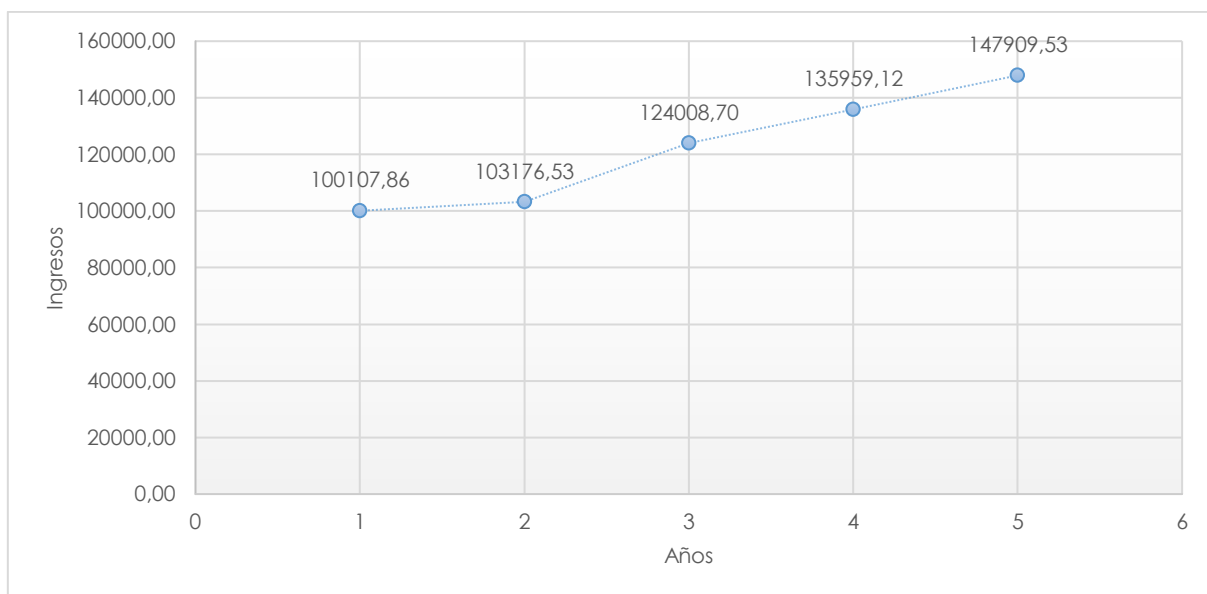
En primera instancia se proyecta la demanda en unidades donde se remplazan valores y se obtiene la siguiente formula:  $y = 4516 + 48 * x$ , donde el valor de x corresponde al número del mes a evaluar. Así se logra obtener la Figura 34 donde se aprecia que la proyección de ventas en unidades muestra un crecimiento sostenido a lo largo de los cinco primeros años de operación.



**Figura 34.**Proyección de ventas en unidades

En el primer año, se estima la venta de 57934 unidades, aumentando progresivamente hasta alcanzar 85597 unidades en el quinto año, lo que representa un incremento del 47,7% en comparación con el año inicial. Esta tendencia indica un modelo de negocio sólido con una demanda creciente, lo que refuerza la viabilidad financiera y operativa de la cafetería a mediano y largo plazo.

Con el uso del método del mínimo cuadrado también se obtiene la fórmula  $y=7802,89+82,99*x$  para proyectar la demanda considerando los ingresos. Los resultados obtenidos se muestran en la Figura 35, misma que refleja un crecimiento sostenido en las ventas de la cafetería durante los primeros cinco años.



**Figura 35.** Proyección de ventas en ingresos

Con respecto al primer año, se espera generar \$100107,86, con un incremento gradual hasta alcanzar \$147909,53 en el quinto año, lo que representa un crecimiento acumulado del 47,7%. Este comportamiento está alineado con la proyección de ventas en unidades, lo que indica una estabilidad en los precios, este crecimiento constante en los ingresos también permite prever una mejora en la rentabilidad del negocio.

### 6.3. PRODUCCIÓN

En este apartado se debe considerar el plan de producción que es un componente fundamental para garantizar la operatividad eficiente de "Swanross Cafetería", pues en este se alinea la oferta de productos con la demanda proyectada. Por ello, se establece la planificación de producción para el primer año, donde se toma como referencia el pronóstico de ventas previamente presentados. Este proceso implica

determinar qué productos, en qué cantidad y en qué momento deben ser preparados para satisfacer las necesidades del mercado de manera óptima. Así en la Tabla 20 se presenta el plan de producción para la sección de bebidas.

**Tabla 20.** Plan de producción para la sección de bebidas (Cantidad por mes)

Bebidas/Cantidad por mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Café de chuspa	108	109	110	111	113	114	115	116	117	118	120	121	1372
Americano expreso	108	109	110	111	113	114	115	116	117	118	120	121	1372
Café latte	274	277	280	282	285	288	291	294	297	300	303	306	3476
Café con leche	72	73	74	74	75	76	77	77	78	79	80	80	915
Cappuccino	87	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	1098
Mocaccino	289	291	294	297	300	303	306	309	312	316	319	322	3659
Aromática natural	216	219	221	223	225	227	230	232	234	237	239	241	2744
Aromática Frutos rojos	289	291	294	297	300	303	306	309	312	316	319	322	3659
Té helado	108	109	110	111	113	114	115	116	117	118	120	121	1372
Frappe de café, fresa, mora	180	182	184	186	188	190	191	193	195	197	199	201	2287
Cappuccino frio	144	146	147	149	150	152	153	155	156	158	159	161	1829
Café Latte Frio	144	146	147	149	150	152	153	155	156	158	159	161	1829
Jugos	361	364	368	372	375	379	383	387	391	394	398	402	4574
Batidos	361	364	368	372	375	379	383	387	391	394	398	402	4574
<b>Total</b>	<b>2741</b>	<b>2768</b>	<b>2796</b>	<b>2824</b>	<b>2852</b>	<b>2881</b>	<b>2909</b>	<b>2939</b>	<b>2968</b>	<b>2998</b>	<b>3028</b>	<b>3058</b>	<b>34760</b>

Posteriormente se presenta el plan de producción de la cafetería con respecto a la sección de acompañamientos, este plan se puede visualizar de forma detallada el tipo, la cantidad y el tiempo de producción en la Tabla 20.

**Tabla 21.** Plan de producción para la sección de acompañados (Cantidad por mes)

Acompañados/Cantidad por mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Sanduche de pollo	192	194	196	198	200	202	204	206	208	210	212	215	2439
Sanduche de tocino	192	194	196	198	200	202	204	206	208	210	212	215	2439
Tostada de jamón y queso	173	175	177	178	180	182	184	186	187	189	191	193	2195
Empanada de queso	240	243	245	248	250	253	255	258	260	263	266	268	3049
Empanada de pollo	240	243	245	248	250	253	255	258	260	263	266	268	3049
Humitas	48	49	49	50	50	51	51	52	52	53	53	54	610
Quimbolitos	96	97,1	98,1	99,1	100	101	102	103	104	105	106	107	1220
Tortilla de tiesto	48	49	49	50	50	51	51	52	52	53	53	54	610
Bizcocho	144	146	147	149	150	152	153	155	156	158	159	161	1829
Torta de chocolate	144	146	147	149	150	152	153	155	156	158	159	161	1829
Torta de Naranja	120	121	123	124	125	126	128	129	130	131	133	134	1525
Torta de plátano con nuez	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	1220
Muffin	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	1159
<b>Total</b>	<b>1827</b>	<b>1845</b>	<b>1864</b>	<b>1883</b>	<b>1901</b>	<b>1920</b>	<b>1940</b>	<b>1959</b>	<b>1979</b>	<b>1998</b>	<b>2018</b>	<b>2039</b>	<b>23173</b>

## 6.4. COMPRAS

También es importante realizar el plan de compras, puesto que es una herramienta para garantizar el abastecimiento eficiente de materias primas, permitiendo que la producción se desarrolle sin interrupciones y de manera rentable. Este proceso implica definir los insumos se necesitan, en qué cantidad y en qué momento deben adquirirse, tomando como base el plan de producción.

Con lo expuesto se presenta la Tabla 22 que contiene el plan de compras para la sección de bebidas considerando como parámetro de medida la cantidad necesaria de insumos en gramos o mililitros según sea el caso, para la elaboración de cada producto y que se presentaron anteriormente en el apartado de insumos.

**Tabla 22.** Estimación de compra por cantidad de insumos - bebidas

Producto	Insumos	Cantidad	Meses											
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Café de chuspa	Café molido	10 g	1082	1093	1104	1115	1126	1137	1148	1160	1172	1183	1195	1207
	Agua	200 ml	21638	21854	22073	22294	22516	22742	22969	23199	23431	23665	23902	24141
	Azúcar	12 g	1298	1311	1324	1338	1351	1364	1378	1392	1406	1420	1434	1448
Americano expreso	Café en grano	15 g	1623	1639	1655	1672	1689	1706	1723	1740	1757	1775	1793	1811
	Agua	200 ml	21638	21854	22073	22294	22516	22742	22969	23199	23431	23665	23902	24141
	Azúcar	12 g	1298	1311	1324	1338	1351	1364	1378	1392	1406	1420	1434	1448
Café latte	Café en grano	10 g	2741	2768	2796	2824	2852	2881	2909	2939	2968	2998	3028	3058
	Leche fresca	200 ml	54816	55364	55918	56477	57042	57612	58188	58770	59358	59951	60551	61156
	Azúcar	12 g	3289	3322	3355	3389	3423	3457	3491	3526	3561	3597	3633	3669
Café con leche	Café molido	10 g	721	728	736	743	751	758	766	773	781	789	797	805
	Leche fresca	150 ml	10819	10927	11036	11147	11258	11371	11485	11599	11715	11833	11951	12070
	Azúcar	12 g	866	874	883	892	901	910	919	928	937	947	956	966
Cappuccino	Café molido	10 g	866	874	883	892	901	910	919	928	937	947	956	966
	Leche fresca	200 ml	17310	17483	17658	17835	18013	18193	18375	18559	18745	18932	19121	19313
	Crema	20 ml	4328	4371	4415	4459	4503	4548	4594	4640	4686	4733	4780	4828
	Azúcar	12 g	1039	1049	1059	1070	1081	1092	1103	1114	1125	1136	1147	1159
Mocaccino	Café molido	10 g	2885	2914	2943	2972	3002	3032	3063	3093	3124	3155	3187	3219
	Leche fresca	200 ml	57701	58278	58861	59449	60044	60644	61251	61863	62482	63107	63738	64375
	Jarabe	20 ml	5770	5828	5886	5945	6004	6064	6125	6186	6248	6311	6374	6438
	Azúcar	12 g	3462	3497	3532	3567	3603	3639	3675	3712	3749	3786	3824	3863
Aromática natural	Hierba aromática	2 g	433	437	441	446	450	455	459	464	469	473	478	483
	Agua	200 ml	43276	43709	44146	44587	45033	45483	45938	46398	46861	47330	47803	48281
Aromática Frutos rojos	Azúcar	12 g	2597	2623	2649	2675	2702	2729	2756	2784	2812	2840	2868	2897
	Frutos deshidratados	5 g	1443	1457	1472	1486	1501	1516	1531	1547	1562	1578	1593	1609
	Agua	200 ml	57701	58278	58861	59449	60044	60644	61251	61863	62482	63107	63738	64375
	Azúcar	12 g	3462	3497	3532	3567	3603	3639	3675	3712	3749	3786	3824	3863
Té helado	Té	5 g	541	546	552	557	563	569	574	580	586	592	598	604
	Agua	200 ml	21638	21854	22073	22294	22516	22742	22969	23199	23431	23665	23902	24141
Frappe de café	Azúcar	12 g	1298	1311	1324	1338	1351	1364	1378	1392	1406	1420	1434	1448
	Café, fresa, mora	10 g	1803	1821	1839	1858	1876	1895	1914	1933	1953	1972	1992	2012
	Leche fresca	200 ml	36063	36424	36788	37156	37527	37903	38282	38665	39051	39442	39836	40235

