



**FACULTAD DE POSTGRADO  
TESIS DE POSTGRADO**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA UN SERVICIO  
DIFERENCIADO POR “RISCATTO COFFEE SHOP” EN SAN  
PEDRO SULA.**

**SUSTENTADO POR:**

**XIOMARA JACQUELINE MEJIA MORENO  
LILIAN MARIA GARCIA MENJIVAR**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE**

**MÁSTER EN  
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A.**

**FEBRERO, 2024**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**PRESIDENTE EJECUTIVO /**

**RECTORA**

**ROSALPINA RODRÍGUEZ**

**SECRETARIO GENERAL /**

**PRORRECTOR**

**ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL**

**JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA**

**DIRECTORA NACIONAL DE POSTGRADO**

**ANA DEL CARMEN RETTALLY VARGAS**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA UN SERVICIO  
DIFERENCIADO POR “RISCATTO COFFEE SHOP” EN SAN  
PEDRO SULA.**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS  
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
MÁSTER EN**

**ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

**ASESOR METODOLÓGICO-TESIS 1  
MARVIN ROBERTO MENDOZA  
VALENCIA**

**ASESOR METODOLÓGICO-TESIS 2  
CARLOS ANTONIO TRIMINIO RODRIGUEZ**

**ASESOR TEMÁTICO**

**ALEX DOUGLAS BANEGAS LOBO**

**MIEMBROS DE LA TERNA:**

**LUIS JIMENEZ  
HÉCTOR PADILLA  
TATIANA RUBIO**

# **DERECHOS DE AUTOR**

© Copyright 2024  
Xiomara Jacqueline Mejía Moreno  
Lilian María García Menjivar

Todos los derechos son reservados.



## **FACULTAD DE POSTGRADO**

# **ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA UN SERVICIO DIFERENCIADO POR “RISCATTO COFFEE SHOP” EN SAN PEDRO SULA.**

**Xiomara Jacqueline Mejía Moreno  
Lilian María García Menjivar**

### **Resumen**

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar un Estudio de Prefactibilidad para un servicio diferenciado por la cafetería “Riscatto Coffee Shop” en la ciudad de san pedro sula, por lo que se realizó un estudio de mercado evidenciando las necesidades, gustos y preferencias del mercado potencial, se presentó el estudio técnico para mostrar los procesos establecidos y la capacidad instalada, además se desarrolló el análisis financiero para determinar si es o no rentable el proyecto. Se estableció que la metodología a ser aplicada es cuantitativa, empleando una encuesta en la ciudad de san pedro sula, la característica principal es la recolección de datos para determinar la viabilidad del proyecto. La factibilidad del proyecto se ha demostrado mediante la evaluación financiera con la que se evaluó lo siguiente: la inversión inicial es de L.1,477,496.97, el valor actual neto VAN +/- L. 373,873 la tasa interna de retorno TIR es 24.36%. Basado en el resultado de los indicadores el proyecto es Aceptable.

**Palabras claves: (Café, Diferenciado, Estudio de Prefactibilidad, TIR, VAN)**



## **GRADUATE SCHOOL**

# **ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA UN SERVICIO DIFERENCIADO POR “RISCATTO COFFEE SHOP” EN SAN PEDRO SULA.**

**Xiomara Jacqueline Mejía Moreno  
Lilian María García Menjivar**

### **Abstract**

The objective of this research is to develop a prefeasibility study for a differentiated service for the “Riscatto Coffee Shop” cafeteria in the city of San Pedro Sula, for which a market study was carried out evidencing the needs, tastes and preferences of the potential market, the technical study was presented to show the established processes and the installed capacity, in addition the financial analysis was developed to determine whether or not the project is profitable. It was established that the methodology to be applied is quantitative, using a survey in the city of San Pedro Sula, the main characteristic is the collection of data to determine the viability of the project. The feasibility of the project has been demonstrated through the financial evaluation with which the following was evaluated: the initial investment is L.1,477,496.97, the net present value NPV +/- L. 373,873 the internal rate of return IRR is 24.36%. Based on the results of the indicators, the project is Acceptable.

**Keywords: (Coffee, Differentiated, Prefeasibility Study, IRR, NPV)**

## **DEDICATORIA**

La presente tesis de investigación está dedicada a:

En primer lugar, a Dios por sus bendiciones, por brindarme sabiduría para sobrellevar cada actividad y reto en este proyecto, también por ser la fortaleza y guía en todos los momentos de debilidad.

