



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO

TEMA:

**“CAFETERÍA SUBTERRÁNEA ENFOCADA A LA EXPOSICIÓN DE LAS
MANIFESTACIONES CULTURALES EN COTACACHI, IMBABURA,
ECUADOR”**

Proyecto de emprendimiento previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo

AUTOR(ES): Flores Guandinango Tamia Sisa

Montalvo Morillo Angela Mishell

DIRECTOR: MSc. Fabio Elton Cruz Góngora

Ibarra, 2022

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Certifico que el Trabajo de Grado “CAFETERÍA SUBTERRÁNEA ENFOCADA A LA EXPOSICIÓN DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES EN COTACACHI, IMBABURA, ECUADOR”, ha sido realizado en su totalidad por la señorita: Flores Guandinango Tamía Sisa, portadora de la cédula de identidad número: 1004824981, y por la señorita Montalvo Morillo Angela Mishell, portadora de la cédula de identidad número: 1004114524.



.....
FABIO ELTON CRUZ GÓNGORA
DOCENTE
C.I. 1002737581

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100482498-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Flores Guandinango Tamia Sisa		
DIRECCIÓN:	Otavalo; Barrio Monserrath		
EMAIL:	tsfloresg@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0990240777

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"CAFETERÍA SUBTERRÁNEA ENFOCADA A LA EXPOSICIÓN DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES EN COTACACHI, IMBABURA, ECUADOR"
AUTOR (ES):	Flores Guandinango Tamia Sisa Montalvo Morillo Angela Mishell
FECHA: DD/MM/AAAA	15/10/2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Cruz Góngora Fabio Elton

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 2 días del mes de febrero de 2022

EL AUTOR:

Tamia Sisa Flores Guandinango



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100411452-4	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Montalvo Morillo Angela Mishell	
DIRECCIÓN:	San Rafael, Calle Bolívar	
EMAIL:	ammontalvom@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:	(06) 2922979	TELÉFONO MÓVIL: 0995325174

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"CAFETERÍA SUBTERRÁNEA ENFOCADA A LA EXPOSICIÓN DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES EN COTACACHI, IMBABURA, ECUADOR"
AUTOR (ES):	Flores Guandinango Tamia Sisa Montalvo Morillo Angela Mishell
FECHA: DD/MM/AAAA	15/10/2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Cruz Góngora Fabio Elton

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 2 días del mes de febrero de 2022

EL AUTOR:

Angela Mishell Montalvo Morillo

DEDICATORIA

Dedico con alma y corazón a mi madre Rosario por su fuerza y apoyo, a pesar de las dificultades que pasamos, ahora comparto este logro junto a ella. A mi padre Raúl, por ser mi guía y fortaleza para no decaer en esta travesía. Gracias por su confianza y motivación para cumplir tan anhelada meta; por ustedes y para ustedes con amor.

Con cariño para mi hermano Gabriel por ser mi ejemplo a seguir, agradezco por escucharme y aconsejarme para lograr aquello que me proponga. Para mis sobrinos Jhosue y Liam quienes son mi mayor felicidad.

A mi abuelita Mercedes por ser como mi segunda madre y hoy tengo la dicha de tenerla presente en esta etapa de mi vida.

Para aquellos amigos quienes incentivaron con alegría y optimismo a concluir con éxito el presente proyecto.

Tamia.

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a mi madre Cristina por ser ejemplo de valentía y esfuerzo, quien me entregó por completo su vida y que con su amor incondicional ha velado por mis sueños, escuchado mis dudas y apoyado para el cumplimiento de mis metas. Mi amor y agradecimiento hacia ti son infinitos mi compañera de vida, mi padre y madre; te ruego nunca me faltes y sigas iluminando mi vida con tu sonrisa.

A mi tío Adrián, que sin su apoyo no habría logrado culminar esta etapa de mi vida. Viviré eternamente agradecida contigo por ser como un padre en mi vida.

A Inti por ser mi soporte sentimental y celebrar cada uno de mis triunfos, ayudándome a crecer día con día.

Y por último a todos mis familiares, maestros y amigos que con sus palabras de aliento me apoyaron en cada decisión.

Angela.

AGRADECIMIENTO

A Dios quien ha guiado nuestros caminos, protegiéndonos y permitiéndonos llegar a cumplir una meta más en nuestras vidas.

A nuestros padres quienes han sido nuestro pilar fundamental apoyándonos incondicionalmente en cada uno de nuestros pasos.

Agradecemos de manera especial a nuestro director técnico Raúl Cevallos quien nos transmitió conocimientos y consejos para culminar el presente trabajo.

Por último, a todos nuestros familiares y amigos que formaron parte de esta etapa y estuvieron dispuestos a colaborarnos.

Angela y Tamia

ÍNDICE

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	i
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	ii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
ABSTRACT	xix
INTRODUCCIÓN	xx
Objetivos	xxii
General	xxii
Específicos.....	xxii
CAPÍTULO I	1
1 ANTECEDENTES.....	1
1.1 Diagnóstico.....	1
1.2 Propuesta de la idea de negocios	3
1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios	4
1.4 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio	5
1.4.1 Análisis de la industria	5
1.5 Fundamentos teóricos.....	16
1.5.1 Turismo.....	16
1.5.2 Gastronomía	17
1.5.3 Turismo Cultural	17
1.5.4 Café	17
1.5.5 Cafetería	20
1.5.6 Cafetería temática	20
1.5.7 Café Subterráneo	20
1.5.8 Innovación	20
1.5.9 Sótano	21
1.5.10 Subterránea-sótano.....	22
1.5.11 Manifestaciones culturales.....	22
1.5.12 Cultura	22
1.5.13 Mercado.....	23

1.5.14	Segmentación de mercado	23
1.5.15	Oferta.....	23
1.5.16	Demanda	24
1.5.17	Demanda insatisfecha	24
1.5.18	Macro localización	24
1.5.19	Micro localización	24
1.5.20	Misión	25
1.5.21	Visión.....	25
1.5.22	Políticas	25
1.5.23	Organigrama.....	26
1.5.24	Manual de funciones.....	26
1.5.25	Marketing	26
1.5.26	Plan de marketing.....	27
1.5.27	Producto	27
1.5.28	Precio	27
1.5.29	Impacto ambiental	27
1.5.30	VAN	28
1.5.31	TIR.....	28
1.6	Fundamentación legal	29
CAPÍTULO II		33
2	Estudio de mercado.....	33
2.1	Diseño de la investigación de mercado	33
2.1.1	Tipo de investigación	33
2.1.2	Tipo de muestreo y cálculo de la muestra	35
2.1.3	Instrumentos de recolección	37
2.1.4	Resultados y discusión	37
2.2	Segmentación de mercado.....	57
2.3	Análisis de la oferta	58
2.4	Proyección de la competencia.....	60
2.5	Análisis de la demanda	62
2.6	Proyección de la demanda	62
2.7	Demanda insatisfecha.....	63
CAPÍTULO III		66
3	ESTUDIO DE TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO	66

3.1	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	66
3.1.1	Macro localización	66
3.1.2	Micro localización	67
3.2	Identificación de experiencias y descripción de procesos	69
3.2.1	Caracterización y diseño del producto/servicio.....	76
3.2.2	Descripción del proceso productivo o prestación del servicio.....	114
3.3	Ingeniería del proyecto.....	120
3.3.1	Distribución de la planta	120
3.3.2	Diseño planimétrico de la planta.....	125
3.3.3	Requerimientos por áreas.....	129
3.4	Inversiones y capital de trabajo	129
3.4.1	Obra civil necesaria	129
3.4.2	Maquinaria y equipos.....	133
3.4.3	Capital de trabajo.....	138
3.4.4	Total de inversión	144
3.4.5	Plan de financiación.....	145
3.5	Estructura organizativa y administrativa	145
3.5.1	Misión	145
3.5.2	Visión.....	146
3.5.3	Políticas	146
3.5.4	Valores	147
3.5.5	Imagen corporativa	147
3.5.6	Organigrama.....	148
3.5.7	Manual de funciones.....	148
3.5.8	Flujograma de actividades.....	153
3.5.9	Descripción del diagrama de flujo.....	154
3.6	Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual.....	155
CAPITULO IV		161
4	COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING	161
4.1	Nombre comercial de la empresa, los productos o servicios.	161
4.1.1	La Marca.....	161
4.1.2	El logo.....	161
4.1.3	Slogan	161
4.1.4	Logotipos previstos.....	163

4.1.5	Señalética	164
4.1.6	Uniforme del personal.....	164
4.1.7	Menaje para bebidas	165
4.1.8	Productos desechables	165
4.2	Canales de distribución	166
4.3	Publicidad.....	168
4.3.1	Marketing digital.....	168
4.3.2	Paquetes de productos en oferta y otras promociones.....	171
4.4	Ampliación posible de la gama de productos a futuro.	174
4.5	Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercado a utilizar.....	178
CAPÍTULO V		182
5	Estudio Ambiental	182
5.1	Descripción del área.....	182
5.2	Objetivos	182
5.2.1	Objetivo General.....	182
5.2.2	Objetivos Específicos	182
5.3	Descripción de las principales acciones o actividades de fase de construcción, operación y abandono de <i>Under Coffee</i>	182
5.4	Identificación de impactos ambientales	183
5.4.1	Factores ambientales a evaluar	183
5.4.2	Acciones del proyecto a evaluar por fase	185
5.4.3	Factores Ambientales	187
5.5	Identificación de acciones y factores ambientales.....	188
5.6	Descripción del método a aplicar	189
5.6.1	Método de interacción	189
5.7	Escalas o rangos de valoración ambiental para EIA	189
5.7.1	Tabla de valoración de magnitud	189
5.7.2	Tabla de valoración de importancia	190
5.8	Determinación de las afectaciones del emprendimiento	190
5.8.1	Tabla de Valoración de Impactos	192
5.9	Matriz de interpretación de resultados	192
5.10	Determinación de severidad de impactos	195
5.11	Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación	197

5.11.1 Fase de Construcción.....	197
5.11.2 Fase de Operación	198
5.11.3 Fase de Abandono	200
5.12 Matriz de plan de manejo ambiental.....	202
CAPÍTULO VI.....	208
6 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	208
6.1 Estado de situación inicial	208
6.2 Flujo de efectivo	209
6.2.1 Costo de capital	211
6.2.2 Tabla de amortización	211
6.3 Proyección de ingresos y gastos.....	212
6.3.1 Cálculo de la tasa interna de retorno y del valor actual neto	212
6.4 Punto de equilibrio.....	212
CONCLUSIONES.....	215
RECOMENDACIONES	217
BIBLIOGRAFÍAS	218
ANEXOS	224
Anexo 1 Urkund	224
Anexo 2 Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio de Turismo	225
Anexo 3 Encuesta	234
Anexo 4 Entrevista	238
Anexo 5 Materia prima	248
Anexo 6 Tabla de amortización.....	265
Anexo 8 Patente Municipal	268
Anexo 9 Aprobación de planos arquitectónicos	269
Anexo 10 Referencias diseño cafetería	270

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cafeterías competencia	10
Tabla 2	Análisis FODA de la cafetería Under Coffee	15
Tabla 3	Artículos legales.....	29
Tabla 4	Población de estudio.....	35
Tabla 5	Propietarios de las cafeterías de la ciudad de Cotacachi.....	54
Tabla 6	Gestores culturales del cantón Cotacachi.....	56
Tabla 7	Perfil del turista	57
Tabla 8	Oferta de restauración	58
Tabla 9	Proveedores para la cafetería Under Coffee.....	59
Tabla 10	Cantidad promedio de turistas anuales del cantón Cotacachi	60
Tabla 11	Proyección de la oferta	61
Tabla 12	Demanda potencial	62
Tabla 13	Proyección de la demanda.....	63
Tabla 14	Demanda insatisfecha.....	64
Tabla 15	Proyección de la demanda objetiva	65
Tabla 16	Premios recibidos por el café San Alberto	73
Tabla 17	Fotografías para el área subterránea.....	78
Tabla 18	Objetos y piezas.....	79
Tabla 19	Videos de las manifestaciones culturales de Cotacachi.....	82
Tabla 20	Fotografías planta baja	84
Tabla 21	Fotografías de las principales festividades	88
Tabla 22	Historia musical de Cotacachi.....	89
Tabla 23	Sueños y sus significados.....	90
Tabla 24	Libros para el área de lectura.....	91
Tabla 25	Discos de vinilo de música de Cotacachi y de diferentes artistas andinos.....	93
Tabla 26	Recetas y preparaciones de los productos de la cafetería Under Coffee.....	94
Tabla 27	Bebidas frías y calientes	110
Tabla 28	Precios teóricos de los productos	111
Tabla 29	Productos y servicios complementos que contiene la cafetería	115

Tabla 30	Ubicación de cuadros fotográficos	116
Tabla 31	Horario de actividades	117
Tabla 32	Proceso productivo de la cafetería.....	119
Tabla 33	Distribución de la planta.....	121
Tabla 34	Diseños de infraestructura que se pretende crear para la cafetería Under Coffee.....	122
Tabla 35	Personas necesarias en cada área de la cafetería	129
Tabla 36	Predio para la construcción.....	130
Tabla 37	Presupuesto referencial cafetería Under Coffee	130
Tabla 38	Equipamiento de cocina requerida para la cafetería Under Coffee .	134
Tabla 39	Equipos de oficina para el área de bar de la cafetería	135
Tabla 40	Equipo de computación para la cafetería.....	136
Tabla 41	Muebles y enseres para la cafetería	136
Tabla 42	Otros	137
Tabla 43	Resumen inversión fija.....	138
Tabla 44	Gastos de constitución para el primer año de funcionamiento de la cafetería	138
Tabla 45	Publicidad inicial para la cafetería.....	139
Tabla 46	Gastos diferidos	139
Tabla 47	Materia prima de productos elaborados.....	139
Tabla 48	Resumen de costos de materia prima.....	140
Tabla 49	Servicios básicos	141
Tabla 50	Contratos trabajadores.....	141
Tabla 51	Materiales de oficina para la cafetería	142
Tabla 52	Artículos de limpieza y bioseguridad para la cafetería	142
Tabla 53	Publicidad anual para promoción de la cafetería	143
Tabla 54	Productos desechables de la cafetería	143
Tabla 55	Capital de trabajo requerido para la cafetería	144
Tabla 56	Inversión total para la cafetería Under Coffee.....	144
Tabla 57	Plan de financiación para la cafetería	145
Tabla 58	Manual de funciones para el cargo de Administrador	148
Tabla 59	Manual de funciones para el cargo de Cajera.....	149

Tabla 60 Manual de funciones para el cargo de Repostera.....	150
Tabla 61 Manual de funciones para el cargo de Mesera	151
Tabla 62 Manual de funciones para el cargo de Barista	152
Tabla 63 Símbolos usados en el flujograma de la cafetería Under Coffee	154
Tabla 64 Tipos de señalética para la cafetería	164
Tabla 65 Gama de productos a futuro.....	175
Tabla 66 Estrategias de marketing para implementar en la cafetería Under Coffee.....	179
Tabla 67 Factores ambientales para evaluar	184
Tabla 68 Actividades en la fase de construcción	185
Tabla 69 Actividades en la fase de operación.....	186
Tabla 70 Acciones del emprendimiento en la fase de abandono.....	186
Tabla 71 Factores ambientales identificados	187
Tabla 72 Valoración sobre magnitud	189
Tabla 73 Valoración sobre importancia.....	190
Tabla 74 Valoración de impactos resultantes	192
Tabla 75 Intervalos para determinar la severidad.....	195
Tabla 76 Impactos positivos en la fase de construcción	197
Tabla 77 Impactos negativos en la fase de construcción.....	197
Tabla 78 Impactos positivos en la fase de operación	198
Tabla 79 Impactos negativos en la fase de operación	199
Tabla 80 Impactos positivos en la fase de abandono	200
Tabla 81 Impactos negativos en la fase de abandono.....	200
Tabla 82 Matriz de plan de manejo ambiental	202
Tabla 83 Tabla de amortización.....	211

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Género	38
Figura 2 Edad	39
Figura 3 Lugar de procedencia.....	39
Figura 4 Ocupación	40
Figura 5 Nivel de instrucción	40
Figura 6 Nivel de ingresos mensuales.....	41
Figura 7 ¿El café es un tipo de bebida de su preferencia?.....	42
Figura 8 ¿Con que frecuencia degusta de un café?	42
Figura 9 Tiempo promedio que le gustaría permanecer en una cafetería	43
Figura 10 ¿Con quién concurre a un tomar café?	44
Figura 11 Según su criterio ¿Cuáles de las siguientes características toma en cuenta al visitar una cafetería?	44
Figura 12 ¿Conoce usted una cafetería subterránea en Cotacachi?	45
Figura 13 ¿Ha visitado alguna cafetería con enfoque sobre manifestaciones culturales en Cotacachi?	46
Figura 14 ¿Le gustaría que Cotacachi cuente con una cafetería subterránea con enfoque cultural?	47
Figura 15 ¿Cuáles de las siguientes opciones le parece que deberían complementar al servicio de cafetería?.....	48
Figura 16 ¿Cuáles de los siguientes tipos de preparaciones de café le gustaría degustar?	49
Figura 17 ¿Cuáles de las siguientes opciones le gustaría para acompañar su café?	50
Figura 18 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el consumo de los diferentes productos que le ofrezcan en este tipo de establecimiento?.....	51
Figura 19 A su consideración ¿Qué otros productos le gustaría que se brinde en la cafetería?	52
Figura 20 ¿Cuál es el medio de comunicación que utiliza con más frecuencia?	53
Figura 21 Macro localización de la cafetería	66
Figura 22 Micro localización de la cafetería.....	68

Figura 23	Terreno que será usado para la construcción	69
Figura 24	Referencia de iluminación de cuadros.....	78
Figura 25	Portada menú cafetería Under Coffee	113
Figura 26	Lista de precios de la cafetería Under Coffee	113
Figura 27	Menú con el código QR de la cafetería Under Coffee	114
Figura 28	Diseño planimétrico de la planta subsuelo y planta baja de la cafetería	125
Figura 29	Diseño planimétrico de la planta alta de la cafetería	126
Figura 30	Diseño fachada frontal de la cafetería	127
Figura 31	Corte lateral del diseño planimétrico de la cafetería.....	127
Figura 32	Diseño 3D del área de subterráneo.....	128
Figura 33	Diseño 3D de la planta baja.....	128
Figura 34	Diseño 3D de la planta alta.....	129
Figura 35	Logo de la cafetería Under Coffee.....	147
Figura 36	Organigrama cafetería.....	148
Figura 37	Representación de flujograma de la cafetería Under Coffee	154
Figura 38	Logotipo de la cafetería Under Coffee	161
Figura 39	Variación de logotipo original de la cafetería	163
Figura 40	Uniforme para el personal de la cafetería Under Coffee	165
Figura 41	Tazas de arcilla y barro	165
Figura 42	Vasos desechables ecológicos y bolsa de papel ecológica	166
Figura 43	Página de Facebook de la cafetería Under Coffee.....	169
Figura 44	Página de Instagram de la cafetería Under Coffee.....	169
Figura 45	Página Web de la cafetería Under Coffee	170
Figura 46	Letrero de la cafetería Under Coffee	170
Figura 47	Tarjetas de presentación de la cafetería Under Coffee	170
Figura 48	Merchandising de la cafetería Under Coffee	171
Figura 49	Póster promocional Un café cultural.....	172
Figura 50	Promoción Día Internacional del Café	173
Figura 51	Premiación conocimiento cultural.....	174
Figura 52	Identificación de acciones y factores ambientales	188
Figura 53	Determinación de afectaciones en el emprendimiento	191

Figura 54 Aplicación de matriz con valores mínimos.....	193
Figura 55 Aplicación de matriz con valores máximos	194
Figura 56 Matriz de identificación de severidad de impactos en el emprendimiento.....	196
Figura 57 Diagramación de impactos en la fase de construcción.....	198
Figura 58 Diagramación de impactos en la fase de operación	199
Figura 59 Diagramación de impactos en la fase de abandono.....	201
Figura 60 Balance de situación inicial de la cafetería Under Coffee.....	208
Figura 61 Flujo de efectivo del año uno de la cafetería Under Coffee.....	210
Figura 62 Costo de capital.....	211
Figura 63 Proyección de ingresos y gastos para diez años.....	212
Figura 64 Tasa interna de retorno y valor actual neto	212
Figura 65 Punto de equilibrio.....	213
Figura 66 Gráfica punto de equilibrio.....	214

RESUMEN EJECUTIVO

Under Coffee se encontrará ubicada en la ciudad de Cotacachi a poca distancia del parque central, es una compañía de responsabilidad limitada que ofrece como producto principal el café acompañado de una exposición de las manifestaciones culturales del cantón. Para determinar la oferta y demanda se realizó una investigación descriptiva, documental y de campo, a través de la metodología de encuestas aplicadas de acuerdo con el cálculo de la muestra y entrevistas a gestores culturales. Se consolidó bajo una misión de brindar un ambiente con enfoque cultural, una visión de ser conocida como una cafetería con valor cultural a nivel provincial y con el objetivo de exponer la cultura e historia del cantón. Se establecieron canales de distribución y estrategias marketing que permitan posicionar a la cafetería como un establecimiento exclusivo e innovador. Su característica innovadora se basó en juntar los aspectos culturales, gastronómicos y una infraestructura exclusiva, a través de cuadros fotográficos, proyección de videos, objetos y piezas características del cantón, mismos que, se encuentran distribuidos en el área subterránea, planta baja y alta. La oportunidad de negocio nació a partir de optimizar y valorizar la identidad que caracteriza a Cotacachi y conservarla para futuras generaciones. Para la puesta en marcha del emprendimiento de acuerdo con el análisis económico financiero se determinó una inversión de \$139.022,43 y alcanza el punto de equilibrio en el quinto año con 441.114 unidades vendidas e ingresos de \$1.059.603 con lo que se establece que el proyecto es factible.

Palabras clave: café – subterráneo – manifestaciones culturales – innovación

ABSTRACT

Under Coffee cultural café will be located in the city of Cotacachi within walking distance of the central park, it is a limited liability company that offers as its main product coffee accompanied by an exhibition of the cultural manifestations of the canton. To determine the supply and demand, a descriptive, documentary and field research was carried out, through the methodology of surveys applied according to the calculation of the sample and interviews with cultural managers. It was consolidated under a mission to provide an environment with a cultural focus, a vision of being known as a café with cultural value at the provincial level and with the aim of exposing the culture and history of the canton. Distribution channels and marketing strategies were established to position the cafeteria as an exclusive and innovative establishment. Its innovative feature was based on bringing together the cultural, gastronomic aspects and an exclusive infrastructure, through photographic paintings, projection of videos, objects and pieces characteristic of the canton, which are distributed in the underground area, ground floor and upper floor. The business opportunity was born from optimizing and valuing the identity that characterizes Cotacachi and preserving it for future generations. For the start-up of the venture according to the financial economic analysis, an investment of \$139,022.43 was determined and reached the breakeven point in the fifth year with 441,114 units sold and revenues of \$1,059,603, which establishes that the project is feasible.

Keywords: coffee – underground – cultural manifestations - innovation

INTRODUCCIÓN

El cantón Cotacachi es el más extenso de la provincia de Imbabura, conocido como la “tierra de los buenos cueros” y “capital musical del Ecuador”; se puede mencionar dentro de las principales manifestaciones culturales correspondientes a conocimientos y usos relacionados con la naturaleza, gastronomía y medicina tradicional; tradiciones y expresiones orales, tales como leyendas, memoria local vinculada a acontecimientos y expresiones orales; artes de espectáculo como la música, la danza y los juegos tradicionales; usos sociales, rituales y actos festivos que tiene que ver con ritos, fiestas religiosas, prácticas comunitarias tradicionales; por último, técnicas artesanales tradicionales como bordados y tejidos.

Dichas manifestaciones deben ponerse en valor y potencial cultural ya que algunas de ellas se han perdido dentro de los 50 años y aquellas que aún se conservan son imprescindibles que sean expuestas a quienes visiten el cantón. Por ello, la implementación de una cafetería subterránea que exponga estas manifestaciones culturales ayuda a difundir el valor e identidad cultural de Cotacachi.

El presente estudio está constituido por 6 capítulos detallados a continuación:

Capítulo I: Diagnóstico situacional, enfocado a los antecedentes del cantón, la propuesta y sustentación de la idea de negocio. Por otra parte, se establecieron las bases teóricas importantes en los que se desarrolla el emprendimiento como cafetería y subterráneo

Capítulo II: Estudio de mercado, se tomó en cuenta los tipos de investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de información y el cálculo de la muestra para aplicación de encuestas. Con estos datos se determinó la oferta, demanda y demanda insatisfecha.

Capítulo III: Estudio técnico organizativo, se determinó la localización óptima del proyecto, la identificación de experiencias y descripción de procesos con reseñas de las cafeterías en diferentes partes del mundo. La caracterización y diseño del producto con la ingeniería de la infraestructura y decoración; además, los

requerimientos para la operación del emprendimiento y su inversión total. Finalizando con la estructura organizativa y administrativa y requisitos para su constitución legal.

Capítulo IV: Plan de comercialización y marketing, se planteó el nombre y marca del emprendimiento, canales de distribución a utilizar y estrategias de marketing generen interés de los productos y servicios a ofertarse.

Capítulo V: Estudio ambiental, se detalló el método para identificar los posibles impactos positivos y negativos que el proyecto va a generar, procediendo a jerarquizarlos para establecer un plan de manejo ambiental aplicando medidas de prevención, mitigación y control a los impactos identificados.

Capítulo VI: Estudio económico financiero, en este último capítulo se detalla el balance de situación inicial, el flujo de efectivo en el año uno para su posterior proyección de ingresos y egresos; el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y del Valor Actual Neto (VAN) que junto al costo de capital se determinó el punto de equilibrio y la factibilidad del proyecto.

Objetivos

General

Implementar una cafetería subterránea enfocada a la exposición de manifestaciones culturales en Cotacachi, Imbabura, Ecuador.

Específicos

- Diagnosticar la situación sociocultural, económica, política y ambiental del cantón Cotacachi.
- Determinar la oferta y demanda mediante un estudio de mercado.
- Establecer la estructura operativa, administrativa, organizacional estructural y funcional de la cafetería mediante un estudio técnico.
- Definir estrategias de comercialización y marketing.
- Identificar los niveles de impacto que generará la implementación del emprendimiento mediante un estudio de impacto ambiental.
- Determinar la viabilidad y rentabilidad del emprendimiento a través de un estudio económico financiero.

CAPÍTULO I

1 ANTECEDENTES

1.1 Diagnóstico

En la época colonial Fray Pedro de la Peña, proyecta la creación de un nuevo cantón, este acometido se materializa en 1824 año en el que el territorio de Cotacachi es elevado a la categoría de cantón por Simón Bolívar:

Originalmente Cotacachi significaba “Cerro alto o torre”, apareció como cantón de Imbabura, el 25 de junio de 1822, confirmado el 24 de junio de 1842; sin embargo, la cantonización fue el 6 de julio de 1861, iniciando así, su vida política administrativa con el nombre de Santa Ana de Cotacachi. (Plan de Odenamiento Territorial Cotacachi, 2015, p.17)

El cantón Cotacachi es el más extenso de la provincia de Imbabura, se encuentra limitado al norte con el cantón Urcuquí; al sur con el cantón Otavalo y la provincia de Pichincha; al este con el cantón Antonio Ante y al oeste con la provincia de Esmeraldas.

Según el Censo de Población y Vivienda (CPV) del año 2010 el cantón Cotacachi tiene una población de 40.036 habitantes en donde el 50.18% son hombres y el 49.82% son mujeres. El PDOT (2015) deduce que “De acuerdo con la identificación étnica, en Cotacachi predomina el grupo étnico mestizo en un 53,53%, seguido por los indígenas con el 40,55%, existe también el 1,66% que se define como afroecuatoriano o negro” (p.152).

De acuerdo con el Censo 2010 la disponibilidad de teléfono convencional corresponde al 25.21%, por lo que a nivel cantonal no cuenta con este servicio el 74.79%, en el área urbana se cuenta con una cobertura del 54.77% y el área rural solo cuentan el 15.53% de la población. (PDOT, 2015, p. 269)

El acceso a internet según información proporciona por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL, citado en PDOT,

2015), al año 2015 se tiene en el cantón en cuanto al acceso a telefonía fija (abonados) son 5080, y 9340 usuarios con acceso a internet fijo.

El clima se encuentra dividido en la zona andina y zona de Intag, los cuales tiene cuatro tipos de climas marcados como son el clima ecuatorial de alta montaña, tropical mega térmico húmedo y ecuatorial mesotérmico semi húmedo.

La zona andina presenta una temperatura que oscila entre los 14°C a los 22°C, mientras que para la zona de Intag tenemos una temperatura que Oscila entre los 16°C a los 32°C. El promedio de precipitación en la zona Andina es de 500 y 1000 mm/año y en la zona de Intag alrededor de 3000 mm/año, debido al buen nivel de cobertura vegetal que todavía existe. (PDOT, 2015, pp. 41-42)

En el área urbana las vías en un 80% se encuentran en buen estado, y con su capa de rodadura de adoquinado en un 70% y el restante como asfalto. Las vías asfaltadas y/o adoquinadas en el cantón corresponden a una longitud de 54 km; la longitud de vías empedradas 144,5 km; lastradas 86,5 km; en suelo natural tienen una longitud de 498,5 km.

Los principales medios de transporte son los buses, taxis y camionetas que se encuentran formadas por cooperativas que prestan sus servicios a la ciudadanía. Las cooperativas “6 de Julio, Quiroga”, “Flota Anteña”, “Otavalo”, “Minas”, “Imbaburapak”, “8 de Septiembre” y “Kennedy” son quienes brindan movilidad tanto cantonal como provincial.

Dentro de la cadena de valor y turismo se encuentran organizaciones como Runa Tupari y la Red Ecoturística de Intag (REI), quienes mediante la formación de organizaciones promueven la actividad turística, conservación de recursos naturales y sostener la economía de familias que se encuentran en la zona rural.

Runa Tupari es una operación turística comunitaria que inició sus actividades en el año 2000, la misma consiste en una red de 15 alojamientos familiares que permiten recibir turistas. “Es el punto de enlace que posibilita los contactos con otras agencias y empresas de turismo para facilitar la llegada de turistas a los alojamientos familiares” (PDOT, 2015, p. 213).

Dentro de REI existe 11 organizaciones agroproductivas, turísticas y artesanales, para desarrollar el análisis de cadenas de valor han participado tres organizaciones bases:

La asociación Mujer y medio ambiente, donde la actividad turística y artesanal nace como una alternativa para incentivar la conservación de los recursos naturales y el cuidado de los bosques existentes. Su actividad se centra en la producción de jabones, cremas faciales, shampoo de manera artesanal, procurando el mínimo uso de productos químicos. Todos son productos orgánicos que se elaboran con materias primas producidas en el sector por ellas mismas en especial la sábila. (PDOT, 2015, p.213)

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, ha realizado un inventario de los bienes inmateriales del Cantón Cotacachi en el que se puede distinguir 70 bienes.

El 29% corresponden a conocimientos y usos relacionados con la naturaleza como técnicas y saberes productivos tradicionales, gastronomía y medicina tradicional principalmente. El 26% son tradiciones y expresiones orales, esto es leyendas, memoria local vinculada a acontecimientos y expresiones orales; el 20% denominado artes de espectáculo donde está la música, la danza, los juegos tradicionales y el teatro; el 17% está en la categoría de usos sociales, rituales y actos festivos que tiene que ver con ritos, fiestas religiosas, prácticas comunitarias tradicionales y el 9% restante son técnicas artesanales tradicionales como bordados, tejidos, elaboración de flautas, alpargates, hilo de cabuya y adobe para construcción. (PDOT, 2015, pp. 167-168)

1.2 Propuesta de la idea de negocios

La caficultura en el Ecuador es una de las actividades que genera desarrollo económico en el país, puesto que, la producción y comercialización del café a nivel nacional e internacional brinda diferentes beneficios principalmente la generación de empleo.

La provincia de Imbabura se destaca por su suelo fértil apto para el cultivo de café, además se han establecido diferentes asociaciones que comercializan este

producto, por lo que se cuenta con la materia prima de calidad que permite preparar un café que satisfaga los gustos de la demanda.

Existe variedad de temáticas que dentro del país se diseñan a partir de gusto y tendencia del emprendedor; sin embargo, adaptar temáticas con enfoques culturales no es muy notoria dentro del cantón, ya que los diferentes establecimientos de restauración y cafeterías se dedican a la venta de sus productos principales como platos tradicionales o las distintas preparaciones del café. Es así como se crea la idea de realizar una infraestructura que contiene un subterráneo o sótano en la que por medio de medio visual se expondrán las manifestaciones culturales del cantón Cotacachi; y de manera general dentro del establecimiento.

Además del aspecto cultural se tiene la intención de transmitir la importancia y beneficios que trae el consumo de café a través de sus distintas preparaciones. De esta manera también se apoya a las distintas marcas de café de la localidad ya que al hacer uso de su producto ayuda al desarrollo de la economía local y de pequeños emprendedores dedicados al cultivo de café.

1.3 Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

La idea de una cafetería subterránea nace a partir de la aspiración de crear una infraestructura que aisle el ruido para que el cliente pueda disfrutar cómodamente de su tiempo de ocio. Además, la exposición de fotografías y videos históricos sobre las manifestaciones culturales de Cotacachi brinda un enfoque temático, pues el cantón contiene gran riqueza cultural y en la actualidad no se han generado ideas innovadoras de conservación. Por otra parte, mientras el cliente aprecia la exposición de los distintos elementos que contendrá la cafetería podrá degustará de una taza de café u otros productos que se ofrecen con el fin de que el cliente goce de nuevas experiencias y se sienta atraído a elegir el servicio de la cafetería *Under Coffee*.

La música instrumental, acústica y andina creará un ambiente acogedor, permitiéndole al cliente sentirse a gusto escuchando sonidos que caractericen a la cafetería subterránea y permita una estadía memorable, rescatando las

manifestaciones culturales del cantón. Así también, se impulsa el reconocimiento de artistas realizando eventos de música en vivo durante días planificados; puesto que los artistas forman parte de la tradición musical de Cotacachi, lugar que es conocido como “tierra de grandes artistas”.

Para la ejecución del emprendimiento se cuenta con un predio propio ubicado en la zona urbana, lo cual brinda la oportunidad que las personas lleguen fácilmente y se encuentren en contacto con los demás productos y servicios que Cotacachi oferta. Como parte de la infraestructura se plantea cuenta con 2 plantas y un subterráneo. En el subterráneo se ubicarán cuadros fotográficos debidamente iluminados y videos sobre Cotacachi; en la primera planta como servicio adicional se ofrecerán demostraciones por parte del barista; y finalmente la planta superior contará con un voladizo que permita apreciar la vista de la ciudad y una panorámica hacia los dos volcanes Imbabura y Cotacachi.

1.4 Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio

1.4.1 Análisis de la industria

Situación del macro ambiente

Político legal

El cantón Cotacachi se encuentra dirigido por algunas organizaciones tanto culturales como sociales lo cual ayuda a la participación por parte de diferentes actores para contribuir a una mejor organización y gestión del cantón. De acuerdo con las organizaciones políticas el PDOT (2015) señala que:

La UNORCAC (Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi), continúan siendo la principal organización de segundo grado de la zona andina del Cantón Cotacachi, recoge la representación de la organización comunitaria de los cabildos de 43 comunidades indígenas de las Parroquias San Francisco, Sagrario, Imantag y Quiroga así como la organización por temáticas y sectores a nivel interno como: Deportes y Recreación; Salud y Nutrición; Juventud; Mujer y Familia; Niñez y

Adolescencia; Educación, Cultura y Patrimonio; Patrimonio Natural, Crédito, Producción y Comercialización. (p. 213)

Sociocultural

El Ecuador al ser considerado un país pluriétnico tiene una variedad de pueblos y nacionalidades caracterizados por sus tradiciones y costumbres, por lo cual el cantón Cotacachi al tener un territorio extenso dentro de la provincia de Imbabura acoge a varios grupos étnicos los cuales servirán de base para la exposición cultural. Fundamentando este concepto el PDOT (2015) menciona que:

Más de la mitad de la población del cantón Cotacachi, 53,53% se auto identifica como mestizo/a y el 40,56% como indígena; existe un 2,46% auto identificado como blanco/a y el resto se distribuye en pequeñas representaciones de mulatos, negros/as, afrodescendientes, montubios y otro/a. (p. 96)

Económico

La principal actividad económica del cantón Cotacachi es la producción agropecuaria, seguido de la producción manufacturera y artesanal; y finalmente el turismo y los servicios de hospitalidad. Se ha intensificado la producción agroexportadora de flores, frutas, espárragos y café en los últimos años. La producción artesanal en cuero que es o corresponde a la actividad de manufactura simboliza al cantón, y esta se encuentra en la zona urbana, la misma que enfrenta problemas relacionados con calidad, precio y sobreoferta.

En el caso de Cotacachi se evidencia que el sector primario agricultura, ganadería, silvicultura y pesca es la parte más dinámica y de vital importancia para la economía cantonal, tanto empleadora como por cuenta propia.

El sector secundario corresponde a la industria y manufactura en este caso la manufactura en cuero y artesanías, el sector terciario corresponden a actividades que prestan servicios o utilizan distintas clases de equipos y de trabajo humano como la construcción, servicios agua, energía, electricidad, obras públicas, comercio bares, hoteles,

bares, restaurantes, transporte, almacenamiento, comunicaciones, bancos, finanzas, alquiler de viviendas, servicios prestados a empresas y a hogares, entre otros. (PDOT, 2015, p. 188)

Tecnológico

Con el uso de tecnología se expondrá de manera visual videos y fotografías en alta calidad con la ayuda de equipos tecnológicos. Por otra parte, se pretende ofrecer un menú con códigos QR, promoción por medios digitales, creación de una página web con información de la cafetería y un medio de reservación en línea.

Medioambiente

Dentro del cantón Cotacachi se encuentra el Parque Nacional Cotacachi Cayapas, que es una de las áreas de mayor riqueza florística y faunística del Ecuador. Esto se debe principalmente a su variedad excepcional de ecosistemas boscosos. Aprovechar este atractivo característico del cantón, también sirve como enfoque a cuidar y preservar el ambiente.

Situación competitiva

Infraestructura

Uno de los elementos privilegiados por los que Cotacachi destaca es por asir una mezcla de infraestructuras antiguas y modernas, contribuyendo a que el lugar sea un atractivo significativo dentro de la provincia de Imbabura, y lo cual aporta a un correcto desarrollo de la sociedad y la economía.

La infraestructura juega un rol muy importante en el desarrollo de la sociedad, por ello Sánchez, Lardé, Chauvet, & Jaimurzina (2017) hacen referencia al término infraestructura como:

Un papel clave en el crecimiento económico, propiciando la base sobre la que interactúan el resto de los factores de la producción, impacta el desarrollo social de manera directa (favoreciendo el acceso de la población a los servicios de educación y salud, facilitando el suministro de agua potable y energía, o protegiendo la salud pública asegurando una

mayor defensa contra los desastres naturales) e indirecta (potenciando la productividad de los sectores productivos, reduciendo los costos de transporte, creando puestos de trabajo) y, finalmente, condiciona los patrones de consumo de sus usuarios, determinando el consumo energético así como el nivel de emisiones. (p. 9)

El cantón Cotacachi conserva una variedad de infraestructuras que abarcan espacios destinados a la recreación, espacios deportivos, centros culturales, entre otros que aportan al disfrute y esparcimiento de las personas tanto nacionales como extranjeras. En cuanto se refiere a las cafeterías que hasta la actualidad se encuentran en el mercado cotacacheño, se puede referir que ninguna de ellas es similar a la idea que se plantea en el presente emprendimiento. Existe una sola cafetería, “Río Intag” la cual cuenta un pequeño subterráneo significando la mayor competencia, pero que no ofrece un complemento cultural, lo cual permite diferenciarse a la cafetería *Under Coffee*.

Es significativo mencionar que en el presente emprendimiento se genera la idea de implementar una cafetería con infraestructura diferente a las ya existentes en el cantón, además de que sea llamativa al mercado consumidor plasmando la idea de dar a conocer las manifestaciones culturales que conserva Cotacachi. La infraestructura consta de una planta de dos pisos y un subterráneo. En toda la cafetería serán ubicados cuadros que referencien a la cultura del cantón, mostrando su historia y presente; en el subterráneo se ubicará un escenario que posibilite presentar artistas para generar momentos amenos a los clientes; en el segundo piso se ubicará un pequeño voladizo que proporcionará la oportunidad de observar la ciudad mientras se degusta de los productos de la cafetería.

Inversiones de la industria

Cotacachi, es uno de los cantones íconos dentro de la provincia de Imbabura en cuanto al turismo se refiere, siendo este uno de los principales puntos receptivos de turismo extranjero y nacional. Sus paisajes, historia y tradiciones hacen de él un hermoso lugar a conocer; además de disfrutar y hacer uso de los productos y recursos que se ofrecen. Existe una amplia gama de

establecimientos que acogen a turistas nacionales y extranjeros para brindar servicios y productos requeridos; entre ellos se encuentra el hospedaje, guianza, servicio de alimentos y bebidas; estos y más permiten el disfrute y satisfacción de propios y extraños a Cotacachi.

Por otra parte, Cerpa (2019) sostiene que: “El presupuesto de la Dirección de Desarrollo Económico y Producción del Municipio de Cotacachi cantón para el año 2020 es de \$476.715,66 dólares” (p. 69). Conocer este dato es de suma importancia ya que permite determinar la existencia de un capital significativo que posiblemente pueda ser invertido en el cantón para producir su impulso. Se menciona además que las acciones que se planean para distribuir el presupuesto comprenden actividades que aporten a dinamizar el turismo en el cantón generando una fuente de ingresos para sus pobladores.

Número de competidores

La competencia se puede considerar como un factor que influye en cualquier empresa, emprendimiento o desarrollo de algún tipo de actividad. Su finalidad es ofertar el mismo tipo de bien, producto o servicio. Contemplar la competencia genera motivación a diferenciarse ante el mercado buscando el reconocimiento de los consumidores frente a cualquier otra similitud presente.

Cotacachi cuenta con una variedad de establecimientos dedicados a brindar el servicio de alimentos y bebidas. Por esta razón y mediante un estudio de campo realizado por las autoras se logró identificar a las posibles cafeterías que representarían competencia para la idea de emprendimiento planteada. Han sido determinadas cuatro cafeterías que cuentan con mayor reconocimiento dentro de la ciudad, pero se debe mencionar que no ofrecen la idea subterránea acompañada de la cultura. Entre la competencia identificada por las autoras se encuentran los siguientes establecimientos:

Tabla 1

Cafeterías competencia

Cafetería	Ubicación
Café Río Intag	De Octubre 9 Parque San Francisco, Cotacachi 100350 Ecuador
Casa de Intag Cafetería	Bolívar y 9 de Octubre, Casa de los Pueblos Mágicos.
<i>Incanto Gelato and Coffee Shop</i>	Avenida 10 de Agosto 12-73, Cotacachi 100305 Ecuador
Aroma Coffee & Gelato	Calle 10 de Agosto y Pedro Moncayo esquina entre Rocafuerte y Pedro Moncayo, Cotacachi 100305 Ecuador

Nota. La tabla presenta las cafeterías establecidas por las autoras luego de una visita de campo como competencia hacia el nuevo emprendimiento. Elaborado por las autoras, 2021

Situación del producto

Condiciones de los productos y servicios de la industria

Las cafeterías identificadas en el cantón Cotacachi son cuatro, las cuales pueden significar competencia a la idea planteada *Under Coffee*. Es fundamental conocer el estado en que se encuentran y sus principales características a las que el emprendimiento deberá hacer frente. Basándose en un estudio de campo realizado en Cotacachi se pudo establecer los siguientes datos sobre las cafeterías competencia:

1. Café Río Intag

Río Intag lleva en el mercado aproximadamente 8 años. Los productos que oferta se basan en la variedad de preparaciones de café, postres y en menor cantidad alimentos de sal y vegetarianos. El personal de la cafetería se encarga de brindar un buen servicio a sus clientes; el tiempo de servicio y entrega del producto toma un aproximado de 7 a 8 minutos. Los precios con que se maneja son relativamente altos. La infraestructura que mantiene se basa en una sola

planta y en su interior un pequeño subterráneo; en su totalidad permite acoger a un aproximado de 20 personas.

En el mes de abril del 2021 la cafetería cambió de establecimiento, cuya infraestructura se caracteriza por un ambiente natural y amplio.

2. Casa de Intag Cafetería

La cafetería es nueva en la ciudad de Cotacachi ya que anteriormente se ubicaba en la ciudad de Otavalo. El servicio que se oferta es muy bueno tanto en la calidad del producto como en la atención. La infraestructura es conservadora y principalmente busca exponer la elaboración del café de Intag. Acoge aproximadamente a 18 personas, contando con una sola planta. En cuanto a los productos que ofrece, cuenta con una amplia gama de postres y distintos tipos de café, pero muy poca comida salada y bebidas complementarias.

3. Incanto Gelato and Coffee Shop

El establecimiento es nuevo en el mercado y se enfoca al segmento de mercado extranjero, especialmente a turistas americanos. El principal producto que ofrece son helados complementándolos con postres y algunas comidas saladas. Se debe mencionar que en el establecimiento también se brinda el producto del café el cual se realiza mediante una máquina de café express. En cuanto a su infraestructura, tiene una planta dividida por áreas para cumplir con sus actividades.

4. Aroma Coffee & Gelato

Se encuentra en el centro de la ciudad de Cotacachi, específicamente en la calle destinada para la comercialización de productos elaborados en cuero, los cuales son uno de los principales atractivos para los visitantes. Su planta contribuye a acoger a aproximadamente 10 personas, además de ser llamativa y con un toque conservador; un aspecto a resaltar es que permite a sus clientes disfrutar de la vista hacia la calle mientras degustan de los productos que ofrecen. El establecimiento es nuevo, pero ha logrado posicionarse rápidamente por su buen servicio y la calidad de sus productos. Entre los principales

productos que ofrece se encuentran postres, diferentes tipos de café y otros alimentos complementarios como sánduches, *milkshakes*, cocteles, otros.

Certificaciones de la calidad (Q de calidad en turismo de qué se trata)

La calidad es un factor que toma protagonismo en cualquier actividad que se realice. Pensar en este término se encamina al correcto desarrollo de los procesos, buscando satisfacer a los clientes y brindar productos de primera los cuales aportarán a diferenciarse de la competencia, logrando ser elegidos ante cualquier otra opción presente en el mercado.

Fundamentalmente se debe conocer el concepto de calidad para poder desarrollar correctamente el término “Q de calidad” que se establece en este apartado. Los autores Novillo, Parra, Ramón, & Lopez (2017) mencionan que el término calidad hace referencia a la “Fuente principal para que los mercados se vuelvan más competitivos dentro de la economía de un país” (p. 16). En base en los autores, se considera a la calidad como una forma de marcar una superioridad o de diferenciarse del resto de los bienes o productos que se encuentran en el mercado.

Por otra parte, Roselló (2019) hace referencia al término calidad en el ámbito del turismo como, “calidad es un elemento de diferenciación en los mercados y de mejora en la gestión” (p. 300). Se establece que ofrecer productos y servicios de calidad contribuye en gran magnitud a posicionarse en el mercado logrando contar con una adecuada gestión.

Entender el término calidad da paso a comprender de mejor manera la certificación “Q” de Calidad Turística, la cual es un distintivo otorgado por parte del Municipio de Quito a través de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destinos Turísticos.

Según menciona Quito Turismo (2020) “El programa de calidad turística “Distintivo Q”, se creó para impulsar, promover y mejorar la calidad y sostenibilidad de los destinos turísticos y la operación de tu establecimiento a

través del cumplimiento de estándares técnicos, medibles y objetivos” (párr. 2). De acuerdo con la información investigada la certificación permite brindar a los turistas servicios de primer nivel al contar con personal calificado lo cual contribuye a elevar la oferta turística. La implementación de este tipo de certificaciones en la idea de emprendimiento planteada aporta como un factor diferenciador ante la competencia, brindar un servicio de mayor calidad conlleva a mantener competitividad con establecimientos que oferten productos o servicios de similares características.

Al referirse al sector de Alimentos y Bebidas, Quito Turismo (2020) refiere los requisitos necesarios para obtener el distintivo “Q de Calidad”:

Requisitos de aplicación:

- Contar con el Registro de Turismo y constar como establecimiento activo dentro del Sistema de Catastro de Establecimientos Turísticos (SICET) de Quito Turismo.
- Contar con la Licencia Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) vigente.
- Formulario de aplicación para la obtención del Distintivo Q.
- Carta de Compromiso firmada por el propietario o representante legal del establecimiento.
- En caso de que el establecimiento participante tenga en su infraestructura y/o servicios compartidos (patios de comidas) presentará un certificado de responsabilidad o carta compromiso de cumplimiento. (párr.7)

Buenas prácticas

En el sector turístico es importante manejar buenas prácticas, haciendo especial énfasis en la bioseguridad y el turismo responsable, dos factores que necesitan ampararse bajo medidas, protocolos y acciones a tomar en torno a los productos o servicios a ofertar. La bioseguridad es el primer factor por tratar, por lo cual es preciso conocer su significado para poder brindar un enfoque correcto en torno al sector turístico. El Ministerio de Salud Pública (2016) hace referencia

a la bioseguridad como “Conjunto de medidas preventivas destinadas a mantener el control de factores de riesgos laborales procedentes de agentes biológicos, físicos o químicos” (p.8). Por consiguiente, realizar un correcto estudio y aplicar medidas preventivas ante los sucesos que se generan en el entorno contribuirán a salvaguardar la seguridad de los y las involucradas.

Haciendo referencia a las palabras de Leiva (2019) sobre bioseguridad, es un “enfoque estratégico que, a través de la implementación de técnicas, principios y prácticas apropiadas, permite prevenir la exposición involuntaria a agentes químicos, físicos, patógenos y toxinas” (p. 10). Es decir, la bioseguridad es un factor que debe ser manejado adecuadamente con el fin de contribuir a mantener una mejor organización, además de estar preparados para hacer frente a sucesos que se relacionan a este término.

El turismo responsable se basa principalmente en manejar adecuadamente los recursos que son la base de esta actividad; el actual aprovechamiento de los recursos no debe de ninguna manera afectar las condiciones de vida futuras. Haciendo referencia a lo antes mencionado se puede agregar que la OMT (2020) refiere las pautas que debe seguir el turismo: “tener en cuenta sus impactos económicos, sociales y medioambientales actuales y futuros, atendiendo las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida” (párr. 1). Por consiguiente, el turismo no solamente se base en generar economía a un determinado sector, sino también preocuparse de no afectar negativamente a los demás sectores que se encuentran vinculados a él; velando sobre todo por el cuidado ambiental y su preservación en el tiempo.

Considerando la información recabada, es importante dirigirla y aplicarla en la idea de emprendimiento planteada, con el objetivo de generar una fuente de economía sustentable, que se preocupe en ser responsable de los impactos que pueda generar, ya sea en el ámbito social, económico o cultural. En cuanto a la bioseguridad el emprendimiento deberá contemplar políticas dirigidas a trabajadores y clientes.

Riesgos y oportunidades de la idea de negocio (FODA)

Realizar un análisis FODA es una herramienta que permite conocer los aspectos internos y externos que están enlazados a la idea del emprendimiento planteada la cual es una cafetería cultural subterránea. Por su parte Rivero refiere que el análisis FODA:

Se trata de una herramienta analítica que facilita trabajar con toda la información que se tenga sobre una organización, situación, función o incluso persona, que, a partir de las relaciones entre variables, permite diseñar estrategias, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo. (2018, p. 3)

El concepto el análisis de los factores brindará la oportunidad de conocer la situación real en la que se encuentra la idea de emprendimiento.