	Hielo	2	cb	361	364	368	372	375	379	383	387	391	394	398	402
	Azúcar	12	g	2164	2185	2207	2229	2252	2274	2297	2320	2343	2367	2390	2414
	Café molido	10	g	1443	1457	1472	1486	1501	1516	1531	1547	1562	1578	1593	1609
	Leche fresca	200	ml	28851	29139	29430	29725	30022	30322	30625	30932	31241	31553	31869	32188
Cappuccino frio	Crema	50	ml	7213	7285	7358	7431	7505	7581	7656	7733	7810	7888	7967	8047
	Azúcar	12	g	1731	1748	1766	1783	1801	1819	1838	1856	1874	1893	1912	1931
	Hielo	2	cb	289	291	294	297	300	303	306	309	312	316	319	322
	Café en grano	10	g	1443	1457	1472	1486	1501	1516	1531	1547	1562	1578	1593	1609
Café Latte Frio	Leche fresca	200	ml	28851	29139	29430	29725	30022	30322	30625	30932	31241	31553	31869	32188
	Azúcar	12	g	1731	1748	1766	1783	1801	1819	1838	1856	1874	1893	1912	1931
	Hielo	2	cb	289	291	294	297	300	303	306	309	312	316	319	322
	Fruta fresca	200	g	72126	72848	73576	74312	75055	75805	76564	77329	78102	78883	79672	80469
Jugos	Agua	200	ml	72126	72848	73576	74312	75055	75805	76564	77329	78102	78883	79672	80469
	Azúcar	12	g	4328	4371	4415	4459	4503	4548	4594	4640	4686	4733	4780	4828
	Fruta fresca	200	g	72126	72848	73576	74312	75055	75805	76564	77329	78102	78883	79672	80469
Batidos	Leche fresca	200	ml	72126	72848	73576	74312	75055	75805	76564	77329	78102	78883	79672	80469
	Azúcar	12	g	4328	4371	4415	4459	4503	4548	4594	4640	4686	4733	4780	4828

Para esta estimación se tomó en consideración a los datos proporcionados en el estudio del mercado y las proyecciones realizadas de la demanda. De la misma manera que se presenta el plan de compras en cantidad para la sección de bebidas, también se presenta este plan considerando como parámetro el valor económico que corresponde a los ingredientes necesarios por cada producto, donde fue necesario considera los precios establecidos en el apartado de insumos, esta información se presenta en la Tabla 23.

**Tabla 23.** Estimación de compra por valor de insumos (dólares) – bebidas

Productos	Insumos	Cantidad	Costo en dólares	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Café de chuspa	Café molido	10	g	0,20	22	22	22	23	23	23	23	23	24	24	24
	Agua	200	ml	0,01	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Azúcar	12	g	0,15	16	16	17	17	17	17	17	17	18	18	18
Americano expreso	Café en grano	15	g	0,45	49	49	50	50	51	51	52	52	53	53	54
	Agua	200	ml	0,01	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Azúcar	12	g	0,15	16	16	17	17	17	17	17	17	18	18	18
Café latte	Café en grano	10	g	0,30	82	83	84	85	86	86	87	88	89	90	91
	Leche fresca	200	ml	0,40	11	11	11	11	11	11	11	11	11	12	12
	Azúcar	12	g	0,15	41	42	42	42	43	43	44	44	45	45	46
Café con leche	Café molido	10	g	0,20	14	15	15	15	15	15	15	16	16	16	16
	Leche fresca	150	ml	0,40	29	29	29	30	30	30	31	31	31	32	32
	Azúcar	12	g	0,15	11	11	11	11	11	11	11	12	12	12	12
Cappuccino	Café molido	10	g	0,20	17	17	18	18	18	18	19	19	19	19	19
	Leche fresca	200	ml	0,40	35	35	35	36	36	36	37	37	37	38	39
	Crema	20	ml	0,10	9	9	9	9	9	9	9	9	9	10	10
	Azúcar	12	g	0,15	13	13	13	13	14	14	14	14	14	14	14
Mocaccino	Café molido	10	g	0,20	58	58	59	59	60	61	61	62	62	63	64

Aromáticas	Leche fresca	200	ml	0,40	11	11	11	11	12	12	12	12	12	12	12
					5	7	8	9	0	1	3	4	5	6	7
	Jarabe	20	ml	0,40	11	11	11	11	12	12	12	12	12	12	12
					5	7	8	9	0	1	3	4	5	6	7
	Azúcar	12	g	0,15	43	44	44	45	45	45	46	46	47	47	48
Aromáticas	Hierbas aromáticas	2	g	0,10	22	22	22	22	23	23	23	23	23	24	24
	Agua	200	ml	0,01	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Azúcar	12	g	0,15	32	33	33	33	34	34	34	35	35	35	36
Aromática Frutos rojos	Frutos deshidratados	5	g	0,20	58	58	59	59	60	61	61	62	62	63	64
	Agua	200	ml	0,01	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Té helado	Azúcar	12	g	0,15	43	44	44	45	45	45	46	46	47	47	48
	Té	5	g	0,18	19	20	20	20	20	20	21	21	21	21	22
	Agua	200	ml	0,01	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Frappe	Azúcar	12	g	0,15	16	16	17	17	17	17	17	17	18	18	18
	Café, fresca, mora	10	g	0,20	36	36	37	37	38	38	38	39	39	39	40
	Leche fresca	200	ml	0,40	72	73	74	74	75	76	77	77	78	79	80
	Hielo	2	cb	0,01	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Azúcar	12	g	0,15	27	27	28	28	28	28	29	29	29	30	30
Cappuccino frío	Café molido	10	g	0,20	29	29	29	30	30	30	31	31	31	32	32
	Leche fresca	200	ml	0,40	58	58	59	59	60	61	61	62	62	63	64
	Crema	50	ml	0,10	14	15	15	15	15	15	15	15	16	16	16
	Azúcar	12	g	0,15	22	22	22	22	23	23	23	23	23	24	24
	Hielo	2	cb	0,01	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
Café Latte Frio	Café en grano	10	g	0,30	43	44	44	45	45	45	46	46	47	47	48
	Leche fresca	200	ml	0,40	58	58	59	59	60	61	61	62	62	63	64
	Azúcar	12	g	0,15	22	22	22	22	23	23	23	23	23	24	24
Jugos	Hielo	2	cb	0,01	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
	Fruta fresca	200	g	0,50	18	18	18	18	18	19	19	19	19	19	20
	Agua	200	ml	0,01	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Azúcar	12	g	0,15	54	55	55	56	56	57	57	58	59	59	60
Batidos	Fruta fresca	200	g	0,50	18	18	18	18	18	19	19	19	19	19	20
	Agua	200	ml	0,01	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Azúcar	12	g	0,15	54	55	55	56	56	57	57	58	59	59	60
Batidos	Fruta fresca	200	g	0,50	18	18	18	18	18	19	19	19	19	19	20
	Leche fresca	200	ml	0,40	14	14	14	14	15	15	15	15	15	15	16
	Azúcar	12	g	0,15	4	6	7	9	0	2	3	5	6	8	9
				54	55	55	56	56	57	57	58	59	59	60	

En este caso se toma en consideración a los datos de las estimaciones de las compras de insumos y los precios de venta. De la misma manera que se ha estimado las compras en valor y cantidad para la sección de bebidas se procede a presentar la Tabla 24 que contiene la estimación de compras con respecto a la sección de acompañamientos.

**Tabla 24.** Estimación de compra por cantidad de insumos - acompañados

Productos	Insumos	Cantidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Sanduche de pollo	Pollo	50	g	9617	9713	9810	9908	1007	1107	1208	1311	1414	1018	1023
	Pan	1	un	192	194	196	198	200	202	204	206	208	210	212
	Mayonesa	10	g	1923	1943	1962	1982	2001	2021	2042	2062	2083	2104	2125
														2146

	Vegetales frescos	10	g	1923	1943	1962	1982	2001	2021	2042	2062	2083	2104	2125	2146
	Tocino	50	g	9617	9713	9810	9908	10007	10107	10208	10311	10414	10518	10623	10729
Sanduche de tocino	Pan	1	un	192	194	196	198	200	202	204	206	208	210	212	215
	Mayonesa	10	g	1923	1943	1962	1982	2001	2021	2042	2062	2083	2104	2125	2146
	Vegetales frescos	10	g	1923	1943	1962	1982	2001	2021	2042	2062	2083	2104	2125	2146
Tostada de jamón y queso	Jamón	30	g	5193	5245	5297	5350	5404	5458	5513	5568	5623	5680	5736	5794
	Queso	30	g	5193	5245	5297	5350	5404	5458	5513	5568	5623	5680	5736	5794
	Pan	1	un	173	175	177	178	180	182	184	186	187	189	191	193
Empanada de queso	Queso	30	g	7213	7285	7358	7431	7505	7581	7656	7733	7810	7888	7967	8047
	Masa	50	g	12021	12141	12263	12385	12509	12634	12761	12888	13017	13147	13279	13412
Empanada de pollo	Pollo	30	g	7213	7285	7358	7431	7505	7581	7656	7733	7810	7888	7967	8047
	Masa	50	g	12021	12141	12263	12385	12509	12634	12761	12888	13017	13147	13279	13412
	Choclo tierno	20	g	962	971	981	991	1001	1011	1021	1031	1041	1052	1062	1073
	Masa de maíz	50	g	2404	2428	2453	2477	2502	2527	2552	2578	2603	2629	2656	2682
Humitas	Huevos	0,33	un	16	16	16	16	17	17	17	17	17	17	18	18
	Queso	10	g	481	486	491	495	500	505	510	516	521	526	531	536
	Mantequilla	12	g	577	583	589	594	600	606	613	619	625	631	637	644
	Azúcar	30	g	1443	1457	1472	1486	1501	1516	1531	1547	1562	1578	1593	1609
	Masa de maíz	50	g	4808	4857	4905	4954	5004	5054	5104	5155	5207	5259	5311	5365
	Huevos	1	un	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107
Quimbolitos	Queso	15	g	1443	1457	1472	1486	1501	1516	1531	1547	1562	1578	1593	1609
	Azúcar	12	g	1154	1166	1177	1189	1201	1213	1225	1237	1250	1262	1275	1288
	Polvo para hornear	10	g	962	971	981	991	1001	1011	1021	1031	1041	1052	1062	1073
	Pasas	5	un	481	486	491	495	500	505	510	516	521	526	531	536
	Hoja de achira	1	un	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107
Tortilla de tiesto		1	un	48	49	49	50	50	51	51	52	52	53	53	54
Bizcocho		1	un	144	146	147	149	150	152	153	155	156	158	159	161
Torta de chocolate		1	un	144	146	147	149	150	152	153	155	156	158	159	161
Torta de Naranja		1	un	120	121	123	124	125	126	128	129	130	131	133	134
Torta de plátano con nuez		1	un	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107
Muffin		1	un	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102

Por último, se presenta la estimación de compras para la sección de acompañados considerando el valor de los insumos necesarios para la preparación de cada producto, estos datos se pueden visualizar en la Tabla 25.