También a mis familiares; mi mamá Elci Lilian García, mis padrinos Juan Carlo Amaya y Deysi Suyapa García, mi abuela (Q.D.D.G.) quienes han sido mi motivo de inspiración, brindándome siempre todo su apoyo y amor en todo momento, por inculcar el ejemplo de esfuerzo y la valentía de no temer en las adversidades y porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron que se perseverara para llegar a culminar con éxito todo mi proceso formativo y profesional.

**Lilian Maria García Menjivar**

Este proyecto de tesis final de la maestría, lo dedico al único ser supremo de quien emana toda la sabiduría y el entendimiento, la inspiración de todo lo real y verdadero mi señor Jesucristo.

A mi amado esposo Ángel, quien es mi fortaleza para alcanzar nuevos retos, gracias amor mío por apoyarme, por estar allí en los momentos difíciles.

A mis Hijas, Paola y Katherine sin ustedes no tendría las fuerzas para afrontar todos los obstáculos que la vida nos presenta, le doy gracias a Dios por sus vidas.

A mis padres (Q.E.P.D.) les dedico este logro que vieron desde el inicio y que me enseñaron a no rendirme y luchar por lo que quiero, gracias mamá y papá por sus sabios consejos y amor incondicional que no olvidaré y que serán herencia de vida para mis hijas.

**Xiomara Jacqueline Mejía Moreno**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecimientos especiales a:

Primero y más importante, agradecer sinceramente al Dr. Marvin Roberto Mendoza Valencia, por su dedicación, apoyo y acompañamiento como asesor metodológico, en la presente tesis de investigación, asimismo por su paciencia y su motivación que ha sido fundamental para culminar el presente estudio.

En segundo lugar, agradecer al Master Alex Douglas Banegas Lobo por su apoyo como asesor temático, por el tiempo invertido en compartir sus conocimientos, las ideas y la dirección facilitada la presente tesis de investigación.

Asimismo, agradecer a la empresa Riscatto Coffee Shop, ya que me brindaron la oportunidad de realizar mi tesis tomándolos como referencia y así poder aplicar todos mis conocimientos adquiridos en toda mi formación académica, y de esta forma ir adquiriendo experiencia en campo laboral.

**Lilian Maria García Menjivar**

A Dios por ser mi guía y mi soporte a lo largo de mi recorrido académico y que me ha mostrado la forma correcta de hacer las cosas, el tener siempre fe y esperanza en los momentos difíciles.

A mi Familia que siempre ha estado a mi lado apoyándome para alcanzar mis objetivos.

A la Universidad Tecnológica Centroamericana por ofrecernos las herramientas y recursos que hoy nos permiten finalizar este postgrado.

A los docentes que nos compartieron sus conocimientos, experiencias profesionales y de vida para lograr finalizar este proyecto.

A mis asesores de Tesis PhD. Alex Douglas Banegas y al PhD. Marvin Roberto Mendoza por el apoyo, tiempo y la motivación brindada durante el proceso de Tesis.

**Xiomara Jacqueline Mejía Moreno**

# ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	vii
AGRADECIMIENTO .....	viii
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....	1
1.1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.2. ANTECEDENTE DEL PROBLEMA.....	2
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	3
1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA .....	3
1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.3.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	4
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	5
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	5
1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	5
1.5. JUSTIFICACIÓN .....	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	7
2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL .....	7
2.1.1. MACROENTORNO.....	7
2.1.2. MICROENTORNO .....	11
2.2. CONCEPTUALIZACIÓN .....	29
2.3. TEORÍAS DE SUSTENTO .....	32
2.3.2. BASES TEÓRICAS .....	36
2.3.3. ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD .....	37
2.3.4. ESTUDIO DE MERCADO .....	37
2.3.5. METODOLOGÍAS DESARROLLADAS .....	40
2.4. MARCO LEGAL .....	42
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....	45
3.1. CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	45
3.1.1. MATRIZ METODOLÓGICA .....	45
3.1.2. ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO .....	46
3.1.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	50
3.1.4. HIPÓTESIS .....	57
3.2. ENFOQUE Y MÉTODOS .....	57
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	58