Tabla 2

Análisis FODA de la cafetería Under Coffee

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Predio propio para la construcción.• Personal con el conocimiento y experiencia en atención al cliente.• Ubicación estratégica en el centro de la ciudad.• Temática con un enfoque cultural.• Equipo y tecnología de primera para la preparación de café.• Infraestructura novedosa y llamativa	<ul style="list-style-type: none">• Afluencia de turistas nacionales y extranjeros en el Parque Nacional Cotacachi Cayapas• Contar con proveedores de materia prima a nivel local, nacional e internacional.

-
- Variedad de productos con precios accesibles
-

Debilidades

- Negocio nuevo en el mercado.
- Capital limitado
- Poca experiencia para diferenciar la calidad de la materia prima.
- Promoción del negocio deficiente.

Amenazas

- Presencia de pandemias.
- Conflictos sociales-políticos (paros, huelgas, protestas).
- Desastres naturales que afecte a los cultivos de café.
- Inestabilidad de precios en la materia prima.
- Preferencia del cliente hacia cafeterías ya posicionadas en el mercado.
- Ingreso de nuevos competidores.

Nota. La presente tabla representan los datos importantes sobre el emprendimiento, considerados por las autoras, que deben ser analizados para la concepción de la cafetería cultural subterránea.

1.5 Fundamentos teóricos

1.5.1 Turismo

El turismo es una actividad que realizan las personas fuera de su lugar habitual de residencia y que genera gastos en los destinos turísticos.

Según la Organización Mundial del Turismo (2020) define al turismo como:

Un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico.

1.5.2 Gastronomía

La gastronomía es un arte de preparar alimentos y bebidas relacionados con el entorno del ser humanos. Combinando diferentes técnicas culinarias para crear platos característicos de una localidad.

Kesimoglu (2015) citado en Bahls, Wendhausen, & Añaña, (2019) se refieren a la gastronomía como:

La alimentación en la perspectiva ritual de placer y status, incluyendo un sentido de refinamiento, de evolución de la culinaria, que comprende técnicas de preparación contemporáneas, una presentación refinada y artística, una armonía entre comidas y bebidas, entre otros aspectos socioculturales de las preparaciones. (p. 320)

1.5.3 Turismo Cultural

Molinero y Oliver (2013) definen que turismo cultural “Se puede considerar como una categoría que, partiendo del patrimonio y su conservación, complementa a otras formas participativas y creativas de la Cultura, incluyendo las que genera el propio viaje, y las relaciones con las comunidades de destino” (p.28). Aspectos que caracterizan a un determinado pueblo o nacionalidad del cual el turista aprecia sus tradiciones.

1.5.4 Café

El café es la segunda bebida más consumida en el mundo después del agua, su origen y descubrimiento se remonta al siglo XIII y sus diferentes preparaciones se han ido creando y fomentando como una cultura hacia el consumo del café.

Según Rojo (2014) el café:

Es una planta tropical que crece entre los 25° de latitud norte y los 25° de latitud sur, y que necesita unas condiciones ambientales muy concretas para poder cultivarse a nivel comercial. Factores como la temperatura, la lluvia, el sol, el viento y la composición del suelo son importantes para su desarrollo, aunque las exigencias varían en función de la variedad que se cultive. (p. 119)

En otras palabras, es una planta de la que se obtienen sus semillas que después de pasar por determinados procesos llega a ser consumido y preparado de diferentes formas.

1.5.4.1 Categorización del café ecuatoriano

Se encuentran diferentes categorizaciones del café, determinados por su zona de cultivo, características físicas y organolépticas, mismo que pasa por procesos transformadores para su posterior comercialización.

Dentro del Ecuador se establece una categorización, según el Fórum Cultural del Café (2020) manifiesta lo siguiente:

Dicha categorización está regida por la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 285:2006, la cual tiene por objeto establecer la clasificación y los requisitos del café verde en grano. Esta norma, contempla otros elementos claves como la altitud de cultivo, el método de beneficio o las características físicas y organolépticas¹ para definir y clasificar el café producido en el país. Estas tienen las siguientes clasificaciones:

Según la altitud de la zona de cultivo

- Café de estricta altura. Se produce en las zonas ubicadas más arriba de los 1200 m.s.n.m.
- Café de altura. Se produce entre 800 y 1200 m.s.n.m.
- Café estándar. Se produce en las zonas por debajo de los 800 m.s.n.m.

Según el método de beneficio del café

- Natural. Cuando el beneficio es realizado por la vía seca.
- Lavado. Cuando el beneficio es por vía húmeda.

¹ Particularidades que se miden a través de análisis sobre las sensaciones que producen al paladar de quien los consume, principalmente el color, sabor, textura y aroma.

- Semilavado. También conocido como café *honey* (miel), el método que se basa en la cosecha de frutos maduros, despulpado², secado con todo mucílago³ y trilla⁴.

Según las características físicas y organolépticas del grano

Café arábigo

- Café Grado 1 (*Especial Grade*). Granos de café Arábica lavado de la cosecha actual, con beneficio húmedo óptimo, de tamaño uniforme, de altura y estricta altura, de olor intensamente fresco, color homogéneo y con una calidad organoléptica de medio alto a alto.
- Café Grado 2 (*Premium Grade*). Granos de café Arábica lavado de la cosecha actual, bien beneficiado, provenientes de zonas altas o de baja altura, de olor fresco, de tamaño y color homogéneos y con una calidad organoléptica superior a la media. Este café se conoce como supremo cuando prevalece el tamaño de grano retenido sobre la zaranda 18.
- Café Grado 3 (*Exchange Grade*). Granos de café Arábica lavado de la cosecha actual, bien preparados, de olor fresco, de tamaño y color homogéneos y de taza sin defectos.
- Café Grado 4 (*Arábica Natural*). Granos de café Arábica beneficiados por la vía seca, de cosecha actual con taza limpia y libre de sabores extraños.

Café Robusta

- Café Grado 1 (Robusta lavado). Grano de café Robusta beneficiado por la vía húmeda, de cosecha actual, tamaño grande, taza limpia y libre de sabores extraños.
- Café Grado 2 (Robusta Natural A). Grano de café Robusta beneficiado por la vía seca, de cosecha actual, tamaño grande, taza limpia y libre de sabores extraños.

² Extraer la pulpa de algunos frutos

³ Sustancia vegetal viscosa

⁴ Actividad y resultado que se hace con los cereales

- Café Grado 3 (Robusta Natural B). Grano de café Robusta beneficiado por la vía seca, de cosecha actual, tamaño de pequeño a mediano, taza limpia y libre de sabores extraños.

1.5.5 Cafetería

Es un establecimiento donde se degusta de las diferentes preparaciones del café, sin descartar la opción de brindar otro tipo de alimentos de cocción rápida y sencilla.

“Una cafetería, cafetín, o simplemente un café, es un despacho de café y otras bebidas donde se sirven aperitivos y comidas” (Martínez, 2015, p. 17).

1.5.6 Cafetería temática

En referencia a restauración temática, Laza (2015) menciona que “son aquellos establecimientos hosteleros cuya oferta gastronómica se centra en un solo producto, en un grupo de productos o en una zona geográfica nacional o internacional” (p. 18). Atendiendo esta definición a la cafetería temática se puede deducir que tanto como la oferta gastronómica y la ambientación se enfocan en aspectos característicos de una zona determinada sea nacional o internacional.

1.5.7 Café Subterráneo

Construcción exclusiva y original cuyo enfoque es aislar el ruido del exterior, caracterizado por un ambiente oscuro y misterioso. Con la adecuación y recursos necesarios se crea un lugar habitable y acogedor.

La Real Academia Española (s/f) define el término subterráneo como “lugar o espacio que está debajo de la tierra”. A este término también se lo asocia con sótano.

1.5.8 Innovación

Los proyectos o empresas por más parecidas que sean su servicios o productos tienen características que los hacen diferentes a los de su competencia, por ello se debe considerar crear o mejorar un producto, el cual se adapte a las necesidades del consumidor.

Por tal razón, como se menciona en el Manual de Oslo (2007) sobre la innovación:

Es la introducción de un nuevo producto, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización de lugar de trabajo o las relaciones exteriores. (p. 56)

De tal modo que, el emprendimiento muestra características que lo hacen diferente a las otras cafeterías, adaptando un tema cultural al servicio tradicional de restauración.

1.5.9 Sótano

El término sótano se lo puede definir como una construcción que se encuentra bajo el nivel de la calle o la planta baja. Sus características radican en ser un lugar cerrado sin ventanas y luz solar; sin embargo, puede ser habitable con las comodidades necesarias.

El autor Moscozo (2011) define que:

Un sótano es una estructura que se encuentra por debajo del nivel natural del terreno, en su mayoría se utilizan para la ubicación de elementos complementarios que ayudarán al buen funcionamiento del edificio, siendo estos elementos tales como, bombas de agua y plantas eléctricas entre otros. Los sótanos también son utilizados para albergar el área de estacionamientos de vehículos en edificios, tanto comerciales como de apartamentos. (p. 14)

De acuerdo con el sitio web Inspección Técnica de Edificios (ITE) Arquitectos (2015) “Es una superficie apta para usos auxiliares de la vivienda tales como garajes, trasteros, bodegas, despensas, etc...En determinados casos, también es posible hacer locales habitables en los sótanos, siempre y cuando les podamos dotar de ventilación e iluminación natural” (párr. 1).

En relación con las definiciones anteriores se puede establecer que un subterráneo teniendo en cuenta a su sinónimo como sótano, es una construcción bajo el suelo que puede ser habitable.

1.5.10 Subterránea-sótano

En la actualidad su construcción y uso ha ido direccionado a parqueaderos, bodegas, almacenamiento de alimentos, entre otros, por lo cual implementarlo para un establecimiento de restauración es darle un giro a lo habitual.

Según Gonzales (1998) y Alvarado (2015) establecen que sótano es un:

Espacio de un edificio totalmente rodeado de tierra agua o agua y tierra y que puede estar compartimentado por uno o varios cerramientos horizontales; el inferior lo separa del terreno el superior de la planta baja. SEM-SOTANO: Espacio de un edificio parcialmente rodeado de tierra agua o agua y tierra que puede estar compartimentado por uno o varios cerramientos horizontales; el inferior lo separa del terreno o del techo superior del sótano el superior de la planta baja. Tanto el sótano como el semi sótano pueden tener un patio perimetral para luces y ventilación. (párr. 1)

1.5.11 Manifestaciones culturales

Para Campoverde (2018) las manifestaciones culturales: “Son los diversos aportes que el hombre ha hecho y hace como necesidad innata y propia de su ser, con fines de supervivencia dentro de un contexto hostil o tranquilo” (p. 10). Lo que define al hombre al expresar sus diferentes costumbres y tradiciones.

1.5.12 Cultura

Forma de una población que tiene sus ideas, tradiciones, creencias, religión, rasgos específicos que identifican a la misma que son transmitidas a lo largo del tiempo.

“Conjunto distintivo de una sociedad o grupo social en el plano espiritual, material, intelectual y emocional comprendiendo el arte y literatura, los estilos de

vida, los modos de vida común, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias” (UNESCO, 2012).

1.5.13 Mercado

Es un espacio físico en donde interactúa la oferta y demanda el cual requiere de factores como productos o servicios por el cual se da a cambio un valor monetario.

Martínez (2015) citado en Taco (2020) define que “es una entidad en donde se genera un intercambio la misma puede ser física o no y es una entidad donde confluye ofertantes y demandantes” (p. 16). El cual se define para enfocar el producto o servicio.

1.5.14 Segmentación de mercado

Es un método que sirve para organizar los grupos de los posibles clientes y enfocar el producto o servicio que una empresa tiene. Esta segmentación puede dividirse según las cualidades, gustos y preferencias de las personas que el emprendedor busca, esto ayuda a usar las estrategias de marketing que van de acuerdo con dichas características.

“La segmentación de mercado es la identificación de características o comportamientos similares entre personas de un mercado determinado, formando un grupo o grupos con características similares” (Ciribeli & Miquelito, 2015, citado en Toasa, 2017, p. 21).

1.5.15 Oferta

Es establecer un producto o servicios que se desea vender, teniendo la intención de motivar a comprar.

Según Dirección General de Obras Públicas (s/f, p. 91) menciona que “es el volumen del bien o servicio que está disponible efectivamente en el área de influencia para el consumo”. Para lo cual se establece variedad en productos a ofrecer.

1.5.16 Demanda

Se refiere a las intenciones de compra del cliente que va de acuerdo con el precio del producto o servicio.

Monferrer (2013) considera a la demanda como “el volumen total de producto que sería adquirido por un mercado en un espacio y periodo de tiempo fijado, para unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinado” (p. 55). Para lo cual se determina la cantidad de clientes que van a consumir un producto o servicio.

1.5.17 Demanda insatisfecha

Es la demanda que no ha sido atendida por el mercado y que podría ser cubierta en los próximos años.

“Es aquella que incluye una de las demandas antes mencionadas o su combinación; en este caso, el proyecto cubrirá la demanda no atendida y/o la demanda atendida pero no satisfecha” (Andía, 2011).

1.5.18 Macro localización

Es una localización general para ubicar un emprendimiento, negocio, empresa, etc., haciendo referencia con los factores amplios de dicha localidad.

Para detallar la ubicación del emprendimiento Corrillo & Gutiérrez (2016) mencionan que la macro localización “consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región” (p. 29). Es decir, la guía de la ubicación a nivel nacional del emprendimiento.

1.5.19 Micro localización

Es el punto exacto de la ubicación del emprendimiento una vez tomando en cuenta factores como la competencia, transporte o adquisición de materia prima.

Para Jerouchalmi (2003) citado en Corrillo (2016) “Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se

hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido” (p. 29). Por lo tanto, lleva a una ubicación más precisa del emprendimiento dentro de la ciudad.

1.5.20 Misión

Es la razón de ser de una empresa, en donde se expresa sus actividades o servicios la misma debe diferenciarse de la competencia.

“Las misiones incluyen todas las características centrales del negocio comprendiendo su propósito, cualidades únicas, valores, intereses y metas-objetivos básicos” (Case, King & Premo, 2012, citado en Maragno, de Souza, & Lunkes, 2014, p. 470).

1.5.21 Visión

Es la visualización en conjunto con la organización, clientes y el mundo; idealizar cómo será la empresa a lo largo de los años.

Maestres (2018) menciona sobre la visión que es “el camino al cual se dirige la empresa a mediano plazo y sirve de rumbo para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento, diversificación y competitividad, atendiendo a los diferentes grupos de interés que gravitan alrededor de la organización” (párr. 4). Dicho de otra manera, es un aspecto que guiará a la empresa a cumplir los objetivos propuestos.

1.5.22 Políticas

Son directrices u orientaciones que deben ser cumplidas tanto por el empleador como el trabajador, las cuales sirven para realizar una buena ejecución de los objetivos de la empresa manteniendo el orden y relación interna.

De acuerdo con el Manual de políticas, normas y procedimientos para el personal administrativo (2007) “son fronteras amplias, inclusivas, elásticas y dinámicas, que se ven reforzadas por las normas reguladoras de acciones y situaciones más específicas” (p. 24).

1.5.23 Organigrama

Es un gráfico en donde se expresa de forma jerárquica las personas que conforman la empresa, asignando responsabilidades como supervisión hacia los departamentos a su cargo y de tal manera acatar con responsabilidad dicha responsabilidad.

Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que la integra, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría. (Fincowsky & Benjamín 2014, citado en Alvear, 2015, p. 29)

1.5.24 Manual de funciones

Documento en el que se expresa los requerimientos para acceder a un puesto de trabajo, establecidos a criterio del empleador.

Los autores mencionados en la anterior definición plantean que “es la especificación del contenido, de los métodos de trabajo y de las relaciones con los demás cargos para cumplir requisitos tecnológicos, empresariales, sociales y personales del ocupante del cargo” (p. 61).

1.5.25 Marketing

Es un conjunto de métodos o estrategias que direccionan a un reconocimiento de la empresa para su posterior posicionamiento en el mercado.

Definiendo ampliamente Kotler (2013) postula:

El marketing es un proceso social y directivo mediante el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de valor con los demás. En un contexto de negocios más estrecho, el marketing implica la generación de relaciones de intercambio rentables y cargadas de valor con los clientes. (p. 5)

En definitiva, es necesario para el reconociendo del emprendimiento creando relaciones con otros establecimientos similares y aquellos que serán los futuros consumidores.

1.5.26 Plan de marketing

Es un documento que sirve para establecer diferentes estrategias que ayudaran a generar un reconocimiento por parte de los clientes, el mercado y competidores. A la vez, debe ser revisado y corregido constantemente, realizando cambios acordes que el negocio requiera.

“Sirve para documentar cómo se alcanzará los objetivos estratégicos de la organización a través de estrategias y tácticas de marketing específicas, con el cliente como punto de partida” (Kotler & Armstrong, 2013, p. 571).

1.5.27 Producto

Bien o servicio que se produce con el fin de comercializarlo, se define por la idea de satisfacer las necesidades del consumidor.

“Idea de que los consumidores favorecerán a los productos que ofrezcan la mayor calidad, el mejor desempeño y las características más innovadoras; por lo tanto, la organización debería dirigir su energía a hacer mejoras continuas a los productos” (Kotler, 2013, p. 10).

1.5.28 Precio

Es un valor monetario que el cliente decide dar a cambio por un producto o servicio, Kotler (2013, p. 257) define que el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio. En términos más generales, el precio es la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio. El cual deberá establecerse de acuerdo con las características del producto.

1.5.29 Impacto ambiental

Son las acciones provocadas por la actividad humana que puede ser positivas o negativas mismas que generan alteraciones en el medio ambiente.

Wathern (1988, citado en Perevochtchikova, p. 287) define que:

El término impacto (presentado en esta formulación por primera vez en 1824), se forma de *impactus* que en latín significa literalmente “chocar”.

Pero, en 1960 se le otorgó el toque figurativo de acción fuerte y perjudicial. Así, en conjunción con la palabra ambiental, se le dio un significado de efecto producido en el ambiente y los procesos naturales por la actividad humana en un espacio y un tiempo determinados.

1.5.30 VAN

Es un indicador que permite conocer o determinar si un proyecto tiene viabilidad. Se calcula mediante el flujo de gastos e ingresos a futuro sin la inversión inicial, dicho resultado debe ser positivo y en términos de unidades de valor monetario.

“Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión” (Veyalos, 2014, párr. 1).

1.5.31 TIR

Es otro criterio utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión y financiamiento. Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos.

Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0. El argumento básico que respalda a este método es que señala el rendimiento generado por los fondos invertidos en el proyecto en una sola cifra que resume las condiciones y méritos de aquel. (Mete, 2014, p. 71)

1.6 Fundamentación legal

Tabla 3

Artículos legales

	Artículos
Constitución de la República del Ecuador (2008)	Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:
	7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.
	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.
	Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.
	Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.
Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socioculturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay.	

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 277.- Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

5. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley

Art. 308.- Las actividades financieras son un servicio de orden público, y podrán ejercerse, previa autorización del Estado, de acuerdo con la ley; tendrán la finalidad fundamental de preservar los depósitos y atender los requerimientos de financiamiento para la consecución de los objetivos de desarrollo del país. Las actividades financieras intermediarán de forma eficiente los recursos captados para fortalecer la inversión productiva nacional, y el consumo social y ambientalmente responsable.

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.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

Ley de Turismo (2014)	<p>Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:</p> <p>g) Fomentar e incentivar el turismo interno.</p> <hr/> <p>Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:</p> <p>b. Servicio de alimentos y bebidas.</p> <hr/> <p>Art. 57.- Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo sujeta al principio de confidencialidad.</p>
Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas (2018)	<p>Art. 5.- Derechos del usuario o consumidor. - Los usuarios del establecimiento turístico de alimentos y bebidas tendrán los siguientes derechos:</p> <p>a) Recibir los servicios acordes en naturaleza y calidad a la clasificación y categoría otorgada.</p> <p>b) Ser informados de forma clara y precisa sobre la oferta de alimentos y bebidas y los precios de acuerdo con lo determinado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;</p> <p>c) Recibir el servicio conforme lo ofertado por el establecimiento;</p> <p>d) Recibir la factura correspondiente por el servicio de alimentos y bebidas;</p> <p>e) Tener a su disposición instalaciones y equipamiento en buen estado, con una correcta higiene, sin signos de deterioro, accesibles para todas las personas y en correcto funcionamiento; y,</p> <p>f) Comunicar las quejas al establecimiento de alimentos y bebidas, a través del libro de reclamos.</p>

Art. 18.- Categorización. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se categorizarán mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo con el cumplimiento de requisitos establecidos en este reglamento.

Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán de la siguiente manera:

a) Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría

Nota. La presenta tabla determina los puntos legales, considerados por las autoras, que son la base legal para la fundamentación del emprendimiento *Under Coffee*.

Aporte

En la constitución del Ecuador se encuentran varios artículos que se relacionan o fundamentan la idea de emprendimiento que se plantea.

En primer lugar, se menciona que el Estado deberá preservar y proteger el patrimonio natural y cultural lo cual dentro del emprendimiento se plantea la exposición de manifestaciones culturales buscando así contribuir a preservar el patrimonio cultural.

Además, el Estado apoya el desarrollo de las actividades económicas que sean responsables en los tres ámbitos económico, social y cultural; complementándose a lo que el emprendimiento realizara al preocuparse no solo del desarrollo económico sino también de su entorno.

CAPÍTULO II

2 Estudio de mercado

El estudio de mercado es fundamental en la investigación de gustos y preferencias de la población. La ciudad de Cotacachi cuenta con una gran variedad de visitantes, al igual que residentes extranjeros que hacen constantemente se encuentran visitando el cantón. Debido a la situación de pandemia, lo que dificulta un acercamiento directo con la población de estudio se aplicará las encuestas mediante el uso de la plataforma *Forms*.

La recolección de información necesaria para los diferentes cálculos de oferta y demanda se obtendrá de fuentes primarias: entrevistas a propietarios de las principales competencias de la ciudad, quienes se encuentran registradas en el catastro turístico y tienen relevancia en la información que se requiere obtener. Estas serán realizadas con un previo consentimiento de ambas partes, manteniendo las medidas de bioseguridad establecidas por el COE Nacional.

Para la obtención de datos estadísticos de llegadas de turistas al país, región, provincia y cantón se lo realizara mediante el uso de fuentes virtuales desde el Ministerio de Turismo y el Ministerio del Ambiente y Agua, libros, documentos y planes de desarrollo turístico.

2.1 Diseño de la investigación de mercado

2.1.1 Tipo de investigación

Descriptiva

Para la investigación del presente emprendimiento se utilizará el método de investigación descriptiva, cuya función principal es seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción.

Tomalá (s.f.) establece que “mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades” (párr. 59).

Se maneja esta investigación para determinar la segmentación psicográfica y demográfica, a partir de la observación para obtener datos cualitativos como el comportamiento de los clientes en las cafeterías, su estadía y tipo de productos que

consumen habitualmente; y cuantitativos, a través de la metodología de encuestas aplicadas de acuerdo con el cálculo de la muestra, de tal modo que permita establecer el perfil cliente hacia la cafetería.

Documental

Se aplica este método ya que, para poder recolectar información tanto teórica como fotográfica se ha apelado por fuentes primarias como libros, artículos, revistas, publicaciones y otros documentos, que servirán de sustento y creación de la propuesta de emprendimiento.

De acuerdo con Chong (s/f):

La investigación documental se ocupa del estudio de los documentos que se derivan del proceso de la investigación científica y de la información preexistente antes de empezar la investigación, y que se publican tanto en fuentes documentales tradicionales (libros, revistas, periódicos, etcétera) y de otro tipo, como lo son los diferentes recursos audiovisuales, multimedia y digitales. (p. 183)

Además, este tipo de investigación provee de información para el desarrollo del marco teórico esencialmente a temas relacionados con subterráneo que necesita de conceptos arquitectónicos para su creación cuyo aporte proviene de páginas relacionadas con arquitectura y sobre establecimientos que se asemejan al tema de emprendimiento. Del mismo modo, se requiere de una revisión histórica del cantón que se encuentran dentro del “Catálogo digital de archivo histórico” del Ministerio de Cultura y Patrimonio.

Campo

Con la finalidad de obtener datos reales ya que se realiza un acercamiento con el área a implementarse el proyecto. Así lo sostiene Ramírez (1998) citado por Palella y Martis (2012):

Consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, manipular o controlar variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual manifiesta y desenvuelve el hecho. (p. 88)

De tal modo que, al aplicar esta investigación se pretende tener una visión de la situación del mercado y cómo influirá en el desarrollo del emprendimiento. La información adquirida permite tener un nivel de confianza veraz para determinar la demanda y oferta que se requiere dentro de este capítulo.

Así mismo, tener un acercamiento a las manifestaciones culturales del cantón siendo participes de algunas festividades que se realicen durante el desarrollo de la presente investigación. También ha sido necesario acudir a ciertos lugares para tomar fotografías como vestimenta u objetos culturales que en medios digitales difícilmente se los pueden encontrar.

2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

El método de muestreo contribuye a calcular el tamaño real de la población con el cual trabajar y enfocar el presente estudio. Por lo cual, se ha tomado como referencia los datos que Cerpa (2019) establece en el Plan de Desarrollo Turístico Cantonal de Cotacachi:

El cantón Cotacachi no cuenta con estadísticas turísticas que permitan estudiar la demanda actual de este destino sin embargo se dispone información de las entradas al Parque Nacional Cotacachi Cayapas con las que se ha realizado un pronóstico de los turistas que llegarán desde el 2019 al 2030 observando que en ese período se crecerá en un 36,20%. (p. 137)

Por lo que se tomará como referencia para el presente estudio la proyección estimada de ingresos para el año 2030 a la Parque Nacional Cotacachi Cayapas.

Tabla 4

Población de estudio

Población de estudio para el cálculo de la muestra	Total
Turistas nacionales	159.412
Turistas extranjeros	35.268
Turistas por operadores	17.627
Total población	212.306

Nota. Tomado del Ministerio del Ambiente, 2017. Elaborado por las autoras, 2021

2.1.2.1 Cálculo de la muestra

El tamaño de la muestra principalmente se basa en la proporción tomada del total de la población, la cual contribuirá a enfocar de manera adecuada los recursos y estudios de mercado para el emprendimiento. Según establece Yaselga (2018) quien menciona que la muestra es “una parte significativa de un todo la cual, siendo objeto de estudio, puede determinar lo que se desea conocer” (p. 80). Para el cálculo de la muestra se aplicará la fórmula de muestreo para la población finita, la razón de la aplicación de esta fórmula es que ya se conoce el universo o la también conocida como la población total

Fórmula para el cálculo de la muestra de la población finita.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + 1.96^2 * p * q}$$

Simbología:

N = población

n = muestra

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

z = nivel de confianza

e = margen de error

Donde:

N = 212.306

p = 0,5

q = 0,5

z = 95% = 1.96

e = 5%

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * (212306)}{(0.05)^2 * (212306 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 383$$

2.1.3 Instrumentos de recolección

Es necesario identificar el mercado meta al cual se enfocará el emprendimiento dentro de la muestra calculada, la aplicación de herramientas determinará la opinión de la población. Se ha decidido aplicar los siguientes instrumentos para recolectar datos e información:

- Encuestas

Han sido constituidas de forma clara y concisa, con el principal objetivo de conocer datos principales sobre el perfil del consumidor al que se enfocará el emprendimiento. Mediante este instrumento se logrará definir distintas características que son importantes para los consumidores en cuanto los productos y servicios.

Según Torres & Paz (s/f) constituye el término medio entre la observación y la experimentación. En ella se pueden registrar situaciones que pueden ser observadas y en ausencia de poder recrear un experimento se cuestiona a la persona participante sobre ello. Por ello, se dice que la encuesta es un método descriptivo con el que se pueden detectar ideas, necesidades, preferencias, hábitos de uso, etc. (p. 4)

Se fundamenta en un cuestionario con un conjunto de preguntas con el fin de obtener información del perfil turístico de las personas.

- Entrevistas

Las entrevistas han sido enfocadas a las cafeterías que representan competencia hacia la idea de emprendimiento planteada, en ellas fundamentalmente se logrará conocer el número de personas que pueden abarcar sus establecimientos, cuales son productos que ofrecen, y otros datos importantes para el desarrollo del emprendimiento. Además, se realizaron encuestas a diferentes actores culturales con la finalidad de generar conocimientos previos y poder aplicarlos en la idea de emprendimiento.

2.1.4 Resultados y discusión

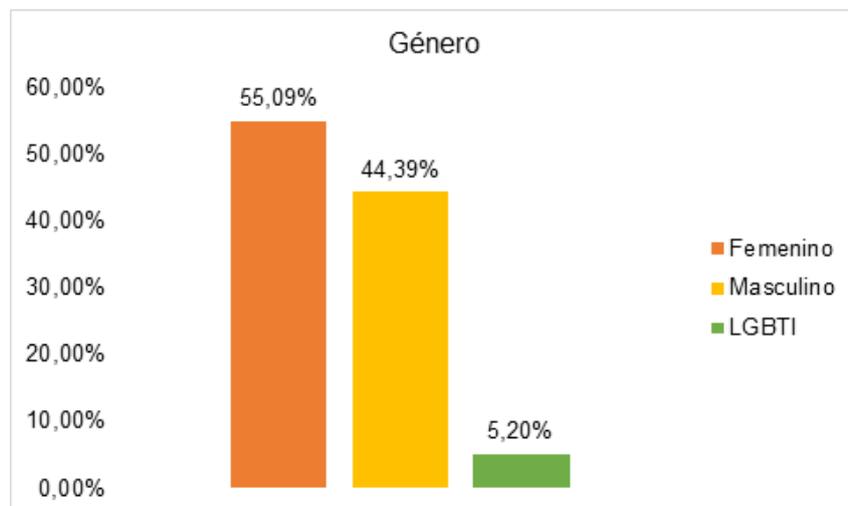
Una vez aplicado el instrumento de recolección de información, se ha procedido a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos. El

estudio basado sobre una muestra de 383 participantes contribuirá a conocer las opiniones y preferencias de las personas en torno al tema “implementar una Cafetería subterránea enfocada a la exposición de manifestaciones culturales en Cotacachi”.

Pregunta 1: Género

Figura 1

Género



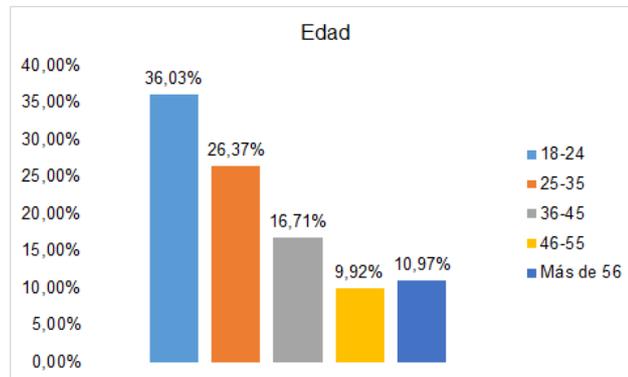
Análisis

La presente pregunta brinda la oportunidad de conocer que las encuestas fueron respondidas en su mayoría por el grupo femenino.

Pregunta 2: Edad

Figura 2

Edad



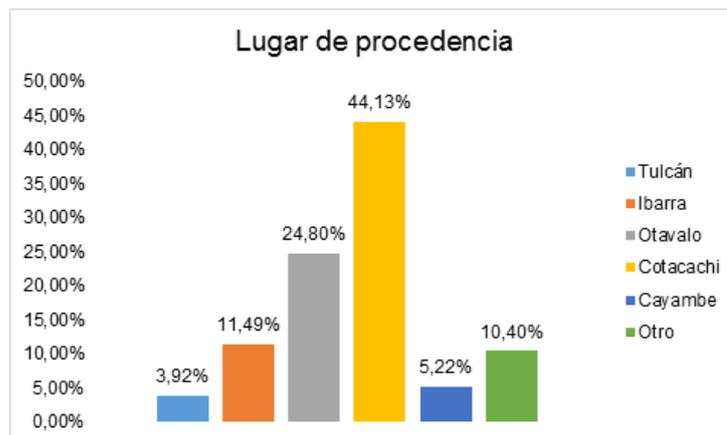
Análisis

La gráfica representa las edades de las personas que contribuyeron en la realización de las encuestas. Se puede constatar que el grupo que mayor participación tuvo son las personas que se encuentran entre los 18 a 24 años.

Pregunta 3: Lugar de procedencia

Figura 3

Lugar de procedencia

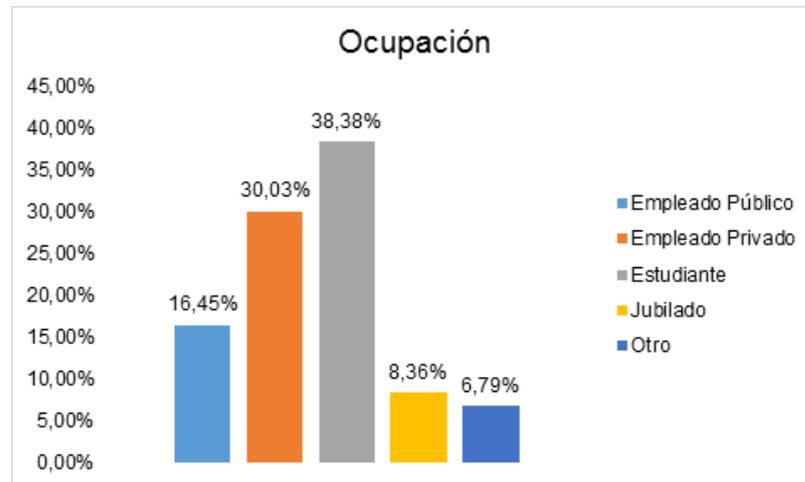


Análisis

La mayor cantidad de personas que realizaron la encuesta provienen de Cotacachi; su opinión beneficia a conocer la realidad del lugar y permite guiar las ideas a implementar en el emprendimiento.

Pregunta 4: Ocupación

Figura 4
Ocupación

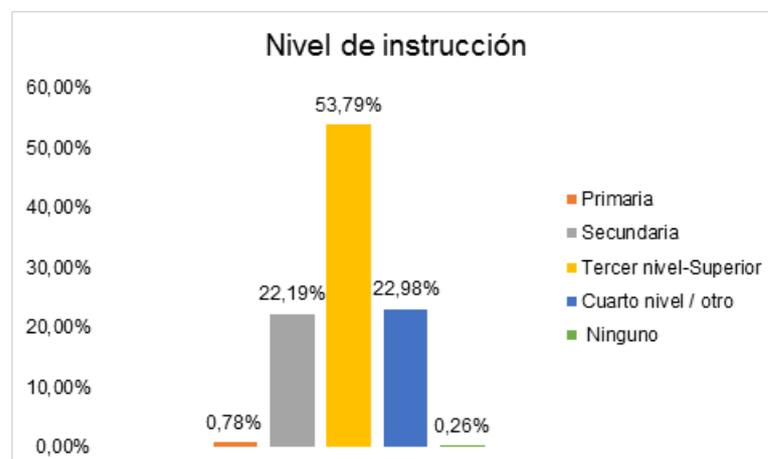


Análisis

La presente gráfica permite observar la ocupación que mayor destaca en las personas encuestadas. Se puede verificar que mayormente resaltan las personas que se dedican a estudiar, seguidamente de un grupo que se encuentra realizando actividades en el sector privado.

Pregunta 5: Nivel de instrucción

Figura 5
Nivel de instrucción



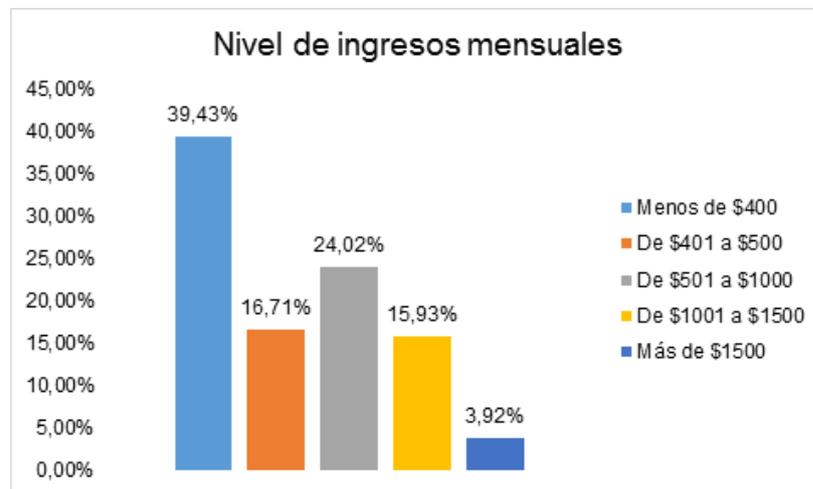
Análisis

El nivel de educación de la mayoría de las personas que realizaron las encuestas se ubica en el tercer nivel – Superior. El conocimiento de las personas en este nivel de educación es más amplio y cuentan con un criterio más formado, lo cual permite contar con respuestas apropiadas.

Pregunta 6: Nivel de ingresos mensuales

Figura 6

Nivel de ingresos mensuales



Análisis

Las personas encuestadas perciben ingresos mensuales menores a los cuatrocientos dólares mensuales, conocer el nivel de ingresos mensuales del grupo de personas encuestadas brindará una idea de cuál sería la economía que debe manejar la idea de emprendimiento.

Pregunta 7: ¿El café es un tipo de bebida de su preferencia?

Figura 7

¿El café es un tipo de bebida de su preferencia?



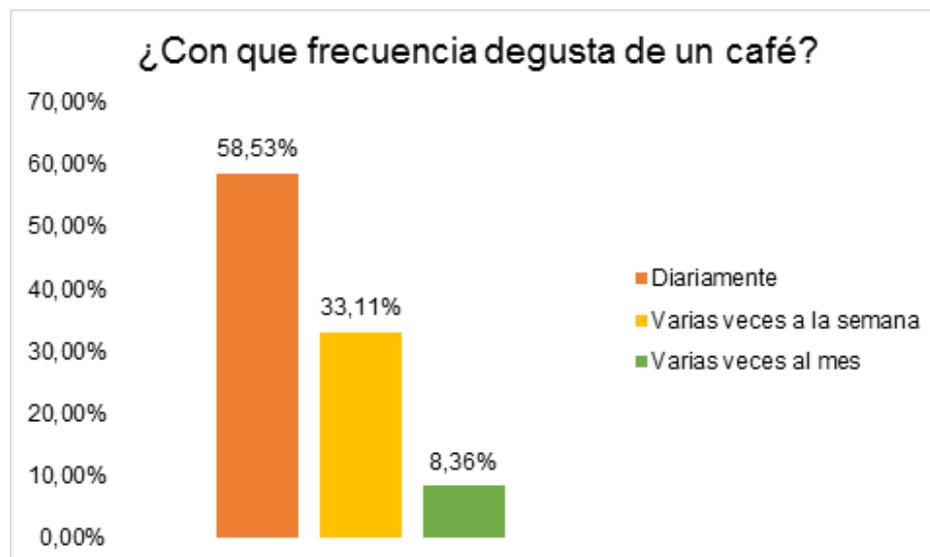
Análisis

En la gráfica se puede observar que dentro del grupo de personas encuestadas exististe un gran número de personas que establecen al café como bebida de su preferencia.

Pregunta 8: ¿Con que frecuencia degusta de un café?

Figura 8

¿Con que frecuencia degusta de un café?



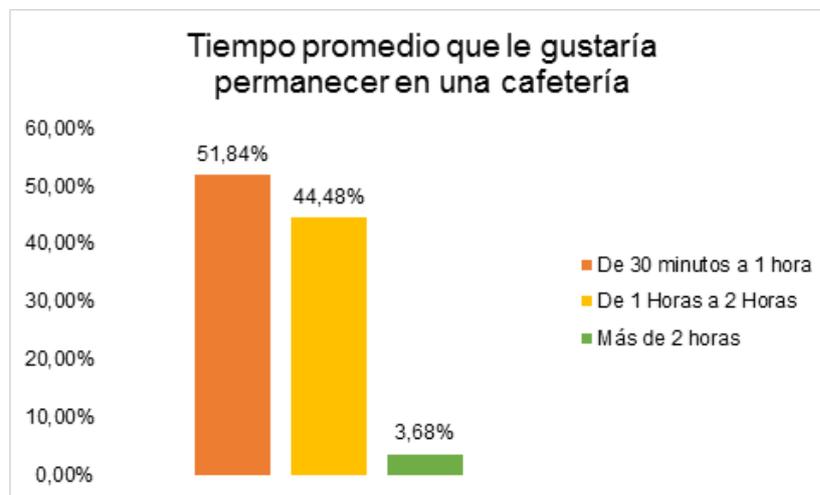
Análisis

Se puede identificar que el grupo de mayor representación son las personas que degustan diariamente un café. Conocer este dato respalda el pensamiento sobre que las personas tienen costumbre de consumo diario de café.

Pregunta 9: Tiempo promedio que le gustaría permanecer en una cafetería

Figura 9

Tiempo promedio que le gustaría permanecer en una cafetería



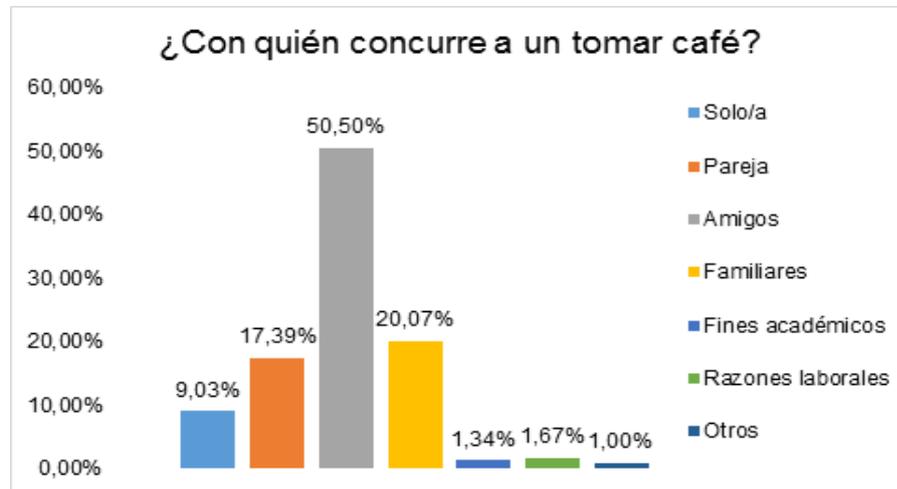
Análisis

En la presente gráfica se puede apreciar el tiempo promedio de permanencia en una cafetería, en donde el grupo de personas encuestadas han elegido en su mayoría un tiempo promedio de entre 30 minutos a 1 hora.

Pregunta 10: ¿Con quién concurre a un tomar café?

Figura 10

¿Con quién concurre a un tomar café?



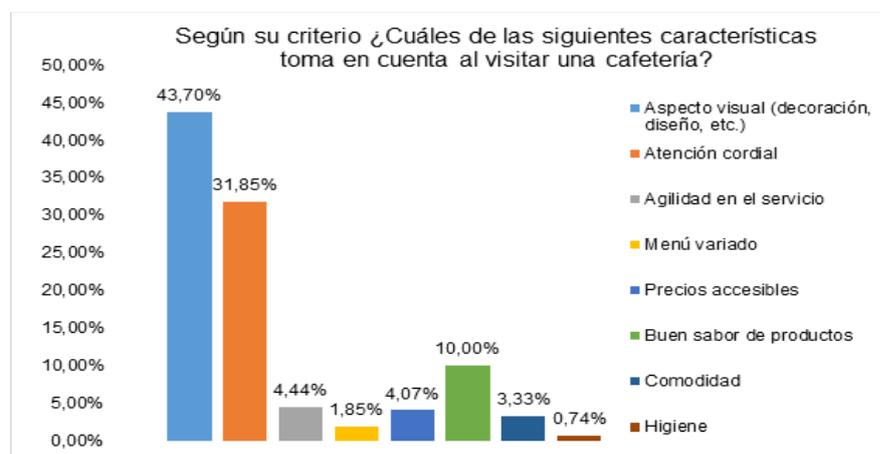
Análisis

La gráfica refleja que la mayoría de las personas encuestadas concurren a degustar de un café con amigos; seguidamente otro grupo es acompañado por sus familiares, otros por las parejas, o por fines académicos.

Pregunta 11: Según su criterio ¿Cuáles de las siguientes características toma en cuenta al visitar una cafetería?

Figura 11

Según su criterio ¿Cuáles de las siguientes características toma en cuenta al visitar una cafetería?



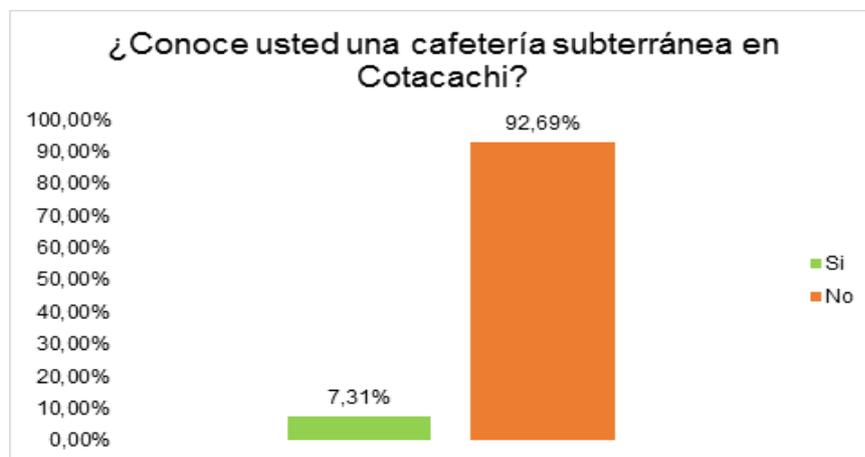
Análisis

El aspecto visual toma mayor presencia considerando también la decoración y diseño llamativo; seguido por la atención cordial, aspecto importante ya que personal refleja como es el servicio del emprendimiento; por último, se encuentra el buen sabor del producto.

Pregunta 12: ¿Conoce usted una cafetería subterránea en Cotacachi?

Figura 12

¿Conoce usted una cafetería subterránea en Cotacachi?



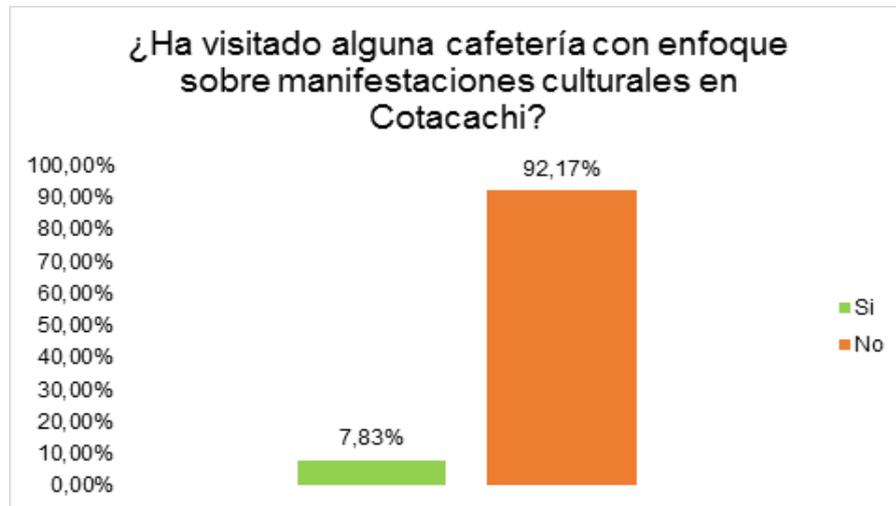
Análisis

A la pregunta aplicada refleja casi en su totalidad con un NO equivalente a un 92,69%, que permite generar un criterio favorable en la creación de dicha infraestructura, considerando que es inusual observar un establecimiento de restauración con este tipo de construcción dentro del cantón.

Pregunta 13: ¿Ha visitado alguna cafetería con enfoque sobre manifestaciones culturales en Cotacachi?

Figura 13

¿Ha visitado alguna cafetería con enfoque sobre manifestaciones culturales en Cotacachi?



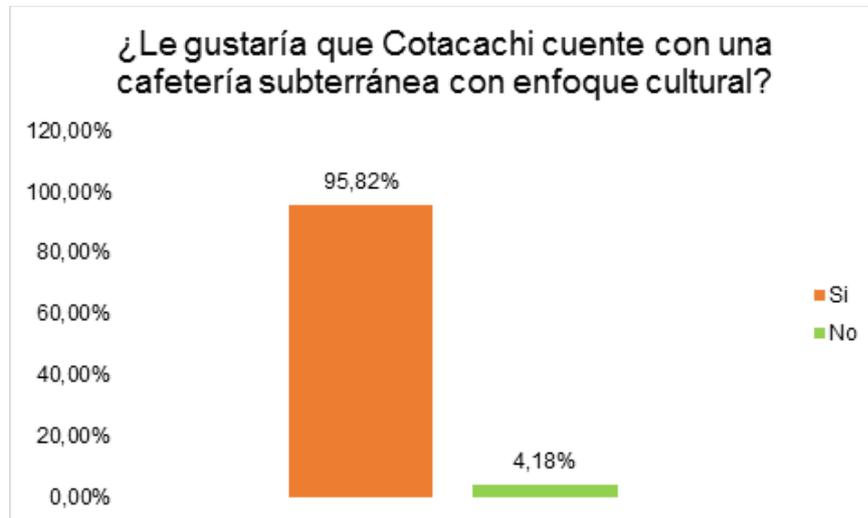
Análisis

Un alto porcentaje de encuestados desconoce sobre una cafetería con enfoque cultural, lo que concede la oportunidad de ser el primer establecimiento que exponga principalmente las manifestaciones culturales del cantón.

Pregunta 14: ¿Le gustaría que Cotacachi cuente con una cafetería subterránea con enfoque cultural?

Figura 14

¿Le gustaría que Cotacachi cuente con una cafetería subterránea con enfoque cultural?



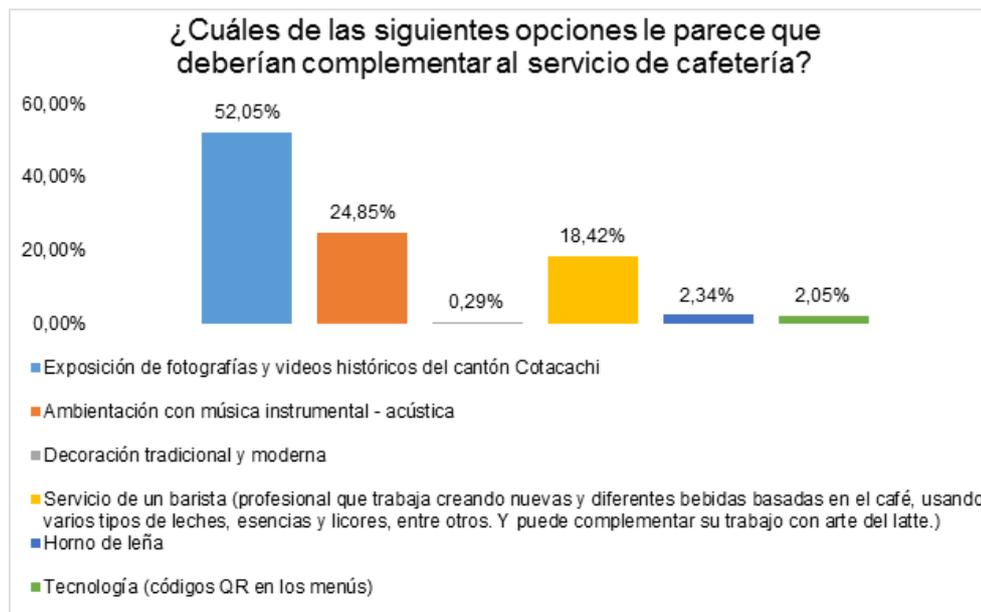
Análisis

La aceptación por parte de los encuestados es suficientemente notoria, ya que al contar con un porcentaje elevado con respuestas positivas da paso a que la población acoge con aceptación la creación una cafetería subterránea con enfoque cultural.