**Tabla 25.** Estimación de compra por valor de insumos (dólares) – acompañados

Productos	Insumos	Cantidad	Costo en dólares	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Sanduche de pollo	Pollo	50	g	0,80	154	155	157	159	160	162	163	165	167	168	170	172
	Pan	1	un	0,15	29	29	29	30	30	30	31	31	31	32	32	32
	Mayonesa	10	g	0,07	13	14	14	14	14	14	14	15	15	15	15	15
	Vegetales	10	g	0,10	19	19	20	20	20	20	20	21	21	21	21	21
Sanduche de tocino	Tocino	50	g	0,90	173	175	177	178	180	182	184	186	187	189	191	193
	Pan	1	un	0,15	29	29	29	30	30	30	31	31	31	32	32	32

	Mayonesa	10	g	0,07	13	14	14	14	14	14	14	14	15	15	15	15
	Vegetales	10	g	0,10	19	19	20	20	20	20	20	21	21	21	21	21
Tostada de jamón y queso	jamón	30	g	0,18	31	31	32	32	32	33	33	33	34	34	34	35
	Queso	30	g	0,11	19	19	19	20	20	20	20	20	21	21	21	21
	Pan	1	un	0,15	26	26	26	27	27	27	28	28	28	28	29	29
Empanada de queso	Queso	30	g	0,11	26	27	27	27	28	28	28	28	29	29	29	30
	Masa	50	g	0,50	120	121	123	124	125	126	128	129	130	131	133	134
Empanada de pollo	Pollo	30	g	0,48	115	117	118	119	120	121	123	124	125	126	127	129
	Masa	50	g	0,50	120	121	123	124	125	126	128	129	130	131	133	134
	Choclo	20	g	0,50	24	24	25	25	25	25	26	26	26	26	27	27
Humitas	Masa de	50	g	0,50	24	24	25	25	25	25	26	26	26	26	27	27
	Huevos	0,33	un	0,05	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
	Queso	10	g	0,04	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Mantequilla	12	g	0,06	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	Azúcar	30	g	0,05	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Quimbolitos	Masa de	50	g	0,50	48	49	49	50	50	51	51	52	52	53	53	54
	Huevos	1	un	0,15	14	15	15	15	15	15	15	15	16	16	16	16
	Queso	15	g	0,08	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	9
	Azúcar	12	g	0,05	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Polvo para	10	g	0,08	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	9
Tortilla de tiesto	Pasas	5	un	0,05	24	24	25	25	25	25	26	26	26	26	27	27
	Hoja de	1	un	0,10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	11	11	11
		1	un	0,68	33	33	33	34	34	34	35	35	35	36	36	36
Bizcocho		1	un	0,15	22	22	22	22	23	23	23	23	23	24	24	24
Torta de chocolate		1	un	1,80	260	262	265	268	270	273	276	278	281	284	287	290
Torta de Naranja		1	un	1,80	216	219	221	223	225	227	230	232	234	237	239	241
Torta de plátano con nuez		1	un	1,80	173	175	177	178	180	182	184	186	187	189	191	193
Muffin		1	un	0,72	66	66	67	68	68	69	70	71	71	72	73	73

## 6.5. GASTOS

En esta sección se presenta la planificación de gastos, un aspecto fundamental para evaluar la viabilidad financiera y operativa de la cafetería a corto y largo plazo. Por ello, se presentan los gastos estimados mes a mes para el primer año y su proyección para los siguientes cinco años.

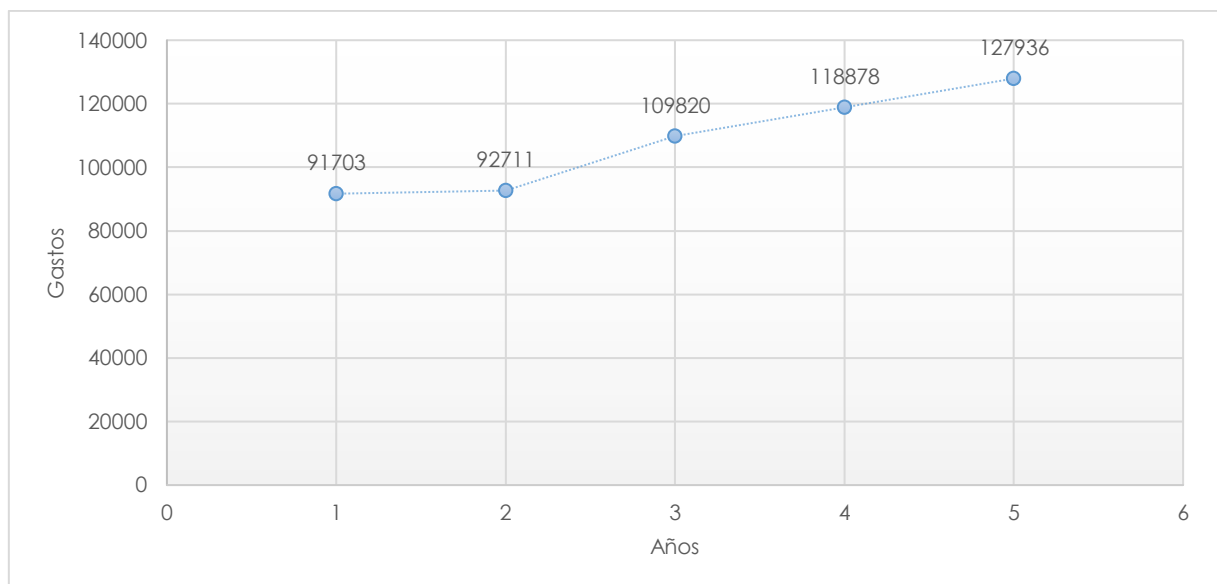
Para este paso se consideran tanto los gastos de producción, relacionados con la adquisición de materias primas e insumos, como los gastos administrativos, que incluyen costos de operación, alquiler, servicios básicos, salarios y otros rubros necesarios para el funcionamiento del negocio. Con respecto a los gastos relacionados con el primer mes de operación se presenta la Tabla 26.

**Tabla 26.** Gastos estimados para el primer año de operación

Mes	Costos de producción	Otros costos	Gastos operativos	Total
Enero	6012,33	50,00	1245,00	7307,33
Febrero	6072,45	42,00	1245,00	7359,45

Marzo	6133,18	42,00	1245,00	7420,18
Abril	6194,51	42,00	1245,00	7481,51
Mayo	6256,45	42,00	1245,00	7543,45
Junio	6319,02	42,00	1245,00	7606,02
Julio	6382,21	42,00	1245,00	7669,21
Agosto	6446,03	42,00	1245,00	7733,03
Septiembre	6510,49	42,00	1245,00	7797,49
Octubre	6575,60	42,00	1245,00	7862,60
Noviembre	6641,35	42,00	1245,00	7928,35
Diciembre	6707,77	42,00	1245,00	7994,77
<b>Total</b>	<b>76251,39</b>	<b>512,00</b>	<b>14940,00</b>	<b>91703,39</b>

A continuación, se presenta la Figura 36 que contiene la proyección de gastos de la cafetería para los siguientes 5 años, estos resultados fueron obtenidos con el método de mínimos cuadrados y muestran un crecimiento progresivo en este lapso de tiempo.



**Figura 36.** Proyección de gastos

En el primer año, los gastos estimados ascienden a \$91703, con un incremento moderado en el segundo año (\$92711), esto indica una estabilidad inicial en los costos. Sin embargo, a partir del tercer año, se observa un aumento más significativo, alcanzando \$109820, lo que podría estar relacionado con la expansión del negocio, el incremento en la producción o ajustes en costos de insumos y servicios. Esta tendencia continúa en los años cuatro y cinco, con valores de \$118878 y \$127936, respectivamente. Aunque el crecimiento en gastos es constante, es importante analizar su relación con los ingresos proyectados para evaluar la rentabilidad del negocio.

La Tabla 27 muestra el gasto administrativo para el 2025.

**Tabla 27.** Gasto administrativo 2025

<b>Cargo</b>	<b>Mensual (USD)</b>	<b>Anual (USD)</b>
Gerente	460,00	5520,00
Cajero	230,00	2760,00
Diseñador		200,00
Contadora	16,67	200,00
Total		8680,00

La tabla muestra la distribución de sueldos, donde el Gerente recibe el salario más alto con \$460,00 mensuales mientras que el cajero percibe \$230,00 mensuales por parte de las funciones administrativas, considerando que su labor también se encuentra en el área operativa. En cuanto al diseñador se necesita de sus servicios una vez al año por lo cual percibe \$200,00 dólares y la contadora alcanza un total de \$200,00 dólares al año debido a que desempeña funciones de forma ocasional. En total, los salarios anuales suman \$8680,00.

#### 6.6. INVERSIONES

Tratar el tema de inversión es un aspecto fundamental para garantizar el crecimiento y sostenibilidad de la cafetería a mediano y largo plazo. El nivel de inversión está directamente relacionado con el volumen de ventas proyectado y con la visión estratégica del negocio. Es por ello, que en esta sección se detallan los elementos necesarios para el emprendimiento y se pueden observar en la Tabla 28.

**Tabla 28.** Inversión para que “Swanross Cafetería” inicio de operaciones

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad (año)</b>	<b>Valor unitario (USD)</b>	<b>Valor total (USD)</b>
<b>Instalaciones</b>				
1	Adecuación	1	1.000,00	1.000,00
<b>Equipo</b>				
1	Licuadaora	1	60,00	60,00
2	Máquina de expreso	1	2.000,00	2.520,00
3	Extractor de Fruta	1	200,00	200,00
4	Molino de café	1	500,00	500,00
5	Horno	1	300,00	300,00
6	Batidora	1	50,00	50,00
7	Microondas	1	120,00	120,00
8	Nevera	1	350,00	350,00
9	Congelador	1	900,00	1200,00
10	Extractor de olor	1	80,00	80,00
11	Cocina	1	500,00	500,00
12	Juego de Barista	1	25,00	25,00
13	Sanduchera	1	800,00	80,00
<b>Equipo de cómputo y software</b>				

1	Computador portátil(13marca)	1	550,00	550,00
2	Tablet (para pedido)	1	130,00	130,00
3	Impresora (tinta EPSON)	1	280,00	280,00
4	Licencias(office)	1	60,00	60,00
5	Teléfono	1	120,00	120,00
6	Caja Registradora	1	400,00	400,00
<b>Muebles</b>				
1	Mesa de Acero	2	100,00	200,00
2	Bascula	50	150,00	7.500,00
3	Sillas	30	40,00	1.200,00
4	Vitrinas refrigeradas	3	80,00	240,00
5	Mesas	6	800,00	4.800,00
6	Vasos y tazas (docena)	4	10,00	40,00
7	Vajillas (docena)	5	20,00	100,00
8	Utensilios (docena)	9	5,00	45,00
<b>Total (USD)</b>				<b>22,550,00</b>

Como se pudo observar la inversión inicial estimada para la puesta en marcha de la cafetería asciende a \$22550,00, monto destinado a la adquisición de diferentes bienes que son esenciales para la operación del negocio. Esta inversión incluye la compra de equipamiento, mobiliario, adecuación del local y otros activos que permitirán garantizar un servicio de calidad.

#### 6.7. PRESTAMOS

Para la puesta en marcha de la cafetería, se requiere una inversión de \$22550,00, de los cuales un 58% que equivale a \$13000,00 serán financiados a través de un préstamo bancario mientras que el valor restante será cubierto por la propietaria. Este financiamiento permitirá cubrir los costos iniciales asociados a la adquisición de equipamiento y adecuación del local. La estructura del préstamo se presenta en el Anexo 5 e incluye un plan de amortización que detalla el pago del capital e intereses a lo largo del período acordado, garantizando una gestión financiera sostenible. La Tabla 29 muestra el resumen del préstamo bancario.

**Tabla 29.** Resumen de préstamo bancario

<b>Resumen de préstamo</b>	
Producto	Línea abierta
Plazo (meses)	72
Tasa de interés nominal	13%
Tasa de interés efectiva anual	13,8%
Capital	\$12935,00
Total de interés	\$5822,71
Total seguro de desgravamen	307,44

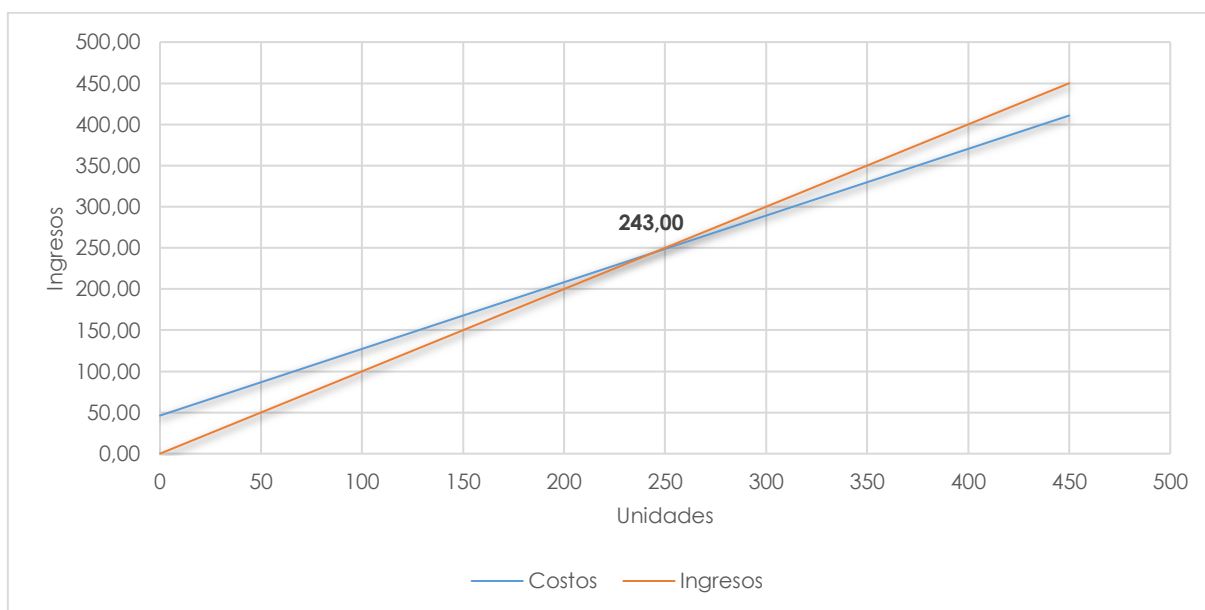
## 6.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

Conocer el punto de equilibrio es fundamental para determinar el nivel mínimo de ventas que la cafetería necesita para cubrir los costos operativos y comenzar a generar ganancias. Dado que la cafetería ofrece una variedad de productos, se calcula el punto de equilibrio considerando únicamente dos productos a manera de ejemplo, permitiendo ilustrar de forma clara la relación entre costos, ingresos y rentabilidad. Para esto es necesario aplicar las siguientes formulas:

$$CE = \frac{CF}{P - CV \text{ Unitario}}$$

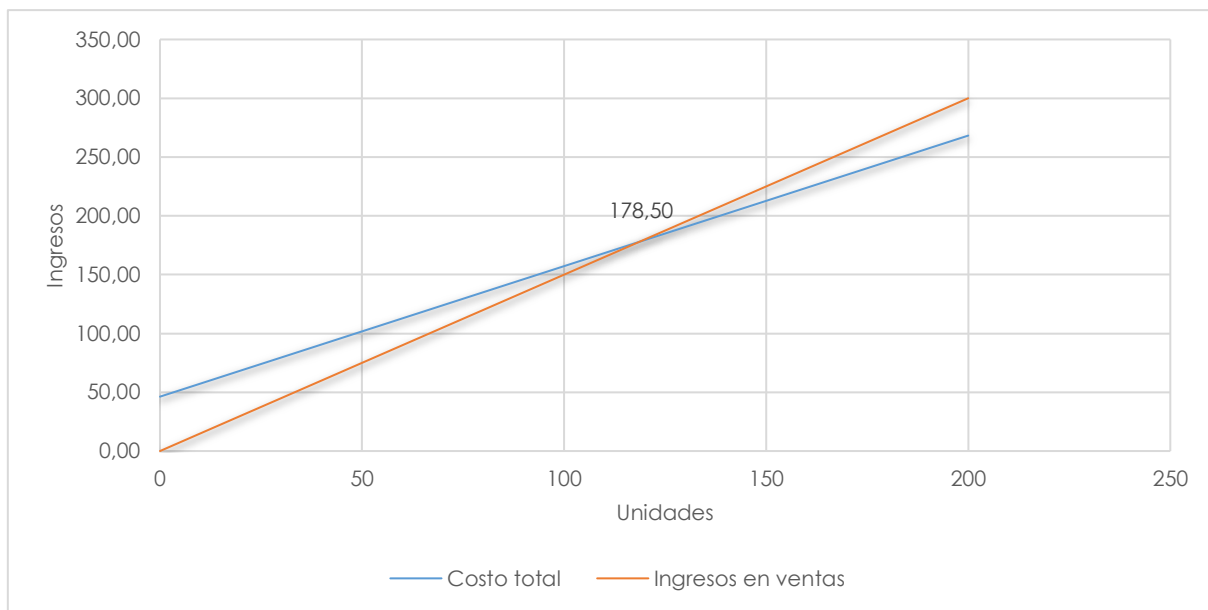
$$IE = CE * P$$

En la Figura 37 se presenta el punto de equilibrio para el café de chuspa, que se alcanza cuando se venden aproximadamente 243 unidades, en este momento los ingresos (\$243,00) igualan los costos totales (\$243,08). Esto significa que, a partir de esta cantidad de ventas, la cafetería comenzaría a generar ganancias con este producto. Al superar el punto de equilibrio, cada unidad adicional vendida contribuirá directamente a la rentabilidad del negocio.



**Figura 37.** Punto de equilibrio para el producto café de chuspa

Aunque la cantidad de equilibrio del café de chuspa supera las 108 unidades estimadas por la demanda, los valores se pueden compensar con la venta de otros productos pues los costos fijos que son los más elevados se asocian a un total de 28 productos que forman parte del menú, así se presenta el siguiente ejemplo referente a los jugos. La Figura 38 muestra el punto de equilibrio para el producto jugos.



**Figura 38.** Punto de equilibrio para el producto jugos

Como se puede observar el punto de equilibrio para el producto jugos indica que se alcanza aproximadamente con 119 unidades vendidas, donde los ingresos por ventas (\$178,50) igualan el costo total (\$178,34), es decir, a partir de esta cantidad, la cafetería comienza a generar utilidades con este producto. En este caso es importante señalar que esta cantidad se encuentra por debajo de la demanda que asciende a 361 unidades, por tanto, en este caso se obtendrá mayor ganancia para la cafetería y se compensará aquellos productos que no alcancen este punto.

#### 6.9. FLUJO DE CAJA

Como parte de la evaluación financiera se presenta el flujo de caja para conocer la liquidez del negocio pues permite analizar la capacidad de la cafetería para cubrir sus costos operativos, gastos administrativos y obligaciones financieras. Por ello, en esta sección, se presenta la Tabla 30 que contiene la proyección del flujo de caja para el primer año de operación, detallando los ingresos por ventas y los egresos derivados de los costos variables, costos fijos y pago del préstamo.

**Tabla 30.** Flujo de caja para el primer año de operación de "Swanross Cafetería"

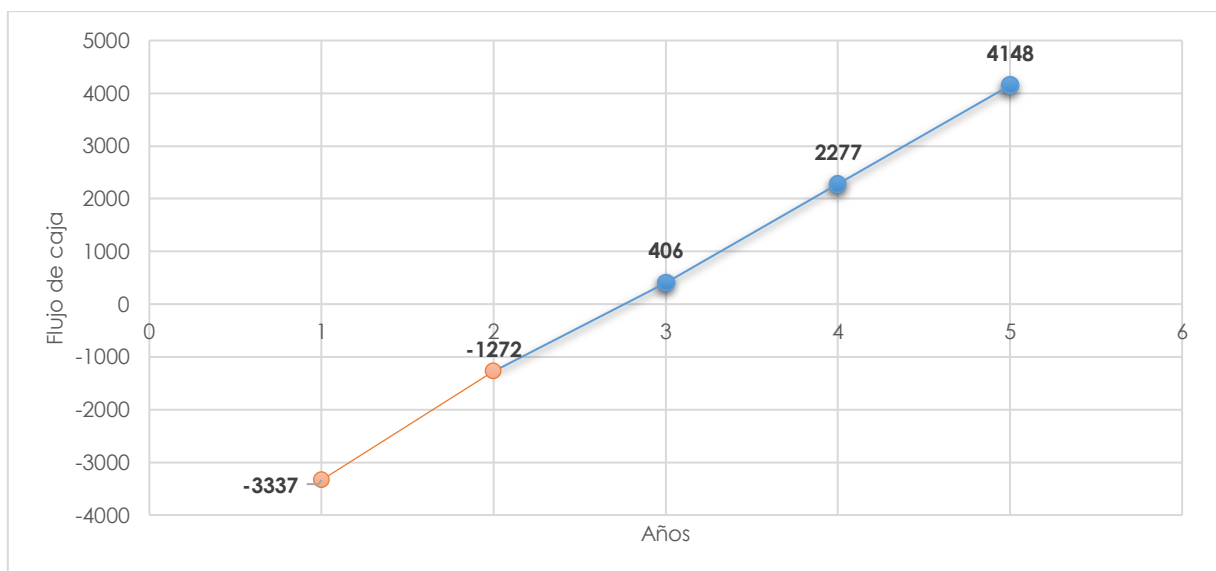
Cuentas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Acumulado
<b>Ingresos</b>													
Venta de productos	7219	7291	7364	7438	7512	7587	7663	7740	7817	7895	7974	8054	<b>91555</b>
<b>Total, de ingresos</b>	<b>7219</b>	<b>7291</b>	<b>7364</b>	<b>7438</b>	<b>7512</b>	<b>7587</b>	<b>7663</b>	<b>7740</b>	<b>7817</b>	<b>7895</b>	<b>7974</b>	<b>8054</b>	<b>91555</b>
<b>Egresos</b>													
Costos variables	6012	6072	6133	6195	6256	6319	6382	6446	6510	6576	6641	6708	<b>76251</b>

Costos fijos	1295	1287	1287	1287	1287	1287	1287	1287	1287	1287	1287	1287	1287	<b>15452</b>
Pago de préstamo	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	<b>3188</b>
<b>Total, de egresos</b>	<b>7573</b>	<b>7625</b>	<b>7686</b>	<b>7747</b>	<b>7809</b>	<b>7872</b>	<b>7935</b>	<b>7999</b>	<b>8063</b>	<b>8128</b>	<b>8194</b>	<b>8260</b>	<b>8326</b>	<b>94892</b>
<b>Flujo económico</b>	<b>-354</b>	<b>-334</b>	<b>-322</b>	<b>-309</b>	<b>-297</b>	<b>-284</b>	<b>-272</b>	<b>-259</b>	<b>-246</b>	<b>-233</b>	<b>-220</b>	<b>-206</b>	<b>-192</b>	<b>-3337</b>

En la Figura 39 se presenta la proyección del flujo de caja para los próximos cinco años que muestra una tendencia de recuperación y crecimiento financiero. En el primer año, se presenta un saldo negativo de -3,337 dólares, lo que indica que los ingresos no logran cubrir completamente los costos operativos y financieros. Para el segundo año, la pérdida se reduce a -1,272 dólares.

A partir del tercer año, la cafetería alcanza un flujo positivo de 406 dólares, lo que implica que el emprendimiento ya no opera con déficit. En el cuarto año, el flujo de caja se incrementa a 2,277 dólares, consolidando la estabilidad financiera y permitiendo una mayor capacidad de inversión o amortización de deudas. Finalmente, en el quinto año, el flujo de caja alcanza los 4,148 dólares, reflejando un crecimiento sostenido y una mejor rentabilidad.

Esta proyección muestra que, a mediano plazo, la cafetería logrará estabilidad financiera y podrá generar utilidades que podrán ser utilizadas para reinversión, o expansión. Así esta tendencia positiva resalta la importancia de mantener estrategias eficientes de control de costos y optimización de ingresos para garantizar la sostenibilidad del negocio.



**Figura 39.** Proyección del flujo de caja

## 6.10. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

La Tabla 31 muestra el estado de resultados proyectado de "Swanross Cafetería".

**Tabla 31.** Estado de resultados proyectado de “Swanross Cafetería”

<b>SWANROSS CAFETERÍA</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
AÑO	2025	2026	2027	2028	2029
VENTAS	91555,00	103176,53	124008,70	135959,12	147909,53
COSTO DE VENTAS	91703,00	92803,44	93917,08	95044,08	96184,61
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>-148,00</b>	<b>10373,09</b>	<b>30091,62</b>	<b>40915,04</b>	<b>51724,92</b>
GASTO ADMINISTRATIVO	8680,00	8784,16	8889,57	8996,24	9104,20
GASTO FINANCIERO	3188,00	3188,40	3188,40	3188,40	3188,40
TOTAL DE GASTO DE OPERACIÓN	11868,00	11972,56	12077,97	12184,64	12292,60
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-12016,00</b>	<b>-1599,47</b>	<b>18013,65</b>	<b>28730,39</b>	<b>39432,32</b>
OTROS INGRESOS NO OPERATIVOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS GASTOS NO OPERATIVOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-12016,00</b>	<b>-1599,47</b>	<b>18013,65</b>	<b>28730,39</b>	<b>39432,32</b>
IVA 15%			2702,05	4309,56	5914,85
IMPUESTO A LA RENTA 1,5% (RIMPE)			270,20	430,96	591,48
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-12016,00</b>	<b>-1599,47</b>	<b>15041,40</b>	<b>23989,88</b>	<b>32925,99</b>

El estado de resultados proyectado de “Swanross Cafetería” muestra una evolución financiera a cinco años, comenzando en 2025 y finalizando en 2029. En los primeros dos años, la empresa enfrenta pérdidas. Para 2025, las ventas alcanzan los \$91 555,00, pero el costo de ventas es ligeramente superior, en \$91 703,00, lo que genera una utilidad bruta negativa de -\$148,00. Además, los gastos administrativos (\$8 680,00) y financieros (\$3 188,00) elevan el total de gastos operativos a \$11 868,00, resultando en una utilidad operacional negativa de -\$12 016,00. En 2026, a pesar de un aumento en las ventas a \$103 176,53, se sigue registrando una pérdida de -\$1 599,47, aunque es significativamente menor que en el año anterior, mostrando señales de mejoría.