Pregunta 15: ¿Cuáles de las siguientes opciones le parece que deberían complementar al servicio de cafetería?

Figura 15

¿Cuáles de las siguientes opciones le parece que deberían complementar al servicio de cafetería?



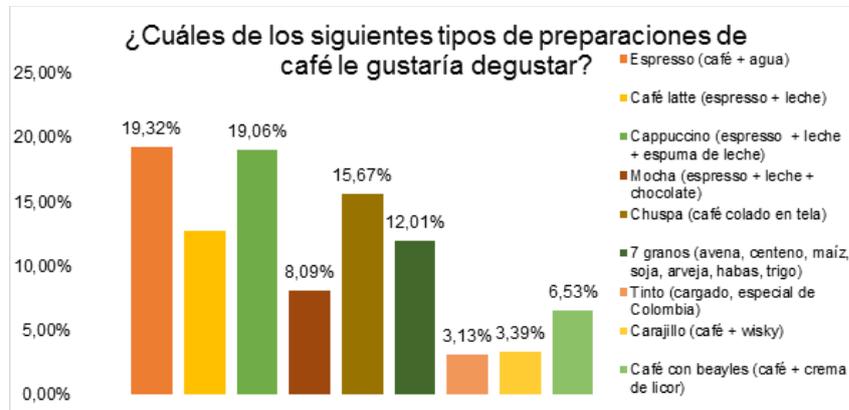
Análisis

La exposición de fotografías y videos históricos del cantón Cotacachi es la opción que prefieren los encuestados, misma que coincide con la idea del emprendimiento al pretender exponer la cultura por el medio visual y auditivo. La ambientación con música instrumental y acústica toma presencia ya que es una de las características de este tipo de establecimientos permitiendo ofrecer un ambiente tranquilo para el cliente.

Pregunta 16: ¿Cuáles de los siguientes tipos de preparaciones de café le gustaría degustar?

Figura 16

¿Cuáles de los siguientes tipos de preparaciones de café le gustaría degustar?



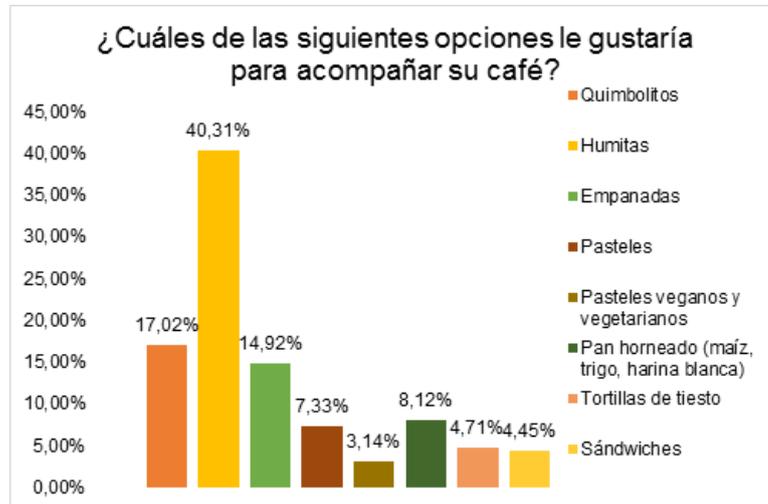
Análisis

Existe una gran variedad de preparación de café, para este análisis se toma en cuenta que los encuestados se inclinan por degustar el café espresso, cappuccino y chuspa, estos datos son importantes ya que orienta a la creación de un menú que contenga principalmente estas preparaciones. Sin embargo, no se descarta brindar las demás opciones dentro de la cafetería.

Pregunta 17: ¿Cuáles de las siguientes opciones le gustaría para acompañar su café?

Figura 17

¿Cuáles de las siguientes opciones le gustaría para acompañar su café?



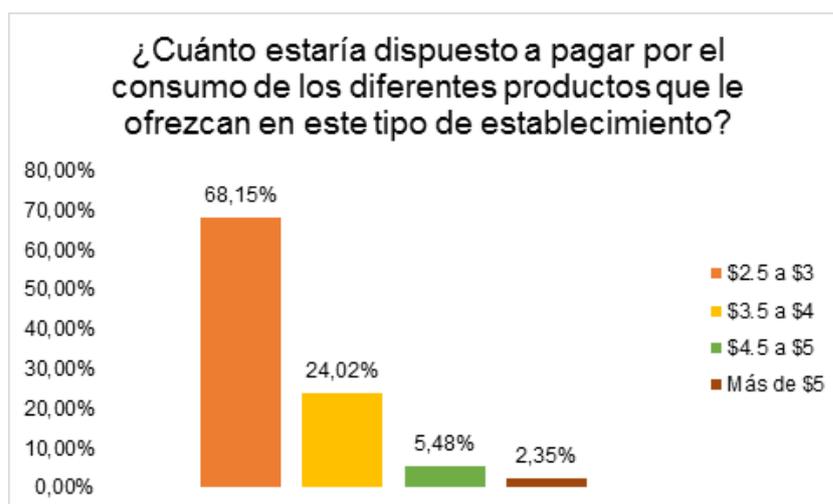
Análisis

La cocina típica forma parte de las manifestaciones culturales razón por la cual las humitas son una elección que predomina dentro de la lista de opciones al ser un producto conocido y que la gran mayoría a degustado alguna vez; los quimbolitos y empanadas también son escogidos casi en igual porcentaje por las mismas razones que la opción anterior.

Pregunta 18: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el consumo de los diferentes productos que le ofrezcan en este tipo de establecimiento?

Figura 18

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el consumo de los diferentes productos que le ofrezcan en este tipo de establecimiento?



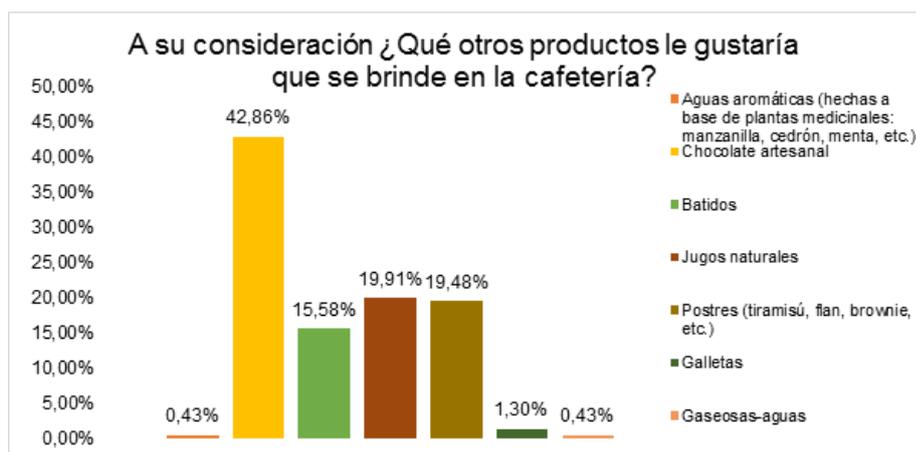
Análisis

El valor monetario que mayor porcentaje tiene va desde 2.5 a 3 dólares, este resultado orienta a establecer precios que sean accesibles y que no sean exagerados de acuerdo con el producto que va a ser consumido; en segundo lugar, se encuentra el valor de 3.5 a 4 siendo valores que son considerables a pagar. Por consiguiente, para establecer precios que superen los 5 dólares se debe implementar promociones con combinaciones en productos y servicios que sean razonables para los clientes.

Pregunta 19: A su consideración ¿Qué otros productos le gustaría que se brinde en la cafetería?

Figura 19

A su consideración ¿Qué otros productos le gustaría que se brinde en la cafetería?



Análisis

Es importante ofertar productos extras que no estén estrechamente relacionados con el café, por tal razón, el chocolate artesanal se encuentra con un porcentaje mayor a las demás opciones; en segunda posición se encuentran los jugos naturales y finalmente los postres.

Pregunta 20: ¿Cuál es el medio de comunicación que utiliza con más frecuencia?

Figura 20

¿Cuál es el medio de comunicación que utiliza con más frecuencia?



Análisis

En una sociedad donde el uso de la tecnología y era digital es evidente, las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter o WhatsApp tienen mayor porcentaje de uso; en segundo lugar, las páginas web son un medio que se encuentran presentes, por lo cual dichos resultados orientan a crear y generar contenido publicitario y de promoción para la cafetería.

Discusión

Para determinar la muestra de la población se tomó como datos de una proyección de turistas al año 2019 del Plan de Desarrollo Turístico del cantón Cotacachi, dando como resultado un total de 383 personas a encuestar; procedentes principalmente del cantón Cotacachi. El género femenino predomina, tomando en cuenta también un porcentaje considerable de género masculino. El rango de edad principal va desde los 18 años a 24. La ocupación se encuentra entre estudiantes, quienes cuentan con ingresos mensuales de menos de \$400, esto debido a razones de dependencia económica o tienen empleos de corto tiempo mientras se encuentran estudiando. A la vez que, optan por asistir a una cafetería principalmente con amigos y familiares, que toman en consideración una atención cordial y los aspectos visuales de la infraestructura. El tiempo estimado para pasar dentro de una cafetería es de 30

minutos a 1 hora, ya que, se encuentran de paso y optan por la compra de productos de consumo rápido.

Se evidencia que la mayoría de encuestados tienen preferencia por degustar café, y por tal razón, existe una gran aceptación para la implementación del emprendimiento direccionado a una cafetería. Un público joven y adulto que se muestra interesado por conocer las manifestaciones culturales del cantón Cotacachi mediante una exposición con videos y fotografías, lo cual va acorde con el tiempo que destinan para estar en la cafetería, que daría oportunidad para apreciar la información y exposición cultural.

Entrevistas

Cotacachi cuenta con una variedad de establecimientos dedicados a brindar el servicio de alimentos y bebidas; sin embargo, las entrevistas fueron destinadas a aquellas cafeterías que tienen mayor reconocimiento en de la ciudad y que pueden representar una competencia directa hacia la idea de emprendimiento planteada. Así también, la información acerca de las manifestaciones culturales se las realizó a gestores culturales dentro de la ciudad que orienten al desarrollo técnico de este proyecto.

Tabla 5

Propietarios de las cafeterías de la ciudad de Cotacachi

Cafetería	Propietario/Encargado
Café Río Intag	Maribel Aro
Casa de Intag Cafetería	Karen Varela
<i>Aroma Coffee & Gelato</i>	Raúl Meneses
<i>Incanto Gelato and Coffee Shop</i>	Santiago Baquero

Análisis

Para los diferentes establecimientos de restauración la situación de pandemia ha afectado notoriamente ya que los entrevistados coinciden en que la demanda ha disminuido en el último año. Es pertinente mencionar que no solo la pandemia ha afectado al servicio de restauración.

Como menciona la responsable de la cafetería Rio Intag “el paro nacional del año 2019 afectó a todos los sectores productivos y consigo al turismo” (M, Aro., Comunicación personal, 28 de diciembre de 2020).

Entre los clientes que visitan sus establecimientos se encuentran principalmente personas nacionales, provenientes de los diferentes cantones de la provincia de Imbabura; en ocasiones la llegada de personas provenientes de la ciudad de Quito ubicada en la provincia de Pichincha contribuye en gran manera a la productividad de los establecimientos. La disminución del flujo de turistas extranjeros por las situaciones antes mencionadas, han marcado un antes y un después en el desarrollo correcto de las actividades, obligándolos a tomar medidas que subsanen y aporten a que sus negocios sigan de pie y ofreciendo productos de calidad.

Sobre el término competencia, cada uno de los propietarios lo refieren de distinta manera. Algunos de ellos no lo ven directamente como un aspecto negativo, pues consideran que adaptan sus productos y servicios a lo que sus clientes requieren, tratando de mejorar lo que ofrecen otros establecimientos y buscando ser elegidos por los consumidores. La competencia es buena siempre y cuando sea sana (S, Baquero., comunicación personal, 28 de diciembre de 2020), y basándose en su apreciación se puede mencionar que la competencia ayuda a cualquier emprendimiento que contenga un similar enfoque, a que trate de mejorar e innovarse cada día.

Tomando en consideración que el principal producto es el café; sin embargo, cada uno de ellos ha decidido aportar con ideas que buscan diferenciarse de cada una de las cafeterías ubicadas en Cotacachi. Así también, tomar en cuenta que la competencia también se da gracias a la trayectoria con que un negocio cuenta es importante, porque los esfuerzos realizados día con día para posicionarse y darse a conocer en el mercado contribuyen a que los consumidores elijan el establecimiento al contar con el conocimiento sobre los productos y servicios que se ofrecen en determinado lugar.

Tabla 6

Gestores culturales del cantón Cotacachi

Gestor cultural
Chelita Albuja
Lenin Alvear
Patricio Andrade
Camilo Aro

Análisis

De acuerdo con una perspectiva general hacia el flujo de turistas de los dos últimos años se puede constatar que el cantón al tener destinos tanto naturales como culturales el turismo se evidenciaba de manera notable dentro del cantón. Hablaría de un año y medio porque prácticamente vino la pandemia y no ha habido mayo influencia turística; sin embargo, mucho antes se observaba una afluencia en todos los sitios maravillosa que tiene el cantón (C, Albuja., comunicación personal, 4 de enero de 2021).

Existían 11 tradiciones que era un sistema calendario anual que encerraba todo un ciclo de celebración prehispánicas, lastimosamente hace 50 años terminaron 9 de ellas (L, Alvear., comunicación personal, 5 de enero de 2021). Las dos manifestaciones culturales que los entrevistados consideran principales son la semana santa y el *Hatun Puncha* o San Juan. La tradición musical dentro de Cotacachi proviene de muchos años, tenemos orquestas emblemáticas conocidos a nivel nacional e internacional, esto hace que los cotacacheños convivamos con la música, acotando que el cantón tiene gestores musicales como la Unidad Educativa Luis Ulpiano de la Torre donde se forjan jóvenes músicos y el Instituto Luis Ulpiano de la Torre (P, Andrade., comunicación personal, 5 de enero de 2021).

De acuerdo con la pregunta de cómo consideran se puede llegar a exponer todo este ámbito cultural, coinciden que el medio publicitario es el cual se debe fortalecer e incentivar para que el cantón llegue a ser aún más reconocido; sin embargo, no consideraron crear un espacio físico en donde se trasmite esta información. Al mencionar el emprendimiento se notaron sorprendidos y con una aceptación al proyecto si este se llegara a cumplir ya que consideran que sería una forma novedosa

e innovadora el tener un establecimiento con esas características y que su aporte sin duda sería el de promocionar y recomendar a otras personas.

2.2 Segmentación de mercado

Tabla 7

Perfil del turista

Producto turístico: Cafetería subterránea enfocada a la exposición de manifestaciones culturales en Cotacachi, Imbabura, Ecuador.			
Variable		Número	Porcentaje
País:	Ecuador	17.594.803	100%
Región:	Sierra	6.449.355	43,9%
Provincia:	Imbabura	398.244	5,3%
Ciudad:	Cotacachi	212.306	10,3%
<i>1er Resultado: 212.306 turistas visitan el Parque Nacional Cotacachi Cayapas</i>			
<i>Segmentación Demográfica</i>			
Variable		Número	Porcentaje
Género:	Femenino	210	55,09%
	Masculino	170	44,39%
	LGBTI	3	0,52%
Edad:	18-24	137	36,03%
Estado civil:	Solteros	146	38,38%
Ocupación:	Estudiantes	146	38,38%
Ingresos:	<=400	151	39,43%
<i>2do Resultado: 210 mujeres y 170 hombres que viven en la ciudad de Cotacachi, de 18-24 años que son solteros, que trabajan y estudian y ganan menos o igual a \$400</i>			
<i>Segmentación Psicográfica</i>			
Variable		Número	Porcentaje
Nivel Socioeconómico	Medio-Alto	92	24,02%
<i>3er Resultado: 116.959 mujeres y 94.243 hombres que viven en la ciudad de Cotacachi, de 18-24 años que son solteros, que trabajan y estudian y ganan menos o igual a \$400 y que pertenecen a un nivel socioeconómico medio – alto.</i>			

<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>	
Estilo de vida	Cultural	360	94%

Mercado meta: 116.959 mujeres y 94.243 hombres que viven en la ciudad de Cotacachi, de 18-24 años que son solteros, que trabajan y estudian y ganan menos o igual a \$400 y que pertenecen a un nivel socioeconómico medio - bajo y que se consideran inclinados por un turismo cultural.

Nota. Para determinar la segmentación demográfica y psicográfica se tomaron datos de las encuestas realizadas.

De acuerdo con la segmentación demográfica y psicográfica aplicado principalmente a la población del cantón Cotacachi, el género que mayormente predomina es el femenino, con un nivel de ingresos de menor o igual a \$400, esto tomando en cuenta que su edad se encuentra dentro de los 18 y 24 años, quienes obtienen sus ingresos económicos por empleo o dependencia económica, ya que en mayoría se encuentra estudiando.

Se evidencia que la mayoría de encuestados tienen preferencia por degustar café, y por tal razón, existe una gran aceptación para la implementación del emprendimiento. Un público joven y adulto que se muestra interesado por conocer las manifestaciones culturales del cantón Cotacachi mediante una exposición con videos y fotografías, lo cual va acorde con el tiempo que destinan para estar en la cafetería, que daría oportunidad para apreciar la información y exposición cultural.

2.3 Análisis de la oferta

Tabla 8

Oferta de restauración

Nombre	Tipo	Ubicación	Capacidad	Especializado		Tipo
				Si	No	
Café Rio Intag	Cafetería,	9 de octubre, Parque San Francisco	20	X		

<i>Incanto Gelato and Coffee Shop</i>	Cafetería y postres	Avenida 10 de Agosto 12-73 Esquina con Tarqui	15	X	Veganos, vegetarianos, sin gluten
Casa de Intag Cafetería	Cafetería	Simón Bolívar y 9 de Octubre, Esquina	18	X	
<i>Aroma Coffee & Gelato</i>	Cafetería,	Calle 10 de Agosto y Pedro Moncayo, Esquina	10	X	

Tabla 9

Proveedores para la cafetería Under Coffee

Nombre	Tipo de producto	Ubicación	Observaciones
Cahuasquí Bodega Orgánica	Café	Urcuquí, Cahuasquí	Privada
Café Minerva	Café de todo tipo	Quito - Calle la Cocha, E3-65 y Panamericana Sur km 11 1/2	Privada
Mercado <i>Jatum Cem</i>	Productos agrícolas	10 de Agosto y Morales	Estatad
<i>Jambi Mascari</i>	Granos secos	10 de Agosto y Morales	Privada
TÍA	Utensilios desechables	10 de Agosto y Sucre	Privada

2.4 Proyección de la competencia

La proyección de la competencia ha sido basada a partir de la determinación del número específico de la cantidad promedio de los consumidores anuales que utilizan los servicios de las cafeterías entrevistadas y que representan competencia para el emprendimiento.

Tabla 10

Cantidad promedio de turistas anuales del cantón Cotacachi

Nombre del establecimiento Competencia	Cant. de consumidores mensual	Promedio anual 2019
Café Río Intag	750	9.000
<i>Incanto Gelato and Coffee Shop</i>	83	996
Casa de Intag Cafetería	150	1.800
<i>Aroma Coffee & Gelato</i>	400	4.800
Total	1.383	16.596

Nota. La presente tabla muestra la cantidad de consumidores anuales que visitan las cafeterías entrevistadas. Elaborado por las autoras, 2021

Observaciones:

Sobre la cantidad de turistas mensuales del establecimiento Café Río Intag, la persona encargada de la administración no contaba con una referencia de un número de personas exactas que visitan su establecimiento; por este motivo se realizó un aproximado. Se tomó como referencia el dato que fue brindado siendo que al día se reciben 25 clientes, posteriormente se lo multiplico por los 30 días del mes, dando un total de 750 clientes.

De acuerdo con los datos que se reflejan en la tabla de ingresos de consumidores a las cafeterías, que significan competencia, se determina que el promedio anual de turistas es de 16.596. Con los datos obtenidos se procede a realizar la contabilidad del promedio anual de consumidores para poder determinar la proyección de la oferta por años, teniendo así el siguiente resultado:

Promedio anual de consumidores = 16.596 /4

PAT= 4.149

▪ **Proyección de la oferta**

A continuación, se proyecta la oferta futura para los próximos 10 años que es la vida del proyecto, utilizando la fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Donde:

C_n = Oferta futura

C_o = Oferta Actual

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

Tabla 11

Proyección de la oferta

Años	Oferta $C_n = C_o(1 + i)^n$	Resultado
1	$C_n = 4.149 (1 + 0.11)^1$	4.605
2	$C_n = 4.149 (1 + 0.11)^2$	5.112
3	$C_n = 4.149 (1 + 0.11)^3$	5.674
4	$C_n = 4.149 (1 + 0.11)^4$	6.299
5	$C_n = 4.149 (1 + 0.11)^5$	9.991
6	$C_n = 4.149 (1 + 0.11)^6$	7.760
7	$C_n = 4.149 (1 + 0.11)^7$	8.614
8	$C_n = 4.149 (1 + 0.11)^8$	9.562
9	$C_n = 4.149 (1 + 0.11)^9$	10.613
10	$C_n = 4.149 (1 + 0.11)^{10}$	11.781

Observaciones:

En la presente tabla se identifica un incremento de turistas por año, contribuyendo a sustentar la idea de emprendimiento ya que los principales clientes serán turistas que visiten el cantón Cotacachi.

Además, se realiza una proyección para 10 años, puesto que el proyecto planteado requiere una inversión fuerte para realizar la construcción de la cafetería.

2.5 Análisis de la demanda

Tabla 12

Demanda potencial

Demanda Potencial	
Población mercado objetivo del Cantón Cotacachi	212.306
% de intención de compra del producto	95.82%
DEMANDA POTENCIAL	203.432

Observación:

El análisis de la demanda potencial se basa en una de las preguntas realizadas en las encuestas: ¿Le gustaría que Cotacachi cuente con una cafetería subterránea? En donde un total de 367 personas respondieron que sí y los 16 restantes que no.

Según los datos obtenidos se puede apreciar que de los 212.306 turistas que llegan al cantón Cotacachi 203.432 representarían los potenciales clientes que visitaran y consumirán los productos y servicios de la cafetería.

2.6 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se realizará para los próximos 10 años y para ello se aplicará la fórmula de incremento poblacional compuesto. Para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Donde:

C_n = Incremento compuesto

C_o = Numero de clientes iniciales (203.432* 95.82% / 100= 194.929)

i = Índice de crecimiento turístico (0,11)

n = Años para proyectar (Periodo 2021 – 2030)

A continuación, se procede hacer el cálculo respectivo para la obtención de resultados:

Tabla 13

Proyección de la demanda

Años	Demanda: $C_n = C_o(1 + i)^n$	Resultado
1	$C_n = 194.929 (1 + 0.11)^1$	216.371
2	$C_n = 194.929 (1 + 0.11)^2$	240.172
3	$C_n = 194.929 (1 + 0.11)^3$	266.591
4	$C_n = 194.929 (1 + 0.11)^4$	295.916
5	$C_n = 194.929 (1 + 0.11)^5$	328.467
6	$C_n = 194.929 (1 + 0.11)^6$	364.598
7	$C_n = 194.929 (1 + 0.11)^7$	404.704
8	$C_n = 194.929 (1 + 0.11)^8$	449.221
9	$C_n = 194.929 (1 + 0.11)^9$	498.636
10	$C_n = 194.929 (1 + 0.11)^{10}$	553.486

2.7 Demanda insatisfecha

El presente cálculo se lleva a cabo a partir de la identificación de los datos de la proyección de la demanda y restar los datos obtenidos en la proyección de la oferta, llegando así a conocer el número de personas insatisfechas por años.

Los datos contribuirán a conocer si la idea de emprendimiento planteada resulta factible o no; en tal sentido se tiene los siguientes datos y resultados:

Tabla 14*Demanda insatisfecha*

Año	Demanda Potencial	Competencia	Demanda Insatisfecha
1	216.371	4.605	211.766
2	240.172	5.111	235.061
3	266.591	5.674	260.917
4	295.916	6.299	289.617
5	328.467	9.991	318.476
6	364.598	7.760	356.838
7	404.704	8.614	396.090
8	449.221	9.562	439.659
9	498.636	10.613	488.023
10	553.486	11.781	541.705

Los datos obtenidos permiten identificar que existe una creciente demanda insatisfecha, mostrándose así que para el año 2030 existirán 541.705 personas que pueden requerir los servicios y productos que ofrece la idea de emprendimiento. En tal sentido se considera que la implementación de la cafetería tendría una adecuada acogida permitiendo su posicionamiento y desarrollo dentro del cantón Cotacachi.

Para determinar la demanda objetiva se ha tomado en cuenta el dato brindado por parte de la cafetería *Incanto Gelato and Coffee Shop*; se menciona que el porcentaje de ocupación semanal equivale al 60%, debido a que no siempre su cafetería llega a tener el aforo máximo para el que está diseñado.

Haciendo referencia a la información proporcionada, se calcula la cantidad de clientes diarios que puede tener la cafetería propuesta. Entonces se proyecta que la cafetería posea un aforo total de 46 clientes diarios. A partir de este dato se determina que no siempre se tendrá la capacidad a tope; por lo cual solo podrían ingresar un aproximado de 30 personas diarias.

Según los datos obtenidos con el análisis, se establece que acoger a 46 clientes diarios representa el 100% de la capacidad total; entonces acoger a 30 personas representaría el 65,22%.

Es importante mencionar que el porcentaje obtenido tiene relación al dato que la cafetería *Incanto Gelato and Coffee Shop* brindó. Además, se evidencia un 5,22% más a su porcentaje; este valor se da debido a que la cafetería a implementarse cuenta con una mayor capacidad de aforo a la de *Incanto Gelato and Coffee Shop*.

Finalmente, luego de considerar los datos se establece trabajar con un 65,22% para lograr obtener la demanda objetiva proyectada para los 10 años del proyecto planteado.

Tabla 15

Proyección de la demanda objetiva

Año	Demanda Insatisfecha	Demanda objetiva
1	211.766	138120.3072
2	235.061	153306.784
3	260.917	170170.067
4	289.617	188888.207
5	318.476	207710.047
6	356.838	232729.744
7	396.090	258329.898
8	439.659	286745.6
9	488.023	318288.601
10	541.705	353300.001

CAPÍTULO III

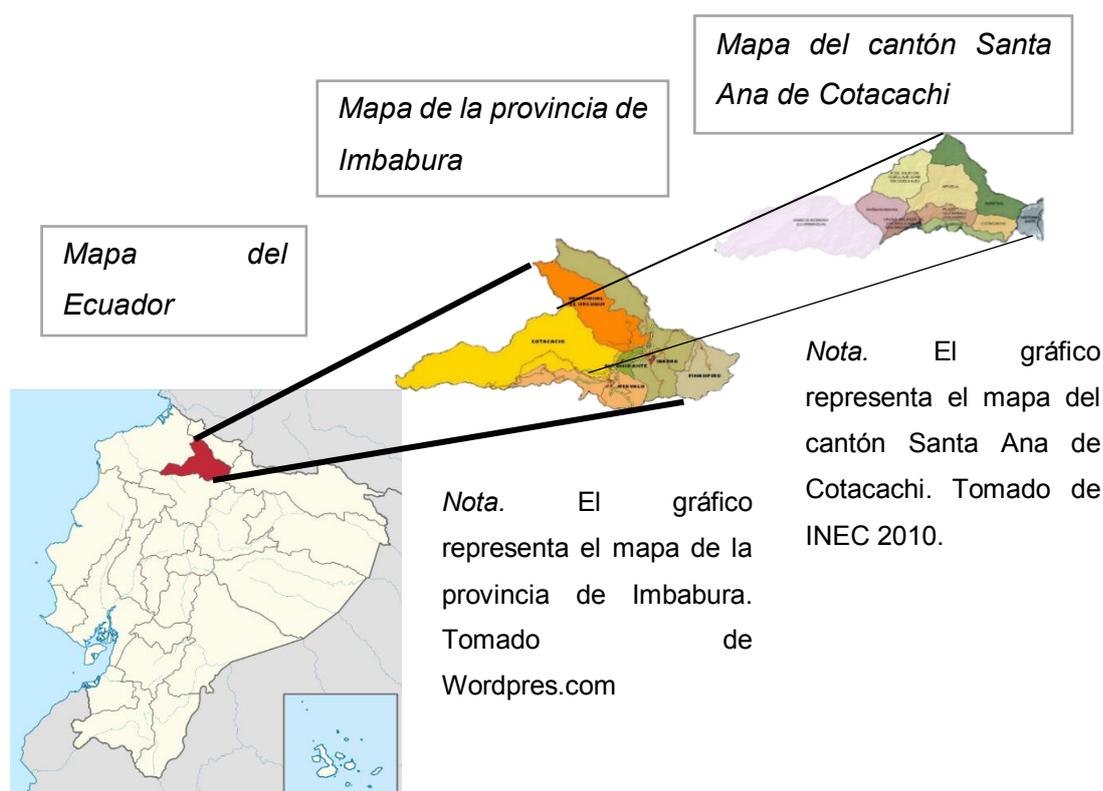
3 ESTUDIO DE TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO

3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

3.1.1 Macro localización

Figura 21

Macro localización de la cafetería



Nota. El gráfico representa el mapa de Ecuador.

Tomado de Ecuador locación map.svg

Ecuador es apreciado como un país megadiverso por la riqueza natural y cultural con la que cuenta. Su ubicación estratégica permite contar con cuatro regiones que conservan características muy diferentes en cuanto a flora, fauna y clima. Sus paisajes, recursos y sobre todo la amabilidad y carisma de la gente que lo habita hacen de Ecuador un país atractivo.

En concordancia a lo expresado Geoparque Imbabura (2018) se refiere sobre la provincia de Imbabura de la siguiente manera:

La provincia de Imbabura, se distingue esencialmente por sus características geológicas. Donde confluyen complejos volcánicos como el Imbabura, Mojanda, Cotacachi – Cuicocha y Chachimbiro con lagos o lagunas, prácticamente en todos los cantones; cascadas, fuentes de agua, diferentes pisos climáticos y atractivos geomorfológicos. Este patrimonio, se fortalece, y se vuelve más atractivo por su complementariedad con la diversidad étnica, cultural y productiva. (párr. 1)

En esencia las peculiaridades que abarca Imbabura se desarrollan diariamente para posicionarla como una de las principales provincias que tiene Ecuador. El cantón Cotacachi, perteneciente a la provincia de Imbabura cuenta con una variedad de atractivos, mismos que son capaces de satisfacer los gustos y deseos de propios y extraños.

Sobre el cantón Cotacachi es importante tomar las palabras de Cevallos, Posso, Naranjo-Toro, Bedón , & Soria (2018) quienes refieren lo siguiente:

El cantón Cotacachi de la provincia de Imbabura, dispone de un patrimonio cultural-histórico invaluable, cuyo acervo se ha menguado progresivamente ante la señal impasible del tiempo, y desde este escenario sosegado y romántico propio de los pueblos andinos, logra impermeabilizar al conjunto de significantes y significados de la identidad para enfrentar con sobriedad cultural las exigencias de la actualidad. (p. 23)

El cantón cuenta con una variedad de riquezas que aportan a ser un atractivo significativo hacia los turistas ya sean nacionales o extranjeros. La conservación de los mismos aportará a su preservación en el tiempo, además difundirlos es una de las ideas que se pretende lograr con la idea de emprendimiento establecida.

3.1.2 Micro localización

El cantón no solo trata de mantenerse ante el impávido paso del tiempo sino también sus costumbres, tradiciones y sobre todo la imagen cautivadora que conserva. Dichas características contribuyen a sustentar la estratégica ubicación del emprendimiento en la Av. Modesto Peñaherrera y Miguel Albán.

La vía principal es asfaltada y es el ingreso principal a la ciudad; la calle de intersección es de primer orden, permitiendo el tránsito de vehículos y personas. Dispone de alumbrado público y alcantarillado, servicios básicos necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes y la sociedad en general.

En la zona no existe la presencia de establecimientos de restauración, específicamente de una cafetería. Debido a una mayor afluencia de turistas en las calles principales de la ciudad: 10 de Agosto y parque San Francisco, los negocios y locales comerciales aprovechan para ofertar una variedad de artesanías, productos en cuero, restauración y hotelería. Tomando a consideración y perspectiva dicho factor, los propietarios de las cafeterías optan por ocupar cierto espacio para la venta de sus productos. Sin embargo, quienes hacen uso de los servicios y consumo de productos se encuentran de paso y no llegan a ocupar las instalaciones.

De tal manera, la cafetería al ubicarse en un lugar distante no creará una competencia desleal, lo que contribuye no solo a un beneficio personal sino también al desarrollo local y turístico del cantón.

Figura 22

Micro localización de la cafetería



Nota. La imagen representa la Micro localización de la cafetería. Tomado de *Google Earth*, 2021

Figura 23

Terreno que será usado para la construcción



3.2 Identificación de experiencias y descripción de procesos

Con bases en las creaciones y temáticas de las distintas cafeterías del mundo, se tiene la razón creativa y lógica para crear un emprendimiento que apoya a la conservación de la historia, mediante la exposición de fotografías, videos y objetos que representan a dicho cantón. Se usa este medio pues, la vista y el oído es por donde las personas perciben de mejor manera aquello que es interesante.

Siguiendo este contexto, para la idea de emprendimiento se ha realizado una investigación que permita conocer lugares con historia, tradición y cultura, además de que ofrezcan servicios de restauración o cafetería. Conocer información de los lugares servirá como ejemplo para la cafetería *Under Coffee*. Entre los establecimientos investigados se encuentran los siguientes:

Café *Pushkin* - Moscú

El derrumbe del comunismo en Moscú permitió que las fronteras se despejasen y que varias personas decidieran visitar el país. Muchos turistas llegaron al país de Moscú buscando el café *Pushkin*, del cual se habla en la famosa canción Nathalie que trascendió por toda América Latina gracias a la versión en español realizada por los hermanos Arriagada. Al observar la gran aclamación que tenía este café, el artista y restaurador *Andrei Dello*, decidió crear el famoso “Café *Pushkin*”.

Es así como el 4 de junio del año 1999, se inaugura el *Café Pushkin*, fue ubicado en *Tverskoy Boulevard*, en una mansión con estilo Barroco. La construcción de este edificio se dio en la década de 1780 a cargo de un noble que se encontraba al servicio de la emperatriz Catalina la Grande; en la construcción también participaron arquitectos italianos conocedores del gusto ruso y sentimiento por el estilo moscovita. Posteriormente la mansión paso a ser propiedad de un comerciante adinerado. Sus hijas desposaron a dos alemanes y entre ellos instalaron en la planta baja de la mansión una botica y los dos pisos superiores fueron destinados para ubicar una biblioteca y ser su residencia.

Actualmente la mansión refleja el paso de cada uno de sus propietarios y es así como el interior de la mansión se puede observar el techo con pinturas tomadas de la mitología clásica, entre ellas: Leda y el cisne, el dios Apolo y las musas, Pegaso y Perseo, Atenea con Afrodita. Se puede encontrar además un conservado mostrador de la antigua farmacia, dentro de él se encuentra una variedad de frascos de parcela con inscripciones, los cuales eran usados para la preparación de polvos, esencias y tinturas medicinales de la época. La ambientación del lugar se da gracias a los objetos de arte del siglo XIX, entre ellos se encuentran un reloj de pie de caoba, el cual representa la relojería inglesa de la empresa “Norton”; copias de las estatuas de bronce egipcias que se encuentran ubicadas en la entrada del Museo Británico de Londres y que representan a los gatos; uno de los componentes que mayormente llama la atención de los visitantes es la amplia biblioteca, que contiene más de tres mil volúmenes; finalmente estos y otros elementos hacen que esta cafetería sea muy interesante a visitar por parte de ajenos y propios (Café Pushkin, 2021).

Haciendo referencia a los datos que se han mencionado anteriormente es importante hablar sobre la canción a la que se hace referencia para la creación del *Café Pushkin*.

Canción *Nathalie*

Autor: Pierre Delanoë

Año: 1964

Hablar sobre la canción *Nathalie* es hablar de historia y sentimentalismo. Pierre *Delanoë* sentado en la Gran Plaza Roja, la cual es uno de los íconos representativos

y denominado Patrimonio de la Humanidad de Moscú. Inspiro sus letras para hablar sobre un amor imposible debido a la influencia de una de las épocas que marcó en gran manera a la población, esto fue la Guerra Fría.

La Canción se habla sobre un turista francés que se encuentra visitando el en el frío invierno la Plaza Roja; él se encuentra acompañado de una hermosa mujer la cual es su guía y la llama Nathalie de quien se desprende el nombre de la canción. Mientras visitan varios lugares él se enamora de ella y la canción hace pensar que pasaron una noche juntos y el hombre luego tendrá q regresar a su país, pero siempre la llevará en sus pensamientos y con la ilusión de que un día sea el quién guie a la hermosa Nathalie.

Un dato importante que se habla en esta canción es el llamado “Café *Pushkin*”, este es un café propio de Francia actualmente, pero para la época en que se realizó esta canción no existía. El café fue fundado apenas en el año 1999 en la presidencia de *Gilbert Becaud*. Gracias a la acogida de la canción se buscaba una versión en español, y fue así como, en el año 1967, el trio chileno de los Hermanos Arriagada la realizan, llegando a ser un gran éxito en varios países (Zárate, 2017).

Moulin Rouge - París

Moulin Rouge era un famoso cabaret parisino ubicado en el barrio rojo de *Pigalle* en el número 82 del Bulevar de Clichy, al pie de Montmartre, en el distrito 18 de París, Francia. Este establecimiento inicio sus labores en el año 1889, a cargo de Joseph Oller y Charles Zidler. En sus inicios fue bautizado como “El palacio de la Mujer”; gracias a sus alegres chicas que deleitaban a sus clientes con bailes, habilidades sociales y de otro tipo, llego a ser muy famoso en toda la ciudad. En cuanto a su infraestructura sus propietarios decidieron pintarla de color rojo y acompañarla de luces intermitentes, además uno de los principales elementos de este lugar fue el gran molino que buscaba representar y conmemorar a los antiguos molinos que se ubicaban en la *Montmartre*; éste era un pequeño pueblo que abarcaba 15 molinos y eran usados para moler granos, prensar uvas y para actividades industriales. Actualmente solo existen dos molinos los cuales son: Le Moulin de la Galette y el Moulin Bluth-fin.

Hay que mencionar que este establecimiento no era solo un burdel, ya que las chicas que trabajaban en el lugar poseían habilidades artísticas magnificas, además

de dominar un excelente arte de seducción y fascinar a los clientes que acudían a verlas. Un dato significativo para destacar es que antiguamente este edificio poseía un patio trasero el cual era destinado para realizar espectáculos privados a los cuales solo podían acudir los hombres acompañados de las artistas de turno. Con el pasar del tiempo el establecimiento tomo una nueva dirección y formato, en él se ofrecía n cenas con espectáculos con estrellas internacionales como Ella Fitzgerald, Liza Minelli, Édith Piaf o Frank Sinatra, junto con bailarinas como Yvette Guilbert, Jane Avril o Josephine Baker.

Actualmente Moulin Rouge sigue vigente y continúa siendo un atractivo para visitar. Sin duda su calidad en cuanto a la oferta musical y sus espectáculos llenos de profesionalismo brindan un deleite inigualable a sus clientes haciendo de su visita un mágico recuerdo lleno de historia (Rouge, 2019).

Café San Alberto - Colombia

Su historia se remonta al año 1972 cuando el señor Gustavo Leyva, adquiere la hacienda “La Alsacia” ubicada en el municipio de Buenavista, Quindio. Posteriormente decide llamarla hacienda “San Alberto”, haciendo referencia y en honor a su hijo fallecido Gustavo Alberto. En el año de 1976, Leyva decide adquirir la casa que se encontraba colindante con la hacienda, pero en el año 1985 fallece quedando a cargo de la administración su esposa. Para 1990 con intenciones de ampliar su territorio se adquiere la finca “La Ponderosa”. En el año 1996 su hija Olga y su esposo adquieren en su totalidad las tierras e inician una innovación total, la casa principal e instalaciones agroindustriales fueron remodeladas y en el año 2005, termina la transformación de la hacienda. La familia siempre trabajó con visión empresarial, compromiso ambiental y responsabilidad social, logrando obtener la certificación UTZ, la cual es una etiqueta otorgada por el proceso de agricultura sostenible.

Posteriormente en el año 2007, se crea el grupo *Kallpasapa* (Café San Alberto), a cargo de los hijos de Olga y Eduardo; los señores Gustavo y Juan Pablo Villota; ellos con mente empresarial decidieron seguir su legado familiar y la tradición cafetera. Se enfocaron en elaborar un café que sea de alto nivel y que rompiera los paradigmas con su sabor inspirado en vinos importantes. Actualmente en el interior de la casa se ubica una tienda contemporánea y un mirador que permite observar los

cafetales, además su café es acreedor de los mayores reconocimientos referenciándolo como uno de los iconos de Colombia. Finalmente, un dato importante a mencionar es que no solo se ofrece el producto del café en el lugar sino también se ha complementado con un recorrido que permite aprender porque es el café más galardonado del país, además de explicar su trayectoria desde sus inicios hasta la actualidad (Café San Alberto, 2019).

Café San Alberto ha recibido varios premios y entre se puede mencionar los siguientes:

Tabla 16

Premios recibidos por el café San Alberto

Año	Premio
2010	Certificación internacional de agricultura sostenible Rain Forest Alliance.



2011	Medalla de Oro como producto del año en la Feria Mundial de Alimentos en Moscú
-------------	--------------------------------------------------------------------------------



2012	Primer café colombiano en recibir la máxima distinción del prestigioso ITQI (Instituto Internacional del Sabor y la Calidad). Recibió 3 Estrellas Doradas.
-------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



2013 Premio al Sabor Superior



2014 Primer café colombiano en recibir el Premio Cristal por el ITQI

2015 3 años consecutivos de la máxima distinción.

2016



2017 Café San Alberto recibe el premio al café más exótico de Colombia consolidándose como el café más premiado del mundo con más de 19 premios internacionales.

2018 Premio al Sabor Superior



Premio Diamante al Sabor



Medalla de Oro





Premio al Sabor Superior



Nota. La tabla representa los premios que ha recibido el café San Alberto – Colombia. Adaptado de Casa San Alberto, 2021

Buena Vista Café – Lima

La idea nace de una afinidad familiar de dos hermanos, Marcelo A.F, Eduardo A.F. Nacieron en el puerto Mollendo y vivieron en Lima. Posteriormente se mudan a Miraflores y deciden fundar una cafetería denominada “Buena Vista Café”. Su nombre hace referencia a que el establecimiento se encuentra ubicado sobre un acantilado y frente al mar Pacífico, permitiendo captar la brisa del mar y acompañarse de un café caliente.

Actualmente se encuentra ubicado en el Malecón Cisneros Cdra 15, Bajo del Mirador del Parque Grau. Su horario de atención es de martes a viernes de 10:30 de la mañana a 10:00 de la noche, los sábados de 9:30 am a 10:00 pm y los domingos de 9:30 am a 9:30 pm. Uno de los datos a resaltar es que es un lugar inclusivo ya que sus instalaciones han sido diseñadas para que personas que usan silla de ruedas puedan acceder sin ninguna dificultad. Finalmente es considerado como *pet friendly* debido a que permite el ingreso a mascotas y cuenta con bebederos para los mismos (Café Buena Vista, 2021).

Salem Witches Store & Coffee – México

El lugar se encuentra ambientado de acuerdo con la temporada de Día de Muertos y Halloween que se vive en la ciudad de México. Elsa María Olivaries es la

creadora y propietaria de este lugar, ella ha buscado insertar en México un espacio que brinde la oportunidad que las personas vivan una experiencia llena de magia y misticismo acompañado de una taza de café.

El diseño interior de la cafetería cuenta con varios detalles, entre ellos calderos, calabazas, gatos negros, calendarios estacionales pintados en el techo y otros elementos que permiten hacerla llamativa al público. Además, se ofrecen alimentos que concuerden con la idea de este emprendimiento, así se ha diseñado Monster waffles, bebidas como si fueran pociones y durante el otoño se elabora el pan de muerto denominado *Nahuala* (Chilango, 20).

Aoyama Flower Market Tea House -Tokio

La cafetería se encuentra ubicada en los principales mercados de flores de Tokio. Su característica principal es que además de ofrecer un café brinda la oportunidad de rodearse de flores, siendo un ambiente natural y acogedor. El diseño arquitectónico de la cafetería se ha basado en dar la imagen de un “invernadero”, tratando de ofrecer una experiencia de vivir todos los días con flores. Entre los productos y servicios que se ofrecen se encuentra una variedad de postres, comidas, vinos y tés. Un dato importante para mencionar es que el lugar ha sido inspirado en las flores debido a la importancia que tienen ellas para la cultura japonesa.

En la actualidad la cafetería cuenta con un horario de atención de lunes a domingo de 11:00 am a 20:00 pm. Su dirección exacta es: 5 Chome-1-2 Minamiaoyama, Minato City, Tokyo 107-0062, Japón. El ambiente que ofrece el establecimiento es acoger y lleno de naturaleza (House Tea, 2021).

3.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

La idea de emprendimiento a implementar se basa en una cafetería subterránea, la cual no solo busca dedicarse a vender café y sus complementos, sino exponer las manifestaciones culturales de Cotacachi, mediante fotografías, videos, piezas y objetos que muestren el pasado y presente del lugar. De esta forma se aportará a la conservación y difusión de la cultura y tradición del cantón ya que cuenta con una riqueza muy amplia.

Subterráneo

Esta sala está dedicada especialmente a la historia de Cotacachi, con el fin de brindar una experiencia diferente, mediante videos que serán proyectados para que el sentido de vivir de cerca como es la tradición del cantón. Proyectar videos del *Inti Raymi* con la vestimenta de los danzantes de las diferentes comunidades, puesto que esa fiesta solo se la puede presenciar en el mes de junio, y para quienes visitan la cafetería en otras fechas puedan observar cómo es esta tradición. Cada una de estas manifestaciones se encuentra detalladas y distribuidos de la siguiente manera:

Se colocará un mural del volcán Cotacachi del año 1905 esta será la primera imagen que tendrá el visitante al bajar al área subterránea.



Cotacachi, 1905

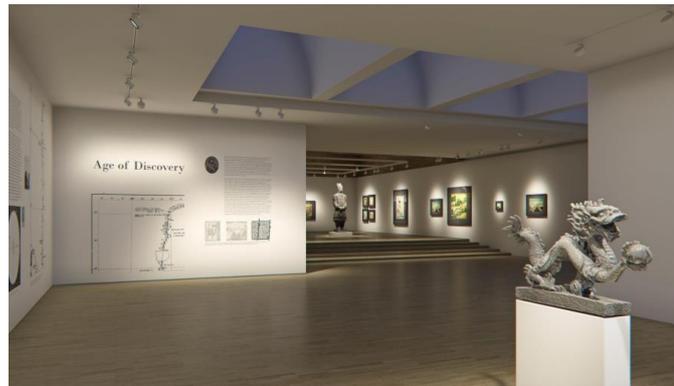
“Diosa en la cúspide que vigila el cuenco del lago hermoso y lúgubre” - - Padre Agustín Moreno Proaño

Lasso, José Domingo. Fotógrafo; Ehlers, Freddy. Recopilador; Howitt, John de. Recopilador

El área fotográfica denominada “Historia de mi tierra natal” está dedicada a los principales datos históricos del cantón Cotacachi, fotografías a blanco y negro que tendrán un tamaño de 1m de ancho por 1.50m de largo con una acentuación mediante distribuciones luminosas diferenciales que consiste en iluminar desde el techo hacia los cuadros y esculturas ya que requieren relevancia al mirar y la luz va dirigida para crear brillo y potenciar el modelado.

Figura 24

Referencia de iluminación de cuadros



Nota. Tomado de Erco Iluminación, 2020

Tabla 17

Fotografías para el área subterránea

Fotografías	Descripción
Historia de mi tierra natal	
	<p>El portal, 1955 Casa de la familia Ruiz Gómez que resistió al terremoto.</p>
<p>Nota. Tomado de Cevallos <i>et al</i>, 2018</p>	
	<p>Casas antiguas de Cotacachi En la comunidad de Morochos, construidas con técnicas tradicionales, basadas en el adobe, madera y hojas vegetales.</p>
<p>Nota. Tomado de Cevallos <i>et al</i>, 2018</p>	
	<p>La vieja Iglesia Matriz La fachada principal orientada hacia la calle García Moreno. Al frente, el antiguo Palacio Municipal, hoy Museo de las Culturas.</p>

Nota. Tomado de Cevallos *et al*, 2018



Primer bus, 1920

Primer bus de Cotacachi fue bautizado como Bolívar de propiedad de la familia Ruiz Andrade.

Nota. Primer bus de Cotacachi, 2020.

Tomado de Facebook 2019



Los Topos, 1992

Para disfrazarse, habitualmente “los topos” se identifican con vestimentas y atuendos de color blanco. A ello se debe el denominativo de “los palomos” como se les conoce.

Tabla 18

Objetos y piezas

Objeto/pieza	Descripción
	Zamarro Es imitación a los mayordomos; había solo una persona en la cuadrilla que se ponía el zamarro: ese era un <i>ruku</i> , era el único que imitaba al mayordomo de la hacienda; él iba con el fueite, recogía a los bailarines para ir al pueblo, él ordenaba.
	Sombrero de cartón Por unos denominada <i>cubilu</i> y por otros como <i>petate pelele</i> ; el sombrero gigantesco es una

Nota. Tomado de Chagras y Cowboys, 2018



forma de personificar al duende andino, aunque a decir de los cabecillas, se ha recreado y se usa esta forma de sombrero, como un objeto-escudo que protege el vendaval de piedras durante la confrontación con los adversarios

Pendón



Este es elaborado de chonta, la madera sagrada, y en su punta dos banderas de colores vibrantes, y la cruz, elementos que dan la fuerza espiritual para guiar el camino.

Nota. Tomado de Cevallos et al, 2018

Máscara Danza de los Abagos



Máscara blanca que tiene una cruz en la frente y pintadas sus mejillas de rosado, lo que representa la imposición de la religión y las nuevas costumbres.

Nota. Tomado de La Hora, 2018

Churo



Cuya resonancia, a decir de los comuneros, representa fortaleza y convocatoria. Si acaso el grupo se dispersara por una confrontación, cada comunidad conoce el tono particular del ulular de su caracol.

Nota. Tomado de Sumpa
Souvenir, 2019



Nota. Tomado de Tornado
Studio, 2019

Vasija de barro

Desde la época inca, se desarrollaron técnicas de conservación de alimentos. Principalmente para guardar granos como el maíz, pues entraba el gorgojo y dañaba el grano, por ello, cuya amenaza se evitaba, mezclándolo con arena y almacenándolo en vasijas enterradas en el subsuelo mediante el empleo de emanaciones repelentes como el *kushik*.

Pilche



Vasija pequeña de madera o corteza del fruto del mate, sirve para tomar la chicha de jora.

Trompo



Nota. Tomado de Desafío del
trompo Cotacachi, 2020

El trompo de madera con un clavo en la punta es confeccionado de cerote.

Los implementos que se usan son:

Cordel: sirve para envolver el trompo en tal forma que, al lanzarle al aire, se desenvuelve el cordel y baila en el suelo.

Bola: de madera, un poco achatada en los lados, de seis centímetros de alto.