A partir de 2027, “Swanross Cafetería” logra revertir la tendencia negativa. Las ventas crecen a \$124 008,70 y, pese a que los costos también aumentan, se obtiene una utilidad bruta positiva de \$30 091,62. Después de deducir los gastos operativos, la utilidad operacional alcanza los \$18 013,65. Con la deducción del IVA (15%) y el impuesto a la renta bajo el régimen RIMPE (1,5%), la utilidad neta de 2027 se sitúa en \$15 041,40. Esta tendencia de crecimiento se mantiene en 2028 y 2029, con ventas de \$135 959,12 y \$147 909,53 respectivamente, y utilidades netas que ascienden a \$23 989,88 y \$32 925,99, reflejando un negocio cada vez más rentable.

En resumen, aunque los primeros dos años proyectados muestran pérdidas operativas y netas, la empresa logra alcanzar la rentabilidad a partir del tercer año, con un crecimiento constante tanto en ventas como en utilidades. Este comportamiento es típico en nuevos emprendimientos que requieren tiempo para estabilizarse en el

mercado. La mejora progresiva evidencia una sólida proyección de crecimiento y sostenibilidad financiera para "Swanross Cafetería" a mediano y largo plazo. La Tabla 32 muestra el estado de situación financiera de "Swanross Cafetería".

**Tabla 32.** Estado de situación financiera de "Swanross Cafetería"

<b>SWANROSS CAFETERÍA</b>			
<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>			
<b>AL 30 DE DICIEMBRE DEL 2025</b>			
<b>ACTIVOS</b>			
ACTIVO CORRIENTE			
Bancos	3000,00		
Efectivo	2000,00		
Documentos y cuentas por cobrar	500,00		
Inventario de productos	8054,01		
<b>Total activo corriente</b>		<b>13554,01</b>	
ACTIVO NO CORRIENTE			
Edificio	0,00		
Muebles y equipos	11000,00		
<b>Total activo no corriente</b>		<b>11000,00</b>	
<b>TOTAL ACTIVO</b>			<b>24554,01</b>
<b>PASIVOS</b>			
PASIVO CORRIENTE A CORTO PLAZO			
Proveedores	4500,00		
Impuestos por pagar	0,00		
<b>Total pasivo corto plazo</b>		<b>4500,00</b>	
PASIVO NO CORRIENTE A LARGO PLAZO			
Cuentas y documentos por pagar	3000,00		
Préstamo	11763,59		
<b>Total pasivo no corriente</b>		<b>14763,59</b>	
<b>TOTAL PASIVO</b>			<b>19263,59</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital contable	17306,42		
Utilidad neta	-12016,00		
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			<b>5290,42</b>
<b>TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO</b>			<b>24554,01</b>

El estado de situación financiera de "Swanross Cafetería" al 30 de diciembre del 2025 presenta una radiografía clara de la estructura económica del negocio en su primer año de operaciones. En términos generales, se trata de una empresa que ha invertido considerablemente en activos, especialmente en inventario y mobiliario, y que ha financiado gran parte de esa inversión con deuda.

En el apartado de activos, se registran un total de \$24554,01, donde el activo corriente representa \$13554,01. Este monto incluye principalmente el efectivo en bancos

(\$3000,00), caja (\$2000,00), cuentas por cobrar (\$500,00) e inventarios de productos (\$8054,01), reflejando que una parte importante de los recursos disponibles está destinada a la operación diaria. El activo no corriente, compuesto exclusivamente por muebles y equipos valorados en \$11000,00, también es significativo, indicando una inversión en infraestructura operativa.

En cuanto a los pasivos, la empresa presenta obligaciones por un total de \$19263,59. El pasivo corriente a corto plazo es de \$4500,00, correspondiente a cuentas pendientes con proveedores. No se registran impuestos por pagar, lo que puede interpretarse como una adecuada gestión tributaria en el primer año. Por otro lado, el pasivo no corriente asciende a \$14763,59, resultado de deudas a largo plazo como préstamos (\$11763,59) y documentos por pagar (\$3000,00), lo que muestra que "Swanross Cafetería" depende en buena parte de financiamiento externo para su funcionamiento inicial.

Finalmente, el patrimonio se compone de un capital contable de \$17306,42, aunque se ve afectado por una utilidad neta negativa de -\$12016,00, debido a las pérdidas operativas proyectadas en el primer año. Como resultado, el total del patrimonio se reduce a \$5290,42. A pesar de la pérdida inicial, el balance muestra una correcta correspondencia entre activos y la suma de pasivos más patrimonio, cumpliendo con el principio contable básico de equilibrio. En conjunto, este estado financiero revela que "Swanross Cafetería" se encuentra en una etapa inicial de consolidación, con una importante inversión en activos y una estructura de deuda manejable, sentando las bases para su futura estabilidad y crecimiento.

## 6.11. EVALUACIÓN FINANCIERA

La Tabla 33 muestra la evaluación financiera de "Swanross Cafetería".

**Tabla 33.** Evaluación financiera de "Swanross Cafetería"

<b>Evaluación financiera de "Swanross Cafetería"</b>						
	Inversión	Flujos netos de efectivo (FNE)				
	0	1	2	3	4	5
Inversión	22550					
Tasa de descuento	12%					
Nº de periodos	5					
	-22550,00	-12016,00	-1599,47	15041,40	23989,88	32925,99
$(1+i)^n$		1,12	1,25	1,40	1,57	1,76
FNE	-22550,00	-10728,57	-1275,08	10706,17	15246,00	18683,09
VAN	10081,61					
TIR	20%					

La evaluación financiera de "Swanross Cafetería" presenta un análisis detallado de su viabilidad económica a lo largo de un horizonte de cinco años, tomando como base una inversión inicial de \$22550,00 y una tasa de descuento del 12%. Los flujos netos de efectivo (FNE) proyectados muestran pérdidas durante los dos primeros años, con -12016,00 dólares en el primer año y -1599,47 dólares en el segundo. Estas cifras reflejan el impacto de los gastos de inicio y operación en las primeras etapas del proyecto, situación típica en nuevos emprendimientos.

A partir del tercer año, los flujos de efectivo se tornan positivos, registrando \$15041,40 en el tercer año, \$23989,88 en el cuarto, y \$32925,99 en el quinto año. Al aplicar la tasa de descuento para actualizar estos flujos a valor presente, se observa una recuperación gradual de la inversión. El Valor Actual Neto (VAN) resultante es de \$10081,61, lo que indica que el proyecto no solo recupera la inversión inicial, sino que también genera una rentabilidad adicional en términos reales.

Además, la Tasa Interna de Retorno (TIR) calculada es del 20%, superando ampliamente la tasa de descuento establecida del 12%. Este resultado confirma que "Swanross Cafetería" es un proyecto financieramente viable y rentable, capaz de ofrecer un rendimiento superior al costo de capital asumido, lo que lo convierte en una opción atractiva para potenciales inversores interesados en el sector de cafeterías innovadoras.

## VII. MODELO DE NEGOCIO

La Figura 34 muestra el CANVAS de "SWANROSS Cafetería".

CANVAS DE "SWANROSS CAFETERÍA"				
SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTE
<p>Proveedores de insumos alimenticios y de bebidas: Almacenes Japón, Comisariato Cadena, Kiwi Cayambe. Proveedores de flores y decoración: Andrea Armijos, Wanqara. Proveedores de limpieza y mantenimiento: Unilimpio, Difotec. Instituciones financieras: banco local para financiamiento del 58% del capital inicial. Colaboradores estratégicos: Diseñadores florales y ambientadores. Proveedores de packaging ecológico para entregas. Plataformas de delivery como Rappi o Glovo.</p>	<p>Preparación y servicio de bebidas calientes/frías y acompañamientos artesanales. Decoración y renovación continua del local con flores naturales (rosas como eje principal). Diseño de experiencias personalizadas: tardes temáticas, reservas románticas, eventos florales. Atención a la cliente personalizada.</p>	<p>Experiencia sensorial integral en un entorno temático inspirado en flores naturales, especialmente rosas, que crean una atmósfera acogedora, colorida y única. Ambiente instagrameable, ideal para tomar fotografías y compartir en redes sociales. Bebidas artesanales y productos de alta calidad, preparados por personal capacitado. Eventos especiales para parejas, grupos de amigos y turistas</p>	<p>Trato cercano y personalizado. Fidelización mediante promociones por fechas especiales. Reservaciones para celebraciones personalizadas. Encuestas y retroalimentación a través de redes. Interacción constante vía Instagram, Facebook y WhatsApp.</p>	<p>Turistas nacionales e internacionales que visitan Cayambe. Parejas en búsqueda de experiencias románticas y fotográficas. Amantes de las flores, en especial las rosas. Grupos de amigos que buscan espacios originales y temáticos. Personas jóvenes y adultos que valoran el diseño, la estética y el ambiente. Clientes digitales que realizan pedidos por redes y plataformas. Empresas o instituciones locales que contratan el espacio para eventos pequeños.</p>
	<p><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <p>Local físico temático en Cayambe con diseño floral. Personal capacitado en gastronomía, barismo, y atención al cliente. Acuerdo con proveedores de flores frescas. Branding visual y decoración constante. Presencia activa en redes sociales.</p>		<p><b>CANALES</b></p> <p>Local físico en Cayambe, con ambientación floral permanente. Redes sociales oficiales: Instagram y Facebook para promoción, interacción, reservas. WhatsApp Business para pedidos, reservaciones y atención al cliente.</p>	
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <p>Alquiler y mantenimiento del local temático. Compra regular de flores naturales y decoración. Sueldos del personal operativo y administrativo. Compra de insumos alimenticios y bebidas. Servicios básicos: agua, luz, internet. Amortización del préstamo bancario. Inversión total: \$22.550 USD Capital propio: 42% Préstamo bancario: 58% VAN: \$10.081,61 TIR: 20%</p>		<p><b>FUENTES DE INGRESOS</b></p> <p>Venta de alimentos y bebidas en el local. Reservas para eventos personalizados (cumpleaños, cenas románticas, etc.).</p>		

**Figura 40.** CANVAS de "SWANROSS Cafetería"

## VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 8.1. CONCLUSIONES

El estudio del mercado para "Swanross Cafetería" revela una sólida base de potenciales clientes en el cantón Cayambe, caracterizada por una población predominantemente joven, local y con hábitos de consumo frecuentes en cafeterías. La temática florícola resulta atractiva para una gran parte de los encuestados, la preferencia por bebidas como el café y acompañamientos como empanadas, junto con la importancia del precio, subraya la necesidad de una oferta variada, de calidad y accesible. Además, el análisis de ubicación y hábitos de visita indica que una estrategia integral que combine un entorno acogedor, precios justos y una experiencia temática única puede posicionar exitosamente a "Swanross Cafetería" como una opción destacada tanto para residentes como para turistas que visitan la zona.

La cafetería con temática florícola "Swanross" representa un emprendimiento integral que combina una ubicación estratégica en el centro de Cayambe con un diseño funcional y estéticamente atractivo, procesos de producción y servucción bien estructurados, y una planificación detallada de recursos materiales y humanos. Cada aspecto del proyecto ha sido cuidadosamente pensado para ofrecer una experiencia única que destaque por su calidad, eficiencia operativa y diferenciación temática, lo cual no solo fortalece la identidad del negocio, sino que también contribuye al desarrollo económico y turístico local al aprovechar los recursos naturales y humanos del sector.

El análisis financiero de "Swanross Cafetería" permite evidenciar que, aunque el negocio presenta pérdidas durante sus primeros dos años de operación, su comportamiento proyectado a mediano plazo es altamente favorable. Los estados financieros reflejan una evolución positiva y sostenida en los ingresos, así como una mejora progresiva en la utilidad neta, lo que demuestra la capacidad del proyecto para alcanzar rentabilidad. Además, el estado de situación financiera revela una estructura de capital equilibrada, con una adecuada inversión en activos y un uso

estratégico del financiamiento externo. Finalmente, la evaluación financiera, respaldada por un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$17718,09 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 27%, confirma la viabilidad económica del emprendimiento, posicionando a “Swanross Cafetería” como una propuesta atractiva y sostenible en el tiempo.

## 8.2. RECOMENDACIONES

Dado que el mercado objetivo en Cayambe muestra una alta preferencia por ambientes acogedores y temáticas florales, se recomienda invertir de forma continua en el diseño y ambientación de "Swanross Cafetería". Incorporar cambios estacionales, eventos florales y actividades culturales relacionadas puede mantener el interés y fortalecer la identidad de marca, asegurando así una mayor frecuencia de visitas y lealtad de los clientes.

Considerando que los estados financieros proyectan pérdidas iniciales, es importante atraer más volumen de clientes a corto plazo. Se recomienda ofrecer combos promocionales, descuentos en horarios de baja afluencia y desarrollar productos innovadores basados en las preferencias identificadas (café, empanadas y otros snacks). Esto ayudará a acelerar la generación de ingresos y mejorar el flujo de efectivo mientras se alcanza el punto de equilibrio.

Con un VAN positivo y una TIR atractiva, "Swanross Cafetería" tiene un gran potencial de rentabilidad. No obstante, para lograrlo, se debe mantener un control constante sobre los costos, optimizar la gestión de inventarios y monitorear mensualmente los indicadores financieros. Asimismo, aprovechar la buena ubicación para alianzas estratégicas (por ejemplo, con operadores turísticos locales) puede potenciar las ventas y reforzar la estabilidad económica del negocio.

## IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BCE. (2023). *Informe de evolución de la economía ecuatoriana en 2023 y perspectivas 2024*.  
[https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu\\_2023\\_pers2024.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu_2023_pers2024.pdf)
- BCE. (2024). *Tasas de Interés Activas Efectivas Referenciales*.  
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Caiza, D. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de un café bar temático en la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha* [Tesis de Pregrado, Universidad Técnica del Norte].  
<https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6604>
- CNP. (2021). Obtenido de <https://iste.edu.ec/wp-content/uploads/2022/08/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2021-2025.pdf>
- Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Asamblea.
- Díaz, L., De La Torre, M., & Almeida, C. (2022). Alternativa de desarrollo local para el sector florícola de Cayambe, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(5), 225-235.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202022000500225&script=sci\\_arttext&tIing=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202022000500225&script=sci_arttext&tIing=pt)
- GADIP del Municipio de Cayambe. (2018). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible e Innovación del Cantón Cayambe*.  
<https://cayambeturismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/PlanEstrat%C3%A9gico2018.pdf>
- González, K., Avalos, G., & Rangel, H. (2023). Hábitos de salud mental y nutricional a inicios de la pandemia por COVID-19: impactos, perspectivas y recomendaciones. *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 61(5), 645-652. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.8316463>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill Education. Obtenido de [https://books.google.com.co/books?id=5A2QDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=5A2QDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- INEC. (2024). *Población Demografía*.  
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

Marcillo, F., Plaza, C., Parrales, Á., Ocampo, E., & Yáñez, B. (2024). Turismo en la provincia de Pichincha, Ecuador año 2022: Impacto Económico y Diversidad de Atractivos. *Espíritu Emprendedor TES*, 8(2), 84-97. <http://mail.espirituemprendedort.es.com/index.php/revista/article/view/379>

Naciones Unidas. (2022). *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*.



PDOT. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe*. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cayambe. <https://municipiocayambe.gob.ec/>

Secretaría Nacional de Planificación. (2024-2025). *PLAN DE DESARROLLO PARA EL NUEVO ECUADOR*. Ecuador.

Turismo en Cifras. (2024). *Portal de servicios MINTUR*. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/>

## X. ANEXOS

### Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

**FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**ACTA**

**DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR CON ENFOQUE EN EMPRENDIMIENTO TIPO B**


<b>ESTUDIANTE:</b> Fujel Cisneros Melany Brigitte		<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b> 1755765417	
<b>PERIODO ACADÉMICO:</b> 2025A		<b>DOCENTE TUTOR:</b> MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CANDENA	
<b>PRESIDENTE TRIBUNAL:</b> Ph.D. JAIME ALEJANDRO BARRALDE VALLEJOS		<b>DOCENTE:</b> MSC. GUSTAVO ARMANDO LUCERO LIMA	
<b>TEMA DEL TIC:</b> "Plan de negocio para la creación de una cafetería con temática florícola en el cantón Cayambe"			

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	7,67	Explicar claramente el problema que va a solucionar.
2	ANÁLISIS DEL MERCADO	7,67	Presentar un análisis de mercado más amplio en la explicación.
3	PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO/ MODELO OPERATIVO	7,67	Mejorar la presentación del plan de operaciones
4	MARKETING Y VENTAS	6,83	Ampliar la presentación de las estrategias de marketing
5	EVALUACIÓN FINANCIERA	8,67	
6	MODELO DE NEGOCIO	7,67	Exponer claramente el modelo de negocio y presentarlo
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7,00	Mejorar la presentación, mayor seguridad en la presentación
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	9,33	


Obteniendo una nota de: **8,12** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 66.- De la aprobación de la pre defensa del informe final de TIC.- El estudiante deberá obtener una nota mínima de 7/10; al finalizar el proceso de pre-defensa se procederá a levantar el acta correspondiente. En el caso de aprobar con observaciones el estudiante deberá adjuntar el informe final de cumplimiento de observaciones y recomendaciones emitido por el Tribunal previo a la defensa final en un término máximo de 10 días.


Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **martes, 24 de junio de 2025**



Ph.D. JAIME ALEJANDRO BARRALDE VALLEJOS  
**PRESIDENTE TRIBUNAL**



MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CANDENA  
**DOCENTE TUTOR**



MSC. GUSTAVO ARMANDO LUCERO LIMA  
**DOCENTE**

**Anexo 2.** Certificado del Abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN  
AND NATIVE LANGUAGES CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
<b>NAME:</b> Fuel Cisneros Melany Brigitte				
<b>DATE:</b> Viernes, 4 de julio de 2025				
<b>Topic:</b> "Plan de negocio para la creación de una cafetería con temática florícola en el cantón Cayambe"				
<b>MARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>WRITING COHESION</b>	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>ARGUMENT</b>	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>CREATIVITY</b>	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	<b>TOTAL 9</b>		



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL  
CARCHI- FOREIGN AND NATIVE LANGUAGES  
CENTER**

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico  
o Investigación.**

**Autor:** Fuel Cisneros Melany Brigitte

**Fecha de recepción del abstract:** Jueves, 3 de julio de 2025

**Fecha de entrega del informe:** Viernes, 4 de julio de 2025

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

**Observaciones:**

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según la rúbrica de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9; por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



MA. Martha Viveros  
Docente responsable del  
CIDEN

### Anexo 3. Inscripción en el Servicio de Rentas Internas del negocio

		<b>Certificado</b> Registro Único de Contribuyentes
<b>Apellidos y nombres</b> FUEL CISNEROS MELANY BRIGITTE		<b>Número RUC</b> 1755765417001
<b>Estado</b> ACTIVO	<b>Régimen</b> RIMPE - NEGOCIO POPULAR	<b>Artesano</b> No registra
<b>Fecha de registro</b> 28/08/2024	<b>Fecha de actualización</b> 20/05/2025	
<b>Inicio de actividades</b> 28/08/2024	<b>Reinicio de actividades</b> No registra	<b>Cese de actividades</b> No registra
<b>Jurisdicción</b> ZONA 9 / PICHINCHA / CAYAMBE		<b>Obligado a llevar contabilidad</b> NO
<b>Tipo</b> PERSONAS NATURALES	<b>Agente de retención</b> NO	<b>Contribuyente especial</b> NO
<b>Domicilio tributario</b> <b>Ubicación geográfica</b> <b>Provincia:</b> PICHINCHA <b>Cantón:</b> CAYAMBE <b>Parroquia:</b> CAYAMBE <b>Dirección</b> <b>Barrio:</b> SAN CARLOS <b>Calle:</b> 14 DE FEBRERO <b>Número:</b> S/N <b>Intersección:</b> DON BOSCO <b>Referencia:</b> A DOS CUADRAS DE LOS TANQUES DE AGUA		
<b>Medios de contacto</b> <b>Email:</b> melanyswan.294@gmail.com <b>Celular:</b> 0939674929		
<b>Actividades económicas</b> • I56100104 - VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN CAFETERÍAS, INCLUSO PARA LLEVAR.		
<b>Establecimientos</b>		
<b>Abiertos</b> 1	<b>Cerrados</b> 0	
<b>Obligaciones tributarias</b> • 1011 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES		
<b>i</b> Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en <a href="http://www.sri.gob.ec">www.sri.gob.ec</a> .		
<b>Números del RUC anteriores</b> No registra		

**Apellidos y nombres**  
**FUEL CISNEROS MELANY BRIGITTE**

**Número RUC**  
**1755765417001**





Código de verificación: RCR1748523557430013  
Fecha y hora de emisión: 29 de mayo de 2025 07:59  
Dirección IP: 10.1.2.143

Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.

#### Anexo 4. Identificación de los competidores

La Tabla 34 muestra la identificación de competidores.

**Tabla 34.** Identificación de competidores

Competidor	Ubicación	Portafolio de productos/servicios	\$	Propuesta de valor y desventaja	Fotografía
Meche's Cafetería de Especialidad. (6 años en el mercado)	Calle Junín E 2-49 Entre Juan Montalvo y Olmedo, Cayambe 171002 Ecuador	Expresso	1,25	El establecimiento cuenta con un buen ambiente, decoración, y diversificación de producto. No hay productos saludables o diferentes a lo común.	
		Doppio	1,50		
		Machiato	1,50		
		Americano	1,50		
		Cappuccino	2,00		
		Mocaccino	2,25		
		Latte	2,25		
		Cortado	2,00		
		Coa Panna	2,25		
		Chocolate	2,00		
		Affogato	2,75		
		Frapuccino	2,75		
		Jugo de Mora	1,00		
		Jugo de Tomate	1,00		
		Batido de Mora	1,25		
		Batido de tomate	1,25		
		Tigrillo	3,50		
		Burritos	2,50		
		Nachos	3,00		
Empanada de pizza	1,25				
Empanada de carne	1,25				
Sandwiche de pollo	2,25				
Sandwiche Tradicional	2,50				
Mousse de maracuya	1,50				

<p>Santo Tomás Coffe Lab &amp; Pastry. (8 años en el mercado)</p> <p>24 de Mayo 0e4-66 Av. Victor Cartagena, Los Laureles, Cayambe Ecuador</p>	Chessecake	2,00	<p>Cafetería con un una temática moderna e interesante, diversificación de productos. Los productos tienen un precio un poco alto.</p>
	Ensalada	3,00	
	Expresso	1,25	
	Expresso Doble	1,75	
	Americano	1,50	
	Cappuccino	2,00	
	Mocaccino	2,50	
	Chocolate Caliente	2,50	
	Latte	2,25	
	Matcha Latte	3,50	
	Matcha Té Caliente	2,50	
	Affogato	4,00	
	Aromatica Hiervas	2,00	
	Aromaticas Flores y Frutas	2,00	
	Vino hervido	4,00	
	Frapuccino Oreo	2,50	
	Frapuccino Moka	2,50	
	Frapuccino Caramelo	2,50	
	Frapuccino Fresa	2,50	
	Frapuccino Black Tea	2,50	
	Frappuccino Unicorn	4,00	
	Frappuccino Manjar	4,00	
	Frappuccino Matcha	4,00	
	Te helado	2,50	
	Moka Latte Helado	2,50	
Matcha Latte helado	4,00		
Te frappe	2,50		
Cool mint refresher	4,00		
Mango Bay Refresher	4,00		
Passion Fruit Refresher	4,00		
Red velvet refresher	4,00		