Cuyumba: piedra plana para que la bola salga disparada

Tabla 19*Videos de las manifestaciones culturales de Cotacachi*

Tema	Descripción	Duración video
Flauteros en Semana Santa Autor: Freddy Coello	Jóvenes y niños flauteros que entonan sus flautas durante la procesión de semana santa desde la comunidad de <i>Turucu</i> .	3 minutos
Inti Raymi toma de la Plaza Autor: Alterego Estudio Creativo	Toma de la plaza por parte de los grupos de distintas comunidades, impetuosos con su zapateo y silbidos que anuncian su llegada a la plaza central.	4 minutos
<i>Kutakachi</i> - Comuna <i>kichwa Cumbas</i> Conde de Cotacachi Autor: Humazapas Oficial	Un extracto de la comunidad en donde nace la tradicional danza de los <i>Abagos</i> .	1 minuto
<i>Abaku</i> – Proyecto <i>Kutakachi</i> Autor: Humazapas Oficial	Explicación de cómo era la danza de los <i>Abagos</i> .	2 minutos
Pueblo indígena compartió alimentos en cementerio de Cotacachi. Autor: TVN Canal	Día de Difuntos en donde el pueblo indígena comparte alimentos y bebidas con los seres queridos y conocidos.	3 minutos
Preparación de la chicha de jora – Cotacachi Autor: Stalin Rivera	Acompañamos a ver como es el proceso de la preparación de la chicha de Jora junto a la señora Rosa Potosí.	3 minutos
Faltaron pocos puntos para ser el mejor hornado	En el año 2016 la señora Rosa Potosí se ubicó en segundo lugar en el	2 minutos

Autor: TVN Canal	concurso del “Mejor Hornado”, insignia que destaca la gastronomía del cantón.	
Juego tradición del trompo/Cotacachi Autor: Waruntzi Cotacachi	Uno de los juegos tradicionales del cantón, relatado por jugadores de la historia.	19 minutos
Matrimonio Indígena	Proyección de toda la ceremonia desde el Enamoramiento hasta el <i>Ñawi Mayllay</i> .	1 hora Los videos se encuentran divididos en seis partes con una duración de 10 minutos cada uno
Talabartería Autor: Amelina Espinoza	Todo el proceso que lleva el cuero hasta llegar a la creación de los diferentes artículos de elaborado de este material.	5 minutos
Carlos Yanes - su pasión: los <i>zamarros</i> Autor: Sanjuaneros de Ibarra	El trabajo de crear el <i>zamarro</i> , hecho de pieles de animales como el llamingo, chivo y felpa.	6 minutos
Usos, significados y símbolos de la <i>fachalina</i> en <i>Imantag</i> Autor: APAK Otavalo	Relato los pocos que confeccionan esta prenda cuyo uso ya no es usual.	8 minutos
Especiales Coloradas Carnes Esther	Una tradición gastronómica familiar que caracteriza al cantón Cotacachi.	2 minutos

Moreno de Unda -

Cotacachi

Autor: Imbabura Travel

<i>Warmi Puncha</i>	Una apreciación diferente a la habitual	10
Autoras: Angela Montalvo y Tamia Flores	de la celebración del día de las mujeres dado en una época de pandemia.	minutos

Planta Baja

El cliente al entrar a la cafetería va a observar fotografías de las manifestaciones culturales características del cantón, tales como la talabartería, vestimenta y ceremonias o rituales; dichos cuadros tendrán medidas de 50cm de largo y 70cm de largo. También se encontrará un horno de leña en la que, el turista será participe observando cómo se cocina el pan en el horno.

Fotografías

Tabla 20

Fotografías planta baja

Cruz Andina



Nota. Adaptado de Cruz Andina [Fotografía], INTI RAYMI - Cotacachi, 2020, Facebook, (<https://www.facebook.com/intiraymicotacachi/photos/1747638378693383>).

La cruz cuadrada andina o *chakana* tendría sus orígenes simbólicos en la constelación del Sur o la Cruz del Sur, símbolo representaría un medio de unión entre mundo humano y el *Hanan Pacha*: lo que está arriba o lo que es grande.

<i>Pawkar Raymi</i>	Inicio del calendario andino el 21 de marzo, equinoccio de primavera. Representa la época del florecimiento e inicio de cosechas de los frutos. Además, se enfatizan celebraciones como el Carnaval, Fiestas pascuas o “la semana santa”.
<i>Inti Raymi</i>	Solsticio de verano. Es una fiesta dedicada al Sol. El ritual inicia el 21 de junio con baños rituales, baile y ofrendas en todas las comunidades.
<i>Kulla Raymi</i>	Equinoccio de otoño. Esta se realiza todos los 23 de septiembre.
<i>Kapak Raymi</i>	Es la última celebración del año calendario. Se conmemora el 22 de diciembre.

Fotografía	Descripción
-------------------	-------------

Talabartería	
---------------------	--



Nota. Tomado de Cevallos *et al*, 2018

Primeros talabarteros de Cotacachi del siglo pasado.



Nota. Tomado de Cevallos *et al*, 2018

En Cotacachi antiguamente se trasladaban a los ríos *Pichaví*, *Pichambichi* y *Yanayaku* a horas de la madrugada para realizar la curtiduría del ganado; los artesanos templaban las pieles en piedras y colocaban aceites vegetales como el guarango para hacerlas aptas a crear diferentes artículos del mismo.

Vestimenta	
-------------------	--



Esposos *kichwa* de la comunidad de *Pilchibuela* en el año 1929

Nota. Tomado de Cevallos *et all*, 2018



Nota. Tomado de José Luis Rosales, 2019

Vestimenta parroquia de Imantag

El sombrero de modelo de copa y ala pequeña es el atuendo característico de la vestimenta de las mujeres y hombres.

La fachalina es tejida a mano de diferentes colores como el azul, verde, rojo o morado. Estas son usadas de acuerdo con el tipo de ceremonia como velorios, matrimonios, bautizos, entre otros.

Ceremonias



Nota. Tomado de Alejandro Cock-Peláez, 2009

Concepción y embarazo

Durante el embarazo la *partera* es la encargada de *acomodar* al feto para prevenir deformaciones.

Se cree que la mujer embarazada no debe acudir a lugares solitarios o quebradas porque atrae vibras negativas que puede afectar la salud de la madre e hijo.

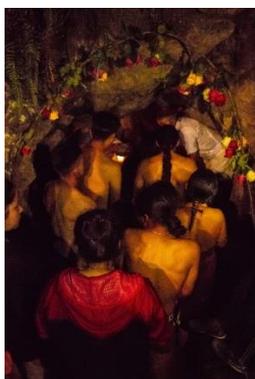
SHUTICHIK - Ceremonia de bautizo

Los primeros dientes de leche del niño son la señal de buscar a los *achitaytas* (padrinos) quienes son elegidos por los padres del niño o niña; se hace el pedido con la entrega de medianos conformados por cuyes, gallinas, papas, frutas y bebidas.



Wasi Pichay - Inauguración de casa nueva

Consiste en bautizar a la casa una vez finalizada su construcción realizada por un sacerdote. Se reúnen los dueños y familiares de la nueva casa, quienes asignan un nombre que para ellos tenga un significado especial. Se coloca en una bandeja granos, plata y trago, está será la ofrenda para la casa.



Baño ritual de purificación

El 21 de junio se inicia con el baño ritual con el fin de purificar, sanar, limpiar el espíritu, se lo realiza principalmente en la laguna de Cuicocha; las piscinas de *Yanayaku* y zonas donde se encuentren fuentes de agua son usadas para el baño ritual.

Nota. Tomado de INTI RAYMI - Cotacachi, 2019

Planta alta

En esta planta se expone sobre las principales festividades, un mural que describe los sueños y su significado y un área de lectura. Este espacio es amplio pues está destinado al uso de eventos, quienes gusten a realizar fiestas pueden hacer uso del espacio. Además, cuenta con un área de fumadores para evitar la incomodidad entre los demás clientes.

Tabla 21

Fotografías de las principales festividades

Festividades



Semana Santa

Procesión llena de banderas coloridas llevadas por las guioneras. Se exhiben los santos e imágenes religiosas; son los fieles devotos hombres quienes cargan con el peso de dichas esculturas.

Nota. Tomado de La Hora, 2019



Día de los Difuntos

Acuden al cementerio llevando lo que consideran era la comida preferida por los difuntos; entre estos alimentos se encuentran: la colada morada acompañada de las guaguas de pan, colada con churos, chicha de jora, champús, tostado, plátano, entre otros.

Danza de los Abagos



Realizado en la comunidad *Chilcapamba* en la fiesta de Corpus Cristi y su octava; está constituida por ángeles (danzantes), *Abagos* y un músico que toca el pingullo y un tamborcito pequeño, con su baile y vestimenta plasman la dualidad representando el espíritu del bien y el mal.

Nota. Tomado de La Hora, 2018

Danza de los Yumbos de Cumbas

Rinden homenaje en actos especiales a las divinidades en especial en honor a la patrona Santa Ana de Cotacachi, que es un culto grande del (*Hatun Mama*) gran mamá.



Además, sincronizan las danzas para celebrar a los santos que honran en Cotacachi.

Nota. Tomado de La Hora, 2011



Juego del Trompo

Jueces de palo, quienes marcaban el punto hasta donde llegó la bola del cabe del trompo en 1961.

Nota. Tomado de Cevallos *et al*, 2017

Música



Banda Cantonal de Cotacachi del año de 1898

Fue en todos los tiempos la más prestigiada en la provincia de Imbabura. Amenizaba las fiestas religiosas, cívicas y populares. Es histórico el concurso de Banda realizado en Ibarra por el año de 1923, en el intervino la banda de Cotacachi con la dirección de

Nota. Tomado de Cotacachi Capital Musical, 2020

Segundo Moreno e indudablemente logran triunfar.

Tabla 22

Historia musical de Cotacachi

Nombre banda/grupo	Fecha de creación
La Banda Cotacachi	Década 50-60 Siglo XIX
Conjunto de Música Religiosa	1915

Estudiantina “Señor de la Buena Esperanza”	Mediados de la década de los 30
Conjunto Cotacachi	Década de los 40
Orquesta la Bahiana	Años 40
Conjunto Musical los Chagras	Década de los 50
Orquesta Rumba Habana	Años 50
Orquesta Alma Cotacacheña	Años 50
Orquesta Continental	Años 51-53
La Banda Municipal	1968
Conjunto los “Aravicos”	1982

Mural

Tabla 23

Sueños y sus significados

Las premoniciones de la muerte	
Calabazas	Asociada al ulular nocturno, torna vulnerable la vida de los runas.
Soñar con un búho <i>kuskunku</i>	Asociada a la muerte de un miembro de la familia.
Si una gallina canta igual que un gallo	Es señal de muerte; sin embargo, si esta es de color negro, cualquier miembro de la familia va a tener una muerte súbita.
Mariposas de color negro	Símbolo de mal augurio y se vincula a una próxima expiración de un miembro del núcleo familiar extendido.
Estampido del carbón o combustible en el fogón	De la misma manera asociada a la muerte de un familiar.
Soñar que se derrumba en un abismo	Premonición de la cercanía de la sepultura de un miembro de la familia.
Cuando aúllan los perros	Señal de muerte de un familiar o personas conocidas, estos comportamientos por parte

	de los animales vienen acompañados con raspar la tierra haciendo un hueco que representa al entierro de la persona.
Representación de los sueños	
Extrayéndose una pieza dental y hay sangre	La familia nuclear extendida se prepara para la adversidad.
Comer semilla de calabaza	Asociado a la desaparición de una de las niñas más queridas, que pueden ser sobrinas, hermanas o hijas.
Pasando un río con quebrada	Cuando la persona que lo sueña se va a ir a otro lugar.
Soñar maíz	Representa que muy pronto va a tener dinero.
Que alguien ha muerto o que están velando	La persona reflejada va a vivir por un largo tiempo.
Soñar con flores o joyas	Significa que alguien va a contraer matrimonio o un bautizo.
Soñar con fréjol	Alguna mujer miembro de la familia está embarazada

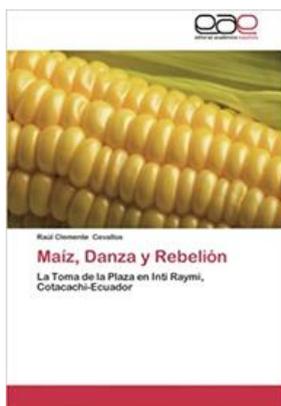
Tabla 24

Libros para el área de lectura

Libro	Autor(es)
<p>La cosmovisión andina en Cotacachi</p> 	<p>Raúl Clemente Cevallos, Miguel Angel Posso Yépez, Miguel Naranjo Toro, Iván Bedón Suárez, Rolando Soria Flores</p>

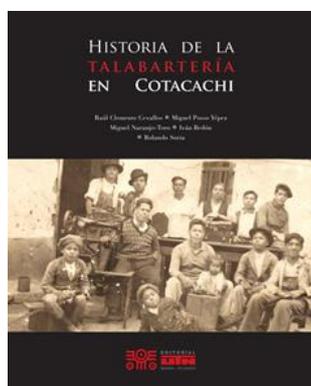
Maíz, danza y rebelión

Raúl Clemente Cevallos



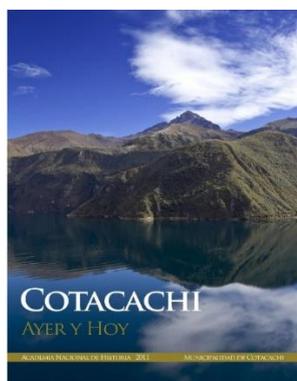
Historia de la talabartería en Cotacachi

Raúl Clemente Cevallos, Miguel Posso Yépez, Miguel Naranjo Toro, Iván Bedón, Rolando Soria



Cotacachi Ayer y Hoy

Academia Nacional de Historia 2011
Municipalidad de Cotacachi



Revista Wiñay Kawsay

Revista para aprender kichwa

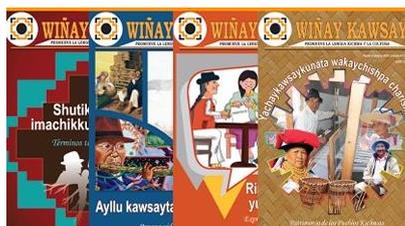


Tabla 25

Discos de vinilo de música de Cotacachi y de diferentes artistas andinos

Disco	Tema
	<p>Conjunto Orquestal Rumba Habana – Cotacachi Tierra Mía Vol. 1</p>
	<p>Trío Los Reales – Lo Mejor De Homero Hidrobo</p>
	<p>Conjunto Cotacachi – Homenaje A Ecuador</p>
	<p>Conjunto Cotacachi – Tradicionales Bailables</p>
	<p>Otavalo Manta – Sentimiento Noble</p>

Productos

Se detallan las recetas de los principales productos que se ofertarán en la cafetería, tales como las distintas preparaciones del café, postres veganos, vegetarianos, clásicos y tradicionales y sánduches.

Tabla 26

Recetas y preparaciones de los productos de la cafetería Under Coffee

Nombre	Porciones
Espresso	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Alfonso López, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Café molido	g	100	-Cargar el café en grano en el molino y moler. -Dosificar el café molido en el porta filtro limpio. -Purgar la ducha de la cafetera para eliminar restos del café anterior. -Introducir el porta filtro con la carga y accionamos el botón. -Erogar el café, obtener de 25-30ml de expreso extraído en 30 segundos.
Agua	ml	300	

Nota. Receta tomada de María (2021).

Reseña

Existen un sin fin de combinaciones, *blends* y mezclas de café 100% arábica, robusta, torrefacto, de distintos tuestes, variedades, etc. La materia prima tiene que ser el centro de atención en función de los gustos del cliente o la persona que va a degustar nuestra elaboración.

Nombre	Porciones
Café latte	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Blog de Café Sabora, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Leche	ml	200	-Colocar en una taza la leche, leche condensada y canela. -Mezclar bien y lleva al microondas por 2 minutos dependiendo de la potencia de este.
Leche condensada	ml	200	
Canela	g	50	

Café	g	30	-Incorporar poco a poco el café recién hecho con la cafetera dentro de la taza. -Espolvorear un poco más de canela. -Endulzar al gusto. <i>Nota.</i> Receta tomada de Melara (2019).
------	---	----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Reseña

El latte es de origen italiano, y su nombre significa “café con leche”. Pero no hay que confundirnos, pues un latte no es lo mismo que un café con leche. La diferencia entre estas dos bebidas radica en su preparación.

Nombre	Porciones
Capuchino	10

Fotografía



Nota. Adaptado de África Sánchez Pérez, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Crema de leche	g	500	-Preparar la crema de capuchino: disolver el café en la esencia de vainilla, integrar bien. -Batir la crema a punto de nieve a velocidad baja.
Café en polvo	g	50	
Esencia de vainilla	g	20	-Añadir poco a poco el café y subir la velocidad por dos minutos, con ayuda de una manga pastelera, introducir la crema y llenar los vasos dando vueltas, espolvorear canela para decorar.
Mantequilla	g	200	
Azúcar refinada	g	50	
Huevos	g	100	-Reservar.
Azúcar glas	g	50	-Batir la mantequilla a temperatura ambiente junto con el azúcar hasta acremar. -Derretir el chocolate en el microondas. Ya líquido, agregar la crema para batir con ayuda de un globo, batir por dos minutos. -Separar las yemas e incorpóralas, revolver y reservar. -Batir las claras a punto de nieve y, una vez listas, añadir poco a poco ayudándose de una espátula dando vuelta hasta combinar. -Distribuir cinco vasos cubriendo solo la mitad del espacio, llevar al refrigerador hasta servir. <i>Nota.</i> Receta tomada de Cocina Fácil (2019).

Reseña

Es uno de los cafés más demandados en las cafeterías españolas quizá solo por detrás del café con leche, el cortado y el solo, trío clásico de las cafeterías en España. El capuchino moderno es el resultado de la popularidad de las máquinas de café expreso.

Nombre	Porciones
Mocca	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Moca Menta, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Café molido fino	g	400	-Espumar la leche, la leche no debe superar los 60 grados.
Chocolate en polvo	g	100	-Con la ayuda de otro jarrito, separar mitad y mitad, en uno que quede leche líquida y en otro leche con espuma.
Leche	ml	600	-En la parte de leche le colocar una cucharada de chocolate y mezclar bien.
Jarabe de chocolate	ml	150	-Ahora en la taza va primero el <i>espresso</i> , luego el chocolate y por último la leche espumada.
Chocolate amargo	g	250	-Arriba de la espuma decorar con salsa de chocolate y canela.
Canela	g	50	-Hacer círculos con el chocolate y arrastrar hacia adentro y hacia afuera para formar una figura.

Nota. Receta tomada de infokofe (s/f).

Reseña

Es una preparación que entra dentro de los cafés con leche al que tradicionalmente se le añade una parte de cacao o sirope de chocolate.

Nombre	Porciones
Café de chuspa	10

Fotografía



Nota. Pinterest, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
--------------	--------	----------	------------------------

Café de pasar	g	500	-Colocar el agua en la cafetera y dejar que hierva.
Agua	ml	300	-Colocar el café de pasar y dejar hervir por 5 minutos. -Con el colador empezar a pasar poco a poco el café en otro recipiente. -Servir y endulzar al gusto. -Introducir el portafiltro con la carga y accionamos el botón. -Erogar el café, obtener de 25-30ml de expreso extraído en 30 segundos.

Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Reseña

Al contener sólo el ingrediente principal: el café, tiene grandes nutrientes y beneficios para la salud, tales como ayuda a quemar grasa, reduce el riesgo de desarrollar algunos tipos de cáncer, entre otros.

Nombre	Porciones
Café 7 granos	10

Fotografía



Nota. Diario Avance, 2018

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Avena	g	300	-Tostar todos los granos por separado y en pequeñas cantidades en el tiesto, procurando que no se quemen los granos.
Centeno	g	300	
Maíz	g	300	
Trigo	g	300	-Moler los granos ya tostados en el molino.
Habas secas	g	300	-En una olla con agua hirviendo colocar los granos por cucharadas e ir revolviendo constantemente. -Una vez ya incorporados todos los ingredientes, apagar el fuego y proceder a pasar por un colador. -Servir.
Soya	g	300	
Arvejas secas	g	300	

Nombre	Porciones
Café Tinto	10

Fotografía



Nota. Pinterest, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Café molido	g	300	-Poner a hervir los dos litros de agua. -Agregar el azúcar. -Colocar el café en el colador. -Cuando el agua esté hirviendo colocar y mezclar con el café colado en el colador. -Revolver para que se mezcle con el azúcar.
Azúcar	g	500	
Agua	ml	2000	

Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Reseña

Este tipo de preparación es originario de Colombia, no se debe usar café instantáneo ya que pierde su sabor y aroma. Este debe tener un nivel adecuado de acidez e intensidad.

Nombre	Porciones
Café Carajillo	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Licor 43, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Licor 43	ml	250	-Para la mezcla llenar con cuatro hielos grandes. -Colocar dos onzas de licor 43. -El café debe ser espresso, colocar dos onzas. -Agitar de 11 a 15 segundos. -En una copa colocar hielos y agregar la mezcla anterior.
Café molido	g	250	
Hielo	cubos	7	

Nota. Receta tomada de La Trufa Negra (2019).

Reseña

Es una bebida hecha a base de licor 43 y café espresso, el licor está preparado por 43 especias y cítricos; este es originario de España.

Nombre	Porciones
---------------	------------------

Baileys

10

Fotografía



Nota. Adaptado de peruinforma, 2019

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Café molido	g	50	-Poner el café y el azúcar en una taza y agregarle una cucharada de agua y batir enérgicamente hasta obtener una suave crema. -Terminar de colocar el agua volcándola suavemente para no romper la espuma. -Agregar el <i>Baileys</i> . -Por último agregar el chocolate y la canela.
Chocolate en polvo	g	50	
Canela	g	20	
Azúcar	g	50	
Licor baileys	ml	50	

Nota. Receta tomada de Rubbio (2017).

Reseña

Esta bebida es una mezcla con licor de *Baileys* que entra en la categoría de bebidas licorosas. Se puede reemplazar el café *espresso* por leche y café.

Nombre	Porciones
Americano	10

Fotografía



Nota. Adaptado de concafé.org, 2021

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Café molido	g	400	-Calentar agua. -Preparar un café <i>espresso</i> en la cafetera de cápsulas en una taza grande. -Añadir la cantidad deseada de agua caliente al café o hasta que la taza esté llena. -Echar azúcar al gusto.
Agua	ml	300	

Nota. Receta tomada de Cabú (s/f).

Reseña

Nombre	Porciones
Chocolate artesanal	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Recetas de El Salvador, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Chocolate de hoja	g	800	-Picar el chocolate con un cuchillo para facilitar que después se funda con el agua caliente.
Agua	ml	2000	-Poner en un cazo el agua y el azúcar, llevar a ebullición e incorporar el cacao en polvo, batir con las varillas y cuando vuelva a romper a hervir, retirar el cazo del fuego. -Verter en tres veces el agua chocolateada en el recipiente del chocolate, batiendo o removiendo con una cuchara de madera, desde el centro hacia afuera, haciendo círculos. -A continuación, para conseguir espumar el chocolate, batir con la batidora eléctrica durante cinco minutos. -Servir el chocolate caliente y endulzar al gusto. <i>Nota.</i> Gastronomía & Cía (2012).

Reseña

Ecuador es el país con la mayor participación en este segmento del mercado mundial (un 63% de acuerdo con las estadísticas de ProEcuador). (Diario La Hora, 2015)

Nombre	Porciones
Pastel de quinua	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Bolivia.com, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Harina integral	g	250	-Lavar bien la quinua y pre cocinar. Rallar el queso.
Quinua	g	250	-Mezclar la quinua con la harina, aceite de oliva, linaza, azúcar y royal.
Aceite de oliva	ml	125	-Poner la mezcla en un molde.

Linaza	g	50	-Colocar el queso ricota previamente rallado encima de la mezcla anterior. -Hornear por aproximadamente 15 minutos hasta que el queso esté derretido.
Azúcar	g	200	
Queso ricota	g	225	
Royal	g	5	

Reseña

La quinua es un cultivo milenario y ancestral. “La FAO declaró el 2013 como el Año Internacional de la Quinua para fomentar la producción de cultivos tradicionales u olvidados, como medio de contribuir a la seguridad alimentaria” (El Universo, 2020).

Nombre	Porciones
Pastel de zanahoria	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Lulú, 2016

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Harina	g	250	-Para preparar la linaza en vez de los huevos, colocar la linaza en un recipiente y mezclar con agua hasta que tenga la consistencia de la clara del huevo.
Azúcar morena	g	125	
Zanahoria	g	750	-Rallar la zanahoria.
Nueces	g	125	-Batir la linaza con el azúcar.
Royal	g	30	-Mezclar el harina con los las nueces y royal.
Linaza	g	50	-Unir las dos mezclas anteriores con la ralladura de la zanahoria. -Hornear a 180° de 40 a 45 minutos.

Reseña

La zanahoria es la hortaliza de mayor consumo a nivel mundial, aporta varios nutrientes, uno de los beneficios conocidos es que contribuye a tener una mejor vista. Puede ser consumido de varias formas ya sea cruda o cocidas.

Nombre	Porciones
Pastel de choco	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Cristian Mendoza, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Choclo	g	906	-Para preparar la linaza en vez de los huevos, colocar la linaza en un recipiente y mezclar con agua hasta que tenga la consistencia de la clara del huevo. -Moler el choclo. -Licuar agregando la linaza, la mantequilla, crema de leche, azúcar, sal. -Después de licuar añadir el queso en trozos. -Hornear a 180° por 40 minutos.
Mantequilla	g	60	
Leche	ml	250	
Crema de leche	g	250	
Queso	g	30	
Azúcar	g	45	
Sal		5	
Linaza	g	50	

Reseña

Es un alimento que ayuda a reducir las alergias ya que su fibra favorece a tener una mejor digestión y reduce el colesterol.

Nombre	Porciones
Pastel de chocolate	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Recetas Nestlé, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Harina	g	200	-Cremar la mantequilla con el azúcar. -Agregar las yemas de huevos, harina, cocoa y royal. -Incorporar la leche. -Agregar las claras de huevos batidos a punto de nieve. -Hornear a 180° de 35 a 40 minutos.
Cocoa sin azúcar	g	150	
Mantequilla	g	200	
Leche	ml	150	
Royal	g	15	
Azúcar	g	130	
Huevos	g	100	

Reseña

Este postre es conocido internacionalmente, puede tener variaciones en su preparación, incorporando más ingredientes.

Nombre	Porciones
Pastel de naranja	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Martha, 2014

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Harina	g	453	-Cremar la mantequilla con el azúcar.
Jugo de naranja	ml	250	-Agregar las yemas de huevo una a una.
Mantequilla	g	75	-Mezclar la harina con royal.
Royal	g	10	-Agregar el jugo de naranja.
Azúcar	g	200	-Incorporar las claras de huevo batidas a punto de nieve.
Huevos	g	300	-Mezclar todo. -Hornear a 180° por 40 minutos.

Reseña

La naranja tiene algunos beneficios para la salud tales como, refuerza la inmunidad para quienes se encuentran en bajos niveles de defensas; ayuda a tener un bienestar digestivo pues actúa como regulador estomacal para aliviar las digestiones lentas o pesadas.

Nombre	Porciones
Tiramisú	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Laura Litvin, 2021

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Bizcotelas	g	250	-Separar las yemas de las claras de los huevos. Montar las claras a punto de nieve y reservar.
Café	g	250	-A continuación, batir las yemas con el azúcar hasta blanquear y que el azúcar se disuelva completamente.
Licor de café	ml	125	-Añadir las claras y mezclar suavemente, continuando con los movimientos envolventes.
Azúcar	g	50	-Remojar las bizcotelas en café y un poco de licor de café.
Huevos	g	200	-Extender una capa de crema de huevo y mascarpone por encima, bien repartida por toda la superficie.

Repetimos el proceso y terminamos con una capa de crema.
 -Espolvorea con una fina capa de cacao y dejamos reposar en la nevera por un día.

Reseña

El origen del tiramisú podría remontarse a finales del s. XVII en Siena. Fue entonces cuando los pasteleros de la ciudad decidieron reflejar en un dulce las virtudes de la aristocracia. Para ello decidieron emplear como ingrediente principal el café, símbolo de fuerza, el cacao, símbolo de virilidad y queso mascarpone, que representaría la humildad. (PASTANOSTRA, 2017)

Nombre	Porciones
Empanada de verde	10

Fotografía



Nota. Adaptado de TQMA, 2021

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Plátano verde	u	4	-Cocinar el verde de 15 a 20 minutos. -Preparar un refrito con la cebolla blanca y mantequilla.
Mantequilla	g	10	-Una vez cocinados lo plátanos, aplastar y mezclar con los huevos hasta tener una masa.
Queso	g	56	-Hacer bolitas con la masa para aplanarlas con el rodillo hasta tener una lámina fina.
Aceite	ml	500	-Rellenar con queso previamente desmenuzado y el refrito de cebolla.
Cebolla blanca	u	3	-En el aceite caliente fritar las empanadas de 3 a 4 minutos.
Huevos	g	50	-Colocar en un recipiente con papel absorbente.

Reseña

Es una preparación característica de la costa ecuatoriana que generalmente se lo sirve en el desayuno con café.

Nombre	Porciones
Empanada de viento	10

Fotografía



Nota. Adaptado de GORAYMI, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Harina	g	425	-Preparar la masa con la mantequilla derretida, royal y sal. -Dejar reposar 15 minutos. -Formar discos con un rodillo hasta que quede una lámina delgada. -Rellenar con el queso previamente desmenuzado. -Fritar en abundante aceite caliente por unos minutos. -Servir y agregar azúcar al gusto.
Mantequilla	g	113	
Queso	g	300	
Aceite	ml	300	
Sal	g	5	
Royal	g	5	

Reseña

Son unas empanadas tradicionales ecuatorianas, estas son servidas en el desayuno o como un lunch.

Nombre	Porciones
Pan horneado	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Estefanía Esteban, 2020

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Harina	g	400	-Colocar en un <i>bowl</i> la harina e ir agregando el agua y la levadura, añadir la sal y el aceite de oliva. -Seguir amasando de 10 a 15 minutos y
Levadura	g	25	
Aceite de oliva	ml	153	

Sal	g	20	dejar reposar. -Volver a amasar por otros 10 minutos y dejar reposar por 40 minutos hasta que la masa doble su volumen. -Hacer bolas para las porciones. -En el horno precalentado a 220° meter las porciones. -Hornear por 20 minutos en el horno de leña y sacar en una cesta. -Servir.
-----	---	----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Reseña

Un pan casero a base de cuatro ingredientes y fácil de preparar, un buen amasado permitirá que la masa fermente y llegue a un volumen adecuado.

Nombre	Porciones
Pan de maíz	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Hacer Pan Net, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Harina de trigo	g	220	-En un <i>bowl</i> mezclar la harina de trigo, la harina de maíz, royal y sal.
Harina de maíz	g	200	-Incorporar el agua con la levadura y el aceite de oliva.
Levadura	g	20	-Amasar de 10 a 15 minutos y dejar reposar por 30 minutos.
Aceite de oliva	ml	135	-Hornear por 20 minutos en el horno de leña, sacar en una cesta.
Royal	g	10	-Servir.
Sal	g	25	

Reseña

El maíz es uno de los granos más consumidos en América y sobre todo en la sierra ecuatoriana. Su preparación es fácil y al ser horneada en el horno de leña toma un sabor aún más exquisito.

Nombre	Porciones
Pan de trigo	10

Fotografía



Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Harina de trigo	g	250	-En un <i>bowl</i> mezclar la harina de trigo con la sal y royal. Agregar agua con la levadura. -Incorporar el aceite de oliva. -Amasar por 10 minutos y dejar reposar por 20 minutos. -Realizar la figura de pan en forma de rosquilla. -Hornear en el horno de leña por 20 minutos, sacar en una cesta y servir.
Levadura	g	250	
Aceite de oliva	ml	125	
Sal	g	50	

Reseña

Conocido como *runa tanda* es un pan que es preparado por indígenas especialmente en la fecha de 2 de noviembre por el día de difuntos, quienes llevan al cementerio como ofrenda para los seres queridos que ya fallecieron y a la vez para compartir con familiares, amigos o conocidos.

Nombre	Porciones
Tortillas de tiesto	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Kawsaymi, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Harina de trigo	g	250	-En un recipiente mezclar la harina de trigo con agua y sal y queso desmenuzado, amasar por 10 minutos y dejar reposar. -Formas los discos. -El tiesto debe estar caliente para poner las tortillas ya moldeadas. -Tostar hasta que vayan tomando un color café en ambos lados (mirar fotografía). -Sacar en una cesta y servir.
Queso	g	250	
Sal	ml	125	

Reseña

Estas tortillas se sirven especialmente en el desayuno, son denominadas tortillas de tiesto porque para su cocción se usa el tiesto, que es un recipiente de barro. No se debe agregar ningún tipo de aceite para su cocción ya que el calor del tiesto hace que se cocinen.

Nombre	Porciones
Humitas	20

Fotografía



Nota. Adaptado de Kraft Heinz, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Choclo	u	20	-Moler el choclo tierno ya desgranado en un molino e ir agregando la sal. -Agregar la mantequilla derretida y mezclar, incorporar los huevos y el azúcar y seguir mezclando. -Agregar el queso en trozos cuadrados pequeños, en el centro de las hojas del choclo colocar la mezcla. -Doblar las hojas primero desde izquierda hacia el centro y luego la parte superior de la punta de la hoja del choclo hacia el centro, por último doblar la parte derecha de la hoja. -En una olla tamalera ir colocando las humitas en forma circular. -Dejar cocinar por 40 minutos, cuando la hoja se despegue con facilidad es hora de sacar las humitas en un recipiente. -Servir con la hoja para que conserve su sabor.
Huevos	u	5	
Queso	g	500	
Mantequilla	g	113	
Azúcar	g	5	
Sal	g	15	

Reseña

Es una herencia gastronómica de los antepasados del continente americano que datan de la época precolombina (antes de la llegada de Cristóbal Colón). Humita se deriva de la lengua *quechua Humint'a*, variante regional del quichua que se habla en el vecino Perú, sur del Ecuador y noroeste de Argentina. (El Universo, 2007)

Nombre	Porciones
Quimbolitos	10

Fotografía



Nota. Adaptado de PanCorn, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Harina de maíz	g	200	-En un <i>bowl</i> mezclar la harina y royal y luego batir incorporando la mantequilla, la leche, el jugo de naranja y la esencia de vainilla. -En otro recipiente batir las claras de huevo a punto de nieve, y luego agregarle el azúcar y las yemas. -Juntar las dos mezclas anteriores y remover hasta formar una masa. -Una vez esté la mezcla homogénea, colocar varias cucharadas de la masa en el centro de cada hoja de achira. -Rellenarlas con queso rallado y encima de la masa decorar con pasas. -Doblar la hoja de achira y cerrar el quimbolito. -Colocar en una olla tamalera cocinar al vapor durante 40 minutos.
Mantequilla	g	115	
Leche	ml	100	
Jugo de naranja	ml	50	
Queso crema	g	50	
Esencia de vainilla	ml	5	
Huevos	u	2	
Azúcar	g	150	
Royal	g	5	
Hojas de achira	u	12	
Pasas	g	60	

Reseña

Es un postre tradicional ecuatoriano muy esponjoso, ligero y de sabor delicado, que se acompaña con una taza de café.

Nombre	Porciones
Sánduche de pollo	6

Fotografía



Nota. Adaptado de Marcela Lovegrove, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Pan baguette	u	3	-Cortar el pan baguette a la mitad y tostarlo. -En la primera mitad colocar la lechuga, tomate, aguacate, queso mozzarella. -En la otra mitad colocar mantequilla, el
Mantequilla	g	30	
Queso mozzarella	g	90	

Tomate	u	1	filete de pollo previamente cocido, <i>bacon</i> y mayonesa. -Unir las dos partes y servir.
Lechuga	u	1	
Bacon	g	5	
Aguacate	u	1	
Filete de pollo	g	250	
Mayonesa	g	5	

Nombre	Porciones
Sánduche de pernil	10

Fotografía



Nota. Adaptado de Revista Maxi Online, s/f

Ingredientes	Unidad	Cantidad	Proceso de preparación
Pan	u	10	-En un <i>bowl</i> preparar el encurtido, mezclando la cebolla, tomate, zumo de limón, vinagre, perejil, y sal.
Cebolla blanca	u	6	
Vinagre	ml	30	-Cortar el pan a la mitad y coloque dos rebanadas de pernil y una cucharada del encurtido. Tapar con la otra mitad del pan y servir.
Tomate	u	25	
Perejil	g	10	
Limón	u	10	<i>Nota.</i> Receta tomada de Revista Maxi (s/f).
Pernil	u	10	
Sal	g	10	

Reseña

Es un sánduche tradicional ecuatoriano que puede ser acompañado con jugo de mora.

Menú especial

Tabla 27

Bebidas frías y calientes

	Precio	
Jugos naturales y batidos	Piña	\$ 1,99
	Tomate de árbol	\$ 1,99
	Papaya	\$ 1,99
	Plátano	\$ 1,99
	Maracuyá	\$ 1,99

	Mora	\$ 1,99
	Fresas	\$ 1,99
	Guanábana	\$ 1,99
	Taxo	\$ 1,99
Agua mineral y gaseosas	Agua mineral 1.2 litros	\$1,20
	Gaseosas personales 70ml	\$1,00

Tabla 28

Precios teóricos de los productos

Descripción	Costo por porción	PVP porción sin IVA + 33% utilidad	IVA	PVP teórico
Cafés				
Espresso	0,41	1,23	0,15	\$ 1,38
Café latte	0,51	1,56	0,19	\$ 1,75
Capuchino	0,96	2,90	0,35	\$ 3,25
Mocca	1,34	4,05	0,49	\$ 4,53
Chuspa	0,43	1,29	0,16	\$ 1,45
7 granos	0,45	1,37	0,16	\$ 1,53
Tinto	0,54	1,65	0,20	\$ 1,85
Carajillo	1,34	4,07	0,49	\$ 4,56
Baileys	0,34	1,04	0,12	\$ 1,16
Americano	0,65	1,97	0,24	\$ 2,20
Chocolate artesanal	0,56	1,70	0,20	\$ 1,90
Postres vegetarianos y veganos				
Pastel de quinua	0,43	1,32	0,16	\$ 1,47
Pastel de zanahoria	0,55	1,68	0,20	\$ 1,88
Pastel de choclo	0,49	1,48	0,18	\$ 1,66
Postres				
Pastel de chocolate	0,61	1,83	0,22	\$ 2,06

Pastel de naranja	0,42	1,26	0,15	\$ 1,41
Tiramisú	1,05	3,19	0,38	\$ 3,57
Empanadas, pan y postres tradicionales				
Empanada de verde	0,50	1,52	0,18	\$ 1,70
Empanada de viento	0,35	1,05	0,13	\$ 1,18
Pan horneado	0,20	0,62	0,07	\$ 0,69
Pan de maíz	0,22	0,67	0,08	\$ 0,75
Pan de trigo	0,19	0,59	0,07	\$ 0,66
Tortillas de tiesto	0,22	0,66	0,08	\$ 0,73
Humitas	0,32	0,96	0,12	\$ 1,08
Quimbolitos	0,36	1,09	0,13	\$ 1,22
Sánduches				
Clásico pollo	1,02	3,09	0,37	\$ 3,46
Pernil	1,40	4,23	0,51	\$ 4,73
Jugos y batidos				
Piña	0,59	1,77	0,21	1,99
Tomate de árbol	0,59	1,77	0,21	1,99
Papaya	0,59	1,77	0,21	1,99
Maracuyá	0,59	1,77	0,21	1,99
Mora	0,59	1,77	0,21	1,99
Fresas	0,59	1,77	0,21	1,99
Guanábana	0,59	1,77	0,21	1,99
Taxo	0,59	1,77	0,21	1,99
Total				\$ 70,83

Diseño del menú general

El menú que se brindará al cliente será digital mediante el uso de códigos QR, los cuales estarán colocadas en las mesas y la zona de bar, esto ayudará a evitar un mayor contacto con el cliente. El comensal podrá acceder al menú sin la necesidad de instalar aplicaciones. Si no dispone con el sistema que le permita acceder se le enviará el menú a su número telefónico mediante WhatsApp.

Sin embargo, no se descarta realizar la impresión de los menús para quienes prefieren realizar el pedido de productos de la manera tradicional. El diseño del menú digital y físico se detalla a continuación:

Figura 25

Portada menú cafetería Under Coffee



Figura 26

Lista de precios de la cafetería Under Coffee

Café		Jugos y batidos	
Espresso	\$ 1,40	Piña	\$ 2,00
Café latte	\$ 1,75	Tomate de árbol	\$ 2,00
Cappuccino	\$ 3,25	Papaya	\$ 2,00
Mocca	\$ 4,55	Plátano	\$ 2,00
Chuspa	\$ 1,45	Maracuyá	\$ 2,00
7 granos	\$ 1,55	Mora	\$ 2,00
Tinto	\$ 1,85	Fresas	\$ 2,00
Carajillo	\$ 4,60	Guanábana	\$ 2,00
Café con beayles	\$ 1,20	Taxo	\$ 2,00
Café americano	\$ 2,20		
Chocolate artesanal	\$ 1,90		

Gaseosas y Aguas	
Gaseosa personal	\$ 1,00
Agua mineral 1,2L	\$ 1,20

Postres vegetarianos y veganos		Postres	
Pastel de quinoa	\$ 1,50	Pastel de chocolate	\$ 2,10
Pastel de zanahoria	\$ 1,90	Pastel de naranja	\$ 1,45
Pastel de choclo	\$ 1,70	Tiramisú	\$ 3,60

Empanadas, pan y postres tradicionales		Sandwiches	
Verde	\$ 1,70	Clásico Pollo	\$ 3,50
Viento	\$ 1,20	Pernil	\$ 4,75
Pan horneado	\$ 0,70		
Pan de maíz	\$ 0,75		
Pan de trigo	\$ 0,70		
Tortillas de tiesto	\$ 0,75		
Humitas	\$ 1,10		
Quimbolitos	\$ 1,25		

Figura 27

Menú con el código QR de la cafetería Under Coffee



3.2.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

La idea de emprendimiento planteada se encamina a fomentar el turismo en Cotacachi, además de generar una retribución de la inversión que se realizará por parte de las creadoras del emprendimiento.

Así dentro de la cafetería se ofrecen diferentes productos de los que los clientes podrán deleitarse, entre ellos tenemos:

- Bebidas
- Postres
- Complementos a las bebidas
- Música en vivo
- Exhibición fotográfica
- Piezas y objetos

La cafetería se encuentra dividida en dos pisos y un subterráneo; a continuación, se detallará los servicios complementarios a los que podrá acceder el cliente en cada piso, esto permitirá que pueda elegir el lugar idóneo para consumir el producto que desea.

Tabla 29

Productos y servicios complementos que contiene la cafetería

Incluye	
Subterráneo	<ul style="list-style-type: none">• Escenario para música en vivo.• 2 pantallas de video• Cuadros de la historia y cultura de Cotacachi• Piezas que representan la cultura de Cotacachi.• Mural de Cotacachi conjugado con el Slogan de la cafetería.
Planta baja	<ul style="list-style-type: none">• Baños• Bar (demostración de la elaboración de por parte del barista)• Cocina y horno de leña• Cuadros de la historia y cultura de Cotacachi• Mural del slogan de la cafetería conjugado con un mapa del mundo, ubicando los diferentes tipos de café de cada país.• Pantallas con videos de la cultura de Cotacachi
Planta alta	<ul style="list-style-type: none">• Zona de fumadores• Ambiente natural (ornamentación)• Área de lectura con libros que hablan sobre la historia y cultura de Cotacachi.

Descripción de ubicación de cuadros fotográficos

Para complementar la idea de la cafetería se ha pensado en agregar cuadros, videos y libros que contribuyan a transmitir el conocimiento sobre historia y cultura del cantón Cotacachi, esto contribuirá a llamar en gran medida la atención de los clientes ya que no solo visitarán la cafetería por degustar el producto principal que es el café y sus respectivos acompañantes sino también por observar todo lo antes mencionado.

En este punto haremos referencia a como se ubicarán los cuadros fotográficos dentro de la cafetería.

Tabla 30*Ubicación de cuadros fotográficos*

Cuadros	
Subterráneo	<ul style="list-style-type: none"> • Mural de Cotacachi, 1905 • El portal, 1955 • Casas antiguas de Cotacachi • La vieja Iglesia Matriz • Primer bus, 1920 • Los Topos, 1992 • Objetos y piezas • Videos
Planta baja	<ul style="list-style-type: none"> • Cruz cuadrada andina o <i>chakana</i> • Talabartería • Vestimenta de la parroquia de <i>Imantag</i> • Ceremonias: <ul style="list-style-type: none"> - Concepción del embarazo - <i>Shutichik</i> - ceremonia de bautizo - <i>Wasi pichay</i> - inauguración de casa nueva • Baño ritual de purificación
Primera Planta	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografías de las festividades • Historia musical de Cotacachi • Mural de los sueños con sus significados • Libros para el área de lectura • Discos de vinilo de música de Cotacachi y de diferentes artistas andinos

Segmentación del mercado

Según encuestas realizadas para determinar el público objetivo para el presente emprendimiento principalmente se ha determinado edades desde los 18 hasta los 24 años, siendo este el grupo de personas al cual se enfocará mayormente; sin embargo, la cafetería se encuentra diseñada para todas las personas que les

llame la atención la temática cultural del cantón Cotacachi, así como también deleitarse de música acorde al lugar y finalmente saborear un delicioso café.

Horarios

Tabla 31

Horario de actividades

Actividad	Horarios
Degustación de Café y sus acompañantes	Lunes a domingo De 9:00 am - 8:00 pm
Demostración de Barista	Martes a domingo De 11:00 am - 7:00 pm <i>Nota.</i> El lunes será establecido como día de descanso para el trabajador, considerando que ese día de menor afluencia de clientela en el establecimiento.
Exhibición fotográfica	Lunes a domingo De 9:00 am - 8:00 pm
Música en vivo	Viernes 5:00 pm – 7:00 pm Sábado 5:00 pm – 7:00 pm Domingo 5:00 pm – 7:00 pm
Demostración de elaboración de pan en horno de leña	Martes, jueves y sábado 3:00 pm
Actividades en fechas especiales	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Pawkar Raymi</i> • <i>Inti Raymi</i> • <i>Kulla Raymi</i> • <i>Kapak Raymi</i> • Cantonización • Semana Santa • Fiestas del <i>Inti Raymi</i> • Fiesta de la Jora • Día de los difuntos • Navidad

Cargos de prestadores de los servicios en el establecimiento

En este apartado se menciona a las personas que estarán a cargo de cada actividad que requiere el emprendimiento.

- Administradora (Ángela Montalvo), se encargará de tramitar los distintos permisos que requiere el emprendimiento para poder funcionar, verificar que el buen funcionamiento de la cafetería, tanto en las funciones que cada empleado tendrá como también en los papeleos del lugar.
- Cajera (Tamia Flores), sus funciones principales serán recibir, custodiar y entregar el dinero en efectivo, cheques, giros y otros documentos que son de valor; buscando velar por el buen desarrollo económico del emprendimiento. También deberá realizar los pagos y cancelaciones correspondientes a través de la caja según sea el rubro del emprendimiento.
- Repostera, la persona designada para esta labor se encargará de actividades establecidas en el perfil de requerimiento siendo estas el pre elaborar, preparar, presentar y conservar los alimentos que se expendan en el emprendimiento, aplicando técnicas adecuadas y buscando siempre brindar calidad total, técnicas de seguridad e higiene alimentaria además de una correcta manipulación de los alimentos. El profesional se encontrará en la capacidad de actuar como responsable del área de cocina.
- Meseros, se encargarán de brindar la bienvenida al cliente, entregar la carta para que los clientes puedan decidir el producto a servirse, procesar los pedidos y velarán por que sean preparados de manera adecuada y oportuna; servir los alimentos que los clientes hayan solicitado en las mesas y observará si los clientes desean algo adicional a fin de satisfacer las necesidades y requerimientos de los mismos. Finalmente, cuando los clientes decidan retirarse darán una despedida y se encargarán de la limpieza del lugar que haya sido ocupado para que posteriormente otro cliente haga uso de un ambiente limpio y agradable.
 - Barista, el profesional será un auténtico artista en cuanto se refiere a la preparación del café, además sus responsabilidades incluyen el explicar a los

clientes los tipos de café que se ofrecen en el emprendimiento y su preparación.

Protocolo de Visita

El cliente llegará al establecimiento y en primer lugar se tomará en cuenta los protocolos de seguridad establecidos durante el tiempo que dure la pandemia. Seguidamente la señorita encargada de la recepción (Tamia Flores – Angela Montalvo) se encargará de recibir al cliente y referenciarlo sobre la cafetería para que él pueda elegir en que planta recibir los productos y servicios; una vez que haya decidido la encargada lo llevará hasta su mesa y solicitará la atención de un mesero para que lo atienda.

El mesero atenderá al cliente y tomará su orden, mientras el mesero lleva la orden al chef el cliente podrá deleitarse observando cuadros y figuras culturales; el mesero brindará la información al chef para que el pedido sea preparado. Una vez que se encuentre listo el pedido el mesero se dirigirá a la mesa y servirá al cliente su pedido, preguntará si se le ofrece algo más de ser su respuesta no se dirigirá a brindar servicio a otro cliente. De su respuesta ser si satisfacer el requerimiento que el cliente le realice.

Finalmente, el mesero se acercará a la mesa del cliente cuando el cliente indique que ha terminado su estadía para llevarle la cuenta posteriormente será cobrada y llevada a caja para brindar el cambio o simplemente ser entregado a la cajera.

3.2.2.1 Descripción de procesos

Para la descripción de los procesos a realizarse en el presente emprendimiento se tomará en cuenta tres fases fundamentales que son el estado inicial, el proceso transformador y el producto final. Definir estas fases contribuirá a un correcto desarrollo del emprendimiento.

Tabla 32

Proceso productivo de la cafetería

Estado inicial	Proceso transformador	Producto final
Insumos	Procesos	Productos
-Terreno	-Construcción	-Cafetería 2 plantas

Se encuentra ubicado en el cantón Cotacachi y cuenta con un área de 10m de largo por 10m de ancho, considerando un área de intervención total de 20m².	Contratación de empresa certificada para brindar servicios de contratación y planificación de obras arquitectónicas. -Legal Constitución de la cafetería para la prestación de sus servicios y productos. -Permisos Licencia única anual de funcionamiento Patente municipal Impuestos	1 subterráneo -Distribución de la imagen histórica y actual de Cotacachi
Suministros -Luz -Agua -Alcantarillado -Teléfono -Internet	Equipo productivo -Maquinaria de construcción -Material de construcción -Muebles y encerres -Equipo informático -Electrodomésticos	Residuos -Material de construcción -Escombros
	Organización -Arquitecto -Gerente general -Decorador -Trabajadores de la Obra	

3.3 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto hace referencia a las distintas acciones que se realizan para llegar a la implementación del emprendimiento.

3.3.1 Distribución de la planta

En cuanto al diseño y distribución del establecimiento se trata, esta ha sido planeada cuidadosamente buscando ofrecer calidad no solo en el servicio sino también en la comodidad, distracción y relajación para los clientes que la visiten.

La cafetería cuenta con dos plantas y un subterráneo, detallados de la siguiente manera:

Tabla 33*Distribución de la planta*

Planta	Especificaciones	Servicios complementarios
Subterráneo	<ul style="list-style-type: none"> • Escenario • Mural • Estantería para exposición de piezas culturales • Cuadros fotográficos • 8 sillas • 2 mesas cuadradas grandes • 2 sofás amplios • 2 mesas rectangulares medianas 	<ul style="list-style-type: none"> • Música en vivo • Exposición fotográfica • Exposición de piezas culturales
Planta baja	<ul style="list-style-type: none"> • Cuadros fotográficos • Pantallas • Baños • 1 mesa cuadrada • 6 sillas • Dos sofás media luna • Dos mesas circulares • Bar • Recepción • 7 sillas taburete • Cocina • Área de desinfección (mientras dure la pandemia) • Mural 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición fotográfica • Exposición de videos de la cultura de Cotacachi • Exposición de preparaciones del café a cargo del Barista
Planta alta	<ul style="list-style-type: none"> • Área de libros sobre historia y cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • Exhibición fotográfica • Área de fumadores

-
- Cuadros fotográficos
 - 3 mesas rectangulares medianas
 - 6 sofás para 2 personas c/u
 - 2 mesas rectangulares pequeñas
 - 2 sofás para 5 personas c/u
 - Balcón (Área de fumadores)
- Área de libros de lectura
 - Ambiente natural
 - Cubierta translúcida permitiendo observar el cielo
-

Tabla 34

Diseños de infraestructura que se pretende crear para la cafetería Under Coffee

Diseño de colores para toda la infraestructura



Nota. Colores para la infraestructura inferior de la planta baja y alta. Tomado de Mujer Hoy.