---

Sunset Refresher	4,00
Masate Cerveza artesanal	3,25
Sangría	4,00
Fettuccine	6,90
Lasagna	6,90
Panini de pollo con champiñones	4,90
Rib Eye	7,90
Sandwich de cerdo picante	4,00
Sandwich de pollo ahumado	4,00
Sandwich de pernil ahumado	4,00
Sandwich de vegetales	3,00
Sandwich tradicional	2,00
Bolw de frutas	6,00
Desayuno completo	8,90
Desayuno dulce	4,90
Desayuno Ligero	4,90
Kinder Desayuno	4,25
Donuts por unidad	1,00
Galletas Artesanales	1,00
Mini Tartasletas/pies	4,00
Postre del día	3,00
Black bean nacho(frijol negro)	6,50
Nacho simple(guacamole)	6,00
Papas salteadas	4,50
Refreshers con alcohol	6,00
Extra crema	0,60
Extra ensalada	1,50
Extra leche almendras	1,00
Extra leche deslactosada	0,75
Exttra leche semidescremada	0,75
Papas fritas porción sandwich	1,00




---

		Papa frita porción completa	1,50	
		Desayuno inglés.	12,00	
		Sopa del día	3,00	
		Crepe de sal	9,00	
		Solomillo de ternera y patatas fritas	22,00	
		Bife de Chorizo	29,00	
		Hamburguesa Tocino y queso	10,00	
		Hamburguesa simple con queso	8,00	
		Hamburguesa Deluxe	15,00	
		Sándwich el jinete	7,95	
		Ensalada italiana	6,65	
		Sandwich TLT	5,00	
En Café del Jinete. (4 años en el mercado)	Av.Natalia Jarrín, Av, Panamericana y La niña, Cayambe	Sándwich de queso	4,50	El ambiente es acogedor. La comida es muy cara.
		Portobellio	6,00	
		STEAK	11,00	
		Clásico británico "Fishn chips"	20,00	
		Café americano	1,75	
		Capuchino	2,00	
		Café expreso doble	1,50	
		Chocolate caliente	2,75	
		Te de ingles	2,00	
		Jugos naturales	2,50	
Gaseosas 500ml	2,00			
Agua o guitig	1,35			
Cerveza club o pilsener	3,00			
Vino Caliente	6,00			
Vinos roble	3,60			
Chat Coffee Shop.		Té Organico	1,00	



(2 años en el mercado)	Té Jamaica	1,25		
	Expresso	1,50		
	Café Mocaccino	2,75		
	Caramel Latte	2,75		
	Cappuccino	2,75		
	Café de chuspa	1,50		
	Dark coffe (Expeso+Chocolate)	2,00		
	Dorami Caffè	2,00		
	Café de verano (café más rosas)	2,00		
	Americano	2,00		
	Chocolate	2,75		
	Té matcha en leche	3,00		
	Té matcha en agua	2,00		
	Mate	2,00		
	Argentina y Juan Pío Montufar	Frappe café chocolate	3,75	Tiene una buena decoración y temática. La Accesibilidad es confusa.
		Frappe café caramelo	3,75	
		Cheese cake (estilo norteamericano)	2,25	
		Tiramisú(estilo vieja italia)	3,00	
		Empanada de verde relleno queso	0,75	
		Empanada de viento relleno queso	0,45	
Empanada de viento mixtas queso y jamon		0,75		
Combo empanadas de viento (3 de queso)		1,00		
Combo empanadas de viento (3 mixtas)		1,25		
4 Chat (cage con ron) coctel de casa		3,50		
	3,00			
	4,50			
Café irlandes (café+whisky)	4,00			
	3,50			
Carajillo	2,00			



			2,50		
		Frappe borracho	3,00		
		Hamburguesas	3,75		
		Empanadas	4,00		
		Sandwiches	2,00		
El Rincón del Duende Ecuador-Tienda y Cafetería. (5 años en el mercado)	Juan Montalvo y Venezuela	Café y derivados	2,00	El lugar tiene una temática llamativa y ambiente. No hay gran variedad de productos, espacio pequeño.	
		Helados	3,00		
		Papas	2,00		
		Tortillas	2,00		
		Cerveza club o pilsener	2,00		
		Vino Hervido	3,00		
		Desayuno San Pedro	4,00		
		Desayuno San Pedro Junior	3,00		
		Desayuno Continental	4,50		
		Café con Humita	3,50		
Bizcochos San Pedro- Restaurante-Cafetería. (7 años en el mercado)	Av.Panamerican a y Camino al sol, por Napoles	Chicharrón con Mote	3,00	Es amplio y tradicional. No hay variedad de bebidas, distancia un poco lejana, no cuenta con comida saludable.	
		Trilogía de Empanadas	3,00		
		Habas con queso	5,00		
		Alitas BBQ	5,00		
		Locro de queso	5,00		
		Locro de cuero	5,00		
		Locro mixto	5,00		
		Yahuarlocro	5,00		
		Lasaña de carne	6,50		
		Lasaña de pollo	6,00		
		Lasaña mixta	8,00		
		Spaguetti a la boloñesa	8,00		
		Spaguetti a la carbonara	7,00		
Parrillada San Pedro	15,00				

		Costillas BBQ	7,00	
		Lomo a la plancha o al grill	9,50	
		lomo en salsa de champiñones	9,50	
		Lomo al ajillo	9,50	
		Churrasco	7,50	
		Pollo a la plancha o al grill	7,50	
		Pollo en salsa de champiñones	8,50	
		Pollo al Ajillo	8,50	
		Trucha a la plancha o al grill	9,50	
		Trucha en salsa de champiñones	9,50	
		Trucha al ajillo	9,50	
		Desayuno Campestre	3,00	
		Desayuno Vida Natural	3,00	
		Desayuno Gran esplendor	3,50	
		Desayuno especial de la casa	2,50	
		Desayuno Tradicional	2,50	
		Desayuno con waffles	3,50	
		Desayuno Infantil	2,00	
		Sanduche clásico	2,00	
		Sanduche de lomo de res	3,00	
		Sanduche de pollo	2,50	
		Latte Caramelo	2,00	
		Chocolate mellow	2,50	
		Frappuccino	3,00	
		Café frio	2,00	
		Smoothie de frutos rojos	2,50	
		Smoothie de durazno	2,50	
		Papas especiales con queso	2,00	
		Pizza Stroganoff de 12 porciones	18,00	
		Pizza Tradicional 12 porciones	18,00	
Cannelina Coffe & Pizza (2 años en el mercado)	Av. Panamericana y 24 de Mayo, Cayambe			Es amplio, tiene una vista muy bonita. No hay una diversificación de bebidas.



		Fettuccini carbonara	4,00	
		Crepe de nutella y helado	3,50	
		Cheesecake de frutos rojos	3,50	
		Tigrillo	3,50	
			7,00	
		Torta de chocolate 4,8,12 porciones	14,00	
			18,00	
			7,00	
		Torta de naranja 4,8,12 porciones	14,00	
			18,00	
			7,00	
		Tres leches 4,8,12 porciones	14,00	
Marcus (4 años en el mercado)	24 de Mayo y Los Laureles		18,00	Tiene una muy buena calidad de productos. Espacio muy limitado, no hay mucho variedad de bebidas.
		Tiramisú 4,8,12 porciones	7,50	
			14,00	
			22,00	
			7,50	
		Cheesecake de frutos rojos 4,8,12 porciones	14,00	
			22,00	
			7,50	
		Cheesecake de maracuya 4,8,12 porciones	14,00	
			22,00	
		Chesecake de nutella 4,8,12 porciones	7,50	



---

	14,00
	22,00
	7,50
Chesecake de Oreo 4,8,12 porciones	14,00
	22,00
Pan de casa	1,00
Quimbolitos con leche	2,00
Humitas con café	2,00
Donas	1,00
Crepes de Frutas	3,00
Burritos	4,00
Alitas BBQ	4,00
Lomo de res	4,00
Desayuno Tradicional	3,00
Bolon con café	3,50
Tigrillo con café	4,50
Sanduche Tradicional	3,00
Sanduche de pernil	3,50
Dulce de higos con queso	1,00

---

**Anexo 5.** Tabla de amortización

### Tabla de amortización

Producto:	Linea abierta
Plazo (meses):	72
Tasa de interés nominal:	13%
Tasa de interes efectiva anual:	13.8%
Capital:	\$12.935,00
Total de interés:	\$5.822,71
Total seguro de desgravamen:	\$307,44

Cuotas	Fecha de pago	Capital	Interés	Seguros desg.	Seguro Incendios/Vehiculo	Valor de la cuota	Saldo
1	2025-03-12	\$117,43	\$140,83	\$7,44	0.00	\$265,70	\$12.882,57
2	2025-04-12	\$118,77	\$139,56	\$7,37	0.00	\$265,70	\$12.763,81
3	2025-05-12	\$120,12	\$138,27	\$7,30	0.00	\$265,70	\$12.643,69
4	2025-06-12	\$121,49	\$136,97	\$7,23	0.00	\$265,70	\$12.522,19
5	2025-07-12	\$122,88	\$135,66	\$7,16	0.00	\$265,70	\$12.399,32
6	2025-08-12	\$124,28	\$134,33	\$7,09	0.00	\$265,70	\$12.275,04
7	2025-09-12	\$125,70	\$132,98	\$7,02	0.00	\$265,70	\$12.149,34
8	2025-10-12	\$127,13	\$131,62	\$6,95	0.00	\$265,70	\$12.022,21
9	2025-11-12	\$128,58	\$130,24	\$6,88	0.00	\$265,70	\$11.893,64
10	2025-12-12	\$130,05	\$128,85	\$6,80	0.00	\$265,70	\$11.763,59
11	2026-01-12	\$131,53	\$127,44	\$6,73	0.00	\$265,70	\$11.632,06

12	2026-02-12	\$133,03	\$126,01	\$6,65	0.00	\$265,70	\$11.499,03
13	2026-03-12	\$134,55	\$124,57	\$6,58	0.00	\$265,70	\$11.364,49
14	2026-04-12	\$136,08	\$123,12	\$6,50	0.00	\$265,70	\$11.228,41
15	2026-05-12	\$137,63	\$121,64	\$6,42	0.00	\$265,70	\$11.090,77
16	2026-06-12	\$139,20	\$120,15	\$6,34	0.00	\$265,70	\$10.951,57
17	2026-07-12	\$140,79	\$118,64	\$6,26	0.00	\$265,70	\$10.810,78
18	2026-08-12	\$142,40	\$117,12	\$6,18	0.00	\$265,70	\$10.668,38
19	2026-09-12	\$144,02	\$115,57	\$6,10	0.00	\$265,70	\$10.524,36
20	2026-10-12	\$145,66	\$114,01	\$6,02	0.00	\$265,70	\$10.378,70
21	2026-11-12	\$147,32	\$112,44	\$5,94	0.00	\$265,70	\$10.231,38
22	2026-12-12	\$149,00	\$110,84	\$5,85	0.00	\$265,70	\$10.082,37
23	2027-01-12	\$150,70	\$109,23	\$5,77	0.00	\$265,70	\$9.931,67
24	2027-02-12	\$152,42	\$107,59	\$5,68	0.00	\$265,70	\$9.779,25
25	2027-03-12	\$154,16	\$105,94	\$5,59	0.00	\$265,70	\$9.625,09
26	2027-04-12	\$155,92	\$104,27	\$5,51	0.00	\$265,70	\$9.469,17
27	2027-05-12	\$157,70	\$102,58	\$5,42	0.00	\$265,70	\$9.311,47
28	2027-06-12	\$159,50	\$100,87	\$5,33	0.00	\$265,70	\$9.151,97