Nota. Colores para la infraestructura inferior de la planta baja y alta. Tomado de DINASTÍA 12.

Subterráneo



Nota. La imagen representa al diseño de un restaurante subterráneo de Madrid. Tomado de Esquire.



Nota. Restaurante Kryivka en Ucrania, su concepto es dar a los visitantes la sensación de un búnker de guerra. Tomado de GO2UA.



Nota. La imagen representa al ambiente que se pretende tener en el subterráneo. Tomado de Francisco Segarra Furniture Vintage.



Nota. La imagen representa al ambiente rústico y aislado del ruido para el subterráneo. Tomado de Pinterest.



Nota. Diseño del ambiente y decoración para el área subterránea con los cuadros y sillones. Tomado de Pinterest.



Nota. Diseño de los colores de decoración en las paredes y colores de sillones. Tomado de Pinterest.

Planta baja



Nota. Diseño de la cocina con la barra, al interior de la misma se encuentra la bodega para el almacenamiento de productos. Tomado de Habitissimo.



Nota. Diseño de las barras para el área del bar de la cafetería. Tomado de Pinterest.



Nota. Diseño del horno de leña pequeño para la realización de diferentes panes. Tomado de Pinterest.

Planta alta



Nota. Diseño para la chimenea. Tomado de Pinterest.



Nota. Ambiente de la planta alta con el techo de vidrio templado y ventanas para una vista amplia. Tomado de PuebloandoAndo.



Nota. Diseño de la infraestructura del techo e iluminación que se pretende usar en la planta alta. Tomado de VallePerez.

A continuación, se brinda la información redactada sobre la distribución:

El subterráneo tendrá mayor enfoque cultural por lo que será donde se ubique mayor información visual acerca del cantón Cotacachi; contará con cuadros de fotografías de la antigüedad y actualidad del cantón, pantallas holográficas que se desprenden del techo para poder recogerlos cuando no sean necesarios; un escenario que permitirá brindar a los clientes música en vivo; sillones cómodos y mesas que contarán con internet y conectores para la carga de dispositivos electrónicos; estanterías con las piezas u objetos culturales.

El primer piso cuenta con la recepción; mesas, sillas y sillones para los clientes; se ubican los baños distribuidos para hombre y mujeres; una de las paredes contará con el logo de la empresa y cuadros relacionados a la cultura y tradición de Cotacachi; además se ubica la cocina y un pequeño bar acompañado del lugar donde el barista se encargará de realizar demostraciones de las preparaciones de los distintos tipos de café.

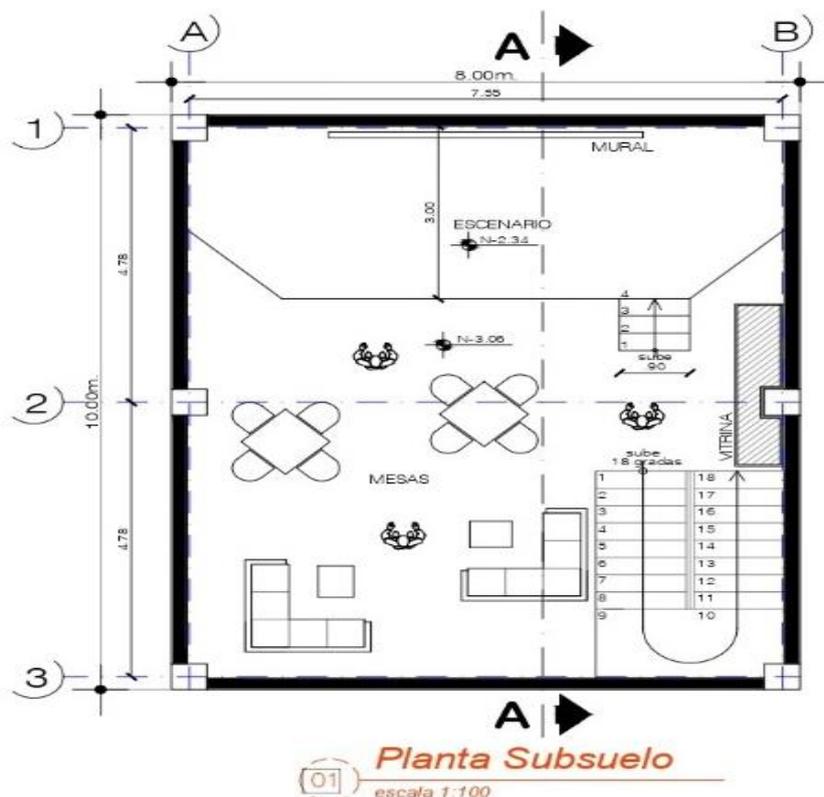
Finalmente, el segundo piso ha sido planificado para brindar a los clientes la opción de realizar sus eventos en el establecimiento, por lo cual se ha diseñado con su techo de vidrio para permitir observar el cielo. Los días que no existan eventos estarán ubicados sillones, mesas y sillas para que las personas puedan degustar café en este piso; además cuenta con un pequeño balcón adornado con plantas y con sillones pequeños, especialmente es para personas que deseen fumar. El segundo piso cuenta con un ambiente mayormente natural que permite observar la ciudad de Cotacachi. Se creará un mural con los sueños y sus significados, se brindará exposición fotográfica, un área de lectura donde se ubican libros de historia y cultura del cantón.

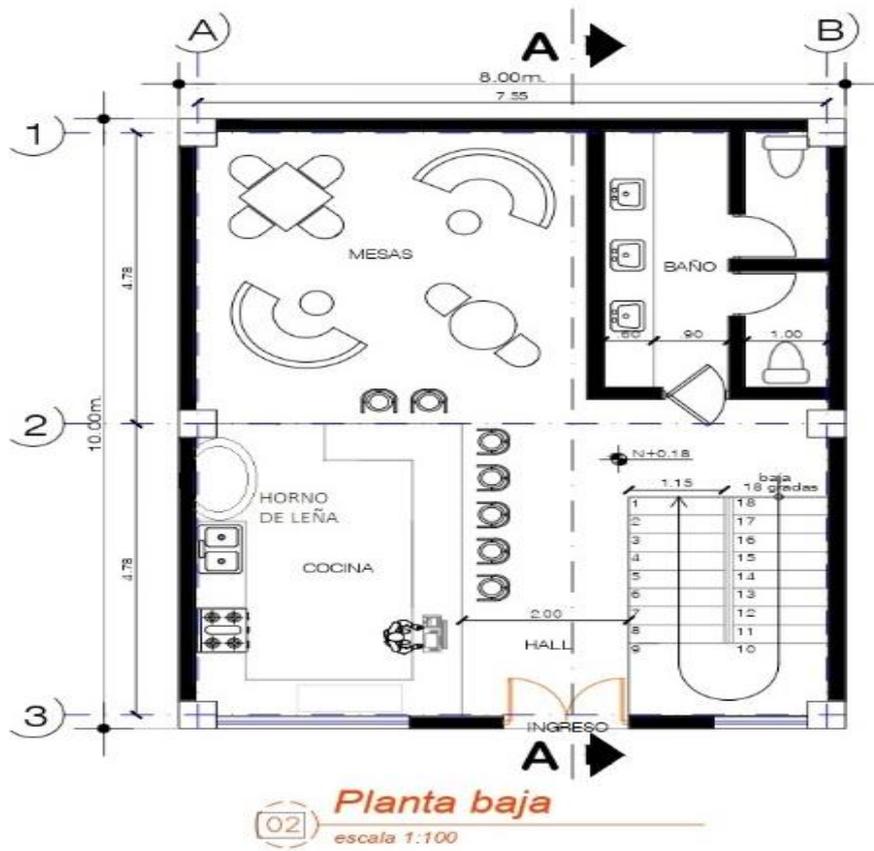
3.3.2 Diseño planimétrico de la planta

El diseño planimétrico de la planta se enfoca en la distribución por áreas que se han definido para una ocupación óptima de todo el espacio disponible. En este sentido se presenta un diseño planimétrico de las dos plantas y el subterráneo establecidos para la prestación de los servicios.

Figura 28

Diseño planimétrico de la planta subsuelo y planta baja de la cafetería

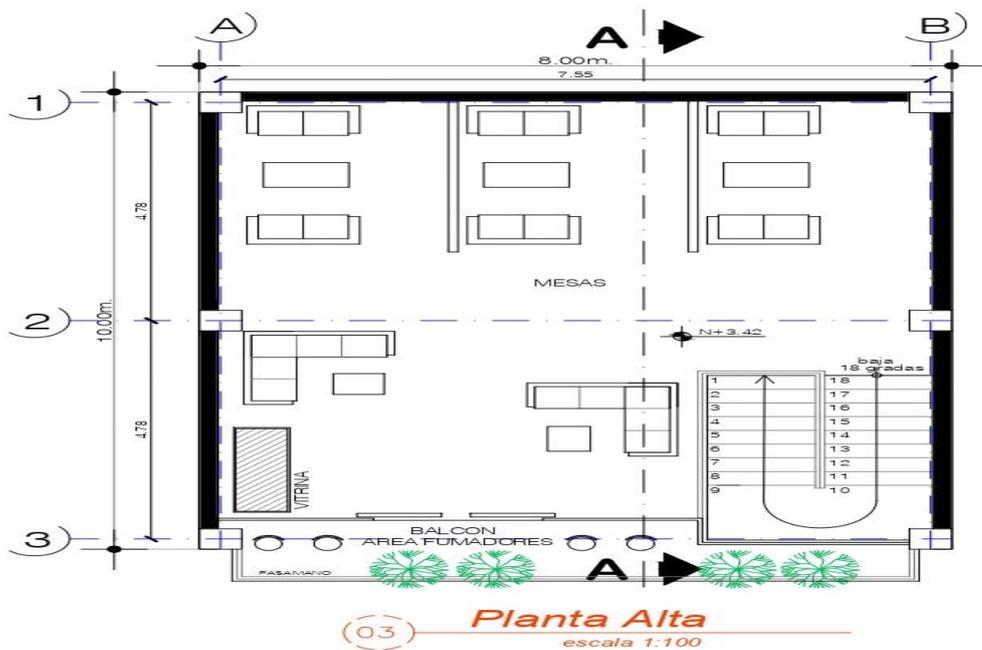




Nota. Planos realizados por el arquitecto Miguel Ángel De la Torre, 2021

Figura 29

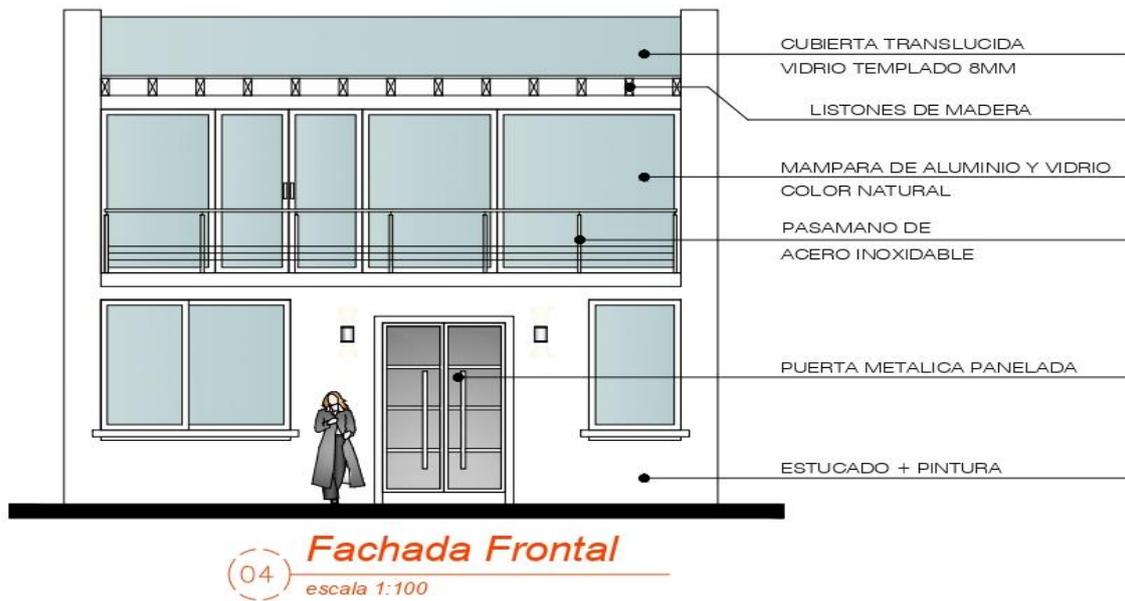
Diseño planimétrico de la planta alta de la cafetería



Nota. Planos realizados por el arquitecto Miguel Ángel De la Torre, 2021

Figura 30

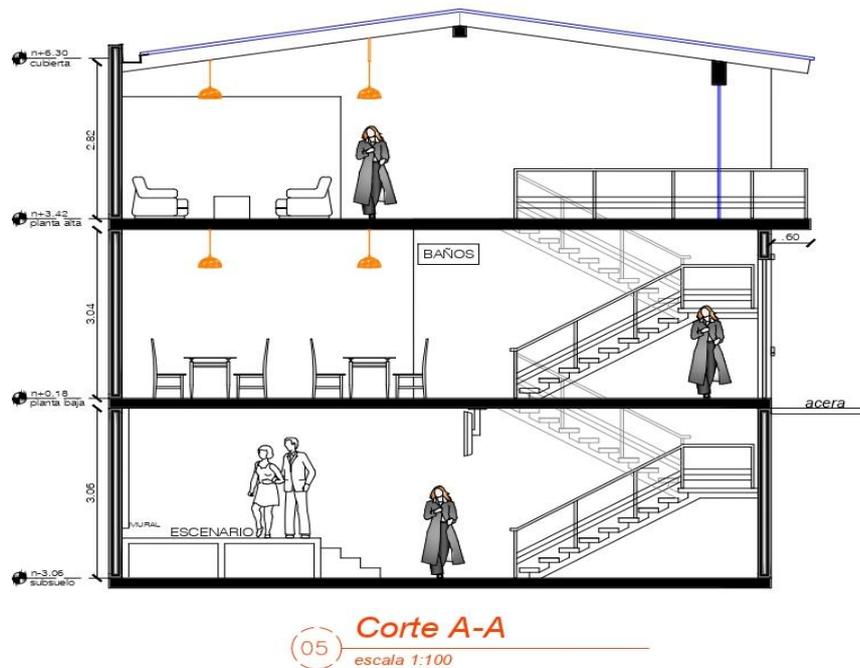
Diseño fachada frontal de la cafetería



Nota. Planos realizados por el arquitecto Miguel Ángel De la Torre, 2021

Figura 31

Corte lateral del diseño planimétrico de la cafetería



Nota. Planos realizados por el arquitecto Miguel Ángel De la Torre, 2021

Figura 32

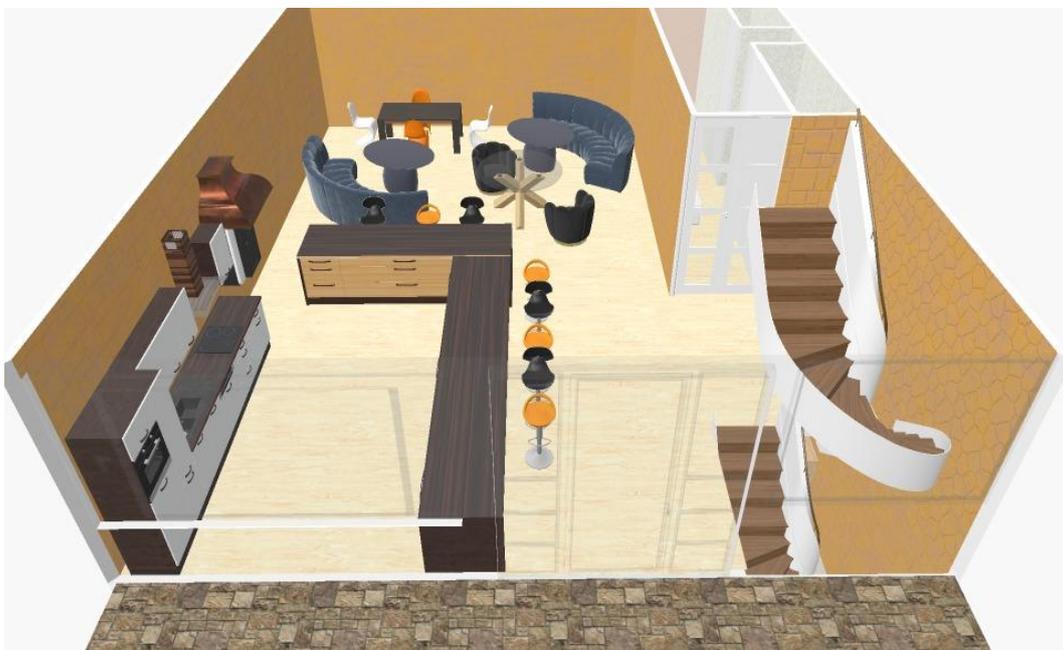
Diseño 3D del área de subterráneo



Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Figura 33

Diseño 3D de la planta baja



Nota. Elaborado por las autoras, 2021

Figura 34

Diseño 3D de la planta alta



3.3.3 Requerimientos por áreas

Tabla 35

Personas necesarias en cada área de la cafetería

Área	Descripción
Administración	Persona capacitada en administración de empresas y contabilidad
Cajero	Persona capacitada y con conocimientos en atención al cliente y ventas
Departamento de producción	de Repostera Meseros
Barista	Persona con conocimientos en la producción de café y sus relaciones

3.4 Inversiones y capital de trabajo

3.4.1 Obra civil necesaria

Activo fijo

Tabla 36*Predio para la construcción*

Detalle	Valor
Terreno	\$ 15.000,00

Tabla 37*Presupuesto referencial cafetería Under Coffee*

N	Descripción	Unidad	Cantidad	P. unitario	P. total
Preliminares					
1	Cerramiento provisional (h=2,00m)	M	10.00	9,00	90,00
2	Excavación a maquina	m3	272.00	3,52	957,44
3	Excavación manual en cimientos y plintos	m3	20.25	7,39	149,65
4	Relleno compactado con material de sitio	m3	10.02	4,12	41,28
5	Desalojo a máquina de tierra	m3	336.08	4,04	1.357,76
6	Entibado de talud	m2	50.00	10,19	509,50
	Total				31.105,63
Sistema estructural y hormigones					
7	Replanteo hormigón simple fc=180 Kg/cm2	m3	1.80	166,45	299,61
8	Plintos hormigón simple fc=240 Kg/cm2	m3	4.72	186,05	878,16
9	Hormigón ciclópeo: 60% H.S. fc=180 Kg/cm2, 40% piedra	m3	5.10	121,16	617,92
10	Muro hormigón simple fc=240 Kg/cm2 en muro	m3	33.21	186,05	6.178,72
11	hormigón simple fc=240 Kg/cm2 en losa	m3	28.00	175,25	4.907,00
12	Contrapiso H.S. fc=180 Kg/cm2 e=7 cm piedra e=15 cm incluye malla electrosoldada AS 1.06 cm2/ml (Ø=4.5 mm 15x15 cm)	m2	72.96	24,74	1.805,03
13	Acero de refuerzo fy=4200 Kg/cm2 (alambre galvanizado #18)	Kg	13,200.00	1,50	19.800,00

14	Acero estructural en gradas y tarima	Kg	2,100.00	2,80	5.880,00
Total					3.105,63
Mampostería					
15	Mampostería de bloque de 15 cm mortero e=2,5 cm	m2	190.00	20,40	3.876,00
16	Mampostería de bloque de 10 cm mortero e=2,5 cm	m2	30.00	16,25	487,50
Total					4.363,50
Enlucidos					
17	Enlucido Horizontal Tumbados	m2	140.00	6,79	950,60
18	Enlucido vertical	m2	330.00	6,79	2.240,70
19	Masillado de pisos mortero 1:3 e=2 cm	m2	232.96	6,16	1.435,03
Total					4.626,33
Recubrimientos					
20	Porcelanato rectificado alto tráfico en pisos (60*60) cm	m2	200.00	25,00	5.000,00
21	Porcelanato rectificado alto tráfico en gradas (60*60) cm	m2	33.00	28,00	924,00
22	Barredera de porcelanato h=8cm	M	105.00	2,25	236,25
23	Cerámica de 30 x40 cm. (paredes)	m2	25.00	20,47	511,75
24	Estucado y Pintura permalatex	m2	330.00	7,50	2.475,00
25	Mesón de hormigón armado con recubrimiento de granito	Ml	10.00	191,22	1.912,20
26	Pintura sintética automotriz estructura metálica en gradas	m2	50.00	7,39	369,50
Total					11.428,70
Carpintería en Madera Y Metal					
27	Puerta principal panelada metálica	U	1.00	450,00	450,00
28	Puerta de madera	U	4.00	140,00	560,00
29	Mampara de aluminio y vidrio	m2	9.00	120,00	1.080,00
30	Cerradura	U	5.00	28,00	140,00
31	Ventana de aluminio estructural con vidrio 6 mm	m2	6.16	65,00	400,40

32	vidrio laminado en cubierta inclinada	m2	88.00	45,00	3.960,00
33	Pasamanos en acero inoxidable tipo A h=0,90	M	26.20	110,00	2.882,00
34	Muebles bajos y altos de laurel	M	16.00	150,00	2.400,00
35	Fibrolit e=20mm en piso de escenario	m2	25.00	22,00	550,00
Total					12.422,40

Instalaciones agua potable

36	Salida agua fría PVC 1/2" incluye accesorios	Pto	7.00	29,05	203,35
37	Tubo PVC roscable 1/2" 240 psi	MI	50.00	3,37	168,50
38	Llave de paso	U	3.00	25,26	75,78
39	Sumin. instal. medidor MULT caudal 1 1/2"	U	1.00	280,00	280,00
Total					727,63

Instalaciones de aguas servidas y lluvias

40	Bajante PVC sanitaria 110 mm	MI	24.00	8,51	204,24
41	Salida desagüe PVC 110 mm	Pto	2.00	33,59	67,18
42	Salida desagüe PVC 75 mm	Pto	6.00	34,17	205,02
43	Tubería PVC sanitaria 110 mm	MI	25.00	7,56	189,00
44	Tubería PVC sanitaria 75 mm	MI	35.00	6,57	229,95
45	Canaleta de tool galvanizado 1/32" para AA.LL. L=50 cm incluye pintura	MI	16.00	18,75	300,00
46	Caja de revisión (.60*,.60) H=80	U	3.00	150,00	450,00
47	Rejilla de aluminio de piso 75 mm	U	4.00	10,76	43,04
Total					1.688,43

Instalaciones eléctricas voz y datos

48	Punto de iluminación normal	pto.	23.00	29,08	668,84
49	Luminaria LED tipo campana 100 W	U	8.00	112,81	902,48
50	Luminaria red normal 45 W	U	15.00	15,00	225,00
51	Punto de interruptor simple	pto.	6.00	25,18	151,08

52	Punto tomacorriente normal polarizado por tubería	pto.	24.00	31,71	761,04
53	Punto de lámpara de emergencia	Pto	3.00	26,22	78,66
54	Luminaria de emergencia LED 2x5.4 W	U	3.00	38,41	115,23
55	Punto letrero de salida	Pto	3.00	26,22	78,66
56	Aviso de salida de emergencia iluminado	U	3.00	41,23	123,69
57	Tablero de control	U	1.00	85,00	85,00
58	Brecksers de 20 a 50 A.	U	6.00	13,37	80,22
59	Salida de Teléfono y tv cable	Pto	6.00	30,55	183,30
60	Punto para parlante	Pto	3.00	37,70	113,10
61	Punto para micrófono	Pto	1.00	55,00	55,00
62	Parlante pedestal 45 W	U	3.00	95,00	285,00
63	Micrófono estación de llamada con zonificación y teclado	U	1.00	115,00	115,00
64	Amplificador de 240 W	U	1.00	350,00	350,00
65	Wireless Access Point incluye instalación, configuración y soporte técnico	U	1.00	420,00	420,00
Total					4.791,30
Aparatos sanitarios					
66	Inodoro tanque bajo	U	2.00	205,30	410,60
67	Lavamanos sobreponer incluye llave pressmatic	U	3.00	189,62	568,86
68	Lavaplatos 1 pozo + escurridor grifería tipo cuello de ganso	U	1.00	209,60	209,60
Total					1.189,06
TOTAL					84.709,42

Nota. La tabla representa el presupuesto requerido para la construcción y acabados de la infraestructura de la cafetería. Elaborado por el arquitecto Miguel Ángel De la Torre, 2021

3.4.2 Maquinaria y equipos

3.4.2.1 Inversión fija

Son los activos cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades.

Tabla 38*Equipamiento de cocina requerida para la cafetería Under Coffee*

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Cafetera	3	\$ 120,00	\$ 360,00
Molinillos de café	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Nevera	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Tanque de gas	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Cocina	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Microondas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Vitrinas	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Tostadora	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Máquina de hielo	1	\$ 190,00	\$ 190,00
Botellero frigorífico	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Molino de granos	1	\$ 42,00	\$ 42,00
Horno eléctrico	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Olla tamalera	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Tiesto	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Freidora	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Licuada	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Exprimidor de cítricos	3	\$ 40,00	\$ 120,00
Chocolatera	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Tablas de cortar	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Coladores	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Moldes de repostería	6	\$ 7,00	\$ 42,00
Cuchillos	4	\$ 3,50	\$ 14,00
Rallador Campana	2	\$ 3,39	\$ 6,78
Majador	3	\$ 3,23	\$ 9,69
Espumadera	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Rodillo de madera	3	\$ 4,21	\$ 12,63
Tacho de basura 12L	2	\$ 46,25	\$ 92,50

Batidores		2	\$ 3,00	\$ 6,00
Menaje para bebidas				
Detalle	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Platos para tazas de café	1.5 x 11.5 cm	20	\$ 1,94	\$ 38,80
Platos de postre (10 pax)	7 pulgadas	2	\$ 29,00	\$ 58,00
Taza transparente	180ml	20	\$ 1,15	\$ 23,00
Tazas de mugs	250ml	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Tazas de moca	147ml	20	\$ 1,55	\$ 31,00
Tazas de café	250ml	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Tazas de capuchino	de 147ml	20	\$ 1,55	\$ 31,00
Vasos para jugo	332ml	20	\$ 0,85	\$ 17,00
Cubertería				
Cuchara de café		30	\$ 1,00	\$ 30,00
Tenedor de postre		30	\$ 1,00	\$ 30,00
Cuchillo de postre		30	\$ 1,00	\$ 30,00
Buffet				
Cesta para pan		10	\$ 2,00	\$ 20,00
Cuencos de cristal		10	\$ 1,00	\$ 10,00
Soporte para cuencos		10	\$ 7,00	\$ 70,00
Jarra isotérmica		5	\$ 10,00	\$ 50,00
Total				\$ 4.043,40

Nota. El detalle y precios del equipamiento de cocina han sido obtenidos de Boyacá. Elaborado por las autoras, 2021

Tabla 39

Equipos de oficina para el área de bar de la cafetería

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Caja registradora	1	\$ 220,00	\$ 220,00

Termómetro digital	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Teléfono inalámbrico	1	\$ 9,00	\$ 9,00
Total			\$ 259,00

Tabla 40

Equipo de computación para la cafetería

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
POS portátil	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Riviera Televisor Smart TV 32"	2	\$ 286,00	\$ 572,00
Bazzuka Parlante Amplificado	2	\$ 318,49	\$ 636,98
Portátil - ACER - 14"	1	\$ 747,15	\$ 747,15
Proyector 3300 Lúmenes – EPSON	2	\$ 593,00	\$ 1.186,00
Cámaras de seguridad	2	\$ 160,00	\$ 320,00
Sistema de seguridad	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Total			\$ 3.752,13

Tabla 41

Muebles y enseres para la cafetería

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Booth pufs	10	\$ 320,00	\$ 3.200,00
Silla Eiffel	8	\$ 13,00	\$ 104,00
Puffs mesas	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Sillas olson negras	10	\$ 64,29	\$ 642,90
Butaca negra	2	\$ 428,57	\$ 857,14
Silla Moka Giratoria	12	\$ 37,32	\$ 447,84
Mesas grises cuadradas	3	\$ 464,29	\$ 1.392,87

Mesas cuadradas	blancas	4	\$ 69,64	\$ 278,56
Mesa de centro redonda	negra	5	\$ 102,68	\$ 513,40
Mesa Vidrio/madera	Edric	1	\$ 139,00	\$ 139,00
Estantería de roble		2	\$ 240,18	\$ 480,36
Bufetera		2	\$ 285,75	\$ 571,50
Total				\$ 8.707,57

Nota. El detalle y precios de los muebles y enseres han sido obtenidos de El Bosque muebles y OLX.

Elaborado por las autoras, 2021

Tabla 42

Otros

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Piezas y objetos			
Zamarro	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Sombrero de cartón	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Fachalina	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Pilche	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Vasija de barro	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Bastones	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Fotografías	30	\$ 3,00	\$ 90,00
Lockers	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Libros	5	\$ 25,00	\$ 125,00
Ceniceros	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Total			\$ 522,00

Nota. La tabla representa a los gastos para la adquisición de objetos y piezas que serán colocadas en las estanterías de la cafetería. Elaborado por las autoras, 2021

Tabla 43*Resumen inversión fija*

Descripción	Año 1
Terreno	\$ 15.000,00
Obra civil	\$ 84.709,42
Equipamiento de cocina	\$ 4.043,40
Equipos de oficina	\$ 259,00
Equipos de computación	\$ 3.752,13
Mobiliario	\$ 8.707,57
Otros	\$ 522,00
Total	\$ 116.993,52

3.4.3 Capital de trabajo**3.4.3.1 Inversión diferida**

Estas son intangibles y se refieren a los bienes y servicios que se pueden recuperar a largo plazo.

Tabla 44*Gastos de constitución para el primer año de funcionamiento de la cafetería*

Detalle	Costo Anual
Compañía Responsabilidad Limitada	\$ 400,00
Patente municipio	\$ 25,00
ARCOSA	\$ 8,00
Bomberos	\$ 10,00
Registro de marca	\$ 208,00
IEPI	\$ 16,00
Total	\$ 667,00

Tabla 45*Publicidad inicial para la cafetería*

Publicidad inicial	
Detalle	Costo
Letrero	\$ 30,00
Rótulo	\$ 80,00
Imagen corporativa	\$ 300,00
Producción de audio y video	\$ 300,00
Página web	\$ 650,00
Total	\$ 1.360,00

Tabla 46*Gastos diferidos*

Detalle	Costo
Constitución	\$ 667,00
Publicidad inicial	\$ 1.360,00
Total	\$ 2.027,00

3.4.3.2 Costos y gastos operacionales

Tabla 47*Materia prima de productos elaborados*

Gaseosas y agua mineral					
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total mensual	Costo 4 meses
Agua mineral	paquete	4	\$ 4,07	\$ 16,280	\$ 65,12
Gaseosas	Jaba	2	\$ 6,72	\$ 13,440	\$ 53,76
Total			\$ 10,79	\$ 29,72	\$ 118,88

Tabla 48*Resumen de costos de materia prima*

Detalle	Costo 4 meses
Café	
Espresso	\$ 139,07
Café latte	\$ 176,49
Capuchino	\$ 327,84
Mocca	\$ 458,11
Chuspa	\$ 146,25
7 granos	\$ 154,97
Tinto	\$ 186,75
Carajillo	\$ 460,50
Baileys	\$ 117,68
Americano	\$ 222,52
Chocolate artesanal	\$ 192,00
Postres vegetarianos y veganos	
Pastel de quinua	\$ 148,89
Pastel de zanahoria	\$ 227,93
Pastel de choclo	\$ 167,25
Postres	
Pastel de chocolate	\$ 207,62
Pastel de naranja	\$ 142,68
Tiramisú	\$ 438,41
Empanadas, pan y postres tradicionales	
Empanada de verde	\$ 172,23
Empanada de viento	\$ 119,14
Pan horneado	\$ 69,63
Pan de maíz	\$ 76,14
Pan de trigo	\$ 66,26
Tortillas de tiesto	\$ 74,22
Humitas	\$ 108,96

Quimbolitos	\$ 123,60
Sánduches	
Clásico pollo	\$ 349,54
Pernil	\$ 478,33
Jugos y batidos	\$ 1.807,20
Gaseosas y agua mineral	\$ 118,88
Total	\$ 7.479,10

Tabla 49

Servicios básicos

Detalle	Costo mensual	Costo 4 meses
Agua	\$ 25,00	\$ 100,00
Luz	\$ 150,00	\$ 600,00
Teléfono	\$ 20,00	\$ 80,00
Internet	\$ 35,00	\$ 140,00
Total		\$ 920,00

3.4.3.3 Capital de trabajo

Tabla 50

Contratos trabajadores

Descripción	Sueldo mensual	Sueldo 4 meses
Personal administrativo		
Administrador	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Contadora	\$ 200,00	\$ 800,00
Cajera	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Personal de servicio		
Repostera	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Barista	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Mesera	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Total		\$ 8.800,00

Tabla 51*Materiales de oficina para la cafetería*

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Esferos	5	\$ 0,75	\$ 3,75
Archivador Oficio de Cartón Lomo 8Cm	1	\$ 3,10	\$ 3,10
Grapadora pequeña 2175	1	\$ 2,11	\$ 2,11
Grapas metálicas #10 caja de 1000uni	1	\$ 0,35	\$ 0,35
Perforadora mediana metálica	1	\$ 4,80	\$ 4,80
Rollo de papel para caja registradora	10	\$ 0,50	\$ 5,00
Libretas	5	\$ 0,70	\$ 3,50
Tizas (paquetes)	2	\$ 0,60	\$ 1,20
Total			\$ 23,81

Nota. El detalle y valor unitario han sido obtenidos de Súper Paco. Elaborado por las autoras, 2021

Tabla 52*Artículos de limpieza y bioseguridad para la cafetería*

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Costo 4 meses
Jabón líquido	1	\$ 20	\$ 20	\$ 80
Jabón de trastes	1	\$ 10	\$ 10	\$ 40
Desinfectante	1	\$ 8	\$ 8	\$ 32
Trapeador	2	\$ 8	\$ 16	\$ 64
Basureros	4	\$ 3	\$ 12	\$ 48
Escoba	2	\$ 3	\$ 6	\$ 24
Papel higiénico	15	\$ 2	\$ 28	\$ 111
Recogedor de basura	2	\$ 2	\$ 4	\$ 16
Alcohol antiséptico	1	\$ 50	\$ 50	\$ 200
Gel antibacterial	1	\$ 30	\$ 30	\$ 120
Detergente	1	\$ 10	\$ 10	\$ 40

Total	\$ 775,00
--------------	------------------

Tabla 53

Publicidad anual para promoción de la cafetería

Detalle	Cantidad	Costo mensual	Costo 4 meses
Manejo de redes sociales		\$ 250,00	\$ 1.000,00
Tarjetas de 1 paquete(500pax) presentación		\$ 20,00	\$ 80,00
Flyers 1 paquete (250 pax)		\$ 33,00	\$ 132,00
Propaganda en 4 (cuñas al mes) radio		\$ 56,00	\$ 224,00
Perifoneo 1		\$ 25,00	\$ 100,00
Total		\$ 384,00	\$ 1.536,00

Tabla 54

Productos desechables de la cafetería

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Costo 4 meses
Vasos para café ecológicos (paquete de 12u)	20	\$ 2,50	\$ 50,00	\$ 200,00
Contenedores de postres (paquete de 25u)	20	\$ 0,75	\$ 15,00	\$ 60,00
Servilletas (paquete de 250 u)	20	\$ 2,00	\$ 40,00	\$ 160,00
Cucharas (paquete de 100u)	20	\$ 0,60	\$ 12,00	\$ 48,00
Total				\$ 468,00

Capital de trabajo

Tabla 55

Capital de trabajo requerido para la cafetería

Gastos operativos	Año 1
Materia prima	\$ 7.479,10
Servicios básicos	\$ 920,00
Contratos trabajadores	\$ 8.800,00
Materiales de oficina	\$ 23,81
Artículos de limpieza y bioseguridad	\$ 775,00
Publicidad anual	\$ 1.536,00
Productos desechables	\$ 468,00
Total	\$ 20.001,91

3.4.4 Total de inversión

Tabla 56

Inversión total para la cafetería Under Coffee

Descripción	Valor
Inversión fija	\$ 116.951,52
Terreno	\$ 15.000,00
Obra civil	\$ 84.709,42
Equipamiento de cocina	\$ 4.043,40
Equipos de oficina	\$ 259,00
Equipos de computación	\$ 3.752,13
Mobiliario	\$ 8.707,57
Otros	\$ 522,00
Inversión diferida	\$ 2.027,00
Constitución	\$ 667,00
Publicidad inicial	\$ 1.360,00
Capital de trabajo	\$ 20.001,91
Materia prima	\$ 7.479,10
Servicios básicos	\$ 920,00
Contratos trabajadores	\$ 8.800,00

Materiales de oficina	\$ 23,81
Artículos de limpieza y bioseguridad	\$ 775,00
Publicidad anual	\$ 1.536,00
Productos desechables	\$ 468,00
Total de inversión	\$ 139.022,43

Total de la inversión: \$ 139.022,43

3.4.5 Plan de financiación

El monto requerido es de \$139.022,43; sin embargo, el predio forma parte de los bienes inmuebles propiedad de una de las socias, al igual que se tiene en cuenta los bienes muebles con un aporte de \$6.000,00; el aporte en efectivo se realizará por tres socias con el valor de \$20.000,00 lo que representa al 33% de aporte. Por lo cual, para adquirir el valor restante de \$93.022,43 correspondiente al 67% se realizará un crédito en la entidad financiera BanEcuador a una cuota fija de 10 años con una forma de pago mensual con cuotas de \$1.217,97 al 9,76% de interés. Tabla de amortización ver anexos.

Tabla 57

Plan de financiación para la cafetería

Descripción	Monto
Socias	\$ 46.000,00
Crédito financiero	\$ 93.022,43
Total inversión	\$ 139.022,43

3.5 Estructura organizativa y administrativa

3.5.1 Misión

Under Coffee brinda un ambiente con enfoque cultural en un sitio cómodo y acogedor donde se encontrarán una variedad de preparaciones con distintos tipos de café, fotografías y videos con historia del cantón, música selecta y servicio personalizado.

3.5.2 Visión

Under Coffee en el 2030 busca ser reconocida a nivel provincial como una cafetería con valor cultural, mediante el reconocimiento y fidelidad de nuestros clientes a través de la calidad e innovación de nuestros productos y servicios.

3.5.3 Políticas

3.5.3.1 Políticas internas

- La cafetería se rige por horario flexible, pero es obligatorio estar en el puesto de trabajo en su horario establecido con tolerancia de máximo 5 minutos.
- Los empleados deberán vestir con el uniforme asignado de una manera adecuada durante sus horas de trabajo.
- Los empleados no deberán ingerir bebidas alcohólicas dentro del establecimiento.
- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, en sus solicitudes y reclamos considerando que la cafetería se orienta al servicio personalizado.
- Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene y desinfección en todas las áreas del local, muebles, equipos de trabajo y alimentos.
- Todos los trabajadores serán sinceros de forma abierta y libremente.

3.5.3.2 Políticas externas

- Al ingreso se debe tomar la temperatura, uso de gel antibacterial, desinfección de calzado.
- Mantener el distanciamiento de dos metros.
- Mantener una comunicación adecuada cliente-empleado.
- No ingresar con alimentos y bebidas.
- No arrimarse a las vitrinas donde se encuentran las piezas de colección.
- Hacer un uso adecuado de las diferentes áreas de la cafetería.
- Las reservaciones deberán realizarse con una semana de anticipación y con un adelanto del 50%.

3.5.4 Valores

- Honestidad: ser congruente entre lo que se dice y se piensa con razones justificadas y lógicas; sobre todo cliente-empleado.
- Puntualidad: refleja la responsabilidad de cada uno de quienes conforman la cafetería, mostrando la capacidad de estar a tiempo en las actividades a realizar.
- Trabajo en equipo: “dos cabezas piensan mejor que una” aportar ideas, opciones y soluciones a situaciones cotidianas dentro de la cafetería, aceptar criterios y puntos de vista. Ayudar unos a otros en las tareas que requieran de mayor esfuerzo.
- Constancia: los primeros años son los más difíciles, pero no imposibles. Con dedicación y perseverancia en conjunto cumplir con la visión propuesta.
- Orientación al cliente: guiar y explicar sobre información que requiera de una mejor interpretación de las manifestaciones culturales. Sugerir el consumo de productos poco conocidos, haciendo referencia a los siete tipos de cafés.
- Responsabilidad social: sentido de grupo familiar y compromiso hacia los grupos de interés y la sociedad en general.

3.5.5 Imagen corporativa

3.5.5.1 Logo

Figura 35

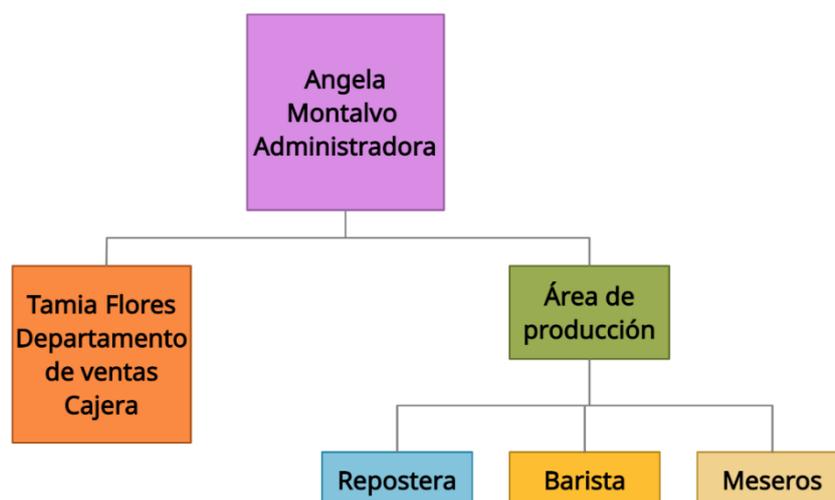
Logo de la cafetería Under Coffee



3.5.6 Organigrama

Figura 36

Organigrama cafetería



3.5.7 Manual de funciones

En el organigrama se realiza un orden general del personal que la cafetería va a requerir y en el manual de funciones se detalla el perfil del objetivo del cargo y las distintas funciones que la persona debe desempeñar, como lo describe Alvear “es la especificación del contenido, de los métodos de trabajo y de las relaciones con los demás cargos para cumplir requisitos tecnológicos, empresariales, sociales y personales del ocupante del cargo” (2015, p.61).

Tabla 58

Manual de funciones para el cargo de Administrador

	NOMBRE DEL PUESTO:	ADMINISTRADOR
	PERFIL DEL CARGO	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL		
1.1 PERFIL PERSONAL	Sexo:	Femenino
	Edad:	28-36
	Estado Civil:	Soltera
	Idioma:	Inglés B1
1.2 PERFIL ACADÉMICO	Nivel de instrucción:	Tercer Nivel

	Experiencia laboral:	3 años
1.3 CUALIDADES		<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de problemas.
		<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad.
		<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para motivar.
		<ul style="list-style-type: none"> • Tolerante
Supervisión a ejercer:	Todo el personal	
Objetivo del puesto:		
Mantener la dirección de la sucursal o departamento en todas las áreas. Mantener el flujo de información a las jefaturas y a sus subalternos.		
Funciones principales:		
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar los costos y los egresos de la sucursal, realizando los informes correspondientes. • Llevar el control y el manejo de la Caja Chica. • Realizar el pago a proveedores y llevar el control de la entrada de productos o suministros al inventario. • Realizar los cambios necesarios para cubrir al personal libre, en caso de ser necesario. • Supervisar y reentrenar a su personal a cargo de forma periódica para velar por el buen funcionamiento de la sucursal. 		

Tabla 59

Manual de funciones para el cargo de Cajera

	NOMBRE DEL PUESTO:	CAJERA
	PERFIL DEL CARGO	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL		
1.1 PERFIL PERSONAL	Sexo:	Femenino
	Edad:	26-36
	Estado Civil:	Soltera
	Idioma:	Inglés B2
1.2 PERFIL ACADÉMICO	Nivel de instrucción:	Tercer Nivel

	Experiencia laboral:	3 años
1.3 CUALIDADES		<ul style="list-style-type: none"> • Confiable
		<ul style="list-style-type: none"> • Buena comunicación
		<ul style="list-style-type: none"> • Amigable y amable
		<ul style="list-style-type: none"> • Tolerante
Supervisión a ejercer:	No cuenta con personal a su cargo	
Objetivo del puesto:	Atender y cobrar a los clientes del comercio cuando realicen una compra dentro de la cafetería. Asistir a los clientes cuando tengan una pregunta en general.	
Funciones principales:	<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes y realizar las labores de cobro de cada una de las compras. • Llevar el consecutivo ordenado de la facturación cancelada, por separado las facturas canceladas por tarjetas de crédito o por cheque. • Revisar e imprimir los reportes de cierre de caja al finalizar el día de labores. • Realizar el cierre de caja, conciliando los egresos contra los ingresos, dejando el fondo de caja completo para el día siguiente. • Asistir a los compañeros de trabajo del establecimiento en el acomodo de la mercadería y en la limpieza del local completo. 	

Tabla 60

Manual de funciones para el cargo de Repostera

	NOMBRE DEL PUESTO:	REPOSTERA
	PERFIL DEL CARGO	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL		
1.1 PERFIL PERSONAL	Sexo:	Femenino
	Edad:	30-40
	Estado Civil:	Soltera
	Idioma:	Inglés B1
1.2 PERFIL ACADÉMICO	Nivel de instrucción:	Tercer Nivel

	Experiencia laboral:	5 años
1.3 CUALIDADES		Manejar bien los alimentos
		Ordenada y limpia
		Creativa
		Trabajar bajo presión
Supervisión a ejercer:		Ninguno
Objetivo del puesto:	Elaborar los platillos ordenados por los clientes de la cafetería, logrando satisfacer las necesidades de los comensales en tiempo y calidad.	
Funciones principales:	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración y preparación de las recetas de los platillos solicitados. • Mantener su equipamiento de trabajo limpio y en orden. • Revisar el inventario y uso de la materia prima de forma semanal. • Entregar el control de inventario al administrador, de forma semanal, para la realización de solicitud de compra de materia prima. • Realizar la limpieza general de la cocina, en conjunto al misceláneo y demás personal de la cocina. 	

Tabla 61

Manual de funciones para el cargo de Mesera

	NOMBRE DEL PUESTO:	MESERA
	PERFIL DEL CARGO	
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL		
1.1 PERFIL PERSONAL	Sexo:	Femenino
	Edad:	26-36
	Estado Civil:	Soltera
	Idioma:	Inglés B2
1.2 PERFIL ACADÉMICO	Nivel de instrucción:	Tercer Nivel
	Experiencia laboral:	3 años
		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar bajo presión

1.3 CUALIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Amigable y amable • Comunicativa • Ser atenta
Supervisión a ejercer:	No cuenta con personal a su cargo
Objetivo del puesto:	Brindar atención cordial al cliente, explicando el uso de códigos QR en los menús y guiar al comensal hacia las distintas áreas que puede apreciar la exhibición cultural.
Funciones principales:	<ul style="list-style-type: none"> • Encargados de recibir, ayudar y tomar el pedido del cliente. • Comunicar a la cocina o barista sobre el pedido. • Servir los platos y limpiar las mesas. • Apoyar con la limpieza del restaurante.

Tabla 62

Manual de funciones para el cargo de Barista

	NOMBRE DEL PUESTO:	BARISTA
PERFIL DEL CARGO		
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PERSONAL		
1.1 PERFIL PERSONAL	Sexo:	Masculino
	Edad:	30-37
	Estado Civil:	Soltero
	Idioma:	Inglés B2
1.2 PERFIL ACADÉMICO	Nivel de instrucción:	Tercer Nivel
	Experiencia laboral:	5 años
1.3 CUALIDADES	Trabajar bajo presión	
	Amigable y amable	
	Creativo	
	Hábil y rápido	
Supervisión para ejercer:	No cuenta con personal a su cargo	
Objetivo del puesto:		

Conocer sobre todo en el origen, proceso y tipos de café; hasta entrenado en las diferentes lides de la preparación: en máquina, colado, prensado, para multitudes o grupos reducidos.

Funciones principales:

- Operar la estación de trabajo. De igual manera, debe conocer las diferentes formas de extracción, desde máquinas a presión hasta las formas más sencillas.
 - Preparar todas las bebidas expuestas en el menú.
 - Informar y educar sobre la cultura del café: origen, producción, variedades, tostado elaboración artesanal, industrial y así mismo, preparaciones y servicio.
 - Mantener la estación de trabajo, utensilios, platos y tazas en perfecto estado de higiene.
 - Apoyo a la labor de los meseros para asegurar un flujo de trabajo adecuado, con el cual el cliente se sienta satisfecho
 - Realizar la limpieza de su área de trabajo una vez terminado el día.
-

3.5.8 Flujograma de actividades

Mediante el flujograma de actividades se representa el proceso a seguir desde el inicio, durante y final de la estadía del cliente. Aquí se representa mediante dos opciones que la cafetería ofrece; consumir un producto de forma rápida preparada por el barista en el área de bar o pasar a las mesas ubicadas en las diferentes áreas para una degustación más tranquila y que el comensal pueda disfrutar su tiempo de ocio.

En este sentido Cruz (2012) define a los diagramas de flujo como “una representación gráfica de las tareas, movimientos y recursos, siguiendo una secuencia lógica, que permite visualizar rápidamente los requisitos o actividades que preceden y suceden a las demás durante el proceso y la relación lógica entre las mismas” (párr. 2). Esto permite dar una idea general del proceso que se debe seguir desde el momento que el cliente llega hasta el final de su visita. Teniendo una secuencia con formas y flechas que simplifica dicho proceso.

Simbología

Tabla 63

Símbolos usados en el flujograma de la cafetería Under Coffee

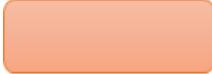
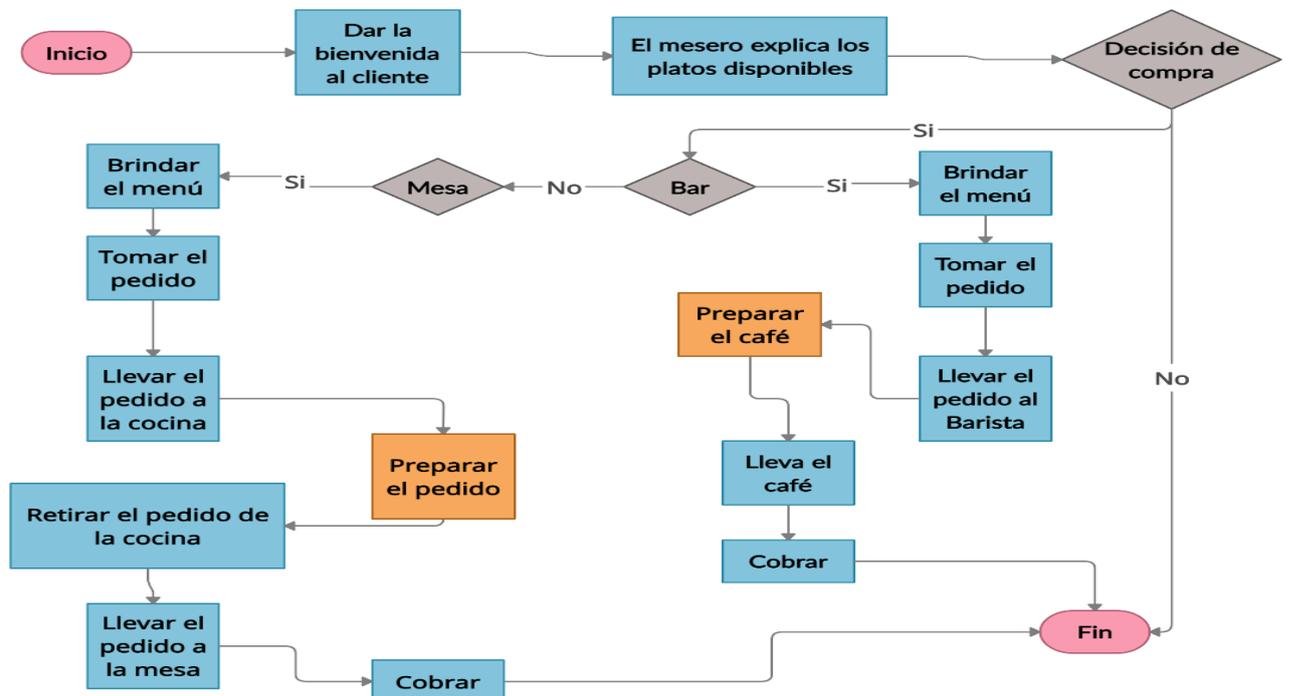
Símbolo	Significado
	Indica el inicio y final del proceso
	Representa el proceso
	Permite analizar una situación para tomar una decisión
	Unión entre los diferentes procesos y decisiones

Figura 37

Representación de flujograma de la cafetería Under Coffee



3.5.9 Descripción del diagrama de flujo

El cliente al llegar a la cafetería se le dará la bienvenida conjuntamente con la explicación del menú y el cliente tomara la decisión de consumir los platos; si su

decisión es negativa se termina el proceso, si su respuesta es afirmativa se toma a consideración las siguientes opciones:

Opción: área del bar

A continuación, se le preguntará si desea ir al bar, si su respuesta es afirmativa se procede a guiarlo al lugar que elija. Se brinda el menú, en 2 minutos se toma la orden para luego llevarla al barista quien es el encargado de la zona del Bar en donde se preparan bebidas rápidas, entre ellas los principales tipos de café. El barista frente al cliente hará la preparación de su pedido y al cabo de unos minutos se le servirá. Finalmente, el cliente disfruta de su pedido y, después paga a la cajera la cuenta respectiva de su consumo.

Opción: mesas en las diferentes zonas

Si el cliente opta por un consumo menos precipitado y con un tiempo de estadía más prolongada, decidirá por acceder a las mesas destinadas para un consumo apropiado.

Se guía al cliente hasta la mesa y se proporciona el menú con preparaciones variadas. Luego, el mesero tomará la orden y se retirará para llevarla al personal de la cocina para su preparación. Se lleva el pedido al comensal y se pregunta si desea o necesita algo adicional; si su respuesta es no, el mesero se retira, de lo contrario se procede a atender la petición del cliente. Finalmente, se realiza el cobro por los productos consumidos.

3.6 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual

Compañía de responsabilidad limitada

Requisitos:

El nombre. - En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R. O. 496 de 29 de diciembre de 2008)).

Solicitud de aprobación. - La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

Socios

Capacidad: Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

Capital

Capital mínimo. - La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario 2 (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.

Participaciones. - Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

Procedimiento:

1. Reservar un nombre

Una vez que tengas elegido el nombre de la empresa se debe acudir a la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo se debe revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre al emprendimiento.

2. Elaborar los estatutos

Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

3. Abrir una “cuenta de integración de capital”

Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Tener un capital mínimo de \$400 para compañía limitada y un capital de \$800 para compañía anónima.
- Una carta de socios en la que se debe detallar la participación de cada uno de los socios.
- 2 copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios.

Después pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

4. Elevar a escritura pública

Acudir a cualquier notario público y llevar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

5. Aprobar el estatuto

Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

6. Publicar en un diario

La Superintendencia de Compañías hace la entrega de 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional, el que sea de agrado.

7. Obtener los permisos municipales

Acudir al Municipio de la ciudad donde se crea la empresa, donde se debe:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

8. Inscribir la compañía

Con toda la documentación anterior, acudir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

9. Realizar la Junta General de Accionistas

Realizar una Junta con los socios dónde deben nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

10. Obtener los documentos habilitantes

Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. Inscribir el nombramiento del representante

Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe ocurrir dentro de los 30 días posteriores a su designación.

12. Obtener el RUC

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
- Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.

13. Obtener la carta para el banco

Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías se entregará una carta dirigida al banco donde se abrió la cuenta, para disponer del valor depositado.

Obtención del Registro Único de Contribuyentes

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

1. El formulario correspondiente debidamente lleno
2. Original y copia de la escritura de constitución
3. Original y copia de los nombramientos
4. Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
5. De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

Propiedad intelectual

Requisitos para registrarse en el IEPI Procedimiento:

1. Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
2. Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
3. Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
4. Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
5. Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
6. Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
7. Ingrese con su usuario y contraseña
8. Ingrese a la opción PAGOS
9. Opción TRAMITES NO EN LINEA
10. Opción GENERAR COMPROBANTE
11. Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
12. Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
13. Imprima el comprobante

14. Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea (**Manual de uso**)
15. Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
16. Envíe vía mail a la siguiente dirección **foneticoquito@senadi.gob.ec**, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar
17. Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

Trámite para el registro de la marca

Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.

1. Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña.
2. Opción REGISTRO.
3. Del listado escoja la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS.
4. Y proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca.
5. Después de haber ingresado los datos.
6. Botón GUARDAR.
7. Botón VISTA PREVIA.
8. Botón GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208,00.
9. Cancele en el Banco del Pacífico.
10. Ícono INICIO DE PROCESO.

CAPITULO IV

4 COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING

4.1 Nombre comercial de la empresa, los productos o servicios.

4.1.1 La Marca

Under Coffee traducido del inglés al castellano como Bajo el Café, se desglosa del término *Underground* que significa subterráneo, se toma solo el prefijo *Under* traduciéndolo a Sub haciendo referencia a la infraestructura que caracteriza al emprendimiento como una cafetería subterránea.

4.1.2 El logo

Figura 38

Logotipo de la cafetería Under Coffee



4.1.3 Slogan

“Nos une el amor por el café y la cultura” da hincapié con la razón y motivación al crear un emprendimiento que se ajusta por el gusto hacia el café y una inclinación por transmitir la cultura del cantón.

4.1.3.1 Elementos y significado del logotipo del emprendimiento

Los colores

Naranja

De acuerdo con la psicología del consumidor se asocia con la estimulación del apetito y sabores. Por su color llamativo es usado en publicidad para llamar aún más la atención del público. Su significado es de innovación y creatividad lo que

caracteriza al emprendimiento al ser una cafetería cultural con una infraestructura diferente.

Negro

Se lo relaciona con lo desconocido, oscuro y misterioso; es lo que define al ambiente físico del área subterránea, que con poca luz se expondrá los videos para una mejor experiencia hacia el cliente.

Elementos del logo



Silueta

Para la creación de la silueta se agrupan cuatro elementos: la silueta del corte del cuero, las escaleras, los cuatro solsticios y el grano de café. Una silueta representada como el corte del cuero, haciendo referencia a la talabartería que, no en vano el cantón es orgullosamente conocido como “la tierra de los buenos cueros”; las escaleras que se lo puede representar como subida y bajada al subterráneo y la planta alta respectivamente; con la unión de estas siluetas también se adapta los círculos a los cuatro lados para dar forma de una cruz andina; por último, se complementa con el grano de café en referencia al emprendimiento como una cafetería.

De ese modo se diseña la silueta que acogerá a las iniciales del nombre de la cafetería representada de la siguiente manera:



Nombre

Para el nombre se ha usado el tipo de letra *bree-serif-regular*, tamaño 56; Para la descripción temática lleva un tipo de letra *nunito-600italic* tamaño 19; lo cual permite que se pueda leer a lo lejos y cerca, sea visible y fácil de entender. Se coloca el nombre completo de la cafetería colocando el grano de café en la posición de la letra “o”.

Under Coffee
Nos une el amor por el café y la cultura

4.1.4 Logotipos previstos

La modificación de fondos y colores han sido creados para el uso en diferentes embalajes, envoltorios, rótulos y señalizaciones de la cafetería, permitiendo adaptarse a fondos claros u oscuros.

Figura 39

Variación de logotipo original de la cafetería



4.1.5 Señalética

La señalética se implementará con el fin de informar y orientar al cliente dentro de la cafetería, los principales se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 64

Tipos de señalética para la cafetería

Señalética para baños



Nota. Tomado de Pinterest

Señalética de bioseguridad

Útiles para informar sobre las normas de bioseguridad debido a la situación de pandemia.



Nota. Tomado de FireTest

Señales de evacuación

Sirven para guiar a las salidas y puntos de encuentro en caso de situaciones en peligro.



Nota. Tomado de AmancoWavin

4.1.6 Uniforme del personal

El uniforme que usará el personal será confeccionado con tirantes y correas de cuero por artesanos del cantón Cotacachi, lo que hace referencia a la producción y comercialización de artículos de cuero y por ser considerado como la “tierra de los buenos cueros”.

Figura 40

Uniforme para el personal de la cafetería Under Coffee



4.1.7 Menaje para bebidas

Para del menaje de bebidas se incluirá tazas elaboradas por manos artesanas de la parroquia de San Antonio perteneciente al cantón Ibarra, caracterizada por sus esculturas, tallado en madera y artesanías.

Figura 41

Tazas de arcilla y barro



Nota. Tomado de freepik y PermaTree

4.1.8 Productos desechables

Los vasos para café y bolsas para postres u otros productos llevarán el logo de la cafetería en distintas presentaciones.

Figura 42

Vasos desechables ecológicos y bolsa de papel ecológica



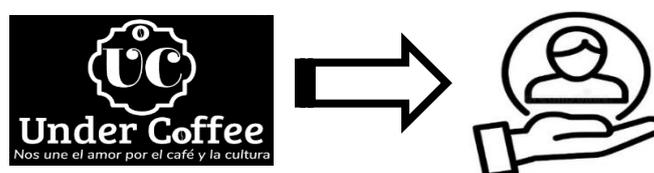
4.2 Canales de distribución

Los canales de distribución dentro de la comercialización de un producto son de suma importancia puesto que de esto dependerá en gran magnitud que los clientes conozcan los productos y servicios que el emprendimiento ofrece.

Según establece Sánchez la distribución es apreciada como “variable del marketing que tiene, por sí misma, gran influencia en el mercado y, por tanto, en el número de ventas totales de los productos” (2010,p.54). Se destaca que la distribución abarca un gran proceso que cubre las actividades y medios que son usados por las empresas desde que inician el proceso de fabricación de productos y servicios hasta finalizar en el consumo y la manera como receipta el cliente el producto o servicio.

Para la comercialización del presente emprendimiento se ha establecido utilizar dos canales, los cuales son: canal directo y canal indirecto corto. A continuación se detallará la forma de distribución de cada canal dentro del emprendimiento *Under Coffee*.

Canal Directo:



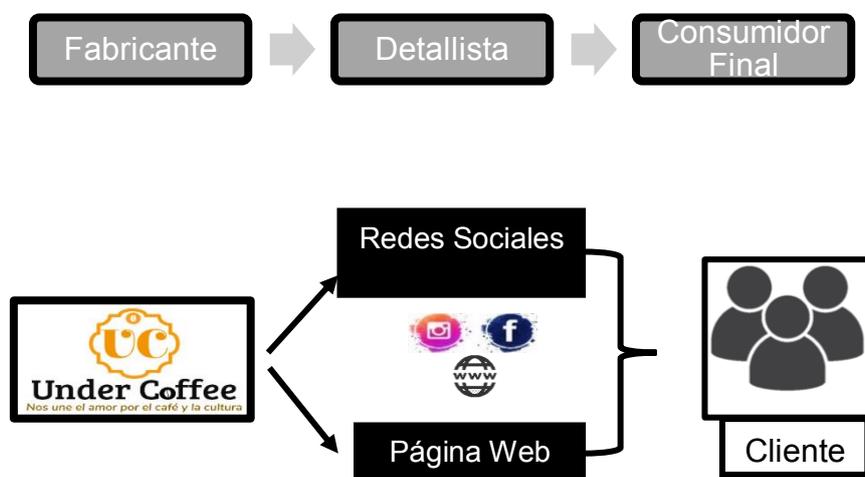
En el canal directo se establece la forma de publicidad que contribuirá al emprendimiento *Under Coffee* a entregar el mensaje de forma inmediata sin necesidad de la intervención de algún otro factor.

Acosta (2017) establece que la principal característica del canal directo es: Carecer de intermediarios, es decir, la relación se origina entre productor y consumidor. Se utiliza con regularidad en el sector de servicios, ya que, por tratarse de bienes intangibles, la producción y el consumo se realizan de forma simultánea. Además, tienen un número reducido tanto de fabricantes como de usuarios, pues se trata de compras esporádicas donde se hace imperativo ofrecer información al cliente antes y después de la venta. (p. 16)

La característica que establece Acosta sobre el canal directo de distribución fundamenta la idea de acogernos a este canal para realizar la distribución de información para la idea del emprendimiento propuesto. La cafetería *Under Coffee* brindará servicios mismo que son intangibles puesto que no se podrán tocar sino solo serán receptados por los clientes; además se dará la fase de producción y consumo que como menciona se realizan de manera simultánea.

Consiguientemente, no contará con intermediarios que contribuyan a que el consumidor reciba el servicio y producto sino será ofrecido directamente por parte de la cafetería. Se puede referir también que los clientes tendrán un acercamiento personal con quienes conforman el grupo de servidores del emprendimiento, quienes contribuirán a la satisfacción de gustos y necesidades.

Canal Indirecto corto



Acosta, L. (2017) establece tres niveles del canal corto los cuales son:

Está conformado por tres niveles: el fabricante, el detallista y el consumidor final. Este tipo de canal se caracteriza porque la oferta se encuentra centralizada tanto en el fabricante como en el detallista y entre los dos se encargan de cubrir la necesidad del Mercado. (p. 16)

Considerando las palabras de Acosta se puede establecer que el emprendimiento necesitará hacer uso de este canal, ya que otra forma idónea de distribuir la información y lograr llegar a los clientes será a través de las redes sociales y la página web.

Actualmente el mundo se encuentra girando alrededor de la tecnología y los medios que contribuyen a mantener la comunicación, por este motivo hacer uso de éstas herramientas como una manera de llegar a las personas significan un gran aporte en el éxito del emprendimiento.

Herrera hace mención sobre las redes sociales y considera que “en la actualidad no se habla de medios de comunicación, sino de medios de difusión, pasando así de un esquema tradicional a un proceso interactivo, cambiante y dinámico” (2012, p. 3). Consiguiente a lo establecido por Herrera se puede determinar que en realidad las redes sociales ya no solamente son usadas como una manera de comunicación sino también se ha visto una gran evolución, haciendo reseña que ahora también son fundamentales en el momento de ofertar un producto o servicio, ayudando a llegar al cliente deseado.

4.3 Publicidad

4.3.1 Marketing digital

Los medios por el cual se realice la publicidad es un factor importante para el reconocimiento y posicionamiento del emprendimiento, en referencia con el resultado de las encuestas, las redes sociales y páginas web son los medios que tendrán mayor enfoque. Sin embargo, no se descarta la difusión mediante el medio escrito y auditivo como la radio.

Figura 43

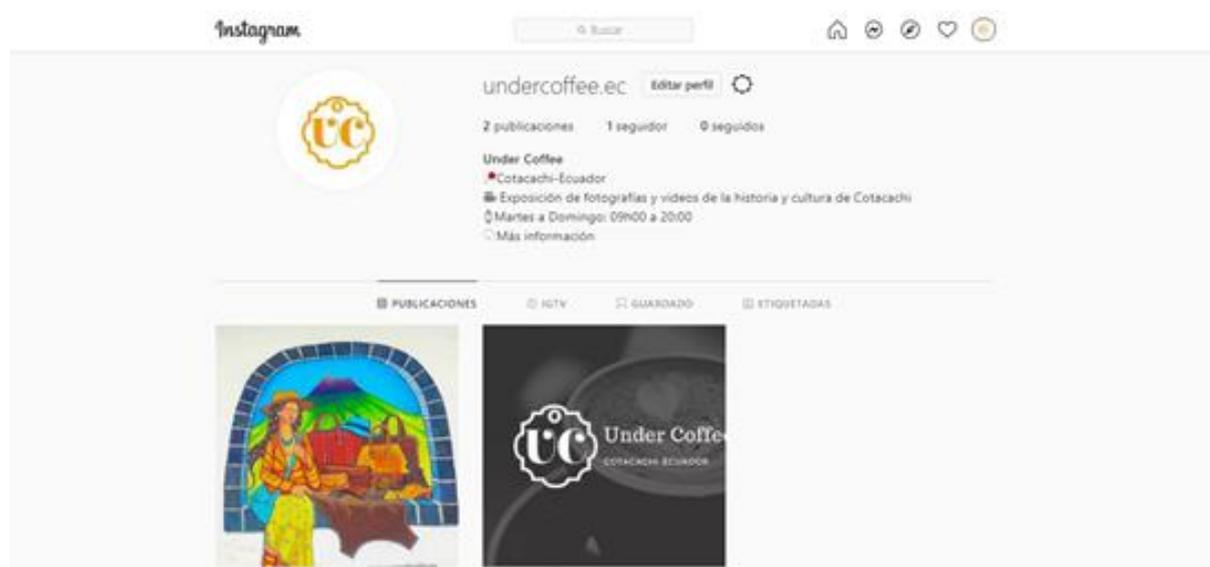
Página de Facebook de la cafetería Under Coffee



Nota. Elaborado por las autoras, 2021 (<https://www.facebook.com/Under-Coffee-110464124552114>)

Figura 44

Página de Instagram de la cafetería Under Coffee



Nota. Elaborado por las autoras, 2021 (<https://www.instagram.com/undercoffee.ec/>)

Figura 45

Página Web de la cafetería Under Coffee



Nota. Elaborado por las autoras, 2021 (<https://n9.cl/q8wh1>)

Figura 46

Letrero de la cafetería Under Coffee



Figura 47

Tarjetas de presentación de la cafetería Under Coffee



Figura 48

Merchandising de la cafetería Under Coffee



4.3.2 Paquetes de productos en oferta y otras promociones

La promoción es importante ya que por medio de ella se pretende aumentar el nivel de ventas y reconcomiendo del emprendimiento, por ello se crea esencialmente ofertas para *Inti Raymi* y Fiestas de la *Jora* en donde el flujo de visitas es más notorio dentro del cantón.

Un café cultural

Esta promoción se la crea para el mes de junio en donde se celebra las fiestas de *Inti Raymi*. El producto que se oferta es el tipo de café *latte* denominándolo como *latte* cultural, que durante el tiempo de promoción se realizarán diseños relacionados con música y cultura. La promoción consiste en la compra de un café *latte* el otro es gratis.

Figura 49

Póster promocional Un café cultural



Promoción: Día Internacional del Café

Fecha declarada por ICO (Organización Internacional del Café, por sus siglas en inglés) es celebrada a nivel mundial en homenaje a mujeres y hombres caficultores, además de que el café es considerado como una bebida de alto consumo. De esta manera también la cafetería no solo se inclina por enseñar la cultura valiosa del cantón sino también a promover un sano consumo del café ya que tiene varios beneficios como prevenir el cáncer, ayuda a quemar grasa, reduce el riesgo de padecer *Alzheimer*, entre otros. La promoción va dirigida a la compra del 2x1 de las distintas preparaciones del café y como artículo gratis la taza con el logo de la cafetería.

Figura 50

Promoción Día Internacional del Café



Interacciones en redes sociales

Se realizarán publicaciones en las historias de Instagram con preguntas enfocadas a las manifestaciones del cantón Cotacachi y otros datos sobre la cafetería, en la cual las personas interactúan contestando las preguntas y si su respuesta es acertada se premiará con cafés gratis, merchandising de la cafetería o combos especiales. La duración de esta interacción será por un día y solo se aceptará una respuesta por persona. Para responder se podrá guiar en las diferentes publicaciones de la página de Instagram, ya que, en el transcurso del mes se irá publicando fotografías con descripciones breves sobre datos de cultura y la cafetería. Este tipo de premiaciones se lo realizará una vez al mes.

Figura 51

Premiación conocimiento cultural



4.4 Ampliación posible de la gama de productos a futuro.

En el mercado es muy importante innovarse continuamente buscando ofrecer al público productos o servicios de calidad. Estrella se refiere a la diversificación de productos como “estrategia poderosa e importante del marketing, el cual ayudará a sostener y consolidar sus participaciones en el mercado el cual incentiva el consumo y dinamiza la actividad económica” (2011, p. 64). En referencia con lo mencionado por Estrella, se debe destacar el constante cambio que tienen los gustos del consumidor por lo cual se hace imprescindible acoplarse a ellos y ofrecer una variedad de productos que complementen la idea original planteada; además de no perder la esencia e innovarse a los hechos que se producen en torno al establecimiento.

Por consiguiente, la gama de productos futuros que se puedan implementar en el presente emprendimiento deberá mantener una conexión con las futuras necesidades y gustos de los clientes para contribuir a mantenerlos y fidelizarlos. Asimismo, al involucrar una nueva gama de productos aportará a influir en la decisión de compra de los consumidores, tratando de alcanzar la máxima demanda posible.

Sobre los productos que *Under Coffee* se plantea ofrecer en un futuro para mejorar su estabilidad en el mercado y satisfacer los gustos de los clientes se encuentran:

Tabla 65

Gama de productos a futuro

Productos	
Helados de paila	 <p><i>Nota.</i> Tomado de Melo, 2016</p>
Chicha de Jora	 <p><i>Nota.</i> Tomado de Sambonino, 2018</p>
<p>“Cosas Finas”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suspiros • Mojicones • Panuchas • Rosquetes <p>Elaborados a base de harina de maíz.</p>	 <p><i>Nota.</i> Tomado de Melo, 2016</p>
Jaleas de distintas frutas	 <p><i>Nota.</i> Tomado de Bernácer, 2020</p>

Champús
(Por finados)



Nota. Tomado de Montalvo, 2012

Colada morada
(por finados)



Nota. Tomado de Misterio de Turismo, 2020

Arroz de leche y Morocho



Nota. Tomado de Valera, 2018

Higos con queso



Nota. Tomado de Álvarez, 2018

Pristiños con miel
(Diciembre)



Nota. Tomado de Muñoz, 2021

Pastel de camote



Nota. Tomado de García, 2019

Pan de yuca



Nota. Tomado de Prado, s/f

Guaguas de Pan
(En finados)



Nota. Tomado de Costales, 2019

Artesanías y *souvenirs* que representen al
cantón Cotacachi



Nota. Tomado de Torres, s/f

Videos referentes a las fiestas de Cotacachi



Nota. Tomado de Drake, 2019

DVD Musicales de artistas de Cotacachi



Nota. Tomado de Tobar, 2018

Bebidas con temáticas de lugares turísticos



City Tour Nocturno en Cotacachi

(En fiestas tradicionales)

-Visita por el centro de Cotacachi y las comunidades para observar de cerca los tradicionales bailes.

-Acudir al baño ritual y actividades complementarias.

Se debe recalcar que la implementación de este nuevo producto será posible mediante una alianza estratégica con una operadora turística.



Nota. Tomado de El Telegrafo, 2018

4.5 Investigación y análisis de las estrategias y métodos de mercado a utilizar

En este punto es imprescindible hablar sobre el marketing, así Kirberg postula que “es esa herramienta que tienen las empresas, negocios y emprendedores para comunicar su propuesta de valor y lograr que su segmento de clientes tome la decisión de comprarles” (2016, p. 158). Se puede inferir entonces que desarrollar una adecuada estrategia de marketing permitirá llegar de manera eficaz hacia los clientes brindando como retribución la ganancia y desarrollo continuo del emprendimiento.

Así mismo Kotler & Armstrong indican sobre el marketing que “En la actualidad, el marketing no debe ser entendido con el viejo significado de hacer una venta — “decir y vender”— sino en el nuevo sentido de satisfacer las necesidades de los clientes” (2013, p. 5). Se puede establecer que una correcta relación del marketing favorecerá a constituir cadenas de relación rentables y cargadas de valor para el cliente.

Kirberg refiere que “la estrategia de marketing del emprendedor deberá considerar aspectos básicos del mismo: entorno, competencia, oferta, demanda, precio, distribución, ventas y comunicación, además de la investigación de mercados necesaria para detectar y conocer aquellos factores que puedan influir en el desarrollo del proyecto” (2016, p. 159). Sin duda alguna al analizar lo que plantea Kinber se puede determinar que las estrategias de marketing son primordiales para poder llegar al público objetivo; por tal razón, contar con estrategias efectivas significan una

importancia similar a la calidad de producto y servicio que se ofrece en el emprendimiento.

A continuación, se presentan las ideas de marketing que contribuirán a dar a conocer y posicionar a *Under Coffee* en el mercado.

Tabla 66

Estrategias de marketing para implementar en la cafetería Under Coffee

Marketing Mix	Propuesta	Estrategia
Plaza	Ofrecer gama de productos vía internet	Implementar marketing digital mediante redes sociales y la página web de la cafetería
	Señalizar vías de acceso al emprendimiento	Determinar los sitios idóneos para colocar la señalética que contribuya a que los clientes lleguen al establecimiento de manera fácil y segura
	Geolocalizar emprendimiento	Contar con un mapa de ubicación impreso y en la web sobre el lugar específico en qué se encuentra la cafetería.
	Establecer alianzas estratégicas	Crear alianzas con instituciones afines al turismo <ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viaje • Instituciones educativas • Empresa dedicada a la fabricación de cerveza artesanal • Empresa organizadora de eventos • Empresas que elaboren chocolates y caramelos. • Empresas de transporte

	Ubicación estratégica	Aprovechar la ubicación en que se encuentra el emprendimiento
Producto	Ampliación de la línea de productos.	Chiva Rumbera Masajes terapéuticos con café y chocolate.
	Implementación de servicios adicionales	Implementar tecnología de punta en todas las áreas de la cafetería Premiar a la fidelización de los clientes mediante las redes sociales Implementación de barra de pedidos express o para llevar Realización de actividades culturales por fechas especiales relacionadas a las fiestas de Cotacachi
	Marketing interno	Mejorar la relación laboral Empleado – Trabajador para brindar una atención de calidad Cumplir con los derechos de los trabajadores, sobre los pagos y beneficios que merecen Contribuir al manejo de problemas internos y externos del personal del emprendimiento
	Mantener una mejora continua sobre los actores de la cafetería	Realizar capacitaciones trimestrales a todos los involucrados en el desarrollo de las actividades de la cafetería. <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad laboral • Atención al cliente • Manejo de alimentos • Protocolos de Bioseguridad • Marketing • Gastronomía • Realización de eventos

			• Idiomas
Precio	Ofrecer precios accesibles	precios	<p>Buscar nuevos segmentos de mercado y realizar ofertas enfocadas a sus necesidades</p> <p>Brindar un precio similar a la competencia con un mejor servicio y calidad</p> <p>Realizar promociones para contribuir a la fidelización de los clientes</p> <p>Brindar un precio especial a clientes frecuentes</p>
Promoción	Ejecución de campañas publicitarias eficaces para promocionar al emprendimiento y lograr diferenciarlo de la competencia	al	<p>Participar en eventos y ferias</p> <p>Patrocinar en diferentes eventos</p> <p>Realizar videos con youtubers conocidos</p> <p>Crear sorteos o concurso mediante las redes sociales de la cafetería</p> <p>Colocar anuncios en radios más escuchadas</p> <p>Crear boletines tradicionales y electrónicos.</p>

CAPÍTULO V

5 Estudio Ambiental

5.1 Descripción del área

El predio consta de un total de $200 m^2$ y el área destinada para la implementación del emprendimiento es de $80 m^2$, mismos que serán ocupados para la construcción de un subterráneo y dos plantas. Inicialmente el terreno fue empleado para actividades agrícolas y en la actualidad se encuentra sin ningún tipo de uso por parte de los propietarios. Además, en los alrededores se encuentran construcciones de viviendas, lo que ha provocado que no exista la presencia de bosque primario y fauna nativa que pueda ser afectada.

5.2 Objetivos

5.2.1 Objetivo General

Evaluar los impactos ambientales en la fase de construcción, operación y abandono de *Under Coffee*, a través de la utilización de la matriz de Leopold, con la finalidad de conocer los efectos que causará el emprendimiento.

5.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar y evaluar los impactos producidos por las distintas actividades realizadas para el desarrollo del emprendimiento.
- Diseñar propuestas para mitigar o compensar los impactos ambientales identificados.
- Desarrollar el Plan de Manejo Ambiental para contribuir en la conservación y manejo de los recursos del lugar en que se implementará el emprendimiento.

5.3 Descripción de las principales acciones o actividades de fase de construcción, operación y abandono de *Under Coffee*.

A continuación, se describirán las principales actividades que serán realizadas en las diferentes fases establecidas para el emprendimiento, entre ellas construcción, operación y abandono de la cafetería *Under Coffee*. Cabe mencionar que se ha tomado en cuenta la fase de abandono debido a la importancia de la conciencia ambiental, tratando de restablecer en lo posible las condiciones originales de la zona de influencia por el emprendimiento.

Se debe mencionar además que las actividades de cada fase establecida fueron analizadas mediante un estudio de campo y conversaciones entre las autoras del emprendimiento. El objetivo fue determinar los factores que pueden ser afectados a causa de la implementación del emprendimiento y las acciones que serán fundamentales emplear para disminuir los impactos.

En un inicio se da la fase de planificación en la cual es necesario estudiar los planos arquitectónicos elaborados por el arquitecto y realizar un estudio de la zona para verificar cada uno de los elementos que pueden verse afectados por el emprendimiento. Posteriormente en la fase de construcción en síntesis se identifican como principales actividades a realizar las siguientes: remoción de cobertura vegetal, transporte de materiales, excavación para un subterráneo, nivelación del terreno y la construcción de la infraestructura.

A continuación, en la fase de operación se establecen las siguientes actividades: ingreso de visitantes, mantenimiento de instalaciones y equipos, cocción de alimentos y utilización de un horno de leña, limpieza del establecimiento, generación de desechos y la utilización de baños y lavabos. Finalmente se ha determinado la fase de abandono del proyecto; si bien no es una idea cercana ya que se estima sea un emprendimiento fructífero se hace necesario pensar en que el futuro se puede necesitar ampliar el establecimiento para acoger a más clientes. Es imprescindible contar con una conciencia ambiental hacia los recursos que la naturaleza nos brinda.

5.4 Identificación de impactos ambientales

Para la identificación de los impactos ambientales han sido consideradas las actividades descritas en las fases de construcción, operación y abandono de la cafetería *Under Coffee*, así también se han tomado en cuenta diferentes factores y componentes que pueden ser afectados o modificados.

5.4.1 Factores ambientales a evaluar

Los factores ambientales que han sido establecidos a evaluar son los siguientes:

Tabla 67*Factores ambientales para evaluar*

Componente	Subcomponente	Factor Ambiental	Descripción
Físico	Aire	Contaminación por partículas de polvo	Hace referencia a la contaminación causada por la presencia de maquinaria pesada y que puede generar el levantamiento de polvo.
		Contaminación por ruido	La intensidad del ruido puede variar a causa de la maquinaria pesada requerida para la obra.
		Contaminación con gases	Se refiere a la liberación de gases hacia el ambiente
	Suelo	Compactación	Determinado como el proceso en el cual el suelo pierde sus propiedades de tal manera que sus partículas se encuentran más unidas.
		Contaminación por desechos sólidos	Son los desechos orgánicos e inorgánicos generados por el emprendimiento.
		Optimización de tiempo	Hace referencia al uso de maquinarias que facilitan a disminuir el tiempo en distintas actividades
		Agua	Alteración de la calidad del agua
Incremento del consumo de agua	Aumento de consumo de agua en la zona en que se ubica la cafetería a causa de las		

			actividades que se realizarán en la cafetería.
Biótico	Paisaje	Alteración del paisaje	Cambios en el entorno natural
		Ornamentación	Inserción de flora en el establecimiento para contribuir a armonizar el ambiente.
Económico	Dinamización de la economía	Generación de empleo	Se refiere al empleo que generará cada fase del emprendimiento
		Vinculación con proveedores	Contrato con proveedores en especial para el café, considerando a productores locales
Socio cultural	Identidad cultural	Acceso a información cultural turística	Se refiere al conocimiento cultural y turístico que las personas y generarán al visitar la cafetería

5.4.2 Acciones del proyecto a evaluar por fase

5.4.2.1 Fase de construcción

Tabla 68

Actividades en la fase de construcción

Actividad	Criterio
Remoción de la cobertura vegetal	Retiro de la capa vegetal existente en el área donde se ubicará el emprendimiento
Transporte de materiales	Modo de movilización de materiales e insumos para la construcción
Nivelación del terreno y excavación de subterráneo	Cambios físicos que producirá la maquinaria pesada
Construcción de la infraestructura	Actividad de construcción de la cafetería <i>Under Coffee</i>

5.4.2.2 Fase de operación

Tabla 69

Actividades en la fase de operación

Actividades	Criterio
Contratación de personal	Contratación de personal apto para brindar el servicio a clientes y realizar trabajos encomendados
Ingreso de clientes	Personas que usan las instalaciones y servicios que oferta la cafetería <i>Under Coffee</i>
Mantenimiento de instalaciones y equipos	Hace referencia al uso de químicos para limpieza y mantenimiento de las instalaciones y los equipos
Uso de baños y lavabos	Uso de baños y lavabos por parte de los trabajadores y visitantes
Uso de lavabos en cocina	Uso de lavabos en la zona de cocina por parte de los trabajadores de la cafetería
Servicio de eventos	Realización de eventos especiales en la segunda planta.
Realización de eventos culturales	Eventos culturales en fechas específicas
Brindar información cultural y turística	Ubicación de cuadros fotográficos, videos y libros que narran la historia y cultura de Cotacachi
Atracción a turistas	El emprendimiento será atractivo por lo cual contribuirá a captar la atención de visitantes al sitio y dinamizar la economía local.

5.4.2.3 Fase de abandono

Tabla 70

Acciones del emprendimiento en la fase de abandono

Actividad	Criterio
Desmontaje de la infraestructura y equipos	Retiro de infraestructura y equipos de la cafetería
Transporte de materiales y equipos	Traslado de materiales y equipos que fueron utilizados en la cafetería hacia una zona adecuada

Nivelación del terreno	Proceso de retiro de escombros y nivelación el terreno para posteriores usos
------------------------	------------------------------------------------------------------------------

5.4.3 Factores Ambientales

Los factores ambientales para evaluar en cada una de las fases para la realización del emprendimiento se encuentran identificados en la siguiente matriz.

Tabla 71

Factores ambientales identificados

Medio	Componente
Físico	Aire
	Suelo
	Agua
Biótico	Paisaje
Económico	Dinamización de la economía
Socio cultural	Identidad cultural

5.5 Identificación de acciones y factores ambientales

Figura 52

Identificación de acciones y factores ambientales

Acciones Factor ambiental		Impacto Ambiental	Fase de Construcción					Fase de Operación									Fase de abandono				
			Remoción de la cobertura vegetal	Transporte de materiales	Nivelación del terreno y excavación de subterráneo	Construcción de la infraestructura	Total de interacciones	Contratación de personal	Ingreso de clientes	Mantenimiento de instalaciones y equipos	Uso de baños y lavabos	Uso de lavabos en cocina	Servicio de eventos	Realización de eventos culturales	Brindar información cultural y turística	Atracción a turistas	Total de interacciones	Desmontaje de la infraestructura y equipos	Transporte de materiales y equipos	Nivelación del terreno	Total de interacciones
Físico	Aire	Contaminación por partículas de polvo	X	X	X	X	4									0	X	X	X	3	
		Contaminación por ruido	X	X	X	X	4						X	X		2	X	X	X	3	
		Contaminación con gases	X	X	X	X	4									0	X	X	X	3	
	Suelo	Compactación	X	X	X		3									0			X	1	
		Contaminación por desechos sólidos		X		X	2		X		X	X	X			5		X		1	
		Optimización de tiempo	X	X	X	X	4	X		X						2	X	X	X	3	
	Agua	Alteración de la calidad del agua					0			X	X	X				3				0	
Incremento del consumo de agua					X	1			X	X	X	X	X		5				0		
Biótico	Paisaje	Alteración del paisaje	X	X	X	X	4						X	X		2	X	X	X	3	
		Ornamentación				X	1			X			X			2				0	
Económico	Dinamización de la economía	Generación de empleo	X	X	X	X	4	X	X	X			X	X	X	7	X	X	X	3	
		Vinculación con proveedores					0						X	X	X	3				0	
Socio cultural	Identidad cultural	Acceso a la información cultural y turística					0		X				X	X	X	5				0	
TOTAL DE IMPACTOS			7	8	7	9	31	2	3	4	3	3	7	7	2	3	34	6	7	7	20
IMPACTOS		87																			

5.6 Descripción del método a aplicar

5.6.1 Método de interacción

Para la evaluación de impactos ambientales existen diferentes métodos, sin embargo, el más adecuado y que mejor se adapta al proyecto es un método de evaluación simple en este caso el de interacción.

Leopold, Clarke, Hanshaw, & Balsley (1971) en su informe “Un procedimiento para Evaluar el Impacto Ambiental” establecieron que:

Ayuda a planificadores para identificar alternativas que disminuir el impacto. El número de acciones enumeradas horizontalmente en esta matriz de muestra es 100 y la lista vertical de características ambientales contiene 88, lo que da un total de 8.800 posibles interacciones. Dentro de tal matriz, solo unos pocos de las interacciones son probables que impliquen impactos de tal magnitud e importancia que merecen un tratamiento integral. (p. 4)

Esta lista se ha ido modificando de acuerdo con el tipo de proyectos, por lo cual mediante se ha realizado una selección de los impactos para determinar las principales acciones que generan dichos impactos.

5.7 Escalas o rangos de valoración ambiental para EIA

Para valorar los impactos ambientales generados por el emprendimiento de la cafetería, se han establecido las siguientes escalas de valoración.

5.7.1 Tabla de valoración de magnitud

Tabla 72

Valoración sobre magnitud

Magnitud			
Intensidad	Alteración	Calificación	
Baja	Baja	-1	1
Media	Media	-3	3
Alta	Alta	-5	5
Muy alta	Alta	-10	10

5.7.2 Tabla de valoración de importancia

Tabla 73

Valoración sobre importancia

Importancia		
Intensidad	Alteración	Calificación
Temporal	Puntual	1
Media	Puntual	3
Permanente	Puntual	5
Permanente	Local	10

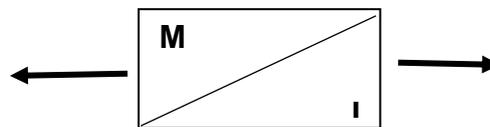
5.8 Determinación de las afectaciones del emprendimiento

Para determinar las afectaciones del emprendimiento en cada uno de los factores ambientales es necesario usar las ponderaciones de magnitud e importancia según el criterio de las autoras.

Magnitud del Impacto

Área o volumen afectado.
impacto.

Rango de afectación.



Importancia

Gravedad del

Figura 53

Determinación de afectaciones en el emprendimiento

Acciones		Impacto Ambiental	Fase de Construcción				Fase de Operación								Fase de Abandono			Impactos		Sumatoria		
			Remoción de la cobertura vegetal	Transporte de materiales	Nivelación del terreno y excavación de subterráneos	Construcción de la infraestructura	Contratación de personal	Ingreso de clientes	Mantenimiento de instalaciones y equipos	Uso de baños y lavabos	Uso de lavabos en cocina	Servicio de eventos	Realización de eventos culturales	Brindar información cultural y turística	Atracción a turistas	Desmontaje de la infraestructura y equipos	Transporte de materiales y equipos	Nivelación del terreno	Negativa	Positivo	Negativa	Positiva
Físico	Aire	Contaminación por partículas de polvo	-10	-5	-10	-10										-10	-5	-5	7	0	55	
		Contaminación por ruido	-10	-10	-10	-10						-10	-10			-10	-10	-10	9	0	90	21
		Contaminación con gases	-5	-5	-5	-5						10	10			-5	-1	-1	7	0	27	41
	Suelo	Compactación	-10	-5	-5	-5										-3	-1	-5	6	0	29	28
		Contaminación por desechos sólidos		-5		-10		-10		-10	-10	-10	-10			5	3	5	8	0	70	34
		Optimización de tiempo	10	10	10	10	10	10		5	5					10	10	10	0	9		85
	Agua	Alteración de la calidad del agua							-10	-10	-10	-10							3	0	30	25
		Incremento del consumo de agua				-5		-3	-10	-10	-10	-10							6	0	48	38
						3		5	10	10	10	5	5									
Biótico	Paisaje	Alteración del paisaje	-10	-3	-5	-10					-5	-5			10	5	5	6	3	38	20	
		Omamentación				10		10			10	5						0	3	29	30	
Económico	Dinamización de la economía	Generación de empleo	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	5	5	0	14		125	
		Vinculación con proveedores									10	10	10	10	10			0	3		91	
Socio cultural	Identidad cultural	Acceso a la información cultural y turística						10				10	10	10			0	5		30		
								10			10	10	10	10						50		
Impactos		NEGATIVO	5	6	5	6	0	1	2	3	3	4	4	0	0	4	5	4	52			
		POSITIVO	2	2	2	3	2	2	3	0	0	4	3	2	3	3	3	3		37		
Sumatoria		NEGATIVO	45	33	35	50	10	13	30	30	35	35			28	22	21	387		387		
		POSITIVO	17	20	6	25	20	5	10	25	25	25	20	30	30	14	15	14	226		226	
			20	20	20	30	20	20	20		40	30	20	30	20	20	20	340			340	
			6	6	6	11	13	20	20		35	30	20	30	16	7	11	231			231	
RESULTADOS																		7.44	9.19			
																		4.35	6.24			

5.8.1 Tabla de Valoración de Impactos

Tabla 74

Valoración de impactos resultantes

Valoración de Impactos	
Impacto Bajo	1-30
Impacto Medio	31-60
Impacto Severo	61-92
Impacto Crítico	≥ 93

Analizando los resultados obtenidos en la tabla de determinación de las afectaciones del emprendimiento y comparándolos con la valoración de impactos, se llega a la conclusión que los impactos totales tanto positivos como negativos se encuentran dentro de la ponderación de “Impacto Bajo”, lo que conlleva a establecer que desde el punto de vista ambiental el emprendimiento es viable.

5.9 Matriz de interpretación de resultados

Para interpretar los resultados se procede a calcular el tamaño matricial y obtener los valores mínimos y máximos, posteriormente se realiza una regla de tres para conseguir los intervalos a aplicar en la matriz de interacción.

Para adquirir los resultados se necesita calcular la escala mínima y para ello se sustituirá en toda la matriz los valores por el valor 1, dando como resultado un total de 85.

Figura 54

Aplicación de matriz con valores mínimos

Acciones Factor ambiental		Impacto Ambiental	Fase de Construcción					Fase de Operación										Fase de abandono			
			Remoción de la cobertura vegetal	Transporte de materiales	Nivelación del terreno y excavación de subterráneo	Construcción de la infraestructura	Total de interacciones	Contratación de personal	Ingreso de clientes	Mantenimiento de instalaciones y equipos	Uso de baños y lavabos	Uso de lavabos en cocina	Servicio de eventos	Realización de eventos culturales	Brindar información cultural y turística	Atracción a turistas	Total de interacciones	Desmontaje de la infraestructura y equipos	Transporte de materiales y equipos	Nivelación del terreno	Total de interacciones
Físico	Aire	Contaminación por partículas de polvo	1	1	1	1	4										0	1	1	1	3
		Contaminación por ruido	1	1	1	1	4					1	1				2	1	1	1	3
		Contaminación con gases	1	1	1	1	4										0	1	1	1	3
	Suelo	Compactación	1	1	1		3										0			1	1
		Contaminación por desechos sólidos		1		1	2		1		1	1	1	1			5		1		1
		Optimización de tiempo	1	1	1	1	4	1		1							2	1	1	1	3
	Agua	Alteración de la calidad del agua					0			1	1	1					3				0
		Incremento del consumo de agua				1	1			1	1	1	1	1			5				0
Biótico	Paisaje	Alteración del paisaje	1	1	1	1	4									2	1	1	1	3	
		Ornamentación				1	1										0				0
Económico	Dinamización de la economía	Generación de empleo	1	1	1	1	4	1	1	1			1	1	1	1	7	1	1	1	3
		Vinculación con proveedores					0										3				0
Socio cultural	Identidad cultural	Acceso a la información cultural y turística					0									5				0	
TOTAL DE IMPACTOS			7	8	7	9	31	2	3	4	3	3	7	7	2	3	34	6	7	7	20
IMPACTOS		85																			

A continuación, se procede a calcular el intervalo máximo, para ello se sustituirá los valores en toda la matriz por el valor 10, dando como resulta un total de 850.

Figura 55

Aplicación de matriz con valores máximos

Acciones Factor ambiental		Impacto Ambiental	Fase de Construcción				Total de interacciones	Fase de Operación								Total de interacciones	Fase de abandono			
			Remoción de la cobertura vegetal	Transporte de materiales	Nivelación del terreno y excavación de subterráneo	Construcción de la infraestructura		Contratación de personal	Ingreso de clientes	Mantenimiento de instalaciones y equipos	Uso de baños y lavabos	Uso de lavabos en cocina	Servicio de eventos	Realización de eventos culturales	Brindar información cultural y turística		Atracción a turistas	Total de interacciones	Desmontaje de la infraestructura y equipos	Transporte de materiales y equipos
Físico	Aire	Contaminación por partículas de polvo	10	10	10	10	40									0	10	10	10	30
		Contaminación por ruido	10	10	10	10	40					10	10			20	10	10	10	30
		Contaminación con gases	10	10	10	10	40									0	10	10	10	30
	Suelo	Compactación	10	10	10		30									0			10	10
		Contaminación por desechos sólidos		10		10	20		10		10	10	10	10		50		10		10
		Optimización de tiempo	10	10	10	10	40	10		10						20	10	10	10	30
	Agua	Alteración de la calidad del agua					0			10	10	10				30				0
Incremento del consumo de agua					10	10				10	10	10	10	10	50				0	
Biótico	Paisaje	Alteración del paisaje	10	10	10	10	40						10	10	20	10	10	10	30	
		Ornamentación				10	10								0				0	
Económico	Dinamización de la economía	Generación de empleo	10	10	10	10	40	10	10	10			10	10	70	10	10	10	30	
		Vinculación con proveedores					0						10	10	30				0	
Socio cultural	Identidad cultural	Acceso a la información cultural y turística					0		10						50				0	
TOTAL DE IMPACTOS			7	8	7	9	31	2	3	4	3	3	7	7	2	3	6	7	7	20
IMPACTOS			850																	

5.10 Determinación de severidad de impactos

Al conocer los valores mínimos y máximos se procede a calcular usando la regla de tres para obtener los intervalos para la evaluación de los impactos.

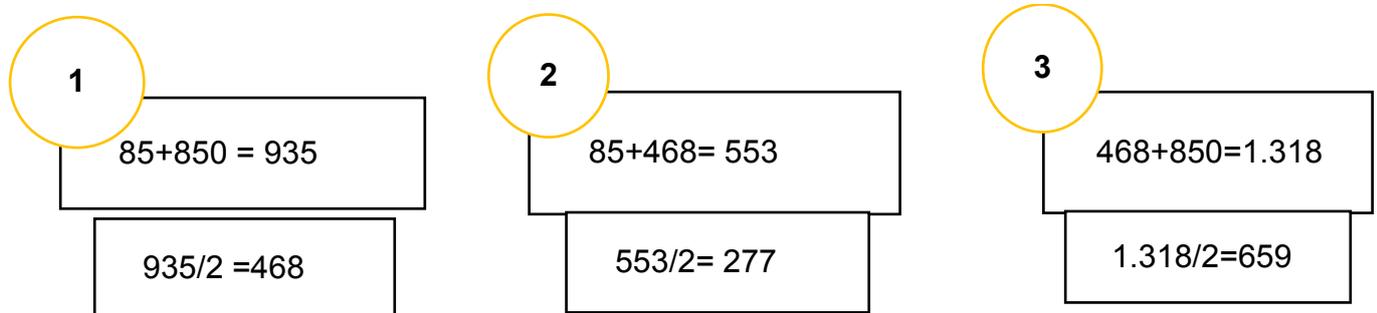


Tabla 75

Intervalos para determinar la severidad

Intervalos		
Cuantitativo	Cualitativo positivo	Cualitativo negativo
1 – 85	Bajo	Bajo
86 – 277	Medio	Medio
278 – 468	Moderado	Moderado
469 – 659	Significativo	Severo
660 – 850	Alto	Crítico

Figura 56

Matriz de identificación de severidad de impactos en el emprendimiento

Acciones Factor ambiental		Impacto Ambiental	Fase de Construcción					Fase de Operación										Fase de Abandono			Impactos		Sumatoria	
			Remoción de la cobertura vegetal	Transporte de materiales	Nivelación del terreno y excavación de subterráneo	Construcción de la infraestructura	Total	Contratación de personal	Ingreso de clientes	Mantenimiento de instalaciones y equipos	Uso de baños y lavabos	Uso de lavabos en cocina	Servicio de de eventos	Realización de eventos culturales	Brindar información cultural y turística	Atracción a turistas	Total	Desmontaje de la infraestructura y equipos	Transporte de materiales y equipos	Nivelación del terreno	Total	Negativa	Positivo	Negativa
Físico	Aire	Contaminación por partículas de polvo	-30	-15	-30	-30	-105									0	-30	-15	-15	-60	7	0	-165	
		Contaminación por ruido	-30	-30	-30	-30	-120					-100	-100			-200	-30	-30	-30	-90	9	0	-410	
		Contaminación con gases	-15	-15	-15	-15	-60									0	-30	-3	-3	-36	7	0	-96	
	Suelo	Compactación	-10	-25	-25		-60									0	-15	-3	-25	-43	6	0	-103	
		Contaminación por desechos sólidos		-15		-30	-45		-50		-50	-50	-50			-250		-15		-15	8	0	-310	
	Agua	Optimización de tiempo	30	30	30	30	120	30		25						55	30	30	30	90	0	9		265
		Alteración de la calidad del agua					0			-50	-100	-100				-250				0	3	0	-250	
	Incremento del consumo de agua				-15	-15			-15	-100	-100	-50	-50		-315				0	6	0	-330		
Biótico	Paisaje	Alteración del paisaje	-30	-30	-15	-100	-175						-25	-25		-50	100	5	25	130	6	3	-225	130
		Ornamentación				50	50			50			50			100				0	0	3		150
Económico	Dinamización de la economía	Generación de empleo	30	30	30	30	120	100	100	50			100	100	100	650	30	15	15	60	0	14		830
		Vinculación con proveedores					0						100	100		300				0	0	3		300
Socio cultural	Identidad cultural	Acceso a la información cultural y turística					0		100				100	100	100	500				0	0	5		500
Impactos		NEGATIVO	5	6	5	6	7	0	1	2	3	3	4	4	0	5	4	5	4	5	52		TOTAL -	TOTAL =
		POSITIVO	2	2	2	3	3	2	2	3	0	0	4	3	2	3	5	3	3	3	3		37	-1889

5.11 Jerarquización de los impactos ambientales según la evaluación

Para detallar la jerarquización se ha tomado en cuenta los datos obtenidos en la matriz de severidad.