29	2027-07-12	\$161,32	\$99,15	\$5,23	0.00	\$265,70	\$8.990,66
30	2027-08-12	\$163,16	\$97,40	\$5,14	0.00	\$265,70	\$8.827,50
31	2027-09-12	\$165,02	\$95,63	\$5,05	0.00	\$265,70	\$8.662,49
32	2027-10-12	\$166,90	\$93,84	\$4,95	0.00	\$265,70	\$8.495,59
33	2027-11-12	\$168,80	\$92,04	\$4,86	0.00	\$265,70	\$8.326,79
34	2027-12-12	\$170,73	\$90,21	\$4,76	0.00	\$265,70	\$8.156,06
35	2028-01-12	\$172,67	\$88,36	\$4,67	0.00	\$265,70	\$7.983,39
36	2028-02-12	\$174,64	\$86,49	\$4,57	0.00	\$265,70	\$7.808,74
37	2028-03-12	\$176,64	\$84,59	\$4,47	0.00	\$265,70	\$7.632,11
38	2028-04-12	\$178,65	\$82,68	\$4,37	0.00	\$265,70	\$7.453,46
39	2028-05-12	\$180,69	\$80,75	\$4,26	0.00	\$265,70	\$7.272,77
40	2028-06-12	\$182,75	\$78,79	\$4,16	0.00	\$265,70	\$7.090,02
41	2028-07-12	\$184,83	\$76,81	\$4,06	0.00	\$265,70	\$6.905,19
42	2028-08-12	\$186,94	\$74,81	\$3,95	0.00	\$265,70	\$6.718,25
43	2028-09-12	\$189,07	\$72,78	\$3,84	0.00	\$265,70	\$6.529,18
44	2028-10-12	\$191,23	\$70,73	\$3,73	0.00	\$265,70	\$6.337,95
45	2028-11-12	\$193,41	\$68,66	\$3,63	0.00	\$265,70	\$6.144,54

46	2028-12-12	\$195,62	\$66,57	\$3,51	0.00	\$265,70	\$5.948,92
47	2029-01-12	\$197,85	\$64,45	\$3,40	0.00	\$265,70	\$5.751,07
48	2029-02-12	\$200,10	\$62,30	\$3,29	0.00	\$265,70	\$5.550,97
49	2029-03-12	\$202,39	\$60,14	\$3,18	0.00	\$265,70	\$5.348,59
50	2029-04-12	\$204,69	\$57,94	\$3,06	0.00	\$265,70	\$5.143,89
51	2029-05-12	\$207,03	\$55,73	\$2,94	0.00	\$265,70	\$4.936,86
52	2029-06-12	\$209,39	\$53,48	\$2,82	0.00	\$265,70	\$4.727,47
53	2029-07-12	\$211,78	\$51,21	\$2,70	0.00	\$265,70	\$4.515,69
54	2029-08-12	\$214,19	\$48,92	\$2,58	0.00	\$265,70	\$4.301,50
55	2029-09-12	\$216,64	\$46,60	\$2,46	0.00	\$265,70	\$4.084,86
56	2029-10-12	\$219,11	\$44,25	\$2,34	0.00	\$265,70	\$3.865,76
57	2029-11-12	\$221,61	\$41,88	\$2,21	0.00	\$265,70	\$3.644,15
58	2029-12-12	\$224,13	\$39,48	\$2,08	0.00	\$265,70	\$3.420,02
59	2030-01-12	\$226,69	\$37,05	\$1,96	0.00	\$265,70	\$3.193,33
60	2030-02-12	\$229,28	\$34,59	\$1,83	0.00	\$265,70	\$2.964,05
61	2030-03-12	\$231,89	\$32,11	\$1,70	0.00	\$265,70	\$2.732,16
62	2030-04-12	\$234,54	\$29,60	\$1,56	0.00	\$265,70	\$2.497,63

63	2030-05-12	\$237,21	\$27,06	\$1,43	0.00	\$265,70	\$2.260,42
64	2030-06-12	\$239,92	\$24,49	\$1,29	0.00	\$265,70	\$2.020,50
65	2030-07-12	\$242,65	\$21,89	\$1,16	0.00	\$265,70	\$1.777,85
66	2030-08-12	\$245,42	\$19,26	\$1,02	0.00	\$265,70	\$1.532,43
67	2030-09-12	\$248,22	\$16,60	\$0,88	0.00	\$265,70	\$1.284,21
68	2030-10-12	\$251,05	\$13,91	\$0,73	0.00	\$265,70	\$1.033,16
69	2030-11-12	\$253,91	\$11,19	\$0,59	0.00	\$265,70	\$779,25
70	2030-12-12	\$256,81	\$8,44	\$0,45	0.00	\$265,70	\$522,44
71	2031-01-12	\$259,74	\$5,66	\$0,30	0.00	\$265,70	\$262,70
72	2031-02-12	\$262,70	\$2,85	\$0,15	0.00	\$265,70	\$0,00

## Anexo 6. Formato de encuesta



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS  
AMBIENTALES

TEMA: Plan de negocio para la creación de una cafetería  
con temática florícola en el cantón Cayambe

FORMULARIO N°:

Reciba un caluroso saludo de la carrera de Turismo de la "Universidad Politécnica Estatal del Carchi", solicitando su valiosa colaboración a fin de responder el siguiente cuestionario para recolectar información sobre la viabilidad del emprendimiento: Plan de Negocios para la creación de una Cafetería con temática florícola en el cantón Cayambe.

La información recolectada será confidencial y utilizada únicamente para fines académicos.

### INSTRUCCIONES

Lea detenidamente cada uno de los enunciados; luego marque con una X, según su criterio.

#### Datos demográficos

1. ¿Cuál es su género? A) Masculino ( ) B) Femenino ( ) C) Otro ( )
2. ¿Cuál es su nacionalidad? A) Ecuatoriano ( ) B) Extranjero ( )
3. ¿Qué edad tiene? \_\_\_\_\_
4. ¿Cuál es su nivel de formación?  
A) Primaria ( ) B) Secundaria ( ) C) Grado ( ) D) Postgrado ( ) E) Ninguno ( )
5. ¿Cuál es su profesión? \_\_\_\_\_
6. ¿Cuál es su situación laboral actual?  
A) Desempleado ( ) B) Empleado público ( ) C) Empleado privado ( )  
D) Independiente ( )
7. ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual?  
A) Menos de 460 USD ( ) B) 461 USD a 600 USD ( ) C) 601 USD a 800 USD  
D) Mas de 800 USD ( ) E) Ninguno ( )
8. ¿Cuál es su estado civil?  
A) Soltero/a ( ) B) Casado/a ( ) C) Divorciado/a ( ) D) Viudo/a ( )  
E) Unión libre ( )
9. ¿En qué provincia reside actualmente?  
A) Pichincha ( ) B) Carchi ( ) C) Tungurahua ( ) D) Chimborazo ( )  
E) Cañar ( ) F) Azuay ( ) G) Loja ( ) H) Imbabura ( )  
I) Bolívar ( ) J) Cotopaxi ( ) K) Guayas ( ) L) Esmeraldas ( )

- M) El Oro ( ) N) Los Ríos ( ) O) Manabí ( ) P) Napo ( )  
Q) Orellana ( ) R) Pastaza ( ) S) Santa Elena ( ) T) Santo Domingo ( )  
U) Sucumbios ( ) V) Morona Santiago ( ) W) Zamora Chinchipe ( )  
X) Galápagos ( ) Y) Exterior ¿Qué país? \_\_\_\_\_

#### Producto

**10. ¿Con qué frecuencia visita cafeterías?**

- A) Diariamente ( ) B) Varias veces por semana ( ) C) Semanalmente ( )  
D) Ocasionalmente ( )

**11. ¿Qué tan importante es para usted la temática del lugar cuando elige una cafetería?**

- A) Muy importante ( ) B) Importante ( ) C) Poco importante ( )  
D) No es importante ( )

**12. La idea de emprendimiento es crear una cafetería con temática florícola en Cayambe, ¿Qué tipo de bebidas prefiere consumir?**

- A) Bebidas de café ( ) B) Bebidas de chocolate ( ) C) Te ( ) D) Infusiones ( )  
E) Batidos y smoothies F) Jugos ( ) G) Yogurt H) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**13. ¿Con que productos le gustaría acompañar este tipo de bebidas?**

- A) Empanadas ( ) B) Tortillas ( ) C) Bolones ( ) D) Sándwich ( )  
E) Tostadas ( ) F) Brochetas ( ) G) Galletas ( ) H) Postres ( )  
I) Pasteles y Tartas ( ) J) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

#### Precio

**14. ¿Qué tan importante es el precio en su decisión de visitar una cafetería?**

- A) Muy importante ( ) B) Importante ( ) C) Poco importante ( )  
D) No es importante ( )

#### Plaza o Distribución

**15. ¿Con qué frecuencia visita Cayambe y sus alrededores?**

- A) Diariamente ( ) B) Varias veces por semana ( ) C) Semanalmente ( )  
D) Ocasionalmente ( )

**16. ¿Dónde preferiría que estuviera ubicada una cafetería con temática florícola en Cayambe?**

- A) En el centro de la ciudad ( ) B) Cerca de atracciones turísticas ( )  
C) En áreas rurales con jardines ( ) D) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

- M) El Oro ( ) N) Los Ríos ( ) O) Manabí ( ) P) Napo ( )  
Q) Orellana ( ) R) Pastaza ( ) S) Santa Elena ( ) T) Santo Domingo ( )  
U) Sucumbios ( ) V) Morona Santiago ( ) W) Zamora Chinchipe ( )  
X) Galápagos ( ) Y) Exterior ¿Qué país? \_\_\_\_\_

#### Producto

**10. ¿Con qué frecuencia visita cafeterías?**

- A) Diariamente ( ) B) Varias veces por semana ( ) C) Semanalmente ( )  
D) Ocasionalmente ( )

**11. ¿Qué tan importante es para usted la temática del lugar cuando elige una cafetería?**

- A) Muy importante ( ) B) Importante ( ) C) Poco importante ( )  
D) No es importante ( )

**12. La idea de emprendimiento es crear una cafetería con temática florícola en Cayambe, ¿Qué tipo de bebidas prefiere consumir?**

- A) Bebidas de café ( ) B) Bebidas de chocolate ( ) C) Te ( ) D) Infusiones ( )  
E) Batidos y smoothies F) Jugos ( ) G) Yogurt H) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**13. ¿Con que productos le gustaría acompañar este tipo de bebidas?**

- A) Empanadas ( ) B) Tortillas ( ) C) Bolones ( ) D) Sándwich ( )  
E) Tostadas ( ) F) Brochetas ( ) G) Galletas ( ) H) Postres ( )  
I) Pasteles y Tartas ( ) J) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

#### Precio

**14. ¿Qué tan importante es el precio en su decisión de visitar una cafetería?**

- A) Muy importante ( ) B) Importante ( ) C) Poco importante ( )  
D) No es importante ( )

#### Plaza o Distribución

**15. ¿Con qué frecuencia visita Cayambe y sus alrededores?**

- A) Diariamente ( ) B) Varias veces por semana ( ) C) Semanalmente ( )  
D) Ocasionalmente ( )

**16. ¿Dónde preferiría que estuviera ubicada una cafetería con temática florícola en Cayambe?**

- A) En el centro de la ciudad ( ) B) Cerca de atracciones turísticas ( )  
C) En áreas rurales con jardines ( ) D) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**Promoción**

17. **¿Cuándo usted visita un establecimiento de alimentos y bebidas, ¿Generalmente con quién lo hace?**  
A) Solo ( ) B) Familia ( ) C) Amigos ( ) D) Pareja ( ) E) Otro ( )
18. **¿Por qué medios de comunicación prefiere recibir información sobre una nueva cafetería en Cayambe? (Puede elegir varias opciones)**  
A) Redes sociales como Facebook, Instagram, etc. ( )  
B) Anuncios en medios locales como radio y prensa ( )  
C) Publicidad tradicional como volantes y vallas publicitarias ( )  
D) Ferias y eventos turísticos ( )
19. **¿Qué tipo de atracciones le gustaría que haya en una cafetería?**  
A) Área de niños ( ) B) Música en vivo ( ) C) Área para animales ( )  
D) Jardín o huerto interior ( ) E) Pórtico floral ( ) F) Otro ¿Cuál?\_\_\_\_\_
20. **¿Qué tipo de promociones lo motivarían a visitar una nueva cafetería en Cayambe?**  
A) Descuentos en la primera compra ( )  
B) Ofertas especiales por la apertura ( )  
C) Programas de fidelidad ( )  
D) Paquetes con productos locales ( )  
E) Otro ¿Cuál?\_\_\_\_\_

**Gracias por su colaboración**