5.11.1 Fase de Construcción

Impactos Positivos

Tabla 76

Impactos positivos en la fase de construcción

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Físico	Optimización de tiempo	120 IA
Económico	Generación de empleo	120 IA
Biótico	Ornamentación	50 IA
Económico	Vinculación con proveedores	0 IA
Socio cultural	Acceso a la información cultural y turística	0 IA

Impactos Negativos

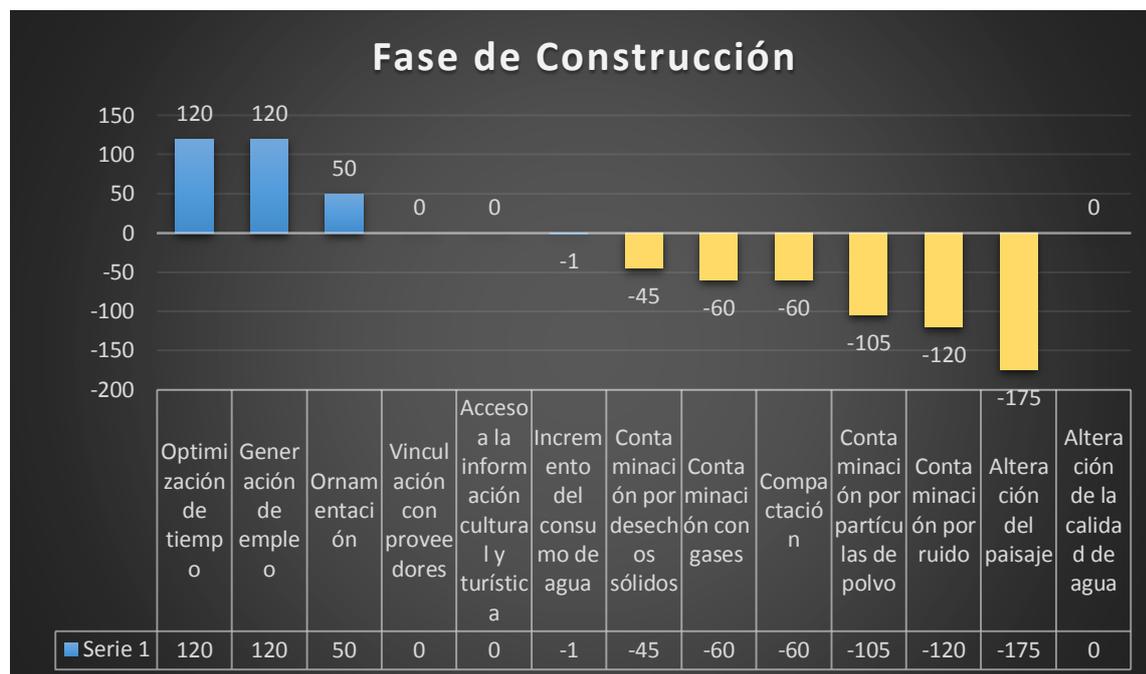
Tabla 77

Impactos negativos en la fase de construcción

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Físico	Alteración del paisaje	-15 IA
Físico	Contaminación por desechos sólidos	-45 IA
Físico	Contaminación con gases	-60 IA
Físico	Compactación	-60 IA
Físico	Contaminación por partículas de polvo	-105 IA
Físico	Contaminación por ruido	-120 IA
Biótico	Alteración del paisaje	-175 IA
Físico	Alteración de la calidad de agua	0 IA

Figura 57

Diagramación de impactos en la fase de construcción



Los impactos positivos más sobresalientes en la fase de construcción son:

- Optimización de tiempo
- Generación de empleo
- Ornamentación

Los impactos negativos más sobresalientes en la fase de construcción son:

- Alteración del paisaje
- Contaminación por ruido
- Contaminación por partículas de polvo
- Compactación

5.11.2 Fase de Operación

Impactos Positivos

Tabla 78

Impactos positivos en la fase de operación

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Económico	Generación de empleo	650 IA

Socio cultural	Acceso a la información cultural y turística	500 IA
Económico	Vinculación con proveedores	300 IA
Biótico	Ornamentación	100 IA
Físico	Optimización de tiempo	55 IA

Impactos Negativos

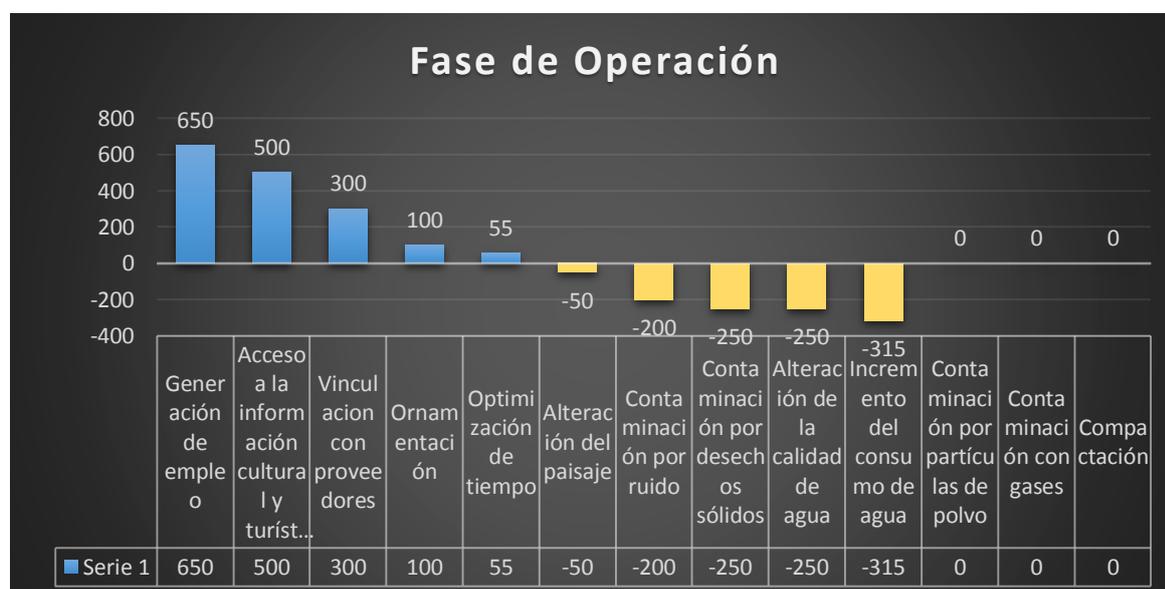
Tabla 79

Impactos negativos en la fase de operación

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Biótico	Alteración del paisaje	-50 IA
Físico	Contaminación por ruido	-200 IA
Físico	Contaminación por desechos sólidos	-250 IA
Físico	Alteración de la calidad de agua	-250 IA
Físico	Incremento del consumo de agua	-315 IA
Físico	Contaminación por partículas de polvo	0 IA
Físico	Contaminación con gases	0 IA
Físico	Compactación	0 IA

Figura 58

Diagramación de impactos en la fase de operación



Los impactos positivos más sobresalientes en la fase de operación son:

- Generación de empleo
- Acceso a la información cultural y turística
- Vinculación con proveedores
- Ornamentación
- Optimización de tiempo

Los impactos negativos más sobresalientes en la fase de operación son:

- Incremento del consumo de agua
- Alteración de la calidad de agua
- Contaminación por desechos sólidos
- Contaminación por ruido
- Alteración del paisaje

5.11.3 Fase de Abandono

Impactos positivos

Tabla 80

Impactos positivos en la fase de abandono

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Biótico	Alteración del paisaje	130 IA
Físico	Optimización de tiempo	90 IA
Económico	Generación de empleo	60 IA
Biótico	Ornamentación	0 IA
Económico	Vinculación con proveedores	0 IA
Económico	Acceso a la información cultural y turística	0 IA

Impactos Negativos

Tabla 81

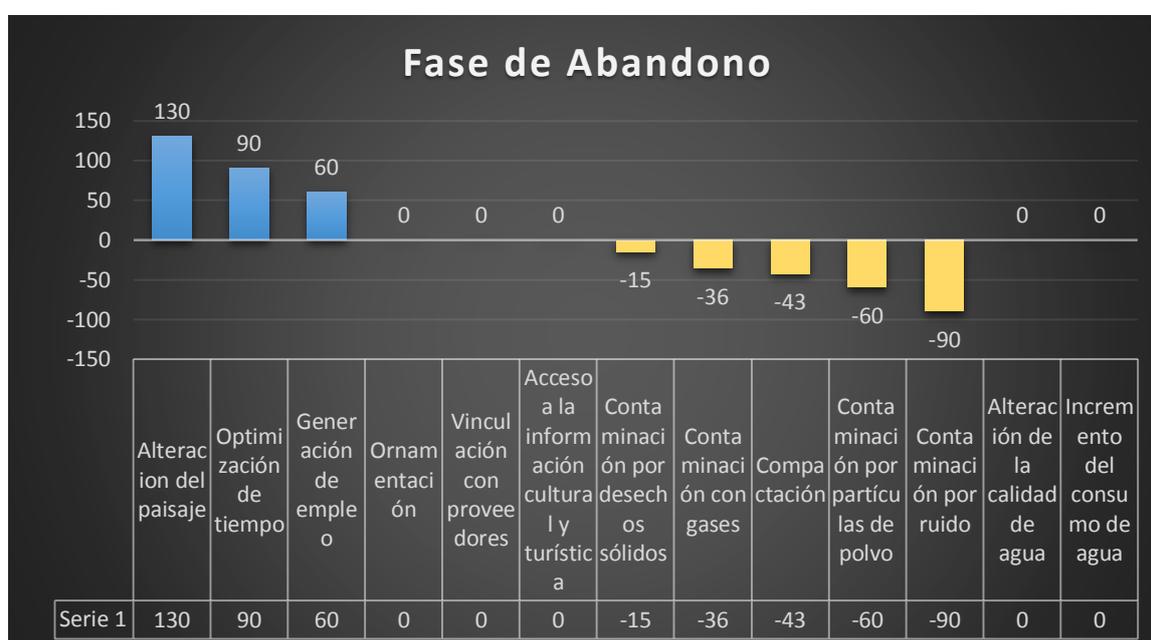
Impactos negativos en la fase de abandono

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Físico	Contaminación por desechos sólidos	-15 IA

Físico	Contaminación con gases	-36 IA
Físico	Compactación	-43 IA
Físico	Contaminación por partículas de polvo	-60 IA
Físico	Contaminación por ruido	-90 IA
Físico	Alteración de la calidad de agua	0 IA
Físico	Incremento del consumo de agua	0 IA

Figura 59

Diagramación de impactos en la fase de abandono



Los impactos positivos más sobresalientes en la fase de abandono son:

- Alteración del paisaje
- Optimización de tiempo
- Generación de empleo

Los impactos negativos más sobresalientes en la fase de abandono son:

- Contaminación por ruido
- Contaminación por partículas de polvo
- Compactación
- Contaminación con gases
- Contaminación por desechos sólidos

5.12 Matriz de plan de manejo ambiental

Tabla 82

Matriz de plan de manejo ambiental

Factor ambiental	Impacto ambiental	Actividad	Fase	Medida de maximización o mitigación	Responsable	Presupuesto	Tiempo
Negativos							
Físico	Contaminación por ruido	Servicio de eventos Realización de eventos culturales	Operación	Establecimiento de medidas de absorción acústica (pantallas del acústicas)	-Arquitecto -Responsables del emprendimiento	\$1.700 (32m ² escenario)	Única vez
Físico	Alteración de la calidad de agua	Uso de baños y lavabos	Operación	Realizar un análisis de aguas residuales para verificar el cumplimiento de los límites permisibles de descargas hacia el alcantarillado	-Técnico -Responsables del emprendimiento	de \$200	Anual

		Uso de lavabos en cocina	Operación	Instalación de una trampa de grasas en la salida de lavabos de cocina previo a la descarga al alcantarillado	-Ingeniero civil a cargo de la construcción -Responsables del proyecto	\$270	Única vez
Físico	Incremento del consumo de agua	Uso de baños y lavabos	Operación	Uso de inodoros con sistema de ahorro de agua y grifería temporalizada	-Arquitecto -Responsables del emprendimiento	\$380 (inodoros) \$ 120 (sensores de ahorro)	Única vez
		Uso de lavabos en cocina	Operación	Instalación de grifería con sistema ahorrador de agua	-Ingeniero civil a cargo de la construcción -Responsables del emprendimiento	\$250	Cada 5 años
Biótico	Alteración del paisaje	Construcción de la infraestructura	Construcción	Reducir la superficie de la cafetería a lo	-Arquitecto	\$150	Única vez

				estrictamente necesaria	-Responsable del emprendimiento			
Físico	Contaminación por desechos sólidos	Ingreso de clientes	de	Operación	Ubicar basureros en zonas estratégicas de la cafetería	-Responsables del emprendimiento	\$195	Cada 3 año
		Uso de baños y lavabos			Instalación de señalética que incentive a evitar arrojar desechos en los inodoros y lavabos	-Responsables del emprendimiento	\$16	Cada 2 años
		Uso de lavabos en cocina			Instalar trampas para recolección de desechos en lavabos (canastillas metálicas)	-Responsables del proyecto	\$120	Cada 5 años
		Servicio de eventos			-Instalación de juego de basureros de 120		\$60 \$20	Cada 3 años

		Realización de eventos culturales		litros que permita la clasificación de desechos luego de transcurrir los eventos			
				-Capacitación a trabajadores de la cafetería			-Responsables de la del emprendimiento
				-Clasificación de desechos orgánicos e inorgánicos en recipientes adecuados			
Positivos							
Biótico	Alteración del paisaje	Desmontaje de la infraestructura y equipos	Abandono	Asignar un área para la colocación de escombros y materiales; para su posterior transporte y disposición final	-Ingeniero civil	\$ 100	Única vez

Económico	Generación de empleo	Contratación del personal	Operación	Generación de fuentes de empleo con todos los beneficios de ley	5 -Responsables del emprendimiento	\$ 2.200 (Sueldos)	Mensualmente
Económico	Generación de empleo	Ingreso de clientes	Operación			\$2000 (Décimos)	
		Servicio de eventos					
		Realización de eventos culturales					
		Brindar información cultural y turística					
		Atracción de turistas					
Económico	Vinculación con proveedores	Servicio de eventos		Consumo de la producción local, que generará empleos indirectos	Responsables del emprendimiento o	\$300	1 vez al mes
		Realización de eventos culturales					

		Atracción a turistas					
Socio cultural	Acceso a la información cultural y turística	Ingreso de clientes	Operación	Divulgación del conocimiento sobre la cultura del cantón Cotacachi mediante videos, fotografías, área de lectura y piezas representativas	Responsables del emprendimiento	\$125	Una vez al año
		Servicio de eventos					
		Realización de eventos culturales					
		Brindar información cultural y turística					
		Atracción a turistas					

CAPÍTULO VI

6 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Estado de situación inicial

Para el funcionamiento de la cafetería *Under Coffee* se requiere una inversión de \$139.022 los cuales corresponden a activos circulantes con un valor de \$20.001,91 tales como materia prima, servicios básicos, contratos de trabajadores, materiales de oficina, artículos de limpieza y bioseguridad, publicidad anual y productos desechables; y activos fijos con un valor de \$119.021 correspondiente a terrenos, construcciones, maquinarias y equipos, constitución y publicidad inicial. En conjunto se establece una relación de patrimonio de \$46.000: por último, los pasivos con una cantidad de \$93.022 corresponden al crédito financiero a BanEcuador.

Figura 60

Balance de situación inicial de la cafetería Under Coffee

		UNDER COFFEE	
		BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2021	
ACTIVO		PASIVO	
<u>Activo Circulante</u>		<u>Pasivo Circulante</u>	
Caja	\$944	Proveedores	
Bancos	\$19.058	Préstamo a BanEcuador	\$93.022
		Intereses por pagar	
		ISR por pagar	
		Anticipo de clientes	
Total Activo Circulante	\$20.001,91	Total Pasivo Circulante	\$93.022
<u>Activo Fijo</u>		<u>Pasivo a Largo Plazo</u>	
Terrenos	\$15.000	Documentos por pagar a largo plazo	
Edificios/construcciones	\$84.709	Total Pasivo Circulante	\$0
Maquinaria y equipos	\$17.284		
Constitución	\$667,00		
Publicidad inicial	\$1.360		
Total Activo Fijo	\$119.021		
<u>Activo diferido</u>		PATRIMONIO	
Rentas pagadas por anticipado		BIENES INMUEBLES	\$15.000
Derechos de marca de empresa		BIENES MUEBLES	\$6.000
Total Activo Diferido	\$0	APORTE EN EFECTIVO	\$ 25.000
SUMA DEL ACTIVO	\$139.022	Total Capital contable	\$46.000
			33,09%
		SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	\$46.000
		SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO	\$139.022
			100%

6.2 Flujo de efectivo

Under Coffee ofrece productos como cafés en diferentes preparaciones a \$3,25; postres veganos y vegetarianos a \$1,90: los postres tradicionales tienen un valor de \$3,50; el pan horneado a un precio de \$0,75; las empanadas a \$1,70; \$3,50 para los sánduches; los jugos naturales a un precio de \$2,00; las gaseosas y agua mineral se venden a un precio de \$1,20. Dentro de los primeros cinco meses de funcionamiento el porcentaje de unidades a la venta es menor al 75%, mientras que, a partir del mes de junio en donde el flujo de turistas es mayor dentro del cantón su porcentaje aumenta al 80% en la capacidad de atención y este se mantiene por el resto del año. Por lo que se tiene una cantidad de \$ 195.638,38 de ingreso anual.

En los egresos se considera los costos de producción de los productos, para aquellos que requieren de menor materia prima y proceso de preparación se estima un costo de 40%, mientras que para los que demanda de mayor cantidad de materia prima y su preparación toma un mayor tiempo el costo es de 55%. A esto se suma los sueldos por \$2.200, décimos pagados en los meses de agosto y diciembre y aportaciones de \$189 al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) que son pagados mensualmente, para los permisos se destina \$667 anualmente, para los impuestos aplicando un 6% por ingresos. Los servicios básicos como luz, agua, teléfono e internet se paga un valor mensual de \$230, para el mantenimiento que requieren tanto las máquinas de café como las diferentes áreas de la cafetería se pagará cada cuatro meses un valor de \$300. Se desembolsa \$ 1360 para el primer mes de publicidad inicial y la publicidad mensual se pagará \$ 384 en los tres primeros meses para el reconocimiento del emprendimiento y en los meses de junio, septiembre, octubre, noviembre y diciembre. Por último, el pago de préstamo con una cantidad de \$ 1.216,97 mensual. El total de egresos ascienden a \$ 168.148,15 anual.

Con los valores de ingresos y egresos se tiene un flujo de caja acumulado de \$ 27.490,23 en el año uno.

Figura 61

Flujo de efectivo del año uno de la cafetería Under Coffee

INGRESOS	Precio	unid a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
			55%	55%	60%	70%	75%	80%	85%	85%	85%	85%	85%		
Cafés	\$ 3,25	2100	3753,75	3753,75	4095,00	4777,50	5118,75	5460,00	5801,25	5801,25	5801,25	5801,25	5801,25	5801,25	61766,25
Postres veganos y vegetarianos	\$ 1,90	1200	1254,00	1254,00	1368,00	1596,00	1710,00	1824,00	1938,00	1938,00	1938,00	1938,00	1938,00	1938,00	20634,00
Postres	\$ 3,50	1200	2310,00	2310,00	2520,00	2940,00	3150,00	3360,00	3570,00	3570,00	3570,00	3570,00	3570,00	3570,00	38010,00
Pan horneado	\$ 0,75	950	391,88	391,88	427,50	498,75	534,38	570,00	605,63	605,63	605,63	605,63	605,63	605,63	6448,13
Empanadas	\$ 1,70	950	888,25	888,25	969,00	1130,50	1211,25	1292,00	1372,75	1372,75	1372,75	1372,75	1372,75	1372,75	14615,75
Sánduches	\$ 3,50	950	1828,75	1828,75	1995,00	2327,50	2493,75	2660,00	2826,25	2826,25	2826,25	2826,25	2826,25	2826,25	30091,25
Jugos naturales	\$ 2,00	850	935,00	935,00	1020,00	1190,00	1275,00	1360,00	1445,00	1445,00	1445,00	1445,00	1445,00	1445,00	15385,00
Gaseosas y agua mineral	\$ 1,20	800	528,00	528,00	576,00	672,00	720,00	768,00	816,00	816,00	816,00	816,00	816,00	816,00	8688,00
TOTAL INGRESOS			11889,625	11889,625	12970,5	15132,25	16213,125	17294	18374,875	18374,875	18374,875	18374,875	18374,875	18374,875	195638,38
EGRESOS															
Cafés			2064,56	2064,56	2252,25	2627,63	2815,31	3003,00	3190,69	3190,69	3190,69	3190,69	3190,69	3190,69	33971,44
Postres veganos y vegetarianos			689,70	689,70	752,40	877,80	940,50	1003,20	1065,90	1065,90	1065,90	1065,90	1065,90	1065,90	11348,70
Postres			1270,50	1270,50	1386,00	1617,00	1732,50	1848,00	1963,50	1963,50	1963,50	1963,50	1963,50	1963,50	20905,50
Pan horneado			176,34	176,34	192,38	224,44	240,47	256,50	272,53	272,53	272,53	272,53	272,53	272,53	2901,66
Empanadas			399,71	399,71	436,05	508,73	545,06	581,40	617,74	617,74	617,74	617,74	617,74	617,74	6577,09
Sánduches			914,38	914,38	997,50	1163,75	1246,88	1330,00	1413,13	1413,13	1413,13	1413,13	1413,13	1413,13	15045,63
Jugos naturales			374,00	374,00	408,00	476,00	510,00	544,00	578,00	578,00	578,00	578,00	578,00	578,00	6154,00
Gaseosas y agua mineral			211,20	211,20	230,40	268,80	288,00	307,20	326,40	326,40	326,40	326,40	326,40	326,40	3475,20
Sueldos			2200,00	2200,00	2200,00	2200,00	2200,00	2200,00	2200,00	2200,00	2200,00	2200,00	2200,00	2200,00	26400,00
Décimos									2000,00					2000,00	4000,00
IESS			189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	189,00	2268,00
Permisos			667,00												667,00
Impuestos			713,38	713,38	778,23	907,94	972,79	1037,64	1102,49	1102,49	1102,49	1102,49	1102,49	1102,49	11738,30
Publicidad			1360,00	384,00	384,00	384,00		384,00			384,00	384,00	384,00	384,00	4432,00
Servicios Básicos			230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	2760,00
Mantenimiento						300,00				300,00				300,00	900,00
Pago de préstamo			1216,97	1216,97	1216,97	1216,97	1216,97	1216,97	1216,97	1216,97	1216,97	1216,97	1216,97	1216,97	14603,64
TOTAL EGRESOS			12676,74	11033,74	11653,18	13192,04	13127,48	14130,91	14366,34	16666,34	14750,34	14750,34	14750,34	17050,34	168148,15
FLUJO DE CAJA			-787,12	855,88	1317,33	1940,21	3085,65	3163,09	4008,53	1708,53	3624,53	3624,53	3624,53	1324,53	
FLUJO ACUMULADO			-787,12	68,77	1386,09	3326,30	6411,95	9575,04	13583,57	15292,10	18916,63	22541,16	26165,70	27490,23	27490,23

6.2.1 Costo de capital

Para el costo de capital se incluyen valores y porcentajes del capital propio que es de \$ 46.000 con un interés de 5,95% y del financiamiento de \$ 93.022 con el 9,76% de interés. Dando como resultado del 8,50% del costo de capital para este emprendimiento.

Figura 62

Costo de capital

	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	139022	100%		8,50%	8,50%
IMPUESTO A LA RENTA				0%	
CAPITAL PROPIO	46000	33%	5,95%	1,97%	
FINANCIAMIENTO	93022	67%	9,76%	6,53%	

6.2.2 Tabla de amortización

El tipo de préstamo que requiere el emprendimiento está relacionado a pequeñas y medianas empresas que van a iniciar una actividad productiva, de servicios o comercio y financian activos fijos o capital de trabajo. Por lo cual la entidad financiera BanEcuador establece que brinda un plazo de hasta 10 años en activos fijos con montos desde \$5.000 hasta 3 millones de dólares con el 9,76% de tasa de interés. Por tal razón, para la financiación del emprendimiento se requiere de \$93.022 y tomando en cuenta los datos de la entidad financiera se establece que se debe cancelar \$1.216,97 por 120 meses.

Tabla 83

Tabla de amortización

Plazo	120
Monto	93.022
Tasa anual	9,76%
Tasa mensual	0,81%
Pago mensual	\$1.216,97

6.3 Proyección de ingresos y gastos

Una vez determinados los ingresos y egresos del año uno se realiza un incremento anual del 3%, en donde, el flujo acumulado superior al total de la inversión con un valor de \$ 177.818,05 se da en el sexto año.

Figura 63

Proyección de ingresos y gastos para diez años

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	
Ingresos	195638,38	201507,53	207552,75	213779,33	220192,71	226798,50	233602,45	240610,52	247828,84	255263,71	
Egresos	168148,15	173192,59	178388,37	183740,02	189252,22	194929,79	200777,68	206801,01	213005,04	219395,20	
Flujo de caja	27490,23	28314,93	29164,38	30039,31	30940,49	31868,71	32824,77	33809,51	34823,80	35868,51	
DATOS PARA LA TIR	-139022,00	27490,23	28314,93	29164,38	30039,31	30940,49	31868,71	32824,77	33809,51	34823,80	35868,51
FLUJO ACUMUL \$	27.490,23	\$ 55.805,16	\$ 84.969,54	\$ 115.008,85	\$ 145.949,34	\$ 177.818,05	\$ 210.642,82	\$ 244.452,33	\$ 279.276,13	\$ 315.144,64	

6.3.1 Cálculo de la tasa interna de retorno y del valor actual neto

Según el flujo de diez años con una inversión de \$ 139.022 con el incremento anual del 3% y un costo de capital de 8.50% se obtiene la tasa interna de retorno (TIR) del 17,46%; mientras que, para el valor actual neto (VAN) se obtiene del cálculo entre el flujo de caja, el costo de capital y la inversión, dando como resultado \$ 63.708,46 con lo que se establece que el proyecto es factible.

Figura 64

Tasa interna de retorno y valor actual neto

Incremento anual	3%
Costo de capital	8,50%
Inversión	139022
VAN	63708,62
TIR	17,46%

6.4 Punto de equilibrio

La cafetería llega al punto de equilibrio en el sexto año, la venta de ocho productos con unidades vendidas al año de 488.700 a un precio ponderado de \$2,40, un costo ponderado de \$1,23 teniendo como margen de contribución \$1,17. Por lo tanto, para el punto de equilibrio en unidades es de 494.044 e ingresos de \$1.186.666.

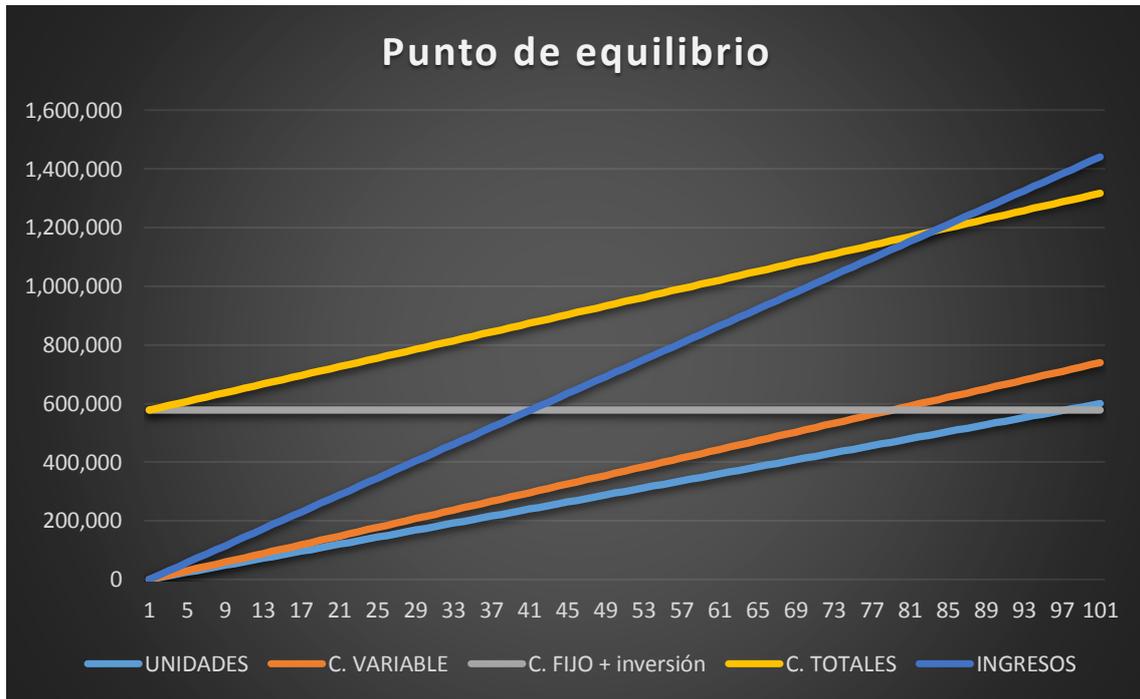
Figura 65

Punto de equilibrio

AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	6							
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	114.030	65.160	65.160	51.585	51.585	51.585	46.155	43.440
TOTAL UNIDADES		488.700						
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	23,33%	13,33%	13,33%	10,56%	10,56%	10,56%	9,44%	8,89%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$3	\$2	\$4	\$1	\$2	\$4	\$2	\$1
COSTO VENTA UNITARIO	\$1,79	\$1,05	\$1,93	\$0,34	\$0,77	\$1,75	\$0,80	\$0,48
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$2,40						
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$1,23						
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$438.783						
INVERSIÓN		\$139.022						
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$1,46	\$0,86	\$1,58	\$0,41	\$0,94	\$1,75	\$1,20	\$0,72
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$1,17						
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		494.044						
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$1.186.666						
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDAD	115.277	65.873	65.873	52.149	52.149	52.149	46.660	43.915
PUNTO EQUILIB PRODUCTO / DOLARES	\$374.650	\$125.158	\$230.554	\$39.112	\$88.653	\$182.522	\$93.319	\$52.698

Figura 66

Gráfica punto de equilibrio



CONCLUSIONES

Under Coffee se crea con la finalidad de exponer las manifestaciones culturales del cantón Cotacachi que contribuya a difundir la identidad cultural hacia la localidad, visitantes nacionales y extranjeros.

- El cantón Cotacachi dispone de recursos óptimos para el desarrollo de la economía y turismo; sin embargo, los establecimientos de alimentos y bebidas no se han inclinado por promover una temática relacionada a la cultura, por lo que surge la idea de crear una cafetería subterránea que exponga estos aspectos culturales para hacer una experiencia única y exclusiva con identidad cultural.
- El estudio de mercado determinó que existe una gran aceptación para la implementación del emprendimiento direccionado a una cafetería con enfoque cultural e infraestructura subterránea; por tal razón, el principal público objetivo es el joven y adulto con tendencia por conocer las manifestaciones culturales del cantón y a la vez tienen preferencia por degustar café.
- Mediante el estudio técnico se estableció la distribución y ubicación estratégica de cuadros fotográficos en las tres plantas; mientras que, los videos, objetos y piezas están destinadas al área subterránea. La cafetería está estructurada jerárquicamente desde la alta dirección, el departamento de ventas y el nivel operativo, cuyas obligaciones y actividades van acorde al requerimiento del establecimiento.
- En el plan de marketing y comercialización se identificaron los canales de distribución que, asumiendo del perfil de turista se establece prioridad en plataformas digitales como redes sociales y página web. En conjunto con el marketing mix se aspira al reconocimiento y posicionamiento del emprendimiento, pues al ser una cafetería con un valor cultural se crean promociones y merchandising con diseños que incentivan a conocer sobre las manifestaciones culturales del cantón.
- El estudio ambiental ha sido aplicado en tres fases importantes del emprendimiento: construcción, operación y abandono. El fin fue evaluar los impactos ambientales que puedan producirse y como resultado se contemplan impactos positivos los cuales superan en cantidad a los

impactos negativos reflejando la viabilidad de la aplicación del emprendimiento; se observa además impactos negativos enmarcados en un rango medio y moderado que serán contrarrestados por medio de las medidas plasmadas en el plan de manejo ambiental.

- Para concluir, la inversión requerida es de \$139.022,43 del cual un 33% es capital propio y un 67% pertenece al financiamiento por parte de BanEcuador. Se determina la factibilidad del proyecto ya que, la tasa interna de retorno tiene un valor positivo de 17,46% y es mayor al costo de capital que corresponde al 8,50%. Según el cálculo del punto de equilibrio se estima recuperar la inversión en el sexto año con 494.044 unidades vendidas y \$1.186.666 de ingresos.

RECOMENDACIONES

- El valor cultural que tiene el cantón debe ser optimizado adecuadamente mediante una motivación por parte de los agentes turísticos hacia los diferentes establecimientos de alimentos y bebidas para difundir la información cultural, puesto que con el pasar de los años se han ido perdiendo ciertas tradiciones que para la actualidad solo se recupera una cierta parte y mas no en su totalidad.
- Ampliar la investigación de mercado dirigiéndose a conocer nuevas preferencias de consumo, ya que las mismas se encuentran en constantes cambios a causa de innovaciones de productos y servicios.
- Se debe detallar los valores y costos reales que requiere el emprendimiento, ya que de ese modo se tendrá una percepción de la viabilidad y factibilidad realizando un estudio financiero.
- Crear alianzas estratégicas entre entidades públicas y privadas para la promoción no solo del emprendimiento sino de la riqueza cultural del cantón, mediante publicaciones en revistas físicas y digitales de interés turístico, gastronómico y cultural.
- Identificar adecuadamente cada fase, acción e impacto del emprendimiento para poder establecer medidas que contribuyan a la prevención o mitigación de impactos, con el fin preservar el ambiente. Además, para conocer con mayor exactitud los posibles impactos que puede generar el emprendimiento será necesario la contratación de un especialista ambiental, lo cual permitirá contar con datos exactos y reales.
- Comparar los requisitos y tasas de interés de diferentes entidades financieras para elegir la opción que mejor se adapte al emprendimiento de acuerdo con las condiciones de operación. Del mismo modo, se debe tratar de tener un porcentaje considerable de capital propio para poder iniciar con las actividades básicas del proyecto.

BIBLIOGRAFÍAS

- Alvear, A. (2015). *Elaboración del organigrama y manual de funciones para Anpestrid Construcciones Cia. Ltda. de la ciudad de Cuenca en el periodo octubre 2014 – marzo 2015* [tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana] Repositorio Institucional UPS. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/8731/1/UPS-CT004997.pdf>
- Andía, W. (2011). *Redalcy.org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>
- ARQUITECTOS, I. (3 de Septiembre de 2015). *ITE ARQUITECTOS*. Obtenido de <http://www.ite-arquitectos.com/blog/index.php/2015/09/03/construir-sotano/>
- Bahls, Á., Wendhausen, R., & Añaña, E. d. (2019). *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Recuperado el 10 de Enero de 2021, de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V28/N02/v28n2a04.pdf>
- Café Buena Vista (2021). *Buena Vista Café*. Obtenido de <https://buenavistacafe.pe/#contactanos>
- Café Pushkin. (2021). *Maison DELLOS*. Obtenido de Restaurante de Cocina Rusa: <https://cafe-pushkin.ru/en/contact-details/>
- Café San Alberto. (2019). *San Alberto*. Obtenido de Grupo Kallpasapa Ltda.: <https://www.cafesanalberto.com/san-alberto/>
- Campoverde, G. (2018). *Repositorio UCV*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29801/B_Campoverde_%20PG.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- Cerpa, V. (Noviembre de 2019). *Plan de Desarrollo Turístico Cantonal de Cotacachi*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2020, de https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/PLAN-DE-DESARROLLO-TUR%C3%8DSTICO-DE-COTACACHI-VERSI%C3%93N-FINAL-AME-2_compressed.pdf

- Cevallos, R., Posso, M., Naranjo-Toro, M., Bedón, I., & Soria, R. (2018). *Historia de la Talabartería en Cotacachi*. Ibarra, Imbabura, Ecuador: Universidad Técnica del Norte. doi:978-9942-784-50-6
- Chilango, P. (20 de Octubre de 20). *Salem Witches: un refugio de magia, brujería, café y chela*. Obtenido de <https://www.chilango.com/comida/restaurantes/salem-witches-store-coffee/>
- Chong, I. (s/f). *Métodos y técnicas de la investigación documental*. Obtenido de http://ru.ffyl.unam.mx/bitstream/handle/10391/4716/12_IDB_2007_I_Chong.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Corrillo, F., & Gutiérrez, M. (Mayo de 2016). *Revistas Bolivarianas*. Obtenido de http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf
- Cruz, P. (2012). *Flujograma en la Gestión de Proyectos*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2012/11/18/flujogramas-en-la-gestion-de-proyectos/>
- Dirección General de Obras Públicas. (s.f.). *Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Programas y Proyectos de Inversión Pública*. Obtenido de https://www.preventionweb.net/files/32088_guiametodologicageneral.pdf
- División de Reclutamiento y Selección del Personal. (2007). *MANUAL DE POLITICAS, NORMAS Y PROCEDIMIENTOS PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO*. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic5_reptom_pj_anep.pdf
- Estrella, D. (2011). *Diversificación de productos y la incidencia en las ventas de la empresa DIPOR, CIA. LTDA. De la ciudad de Ambato*. [tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/11111/1/419%20Ing.pdf>
- Fórum Cultural del Café. (2020). *El Café en Ecuador*. Obtenido de <https://www.revistaforumcafe.com/el-cafe-en-ecuador>

- Gonzales, J. (1998). *DOCPLAYER*. Obtenido de <https://docplayer.es/6306649-Cerramientos-verticales-tierra-aire-muros-de-sotano.html>
- Herrera, H. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- HOUSE TEA. (2021). *Aoyama Flower Market Tea House*. Obtenido de <https://www.afm-teahouse.com/aoyama>
- Kirberg, A. (2016). *El marketing como estrategia de emprendimiento*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. doi:9789587625066
- Kotler, P. (2015). *Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos*. España: Valbuena, S.A.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Laza, P. L. (2015). *Ofertas Gastronómicas*. España: Síntesis, S.A.
- Leiva, N.(2019). *Manual de Bioseguridad*. Obtenido de Facultad de Medicina Clínica Alemana -Universidad de Desarrollo: <https://medicina.udd.cl/icim/files/2019/09/MANUAL-DE-BIOSEGURIDAD-pdf-web.pdf>
- Leopold, L., Clarke, F., Hanshaw, B., & Balsley, J. (1971). *USGS*. Obtenido de <https://pubs.usgs.gov/circ/1971/0645/report.pdf>
- Maestres, R. (Enero de 2015). *Misión, visión y valores: ¿sirve para algo su definición?* Obtenido de <http://www.debatesiesa.com/mision-vision-y-valores-sirve-para-algo-su-definicion/>
- Maragno, S., de Souza, P., & Lunkes, R. (2014). MISIÓN INSTITUCIONAL. Análisis de los principales elementos propuestos por Pearce II (1982) presentes en las misiones de los hoteles de Santa Catarina, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo* , 467-483.

- Martínez, R. (2015). *Síntesis*. Obtenido de <https://www.sintesis.com/data/indices/9788490771402.pdf>
- Mete, M. (2014). *VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2014000100006
- Ministerio de Salud Pública. (2016). *Bioseguridad para los*. Obtenido de <http://hospitalgeneralchone.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/Manual-de-Bioseguridad-02-2016-1.pdf>
- Molinero, N., & Oliver, S. (2013). *turismo cultural*. Madrid: EOI.
- Monferrer, D. (2013). *Universitat Jaume*. Obtenido de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Moscozo, L. (2011). *METODOLOGÍA PARA LA EJECUCIÓN Y CONTROL DE EXCAVACIONES EN SÓTANOS PARA EDIFICIOS* (trabajo de graduación). Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Municipio de Cotacachi. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Cotacachi*. Obtenido de <https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/K-Planes-programas/PDOT/Cantonal/PDOT%20COTACACHI.pdf>
- Novillo, E., Parra, E., Ramón, D., & Lopez, M. (2017). *Gestión de la Calidad: Un enfoque práctico*. Guayaquil: Compás Grupo de Capacitación e investigación pedagógica. doi:9789942750679
- OECD/Eurostat (2007), *Oslo Manual: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*, 3ª edición, Tragsa, Madrid, <https://doi.org/10.1787/9789264065659-es>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *DESARROLLO SOSTENIBLE*. Recuperado el 2020, de <https://www.unwto.org/sustainable-development>

- Quito Turismo. (2020). *Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico*. Obtenido de Calidad Turística: <https://www.quito-turismo.gob.ec/calidad-turistica/>
- Parella, S. & Martis, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. FEDUPEL. <https://issuu.com/originaledy/docs/metodologc3ada-de-la-investigacic3b>
- Perevochtchikova, M. (2013). *SCIELO*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/gpp/v22n2/v22n2a1.pdf>
- Prefectura de Imbabura. (2018). Recuperado el 21 de Enero de 2021, de Imbabura Geoparque Mundial: <http://geoparque.imbabura.gob.ec/>
- Real Academia Española. (s.f.). *Subterráneo*. Obtenido de <https://dle.rae.es/subterr%C3%A1neo>
- Rivero, M. (05 de 2018). *Matriz FODA*. Obtenido de Herramienta de aprendizaje: file:///C:/Users/angie/Downloads/MatrizFODA_herramientaparalaestrategia_Dra.MagdaRivero_mayo2018.pdf
- Rojo, E. (2014). Café I (G. Coffea). *Reduca*, 113-132.
- Roselló, R. (2019). Calidad en el sector turístico: marco normativo y planificación. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17, 14. doi:1695-7121
- Rouge, M. (1 de Julio de 2019). *Historia del Moulin Rouge, un símbolo centenario*. Obtenido de <https://www.entradasmoulinrouge.com/espectaculo/historia-del-moulin-rouge/>
- Sánchez, J. (2010). *Marketing*. FIRMAS Press. doi:9781944922222
- Sánchez, R., Lardé, J., Chauvet, P., & Jaimurzina, A. (Diciembre de 2017). *Inversiones en infraestructura*. doi: 1680-9025
- Taco, G. (2020). *Estudio de factibilidad para la creación de la cafetería "Temática Cupcakes" en la ciudad de Alausí, provincia de Chimborazo* [tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica De Chimborazo]. Repositorio

Institucional

ESPOCH.

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14012/1/22T0554.pdf>

Toasa, I. (2017). *Creación de una cafetería chocolatería* [tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26956/1/426%20o.e..pdf>

Tomala, O. (s.f.). *TIPOS DE INVESTIGACIÓN*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/misitioweboswaldotomala2016/tipos-de-investigacion>

Torres, M., & Paz, K. (s.f.). *Universidad Rafael Landívar*. Obtenido de http://fgsalazar.net/LANDIVAR/ING-PRIMERO/boletin03/URL_03_BAS01.pdf

UNESCO. (2012). *UNESCO*. Obtenido de https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef_0000228345&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_e0a4838c-3396-409b-a62b-6f32a7099ff1%3F_%3D228345spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/p

Velayos, V. (2014). *Valor actual neto (VAN)*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Yaselga, K. (2018). *PLAN DE MARKETING PARA LA AGENCIA DE VIAJES "HATUN DREAMS* [tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte] Repositorio Institucional UTN. <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/8714/1/02%20IME%20240%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

Zárate, M. (13 de 8 de 2017). *Tres hermanos, el comunismo y una rubia rusa llamada "Nathalie"*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/blog/larocolaitanola/2017/08/tres-hermanos-el-comunismo-y-una-rubia-rusa-llamada-nathalie/?ref=ecr>

ANEXOS

Anexo 1 Urkund



Document Information

Analyzed document	CAFETERÍA SUBTERRÁNEA UNDER COFFEE.docx (D112510576)
Submitted	9/13/2021 8:13:00 PM
Submitted by	
Submitter email	ammontalvom1@utn.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	fecruzg.utn@analysis.orkund.com

Anexo 2 Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio de Turismo

 Ministerio de Turismo									
FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO									
1.DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVI MÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8.DESTINOS CERCANOS		
Cotacachi	- Andino - Subtropical	-14°C-22°C -16°C-32°C	-500 y 1000 mm -3000mm	2400 msnm	0°18'22" N	78°15'50"W	Parque Nacional Cotacachi Cayapas – Laguna de Cuicocha		
9.BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO									
<p>El cantón Cotacachi es el más extenso de la provincia de Imbabura. En la época colonial Fray Pedro de la Peña, proyecta la creación de un nuevo cantón, este acometido se materializa en 1824 año en el que el territorio de Cotacachi es elevado a la categoría de cantón por Simón Bolívar. Originalmente Cotacachi significaba "Cerro alto o torre", apareció como cantón de Imbabura, el 25 de junio de 1822, confirmado el 24 de junio de 1842, sin embargo la cantonización fue el 6 de julio de 1861, iniciando así, su vida política administrativa con el nombre de Santa Ana de Cotacachi.</p>									
10. DATOS RELEVANTES									
SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICA MENT E ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE
169.084,72 ha	Norte: cantón Urcuquí y provincia del Carchi; Sur: cantón Otavalo y provincia de Pichincha;	40.036	19.945	49.82%	20.090	50.18%	1.4582	Primaria	Hombres

Oeste: zona no delimitada Las Golondrinas y provincia de Esmeraldas.

11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)

ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES
93.37%	62,17%	43.50%	95%		35.36%	35%		58.55%	65%	

12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)

TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON FORMACIÓN EN TURISMO	POLICÍA
4	1	8	5	8	3	1	3	14	92	1	1
BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUE ADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			
1	1	1	4	0	11	0	3				

13. ASENTAMIENTOS HUMANOS

La población urbana corresponde a 17139 habitantes, es decir, el 42.81% se encuentra concentrada en las parroquias Urbanas San Francisco y El Sagrario. Mientras que en la zona rural se encuentra 22897 habitantes (sin considerar Las Golondrinas), es decir, 57.19% se concentra en las parroquias rurales Apuela, García Moreno, Imantag, Peñaherrera, Plaza Gutiérrez, Quiroga, Cuellaje y Vacas Galindo.

14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS

11.1 TERRESTRE

DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO
-------	--------------------	--------	---------------------	------------------

Otavalo	Vía asfaltada	22 minutos	Bus	0,40							
Ibarra	Vía asfaltada	45 minutos	Bus	0,65							
11.2 AÉREO											
DESDE	CIA, FRECUENCIA	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO							
Ninguno				OW							
				RT							
11.3 ACUÁTICO											
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO							
Ninguno				OW							
				RT							
11.4 OTROS											
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO							
Ninguno				OW							
				RT							
15. CONECTIVIDAD DEL DESTINO CON LOS PUNTOS DE MAYOR EMISIÓN TURÍSTICA											
DISTANCIA (KM)	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	OTROS	OBSERVACIONES						
	93.9 km	515 km	574 km								
16. INTERCONEXIÓN CON OTROS DESTINOS											
NOMBRE(S) DEL (OS) DESTINOS	SITIO DE INTERCONEXIÓN	CONFORMAN PRODUCTO TURÍSTICO	NOMBRE	OBSERVACIONES							
Bosque Protector Peribuela		RUTA									
Laguna de Cuicocha		CIRCUITO									
Lagunas de Piñan		SENDERO									
17. ATRACTIVOS TURÍSTICOS											
17.1 NATURALES				17.2 CULTURALES							
Nombre	Número	Jerarquía				Nombre	Número	Jerarquía			
		I	II	III	IV			I	II	III	IV
Laguna de Cuicocha					Museo de las Culturas						
Lagunas de Piñan					Iglesia La Matriz						

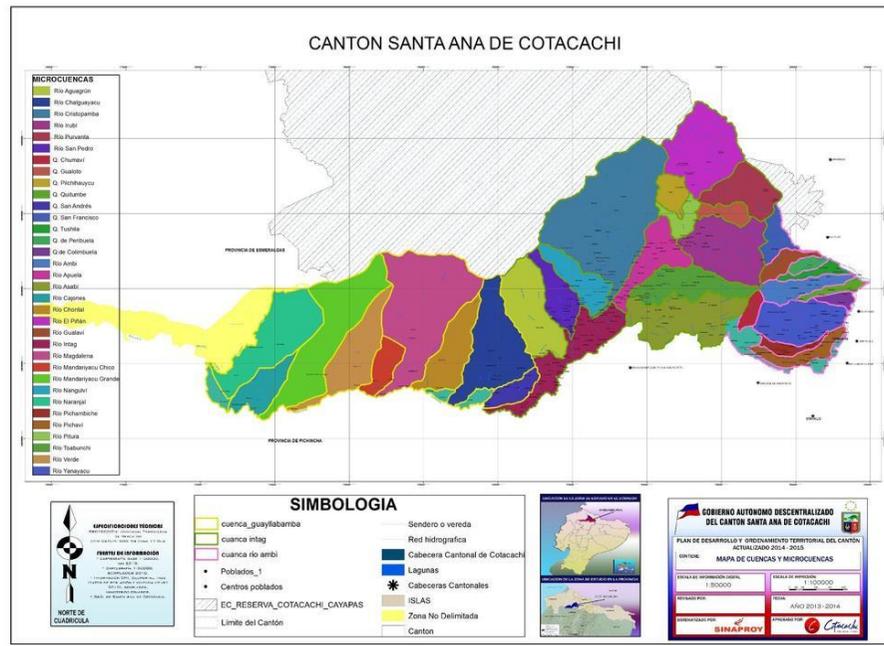
Bosque Protector Peribuela											
17.3 ATRATIVOS MÁS REPRESENTATIVOS							14.4 OBSERVACIONES				
Nombre	Latitud	Longitud	Estado de Conservación	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Atractivo (Local, provincial, Regional, Nacional, Internaional)					
Laguna de Cuicocha	0°18'09"N	- 78°21'44"W	Conservado	Nacional y Extranjera	Turista	Nacional					
Lagunas de Piñan	0°30'19"N	- 78°26'01"W	Conservado	Nacional	Turista	Provincial					
Bosque Protector Peribuela	0°22'53"N	- 78°17'12"W	Conservado	Nacional	Turista	Local					
18. SERVICIOS TURÍSTICOS											
18.1 TOTAL ESTABLECIMIENTOS	18.2 TIPOLOGÍA/ PLAZAS						18.4 OBSERVACIONES				
	Agencias de Viajes	Intermediación	Alojamiento	# Plazas	Alimentos y Bebidas	# Plazas					
	1	0	19	654	18	1153					
19. FACILIDADES TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN EL DESTINO											
19.1 TIPO	SI/NO	#	UBICACIÓN	ESTADO	19.2 OBSERVACIONES						
SEÑALIZACIÓN	SI	1	Muelle de Cuicocha	Bueno	En las comunidades existen diferentes clases de senderos que no han sido oficializados ni registrados. En el PNCC los senderos son manejados por el MAE.						
SEÑALÉTICA	SI	6	Chilcapamba	Bueno							
PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	SI	1		Conservado							
CENTRO DE INTERPRETACIÓN	NO										
CENTRO DE FACILITACIÓN	NO										
SENDEROS	SI	-	Comunidades del cantón	Bueno							
MIRADORES	SI	3	Comunidades de la zona Andina	Conservados							

OTROS										
20. MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN										
20.1 TIPO	CANTIDAD	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD			20.2 OBSERVACIONES				
ECOTURISMO	1	Todo el año	Intag							
TUR. DE NATURALEZA										
TURISMO COMUNITARIO	2	Junio - Septiembre	Cotacachi e Intag							
TURISMO CULTURAL	3	Junio	Cotacachi e Intag							
TURISMO RELIGIOSO										
TURISMO DE SALUD										
TURISMO DE DEPORTES	1	Septiembre	Cotacachi							
TURISMO DE AVENTURA	2	Septiembre	Cotacachi e Intag							
CONVENCIONES										
OTROS	3	Junio - Septiembre	Cotacachi e Intag							
21. INGRESO DE TURISTAS										
21.1 TURISTAS NACIONALES	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA USD	21.2 TURISTAS EXTRANJEROS	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA	21.3 OBSERVACIONES
22. INGRESOS POR TURISMO										
22.1 INGRESOS ECONÓMICOS POR TURISMO			22.2 INGRESO DE DIVISAS POR DESTINO			22.3 TOTAL INGRESOS POR TURISMO USD		22.4 OBSERVACIONES		
AÑO	TURISMO INTERNO (%)	TURISMO RECEPTIVO (%)	AÑO	TURISMO INTERNO USD	TURISMO RECEPTIVO USD					

23. DESARROLLO LOCAL POR TURISMO										
23.1 EMPLEO DIRECTO/ INDIRECTO (# DE PERSONAS)									23.2 OBSERVACIONES	
ALOJAMIENTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TRANSPORTE	ESPARCIMIENTO	GUIANZA	OPERACIONES TURÍSTICAS	COMERCIO	ARTESANIA	OTROS		
23.3 POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA				23.4 DECLARATORIAS EN EL DESTINO						23.5 OBSERVACIONES
FAMILIAS	COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD	FECHA	DETALLE		ESTADO			
140	7	Comité Cuicocha	MINISTERIO DEL AMBIENTE							
			MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO							
			OTROS							
24. DESCENTRALIZACIÓN TURÍSTICA/ ORGANIZACIONES EN TERRITORIO										
MUNICIPIO DESCENTRALIZADO	FECHA DE CONVENIO	ORGANIZACIÓN MUNICIPAL	# DE EMPLEADOS	IMAGEN CORPORATIVA DE TURISMO	ITUR	COMISIÓN DE TURISMO EN CONCEJO MUNICIPAL	CONSEJO CANTONAL DE TURISMO U OTRO	ORDENANZAS MUNICIPALES PARA DESARROLLO TURÍSTICO	AÑO DE EXPEDICIÓN	

1						
CÁMARA DE TURISMO	ASOCIACIONES O AGRUPACIONES TURÍSTICAS	OFICINA MINTUR EN DESTINO	COORDINACIÓN ZONAL VINCULADA AL DESTINO	OTROS NIVELES DE ORGANIZACIÓN	24.1 OBSERVACIONES	
25. PROYECTOS TURÍSTICOS A DESARROLLARSE						
25.1 NOMBRE	25.2 LOCALIDAD	25.3 TIPO DE PROYECTO	25.4 OBJETIVO	25.5 RESPONSABLE	25.6 MONTO	
Potenciar y consolidar el desarrollo turístico del cantón Cotacachi			Fortalecer al cantón Cotacachi como destino turístico.			
Organización de la segunda edición de la feria CUEROMODA 2020 (Turismo MICE).				Dirección de Desarrollo Económico y Producción del Municipio de Cotacachi		
Organización de la Feria Agropecuaria y agroindustrial (Turismo MICE).				Dirección de Desarrollo Económico y Producción del Municipio de Cotacachi		
Centro de Capacitación Municipal para el desarrollo económico (incluye turismo).				Dirección de Desarrollo Económico y Producción del Municipio de Cotacachi		
Implementar señalética turística en el cantón Cotacachi (Pueblos Mágicos).				Dirección de Desarrollo Económico y Producción del Municipio de Cotacachi		
Estudio y diseño para proyecto parque náutico en la laguna de Cuicocha en el cantón Cotacachi con la Universidad Católica (Turismo de Aventura).				Dirección de Desarrollo Económico y Producción del Municipio de Cotacachi		
25.7 OBSERVACIONES	El presupuesto de la Dirección de Desarrollo Económico y Producción del Municipio de Cotacachi cantón para el año 2020 es de \$476.715,66 dólares, dentro los cuales se han programado las actividades detalladas anteriormente.					
26. PRINCIPALES NECESIDADES						

DETALLE	MARCAR	ESPECIFICACIONES		
CONSERVACIÓN URBANA				
SANEAMIENTO Y SALUBRIDAD				
MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS				
CIRCULACIÓN VEHICULAR				
ACCESOS	X	Mejorar las vías de acceso en especial hacia el Parque Nacional Cotacachi Cayapas		
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO	X	Actualizar y dar mantenimiento adecuado a la señalización turística, así como la señalética turística del cantón.		
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	X	Escasa señalética y señalización turística y vial		
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS	X	Dotar de facilidades en los sitios identificados como turísticos, en articulación con la Autoridad Nacional de Turismo y los gobiernos autónomos descentralizados provinciales.		
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA	X	Capacitación en atención al cliente e idiomas		
OTROS				
23.1 OBSERVACIONES				
27. FUENTES DOCUMENTALES Y OTRAS				
FUENTE	TIPO	AÑO DE EXPEDICIÓN	VIGENCIA	24.1 OBSERVACIONES
Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotacachi	PDF	2015	2035	
Plan de Desarrollo Turístico Cantonal de Cotacachi	PDF	2019	2023	
25. MAPA				



CREDITOS INSTITUCIONALES	Levantamiento de información	Procesamiento	Revisión	Aprobación
Fecha				
Nombre				
Cargo				
Institución				



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO
ENCUESTA

Tema: Cafetería subterránea enfocada a la exposición de las manifestaciones culturales en Cotacachi, Imbabura, Ecuador.

Objetivo: Analizar el grado de aceptación de una cafetería subterránea enfocada a la exposición de manifestaciones culturales en Cotacachi.

Instrucción: La presente encuesta consta de 18 preguntas sobre lo que conoce o piensa referente a implementar una cafetería subterránea enfocada a la exposición de manifestaciones culturales en Cotacachi. Tomar en cuenta que cada pregunta es diferente; por tanto, se agradecerá leer detenidamente las mismas antes de contestar.

DATOS GENERALES

1. Género

- a) Masculino
- b) Femenino
- c) LGBTI

2. Edad

- a) 18-24
- b) 25-35
- c) 36-45
- d) 46-55
- e) Más de 56

3. Lugar de procedencia

- a) Tulcán

- b) Ibarra
- c) Otavalo
- d) Cotacachi
- e) Cayambe
- f) Otro

4. Ocupación

- a) Empleado Público
- b) Empleado Privado
- c) Estudiante
- d) Jubilado
- e) Otro

5. Nivel de instrucción

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Tercer nivel-Superior
- d) Cuarto nivel / otro
- e) Ninguno

6. Nivel de ingresos mensuales

- a) Menos de \$400
- b) De \$401 a \$500
- c) De \$501 a \$1000
- d) De \$1001 a \$1500
- e) Más de \$1500

PERFIL TURÍSTICO

7. ¿El café es un tipo de bebida de su preferencia?

- a) Si
- b) No

8. ¿Con que frecuencia degusta de un café?

- a) Diariamente
- b) Varias veces a la semana
- c) Varias veces al mes

9. Tiempo promedio que le gustaría permanecer en una cafetería

- a) De 30 minutos a 1 hora
- b) De 1 Horas a 2 Horas
- c) Más de 2 horas

10. ¿Con quién concurre a un tomar café?

- a) Solo/a
- b) Pareja
- c) Amigos
- d) Familiares
- e) Fines académicos
- f) Razones laborales
- g) Otros

11. Según su criterio ¿Cuáles de las siguientes características toma en cuenta al visitar una cafetería?

- a) Aspecto visual (decoración, diseño, etc.)
- b) Atención cordial
- c) Agilidad en el servicio
- d) Menú variado
- e) Precios accesibles
- f) Buen sabor de productos
- g) Comodidad
- h) Higiene

12. ¿Conoce usted una cafetería subterránea en Cotacachi?

- a) Si
- b) No

13. ¿Ha visitado alguna cafetería con enfoque sobre manifestaciones culturales en Cotacachi?

- a) Si
- b) No

14. ¿Le gustaría que Cotacachi cuente con una cafetería subterránea con enfoque cultural?

- a) Si
- b) No

15. ¿Cuáles de las siguientes opciones le parece que deberían complementar al servicio de cafetería?

- a) Exposición de fotografías y videos históricos del cantón Cotacachi
- b) Ambientación con música instrumental - acústica
- c) Decoración tradicional y moderna
- d) Servicio de un barista (profesional que trabaja creando nuevas y diferentes bebidas basadas en el café, usando varios tipos de leches, esencias y licores, entre otros. Y puede complementar su trabajo con arte del latte.)
- e) Horno de leña
- f) Tecnología (códigos QR en los menús)

16. ¿Cuáles de los siguientes tipos de preparaciones de café le gustaría degustar?

- a) Espresso (café + agua)
- b) Café latte (espresso + leche)
- c) Cappuccino (espresso + leche + espuma de leche)
- d) Mocha (espresso + leche + chocolate)
- e) Chuspa (café colado en tela)
- f) 7 granos (avena, centeno, maíz, soja, arveja, habas, trigo)
- g) Tinto (cargado, especial de Colombia)
- h) Carajillo (café + wiski)
- i) Café con beayles (café + crema de licor)

17. ¿Cuáles de las siguientes opciones le gustarían para acompañar su café?

- a) Quimbolitos
- b) Humitas
- c) Empanadas
- d) Pasteles
- e) Pasteles veganos y vegetarianos
- f) Pan horneado (maíz, trigo, harina blanca)
- g) Tortillas de tiesto
- h) Sándwiches

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el consumo de los diferentes productos que le ofrezcan en este tipo de establecimiento?

- a) \$2.5 a \$3
- b) \$3.5 a \$4
- c) \$4.5 a \$5
- d) Más de \$5
- e) Más de \$5

19. A su consideración ¿Qué otros productos le gustarían que se brinde en la cafetería?

- a) Aguas aromáticas (hechas a base de plantas medicinales: manzanilla, cedrón, menta, etc.)
- b) Chocolate artesanal
- c) Batidos
- d) Jugos naturales
- e) Postres (tiramisú, flan, brownie, etc.)
- f) Galletas
- g) Gaseosas-aguas

20. ¿Cuál es el medio de comunicación que utiliza con más frecuencia?

- a) Radio

- b) Prensa
- c) Televisión
- d) Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, etc.)
- e) Páginas web
- f) Agencia de Viaje
- g) Otros

Anexo 4 Entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO
ENTREVISTAS

Cafeterías

Maribel Aro, Cafetería Río Intag

- 1. ¿En el presente año ha existido un incremento o disminución de la afluencia de clientes a su establecimiento?**

Ha bajado mucho la clientela, a diferencias del anterior por la presencia del paro también.

- 2. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?**

6 personas divididas en tres turnos, mañana, tarde y noche

- 3. ¿Los clientes que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?**

Dos clases. Nacionales con clientes de Quito, Otavalo, Atuntaqui. En cuestión de extranjeros principalmente los residentes.

- 4. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?**

No tiene un número exacto, porque varían entre clientes frecuentes y nuevos.

- 5. ¿Qué actividades brinda a sus clientes mientras esperan su servicio?**

La mayoría de clientes no necesitan de juegos de mesa, sino más bien viene por cuestiones de trabajo; y otros por ocio.

- 6. ¿Qué tipo de servicios oferta?**

Exclusivamente Cafetería

7. ¿Cuál es el segmento de mercado al que se dirige su establecimiento?

Nacional e internacional

8. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?

Redes sociales, Facebook e Instagram y Trip Advisor

9. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?

No sentimos que exista competencia, cada uno tiene su esencia. De pronto *Incanto Gelato*.

10. ¿Qué medidas de seguridad ha tomado en su establecimiento ante la situación de pandemia que se vive?

Bandeja de limpieza de calzado, termómetro, gel, alcohol, uso de mascarilla, señalética.

Karen Varela, Cafetería Casa de Intag

1. ¿En el presente año ha existido un incremento o disminución de la afluencia de clientes a su establecimiento?

La cafetería lleva abierta desde mediados de octubre, decidimos cambiarnos de ciudad de Otavalo a Cotacachi, se ha observado mayor afluencia de turistas dentro de la ciudad.

2. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

Es un negocio familiar, tenemos una finca de café, es una cadena, mi papá es caficultor es quien nos provee de café, solo entre mi hermana y yo.

3. ¿Los clientes que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?

Afluencia de turistas nacionales, los extranjeros son residentes aquí en la ciudad.

4. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?

Un aproximado de 150 personas, los fines de semana es más variado, entre semana llegan clientes frecuentes.

5. ¿Qué actividades brinda a sus clientes mientras esperan su servicio?

6. ¿Qué tipo de servicios oferta?

Bebidas básicas de café, bebidas frías y calientes, chocolates, postres, pasteles, helados.

7. ¿Cuál es el segmento de mercado al que se dirige su establecimiento?

Turistas, nivel social medio

8. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?

Redes sociales: Facebook, Instagram, Google Maps

9. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?

Cafeterías con más trayectoria como Rio Intag y Aroma.

10. ¿Qué medidas de seguridad ha tomado en su establecimiento ante la situación de pandemia que se vive?

Medidas impuestas por el COE Nacional, implementar alcohol en cada una de las mesas para que los clientes se sientan más seguros.

Raúl Meneses, Cafetería Aroma & Gelato

1. ¿En el presente año ha existido un incremento o disminución de la afluencia de clientes a su establecimiento?

Este año ha sido bien complicado y la disminución es notoria.

2. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

Tres personas, los cuales son estudiantes.

3. ¿Los clientes que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?

Nacionales de la ciudad de Quito y extranjeros principalmente residentes

4. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?

El número varía y va desde 400 a 500 personas.

5. ¿Qué actividades brinda a sus clientes mientras esperan su servicio?

Para los niños pequeños juegos de mesa. Para adultos no se ofrece algo en especial por el espacio de la cafetería. Contábamos con un pequeño librero, en su debido momento funcionaba, por ahora no ofrecemos actividades.

6. ¿Qué tipo de servicios oferta?

Principalmente de cafetería.

7. ¿Cuál es el segmento de mercado al que se dirige su establecimiento?

Anteriormente era destinado al turista extranjero. Por la situación de pandemia hemos decidido enfocarnos al turista nacional.

8. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?

Redes sociales principalmente, Facebook y Twitter

9. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?

Existen aproximadamente 15 cafeterías, personas que se han inclinado por crear emprendimiento. No consideramos a nadie como competencia, ofrecemos nuestro servicio, nuestro estilo y tenemos nuestros clientes.

10. ¿Qué medidas de seguridad ha tomado en su establecimiento ante la situación de pandemia que se vive?

Las que se nos ha indicado, uso de mascarilla, desinfección de calzado, gel alcohol para todos los clientes que ingresan a la cafetería.

Santiago Baquero, Cafetería *Incanto Gelato*

1. ¿En el presente año ha existido un incremento o disminución de la afluencia de clientes a su establecimiento?

Si se ha visto la disminución y sobre todo mi negocio se ha visto afectado. Sin embargo, no he notado ausencia de clientes porque trato de abrir y brindar el servicio.

2. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

Tres personas, una persona trabaja conmigo entre semana y las otras dos los fines de semana

3. ¿Los clientes que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?

4. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?

Varía, ya que distribuyo mis productos a otros lugares.

5. ¿Qué actividades brinda a sus clientes mientras esperan su servicio?

Ninguna, simplemente están de paso.

6. ¿Qué tipo de servicios oferta?

Cafetería, heladería, repostería.

7. ¿Cuál es el segmento de mercado al que se dirige su establecimiento?

Mi estudio de mercado fue el extranjero, empecé con un 80% de americanos, pero actualmente tengo un 15 o 20% de americanos y un 80% de locales

8. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?

Principalmente redes sociales, Facebook, Instagram, WhatsApp *Bussines*, y principalmente el Boca a Boca

9. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia?

Todo negocio que venda los mismos productos. La competencia es buena siempre y cuando sea sana. Es mejor que exista la competencia porque me permite mejorar.

10. ¿Qué medidas de seguridad ha tomado en su establecimiento ante la situación de pandemia que se vive?

Las medidas dictadas, mantener la distancia, uso de mascarilla, desinfectante de manos, alcohol, gel.

Gestores Culturales

Chelita Albuja

1. ¿Según su perspectiva cuál es el nivel de afluencia turística que tiene el cantón Cotacachi?

Hablaría de un año y medio porque prácticamente vino la pandemia y no ha habido mayo influencia turística, sin embargo, mucho antes se observaba mucha afluencia en todos los sitios maravillosa que tiene el cantón, la laguna de Cuicocha, el museo, el centro histórico, la ciudad en general que tiene atractivos muy bonitos. El paro del año 2019 también afectó a nuestro cantón y también al Ecuador.

2. ¿Qué sensación causa escuchar la música popular de Cotacachi?

Es muy emocionante, emotivo, llega al fondo del corazón tal como la canción "Aires de mi tierra", tantos cotacacheños músicos que plasman y

el sentimiento es grande. Rumba habana, el colegio Luis Ulpiano de la torre también se preparan jóvenes para encaminarse en la cultura artística.

3. ¿Cuál tradición es la que toma mayor presencia dentro de las manifestaciones culturales del Cotacachi?

Semana santa tenía mucha afluencia por la vestimenta indígena por las andas y los santos. San Juan con las comunidades indígenas se prepara para empezar esta fiesta, anteriormente desde mayo empezaban a bailar y preparan la chica, papas, carnes coloradas, las papas el mote, y u bajan para tomar y bailar en la plaza de Cotacachi; pero debido a la pandemia se ha prohibido por tema de contagios. Lo que también se ha perdido es el churo que ya no se usa, un instrumento musical que ya no tiene mucho eco y no se ha conservado como en fechas anteriores.

4. ¿De qué manera considera que se puede llegar a exponer las manifestaciones culturales ante los turistas que visitan el cantón?

Con la publicidad y los medios de comunicación quienes son los encargados de difundir y hacer una comunicación efectiva y activa, que muestren las partes positivas, que claro hay aspectos negativos como las peleas del inti Raymi; sin embargo, deben reflejar la parte positiva que existe dentro de las comunidades y del cantón Cotacachi.

5. ¿Conoce alguna cafetería cuya infraestructura sea subterránea en el cantón? De su respuesta ser positiva ¿Cuál es su apreciación de ella?

No existe ninguna construcción subterránea.

6. ¿Cómo concibe la idea de construir una cafetería subterránea que exponga las manifestaciones culturales de Cotacachi?

Me parece un proyecto muy interesante, sin embargo, se debe hacer un mercadeo ya que la parte económica se ha visto afectada, por cual este estudio debe ser adecuado ya que es una inversión muy fuerte.

7. ¿Cuál sería su aporte a este emprendimiento para que logre ser aceptado por la ciudadanía?

Promocionar a la ciudadanía a través de las redes sociales para que conozcan su proyecto y lo bello que tiene el cantón Cotacachi.

1. ¿Según su perspectiva cuál es el nivel de afluencia turística que tiene el cantón Cotacachi?

Un nivel alto, porque tiene algunos atractivos como la laguna de Cuicocha, artesanías en cuero y la zona subtropical de Intag hace que lleguen visitas de todas partes del país. El tema de tener paisajes y recursos donde la gente pueda caminar, las comunidades también han incursionado en el turismo comunitario, a la vez que es un cantón tranquilo no existe delincuencia o violencia; sumarle también la gastronomía en especial las carnes coloradas que son características del Cotacachi.

2. ¿Qué sensación causa escuchar la música popular de Cotacachi?

En los últimos años se ha venido dando un debate de cual ciudad es la capital de la música, Loja y Cotacachi, la tradición musical bien de muchos años, pues contamos con una tradición a Rumba Habana, tenemos bandas musicales muy conocidas a nivel nacional como la banda de Quiroga, Peñaherrera, la Banda municipal de Cotacachi, esto hace que los cotacacheños sepamos aceptar y convivir con la música propia. Además, el cantón tiene dos instituciones musicales como la unidad educativa Luis Ulpiano de la torre que forja grandes músicos y también el instituto de música Luis Ulpiano de música. Se vive un ambiente de música también con orquestas actuales como la Academia y la Bayana que son músicos formados en Cotacachi.

3. ¿Cuál tradición es la que toma mayor presencia dentro de las manifestaciones culturales del Cotacachi?

La semana santa porque es una situación de varios años en donde se realizan los cuadros vivos, las comunidades bajan con las *guioneras* trayendo las figuras de los santos y también procesiones nocturnas. El dos de noviembre también llama a la gente por el tema de los juegos tradicionales del trompo y por el día de difuntos. Las fiestas de *inti Raymi* en donde llegan turistas y la fiesta emblemática por la chicha de jora.

4. ¿De qué manera considera que se puede llegar a exponer las manifestaciones culturales ante los turistas que visitan el cantón?

Depende de la empresa privada y también municipal, sin embargo, lo que más se maneja son las redes sociales. A la vez también el servicio y seguridad que ofrece el cantón, ya que viene en familiar y amigos entonces se deben sentir cómodos.

5. ¿Conoce alguna cafetería cuya infraestructura sea subterránea en el cantón? De su respuesta ser positiva ¿Cuál es su apreciación de ella?

No he tenido esa experiencia, Cotacachi tiene cafeterías bien elaboradas con diferentes conceptos. Este concepto que quieren acoplar que sea un buen atractivo que les permita aprovechar el café de la zona de Intag en un ambiente adecuado e incluir la parte patrimonial.

6. ¿Cómo concibe la idea de construir una cafetería subterránea que exponga las manifestaciones culturales de Cotacachi?

Todo lo que suma para que los turistas vengan es bienvenido, tomando en cuenta que el turismo ha sido afectado por la pandemia y esta forma de innovación y de presentar el producto puede atraer turistas que busquen de un concepto diferente y degustar del café.

7. ¿Cuál sería su aporte a este emprendimiento para que logre ser aceptado por la ciudadanía?

Promocionar, porque los ciudadanos somos buenos agentes, primeramente, visitar, conocer, calificar la calidad y con esa base promocionar a amigos, clientes, compañeros de trabajo, difundir por las redes sociales personales, es un aporte para el emprendimiento, ya que a los turistas les atrae algo nuevo.

Lenin Alvear

1. ¿Según su perspectiva cuál es el nivel de afluencia turística que tiene el cantón Cotacachi?

Cotacachi tiene un nivel de afluencia turística interesante, sin embargo, no suficiente, es una ciudad de paso. En los años 80 comenzó a existir un turismo de hospedaje, porque el señor Hugo Córdoba desarrollo un proyecto a través de su operado que es Intipungo. Sin embargo, los turistas se quedan y consumen poco. El cantón no está diseñado para

que el turista se quede. A partir de la pandemia el turismo si está regresando, aunque se considera que la calle 10 de agosto es el lugar turístico, cuando no se toma en cuenta de forma general al cantón, esta zona es destinada a uso comercial y no se observa un enfoque cultural.

2. ¿Qué sensación causa escuchar la música popular de Cotacachi?

Yo trabajo a diario con elementos de la música, conceptuales y filosóficos. Me motiva a contribuir milenios de trabajo de la gente que vivió aquí, poner en valor y sentar bases para que se logre realizar algo con la cultural actual y la que nos dejaron como legado.

3. ¿Cuál tradición es la que toma mayor presencia dentro de las manifestaciones culturales del Cotacachi?

Existían 11 tradiciones que era un sistema calendárico anual que encerraban todo un ciclo, incluso de celebraciones prehispánicas, pero hace 50 años aproximadamente se destruyeron nueve de ellas y quedaron tres: *inti Raymi* o *Hatun puncha* que es la más representativa.

Esa es una contraparte ya que es una celebración masculina y la femenina es la Semana Santa, las dos son necesarias y las que nos quedan. La semana santa es una expresión femenina que tiene otra sensación.

La danza de los abagós es una celebración de Corpus Cristi pero se ha perdido esta tradición.

4. ¿De qué manera considera que se puede llegar a exponer las manifestaciones culturales ante los turistas que visitan el cantón?

5. ¿Conoce alguna cafetería cuya infraestructura sea subterránea en el cantón? De su respuesta ser positiva ¿Cuál es su apreciación de ella?

No he escuchado de ese tipo de infraestructura, sin embargo, no he visto alguien que se enfoque a lo cultura, colocar una fotografía en un restaurante no es cultural. Tenemos el contenido mítico filosófico de la cultura y patrimonio porque la gente no socializa y no difunde, no hace uso u optimiza ese conocimiento, no existe una curiosidad por explotar la historia y patrimonio del lugar. Mientras la gente aprenda más sobre el

cantón se lleva una experiencia buena. Se necesita fortalecer un proceso de interiorización de lo que somos.

6. ¿Cómo concibe la idea de construir una cafetería subterránea que exponga las manifestaciones culturales de Cotacachi?

Me parece una buena idea, además de que si se va a adornar o el concepto de diseño de este espacio va a tener como patrón la identidad del cantón sería maravilloso y un gran ejemplo de que si se puede optimizar lo que somos y tenemos para provecho económico y a la vez para que se ponga en valor los elementos de identidad.

7. ¿Cuál sería su aporte a este emprendimiento para que logre ser aceptado por la ciudadanía?

El aporte a un proyecto privado sería de pronto socializar o compartir el conocimiento que tengo y contribuir la cultura que tenemos.

Anexo 5 Materia prima

Cafés									
Espresso									
Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
250ml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Café molido fino	g	100	\$ 0,015	\$ 3,86	kg	2,3	34,77	\$ 139,07
Total					\$ 3,863			\$ 34,77	\$ 139,07
Café latte									
Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
147gml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Leche	ml	200	\$ 0,001	\$ 0,17	l	1,8	\$ 1,53	\$ 6,12
	Leche condensada	ml	200	\$ 0,010	\$ 2,08	l	1,8	\$ 18,72	\$ 74,88
	Canela	g	50	\$ 0,030	\$ 1,48	kg	0,5	\$ 13,34	\$ 53,37
	Café	g	30	\$ 0,039	\$ 1,17	kg	0,3	\$ 10,53	\$ 42,12
Total					\$ 4,90			\$ 44,12	\$ 176,49
Capuchino									

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad	Costo mensual	Costo 4 meses
147ml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Crema de leche	g	500	\$ 0,007	\$ 3,38	kg	4,5	\$ 30,38	\$ 121,50
	Café en polvo	g	50	\$ 0,008	\$ 0,41	kg	0,5	\$ 3,66	\$ 14,63
	Esencia de vainilla	g	20	\$ 0,014	\$ 0,28	kg	0,2	\$ 2,52	\$ 10,08
	Mantequilla	g	200	\$ 0,008	\$ 1,50	kg	1,8	\$ 13,50	\$ 54,00
	Chocolate amargo	g	250	\$ 0,010	\$ 2,59	kg	2,3	\$ 23,29	\$ 93,15
	Azúcar refinada	g	50	\$ 0,001	\$ 0,05	kg	0,5	\$ 0,43	\$ 1,73
	Huevos	g	100	\$ 0,008	\$ 0,80	kg	0,9	\$ 7,20	\$ 28,80
	Azúcar glas	g	50	\$ 0,002	\$ 0,11	kg	0,5	\$ 0,99	\$ 3,96
	Total				\$ 9,11			\$ 81,96	\$ 327,84
Mocca									
Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad	Costo mensual	Costo 4 meses
147ml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax

Café molido fino	g	400	\$ 0,015	\$ 6,18	kg	3,6	\$ 55,63	\$ 222,52
Chocolate en polvo	g	100	\$ 0,007	\$ 0,70	kg	0,9	\$ 6,26	\$ 25,06
Leche	ml	600	\$ 0,001	\$ 0,51	l	5,4	\$ 4,59	\$ 18,36
Jarabe de chocolate	ml	150	\$ 0,008	\$ 1,27	l	1,4	\$ 11,42	\$ 45,66
Chocolate amargo	g	250	\$ 0,010	\$ 2,59	kg	2,3	\$ 23,29	\$ 93,15
Canela	g	50	\$ 0,030	\$ 1,48	kg	0,5	\$ 13,34	\$ 53,37
Total				\$ 12,73			\$ 114,53	\$ 458,11

Chuspa

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
250ml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Café de pasar	g	500	\$ 0,008	\$ 4,06	kg	4,5	36,5625	\$ 146,25
Total					\$ 4,06			36,5625	\$ 146,25

7 granos

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
250ml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Avena	g	300	\$ 0,001	\$ 0,33	kg	2,7	\$ 2,98	\$ 11,92
	Centeno	g	300	\$ 0,002	\$ 0,66	kg	2,7	\$ 5,96	\$ 23,84
	Maíz	g	300	\$ 0,002	\$ 0,66	kg	2,7	\$ 5,96	\$ 23,84
	Trigo	g	300	\$ 0,002	\$ 0,66	kg	2,7	\$ 5,96	\$ 23,84
	Habas secas	g	300	\$ 0,002	\$ 0,66	kg	2,7	\$ 5,96	\$ 23,84
	Soya	g	300	\$ 0,002	\$ 0,66	kg	2,7	\$ 5,96	\$ 23,84
	Arvejas secas	g	300	\$ 0,002	\$ 0,66	kg	2,7	\$ 5,96	\$ 23,84
	Total				\$ 4,30			\$ 38,74	\$ 154,97
Tinto									
Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
160ml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Café molido	g	300	\$ 0,015	\$ 4,64	kg	2,7	\$ 41,72	\$ 166,89
	Azúcar	g	500	\$ 0,001	\$ 0,55	kg	4,5	\$ 4,97	\$ 19,87
	Total				\$ 5,19			\$ 46,69	\$ 186,75
Carajillo									

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
160ml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Licor 43	ml	250	\$ 0,036	\$ 8,93	l	2	\$ 80,36	\$ 321,43
	Café molido	g	250	\$ 0,015	\$ 3,86	kg	2	\$ 34,77	\$ 139,07
	Total				\$ 12,79			\$ 115,13	\$ 460,50

Baileys

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
147ml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Café molido	g	50	\$ 0,015	\$ 0,77	kg	0,5	\$ 6,95	\$ 27,81
	Chocolate en polvo	g	50	\$ 0,007	\$ 0,35	kg	0,5	\$ 3,13	\$ 12,53
	Canela	g	20	\$ 0,030	\$ 0,59	kg	0,2	\$ 5,34	\$ 21,35
	Azúcar	g	50	\$ 0,001	\$ 0,06	kg	0,5	\$ 0,50	\$ 1,99
	Licor baileys	ml	50	\$ 0,030	\$ 1,50	l	0,5	\$ 13,50	\$ 54,00
	Total				\$ 3,27			\$ 29,42	\$ 117,68

Americano

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
-------------	--------------------	---------------	-----------------	----------------	--------------------	---------------	-------------------------	----------------------	----------------------

200ml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Café molido fino	g	400	\$ 0,015	\$ 6,18	kg	3,6	\$ 55,63	\$ 222,52
Total					\$ 6,18			\$ 55,63	\$ 222,52

Chocolate artesanal

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
150ml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Chocolate de hoja	g	800	\$ 0,007	\$ 5,33	kg	7,2	\$ 48,00	\$ 192,00
Total					\$ 5,33			\$ 48,00	\$ 192,00

Postres vegetarianos y veganos

Pastel de quinua

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
150g			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Harina integral	g	250	\$ 0,002	\$ 0,55	kg	2,3	\$ 4,97	\$ 19,87
	Quinua	g	250	\$ 0,002	\$ 0,55	kg	2,3	\$ 4,97	\$ 19,87

Aceite de oliva	ml	125	\$ 0,008	\$ 1,00	l	1,1	\$ 9,00	\$ 36,00
Linaza	g	50	\$ 0,007	\$ 0,34	kg	0,5	\$ 3,09	\$ 12,38
Azúcar	g	200	\$ 0,001	\$ 0,22	kg	1,8	\$ 1,99	\$ 7,95
Queso ricota	g	225	\$ 0,006	\$ 1,41	kg	2,0	\$ 12,65	\$ 50,58
Royal	g	5	\$ 0,013	\$ 0,06	kg	0,0	\$ 0,56	\$ 2,25
Total				\$ 4,14			\$ 37,22	\$ 148,89

Pastel de zanahoria

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
150g			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Harina	ml	250	\$ 0,001	\$ 0,28	kg	2,3	\$ 2,48	\$ 9,93
	Azúcar morena	ml	125	\$ 0,001	\$ 0,13	kg	1,1	\$ 1,13	\$ 4,50
	Zanahoria	ml	750	\$ 0,005	\$ 3,75	kg	6,8	\$ 33,75	\$ 135,00
	Nueces	g	125	\$ 0,013	\$ 1,67	kg	1,1	\$ 15,00	\$ 60,00
	Royal	g	30	\$ 0,013	\$ 0,38	kg	0,3	\$ 3,38	\$ 13,50
	Linaza	g	50	\$ 0,003	\$ 0,14	kg	0,5	\$ 1,25	\$ 5,00
Total					\$ 6,33			\$ 56,98	\$ 227,93

Pastel de choclo

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
150g			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Choclo	g	906	\$ 0,002	\$ 2,00	kg	8,2	\$ 18,00	\$ 72,00
	Mantequilla	g	60	\$ 0,004	\$ 0,23	kg	0,5	\$ 2,05	\$ 8,21
	Leche	ml	250	\$ 0,001	\$ 0,21	l	2,3	\$ 1,91	\$ 7,65
	Crema de leche	g	250	\$ 0,007	\$ 1,69	kg	2,3	\$ 15,19	\$ 60,75
	Queso	g	30	\$ 0,005	\$ 0,15	kg	0,3	\$ 1,35	\$ 5,40
	Azúcar	g	45	\$ 0,001	\$ 0,05	kg	0,4	\$ 0,45	\$ 1,79
	Sal	g	5	\$ 0,001	\$ 0,01	kg	0,0	\$ 0,05	\$ 0,22
	Linaza	g	50	\$ 0,006	\$ 0,31	kg	0,5	\$ 2,81	\$ 11,24
	Total				\$ 4,65			\$ 41,81	\$ 167,25

Postres

Pastel de chocolate

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
120g			8 pax		8 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Harina	g	200	\$ 0,001	\$ 0,22	kg	2,3	\$ 2,48	\$ 9,93

Cocoa sin azúcar	g	150	\$ 0,001	\$ 2,55	kg	1,7	\$ 28,69	\$ 114,75
Mantequilla	g	200	\$ 0,004	\$ 0,76	kg	2,3	\$ 8,55	\$ 34,20
Leche	ml	150	\$ 0,001	\$ 0,13	l	1,7	\$ 1,43	\$ 5,74
Royal	g	15	\$ 0,013	\$ 0,19	kg	0,2	\$ 2,11	\$ 8,44
Azúcar	g	130	\$ 0,001	\$ 0,14	kg	1,5	\$ 1,61	\$ 6,46
Huevos	g	100	\$ 0,006	\$ 0,62	kg	1,1	\$ 7,03	\$ 28,10
Total				\$ 2,24			\$ 51,90	\$ 207,62

Pastel de naranja

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad	Costo mensual	Costo 4 meses
120g			8 pax		8 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Harina	g	453	\$ 0,001	\$ 0,50	kg	5,1	\$ 5,63	\$ 22,50
	Jugo de naranja	ml	250	\$ 0,001	\$ 0,17	l	2,8	\$ 1,88	\$ 7,50
	Mantequilla	g	75	\$ 0,004	\$ 0,29	kg	0,8	\$ 3,21	\$ 12,83
	Royal	g	10	\$ 0,013	\$ 0,13	kg	0,1	\$ 1,41	\$ 5,63
	Azúcar	g	200	\$ 0,001	\$ 0,22	kg	2,3	\$ 2,48	\$ 9,93
	Huevos	g	300	\$ 0,006	\$ 1,87	kg	3,4	\$ 21,08	\$ 84,30
Total					\$ 3,17			\$ 35,67	\$ 142,68

Tiramisú

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
200g			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Bizcotelas	cajas	2	\$ 2,190	\$ 4,38	cajas	18	\$ 39,42	\$ 157,68
	Café	g	100	\$ 0,039	\$ 3,90	kg	0,9	\$ 35,10	\$ 140,40
	Licor de café	ml	160	\$ 0,014	\$ 2,17	l	1,4	\$ 19,54	\$ 78,17
	Azúcar	g	150	\$ 0,001	\$ 0,17	kg	1,4	\$ 1,49	\$ 5,96
	Huevos	g	250	\$ 0,006	\$ 1,56	kg	2,3	\$ 14,05	\$ 56,20
	Total				\$ 12,18			\$ 109,60	\$ 438,41

Empanadas, pan y postres tradicionales

Empanada de verde

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
130g			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Plátano verde	u	4	\$ 0,500	\$ 2,00	u	36	\$ 18,00	\$ 72,00
	Mantequilla	g	10	\$ 0,004	\$ 0,04	kg	0,1	\$ 0,34	\$ 1,37
	Queso	g	56	\$ 0,005	\$ 0,28	kg	0,5	\$ 2,52	\$ 10,08
	Aceite	ml	500	\$ 0,003	\$ 1,40	l	4,5	\$ 12,64	\$ 50,54

Cebolla blanca	u	3	\$ 0,250	\$ 0,75	kg	27	\$ 6,75	\$ 27,00
Huevos	g	50	\$ 0,006	\$ 0,31	kg	0,5	\$ 2,81	\$ 11,24
Total				\$ 4,78			\$ 43,06	\$ 172,23

Empanada de viento

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
130g			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Harina	g	425	\$ 0,001	\$ 0,47	kg	3,8	\$ 4,22	\$ 16,89
	Mantequilla	g	113	\$ 0,004	\$ 0,43	kg	1,0	\$ 3,86	\$ 15,46
	Queso	g	300	\$ 0,005	\$ 1,50	kg	2,7	\$ 13,50	\$ 54,00
	Aceite	ml	300	\$ 0,003	\$ 0,84	l	2,7	\$ 7,58	\$ 30,33
	Sal	g	5	\$ 0,001	\$ 0,01	kg	0,05	\$ 0,05	\$ 0,22
	Royal	g	5	\$ 0,013	\$ 0,06	kg	0,05	\$ 0,56	\$ 2,25
Total					\$ 3,31			\$ 29,78	\$ 119,14

Pan horneado

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
80g			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Harina	g	400	\$ 0,001	\$ 0,44	kg	3600	\$ 3,97	\$ 15,89

Levadura	g	25	\$ 0,010	\$ 0,24	kg	225	\$ 2,20	\$ 8,79
Aceite de oliva	ml	153	\$ 0,008	\$ 1,22	l	1377	\$ 11,02	\$ 44,06
Sal	g	20	\$ 0,001	\$ 0,02	kg	180	\$ 0,22	\$ 0,87
Total				\$ 1,93			\$ 17,41	\$ 69,63

Pan de maíz

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
80g			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Harina de trigo	g	220	\$ 0,001	\$ 0,24	kg	2,0	\$ 2,19	\$ 8,74
	Harina de maíz	g	200	\$ 0,002	\$ 0,44	kg	1,8	\$ 3,97	\$ 15,89
	Levadura	g	20	\$ 0,010	\$ 0,20	kg	0,2	\$ 1,76	\$ 7,04
	Aceite de oliva	ml	135	\$ 0,008	\$ 1,08	l	1,2	\$ 9,72	\$ 38,88
	Royal	g	10	\$ 0,013	\$ 0,13	kg	0,1	\$ 1,13	\$ 4,50
	Sal	g	25	\$ 0,001	\$ 0,03	kg	0,2	\$ 0,27	\$ 1,09
Total					\$ 2,12			\$ 19,04	\$ 76,14

Pan de trigo

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
80g	Harina de trigo	g	310	\$ 0,002	\$ 0,68	kg	2,8	\$ 6,16	\$ 24,64
	Levadura	g	15	\$ 0,010	\$ 0,15	kg	0,1	\$ 1,32	\$ 5,28
	Aceite de oliva	ml	125	\$ 0,008	\$ 1,00	l	1,1	\$ 9,00	\$ 36,00
	Sal	g	8	\$ 0,001	\$ 0,01	kg	0,1	\$ 0,09	\$ 0,35
	Total				\$ 1,84			\$ 16,57	\$ 66,26

Tortillas de tiesto

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
60g	Harina de trigo	g	250	\$ 0,002	\$ 0,55	kg	2,3	\$ 4,97	\$ 19,87
	Queso	g	300	\$ 0,005	\$ 1,50	kg	2,7	\$ 13,50	\$ 54,00
	Sal	g	8	\$ 0,001	\$ 0,01	kg	0,1	\$ 0,09	\$ 0,35
	Total				\$ 2,06			\$ 18,55	\$ 74,22

Humitas

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
90g			20 pax		20 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Choclo	u	20	\$ 0,125	\$ 2,50	u	90	\$ 11,25	\$ 45,00
	Huevos	u	5	\$ 0,120	\$ 0,60	u	23	\$ 2,70	\$ 10,80
	Queso	g	500	\$ 0,005	\$ 2,50	kg	2,3	\$ 11,25	\$ 45,00
	Mantequilla	g	113	\$ 0,004	\$ 0,43	kg	0,5	\$ 1,93	\$ 7,73
	Azúcar	g	5	\$ 0,001	\$ 0,01	kg	0,0	\$ 0,02	\$ 0,10
	Sal	g	15	\$ 0,001	\$ 0,02	kg	0,1	\$ 0,08	\$ 0,33
	Total				\$ 6,05			\$ 27,24	\$ 108,96

Quimbolitos

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
110g			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Harina de maíz	g	200	\$ 0,002	\$ 0,44	kg	1,8	\$ 3,97	\$ 15,89
	Mantequilla	g	115	\$ 0,004	\$ 0,44	kg	1,0	\$ 3,93	\$ 15,73
	Leche	ml	100	\$ 0,001	\$ 0,09	l	0,9	\$ 0,77	\$ 3,06
	Jugo de naranja	ml	50	\$ 0,001	\$ 0,03	l	0,5	\$ 0,30	\$ 1,20

Queso crema	g	50	\$ 0,007	\$ 0,34	kg	0,5	\$ 3,08	\$ 12,33
Esencia de vainilla	ml	5	\$ 0,014	\$ 0,07	l	0,0	\$ 0,63	\$ 2,52
Huevos	u	2	\$ 0,120	\$ 0,24	u	18	\$ 2,16	\$ 8,64
Azúcar	g	150	\$ 0,001	\$ 0,17	kg	1,4	\$ 1,49	\$ 5,96
Royal	g	5	\$ 0,013	\$ 0,06	kg	0,0	\$ 0,56	\$ 2,25
Hojas de achira	u	12	\$ 0,100	\$ 1,20	u	108	\$ 10,80	\$ 43,20
Pasas	g	60	\$ 0,006	\$ 0,36	kg	0,5	\$ 3,20	\$ 12,82
Total				\$ 3,43			\$ 30,90	\$ 123,60

Sánduches

Clásico pollo

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad	Costo mensual	Costo 4 meses
220g			6 pax		6 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Pan baguette	u	3	\$ 1,000	\$ 3,00	u	45	\$ 45,00	\$ 180,00
	Mantequilla	g	30	\$ 0,004	\$ 0,11	kg	0,5	\$ 1,71	\$ 6,84
	Queso mozzarella	g	90	\$ 0,010	\$ 0,87	kg	1,4	\$ 13,04	\$ 52,16
	Tomate	u	1	\$ 0,250	\$ 0,25	u	15	\$ 3,75	\$ 15,00

Lechuga	u	1	\$ 0,250	\$ 0,25	u	15	\$ 3,75	\$ 15,00
Bacon	g	5	\$ 0,022	\$ 0,11	kg	0,1	\$ 1,64	\$ 6,55
Aguacate	u	1	\$ 0,500	\$ 0,50	u	15	\$ 7,50	\$ 30,00
Filete de pollo	g	250	\$ 0,003	\$ 0,69	kg	3,8	\$ 10,35	\$ 41,39
Mayonesa	g	5	\$ 0,009	\$ 0,04	g	0,1	\$ 0,65	\$ 2,59
Total				\$ 5,83			\$ 87,39	\$ 349,54

Pernil

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
210g			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Pan	u	10	\$ 0,400	\$ 4,00	u	90	\$ 36,00	\$ 144,00
	Cebolla blanca	u	6	\$ 0,250	\$ 1,50	u	54	\$ 13,50	\$ 54,00
	Vinagre	ml	30	\$ 0,002	\$ 0,05	l	0,3	\$ 0,43	\$ 1,73
	Tomate	u	6	\$ 0,250	\$ 1,50	u	54	\$ 13,50	\$ 54,00
	Perejil	g	25	\$ 0,005	\$ 0,13	kg	0,2	\$ 1,13	\$ 4,50
	Limón	u	10	\$ 0,100	\$ 1,00	u	90	\$ 9,00	\$ 36,00
	Pernil	u	10	\$ 0,500	\$ 5,00	u	90	\$ 45,00	\$ 180,00
	Sal	g	10	\$ 0,003	\$ 0,03	kg	0,1	\$ 0,25	\$ 0,99

Pimienta	g	10	\$ 0,009	\$ 0,09	kg	0,1	\$ 0,78	\$ 3,11
Total				\$ 13,29			\$ 119,58	\$ 478,33

Jugos y batidos

Peso	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo total	Unidad	Cantidad mensual	Costo mensual	Costo 4 meses
332ml			10 pax		10 pax		90 pax	90 pax	360 pax
	Piña	u	15	\$ 0,750	\$ 11,25	u	135	\$ 101,25	\$ 405,00
	Tomate de árbol	u	40	\$ 0,250	\$ 10,00	u	360	\$ 90,00	\$ 360,00
	Papaya	u	20	\$ 0,500	\$ 10,00	u	180	\$ 90,00	\$ 360,00
	Maracuyá	u	40	\$ 0,250	\$ 10,00	u	360	\$ 90,00	\$ 360,00
	Mora	g	800	\$ 0,001	\$ 0,80	kg	7,2	\$ 7,20	\$ 28,80
	Fresas	g	800	\$ 0,001	\$ 0,80	kg	7,2	\$ 7,20	\$ 28,80
	Guanábana	g	800	\$ 0,001	\$ 0,80	kg	7,2	\$ 7,20	\$ 28,80
	Taxo	u	40	\$ 0,100	\$ 4,00	u	360	\$ 36,00	\$ 144,00
	Leche	ml	3000	\$ 0,001	\$ 2,55	l	27	\$ 22,95	\$ 91,80
Total					\$ 50,200			\$ 451,80	\$ 1.807,20

Anexo 6 Tabla de amortización



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	PYME		
Destino	Activo Fijo	Tasa Nominal(%)	9.76
Sector Económico	N/A	Tasa Efectiva(%)	10.21
Facilidad	Pequeña y Mediana	Monto(USD)	93,022.00
Tipo Amortización	Empresa	Plazo(Años)	10
Forma de Pago	Cuota Fija	Fecha Simulación	2021-07-16
	Mensual		

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	93022.00			
1	92561.62	460.38	756.58	1216.96
2	92097.49	464.13	752.83	1216.96
3	91629.58	467.90	749.06	1216.96
4	91157.87	471.71	745.25	1216.96
5	90682.33	475.55	741.42	1216.96
6	90202.91	479.41	737.55	1216.96
7	89719.60	483.31	733.65	1216.96
8	89232.36	487.24	729.72	1216.96
9	88741.15	491.21	725.76	1216.96
10	88245.95	495.20	721.76	1216.96
11	87746.72	499.23	717.73	1216.96
12	87243.43	503.29	713.67	1216.96
13	86736.05	507.38	709.58	1216.96
14	86224.54	511.51	705.45	1216.96
15	85708.87	515.67	701.29	1216.96
16	85189.00	519.86	697.10	1216.96
17	84664.91	524.09	692.87	1216.96
18	84136.55	528.36	688.61	1216.96
19	83603.90	532.65	684.31	1216.96
20	83066.92	536.98	679.98	1216.96
21	82525.56	541.35	675.61	1216.96
22	81979.81	545.76	671.21	1216.96
23	81429.61	550.19	666.77	1216.96
24	80874.95	554.67	662.29	1216.96
25	80315.77	559.18	657.78	1216.96
26	79752.04	563.73	653.23	1216.96

Anexo 7 Solicitud de Licencia Anual de Funcionamiento

.....a.....de.....del 20.....

Yo,....., en calidad de Representante Legal del Establecimiento Turístico....., solicito a Gustavo Olmedo León **DIRECTOR DE TURISMO Y CULTURAS DEL MUNICIPIO DE COTACACHI**, se digne de conformidad con las disposiciones legales vigentes, emitir la LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO del presente año 2016, cuyas características son las siguientes:

Razón social (Persona Jurídica).....

Denominación.....

Ubicación.....

Provincia

Cantón

.....

Dirección

Nº.

Barrio

Registro Único de Contribuyentes:.....

Nº. Teléfono:

Número de empleados:.....

Tipo de Agencia: Internacional.....

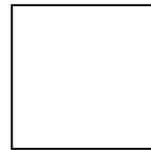
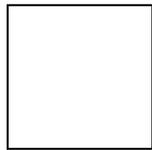
Operadora.....

Mayorista.....

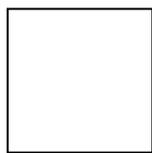
Internacional y Operadora (DUALIDAD).....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL



CROQUIS



Anexo 8 Patente Municipal

GAD MUNICIPAL DE SANTA ANA DE COTACACHI

DECLARACIÓN DEL IMPUESTO DE PATENTE MUNICIPAL

DATOS EXCLUSIVOS PARA EL CONTRIBUYENTE

Persona Natural	<input type="checkbox"/>	Primera vez	<input type="checkbox"/>	DÍA	MES	AÑO
Persona Jurídica	<input type="checkbox"/>	Renovación	<input type="checkbox"/>			
Tipo de Negocio o Actividad Económica: _____						
Patrimonio: _____						

PERSONAS NATURALES	
APELLIDOS Y NOMBRES	
NÚMERO DE TELÉFONO CONVENCIONAL Y CELULAR	CORREO ELECTRÓNICO
DIRECCIÓN DOMICILIARIA	

PERSONAS JURÍDICAS	
RAZÓN SOCIAL	RUC
NÚMERO DE TELÉFONO CONVENCIONAL Y CELULAR	CORREO ELECTRÓNICO
DIRECCIÓN DOMICILIARIA	
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (PARA PERSONAS JURÍDICAS)	
RAZÓN SOCIAL	RUC
NÚMERO DE TELÉFONO CONVENCIONAL Y CELULAR	CORREO ELECTRÓNICO

DATOS DE UBICACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	
Calle Principal	Calle Secundaria
Sector: Urbano ()	Rural ()
Barrio/Comunidad/Recinto	Clave Catastral:

CROQUIS DE UBICACIÓN

--

Anexo 9 Aprobación de planos arquitectónicos



SOLICITUD APROBACIÓN DE PLANOS ARQUITECTÓNICOS Y ESTRUCTURALES

FORMULARIO Nro. _____

Cotacachi, de del 20.....

APELLIDOS PROPIETARIO:	
NOMBRES PROPIETARIO:	
NUMERO DE CEDULA:	
DIRECCIÓN DEL DOMICILIO:	
TELÉFONO / CORREO ELECTRÓNICO:	
DESCRIPCIÓN DEL BIEN INMUEBLE MATERIA DE TRÁMITE ADMINISTRATIVO:	
URBANO <input type="checkbox"/>	RURAL <input type="checkbox"/>
PARROQUIA:	SECTOR/COMUNIDAD:
CALLE:	INTERSECCIÓN:
DOCUMENTOS ADJUNTOS:	
1. Formulario de líneas de fábrica actualizado y aprobado	
2. Copias simple y original de la Escritura	
3. Copia de la Cédula y Papeleta de Votación	
4. Copia del Impuesto Predial del presente año	
5. Certificado de no adeudar al Municipio.	
6. Formulario del INEC con datos y firmas.	
7. Copia del carnet actualizado de registro municipal de los profesionales respectivos	
8. Certificado de Gravámenes actualizado	
9. 3 juegos de planos arquitectónicos y estructurales en formato A1, escalas 1:100/1:50, con cuadro de áreas.	
10. Planos grabados en CD formato DWG (versión hasta 2012) (implementación georeferenciada)	
11. Factibilidad de agua potable y alcantarillado	
12. Estudio de suelos (si es más de 2 pisos)	
13. Sistemas de tratamiento de aguas servidas. (En caso de proyectos de construcción fuera del área consolidada: patrimonial, comercial)	

FIRMA:

CI:

SUMILLA DEL DIRECTOR:

--

Anexo 10 Referencias diseño cafetería