3.3.1.	POBLACIÓN .....	58
3.3.2.	MUESTRA .....	59
3.3.3.	TÉCNICAS DE MUESTREO .....	60
3.4.	TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS .....	61
3.5.	FUENTES DE INFORMACIÓN .....	62
3.5.1.	FUENTES PRIMARIAS .....	63
3.5.2.	FUENTES SECUNDARIAS .....	63
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS .....		65
4.1.	INFORME DE PROCESO DE RECOLECCION DE DATOS .....	65
4.2.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	66
4.3.	DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS .....	67
4.4.	PROPIEDAD INTELECTUAL .....	67
4.5.	FACTORES CRITICOS DE RIESGO.....	69
4.5.	ESTUDIO DE MERCADO .....	73
4.5.1.	ANÁLISIS CUANTITATIVO.....	73
4.5.1.1.	RESULTADO DE LAS ENCUESTAS .....	74
4.6.	ANÁLISIS CUALITATIVO.....	102
4.6.1.	RESULTADO DE LA ENTREVISTA.....	102
4.7.	ANÁLISIS DEL MERCADO .....	106
4.7.1.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA.....	106
4.7.2.	ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	110
4.7.3.	ESTIMACIÓN DE TENDENCIA DE MERCADO.....	113
4.7.4.	ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS .....	117
4.8.	ESTUDIO TÉCNICO .....	138
4.8.1.	ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES .....	138
4.8.2.	INSTALACIONES Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN .....	152
4.8.3.	PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN .....	157
4.9.	ESTUDIO FINANCIERO .....	169
4.9.1.	PLAN DE INVERSIÓN .....	170
4.9.2.	ESTRUCTURA DE CAPITAL (PLAN DE FINANCIAMIENTO) .....	172
4.9.3.	COSTO DE CAPITAL .....	172
4.9.4.	PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	173
4.9.5.	PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS (SEPARA COSTOS FIJOS Y VARIABLES).....	174
4.9.6.	CUADRO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES .....	175
4.9.7.	PROGRAMA DE AMORTIZACION DE FINANCIAMIENTO .....	176
4.9.8.	ESTADOS DE RESULTADOS .....	177
4.9.9.	PRESUPUESTO DE EFECTIVO .....	178

4.9.10.	BALANCE GENERAL.....	179
4.9.11.	FLUJOS DE EFECTIVO DEL PROYECTO.....	180
4.9.12.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	181
4.9.13.	PERIODO DE RECUPERACION DEL PROYECTO .....	183
4.9.14.	APALANCAMIENTO FINANCIERO CON SOCIO .....	183
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES .....		185
5.1.	CONCLUSIONES .....	185
5.2.	RECOMENDACIONES .....	186
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD.....		188
6.1.	TÍTULO DE LA PROPUESTA .....	188
6.2.	ÁREAS DE CONOCIMIENTO DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS.....	188
6.2.1.	GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN .....	188
6.2.2.	GESTIÓN DEL ALCANCE DEL PROYECTO .....	195
6.2.3.	GESTIÓN DEL CRONOGRAMA DEL PROYECTO .....	198
6.2.4.	GESTIÓN DE LOS COSTOS DEL PROYECTO.....	205
6.2.5.	GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL PROYECTO .....	207
6.2.6.	GESTIÓN DE LOS RECURSOS DEL PROYECTO .....	212
6.2.7.	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES .....	222
6.2.8.	GESTIÓN DE LOS RIESGOS .....	227
6.2.9.	GESTIÓN DE LAS ADQUISICIONES .....	236
ANEXOS .....		240
ANEXO 1-ENCUESTA .....		240
ANEXO 2-ENTREVISTA .....		248
ANEXO 3-CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA .....		249
ANEXO 4-CARTA ASESOR TEMÁTICO.....		250
ANEXO 5-CONSTANCIA DE VALIDACIÓN #1 .....		251
ANEXO 6-CONSTANCIA DE VALIDACIÓN #2 .....		252
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		253

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	<b>Proyecciones de crecimiento por región</b>	<b>8</b>
<b>Figura 2</b>	<b>Aporte por actividad económica a la variación del IMAE</b>	<b>12</b>
<b>Figura 3</b>	<b>Honduras: Comercio, Hoteles y Restaurantes</b>	<b>13</b>
<b>Figura 4</b>	<b>Índice de precios al consumidor</b>	<b>14</b>
<b>Figura 5</b>	<b>Composición de la fuerza de trabajo Fuente: (INE, 2021)</b>	<b>15</b>
<b>Figura 6</b>	<b>Cafeterías en Mercado de Guamilito</b>	<b>17</b>
<b>Figura 7</b>	<b>Cafeterías Barrio Los Andes</b>	<b>18</b>

<b>Figura 8 Cafeterías Río Piedras y Próceres</b>	<b>19</b>
<b>Figura 9 Cafeterías Zona Viva y Jardines</b>	<b>20</b>
<b>Figura 10 Cafeterías Mackey y Trejo</b>	<b>21</b>
<b>Figura 11 Esquema de variable de estudio</b>	<b>46</b>
<b>Figura 12 Esquema Estudio de Mercado</b>	<b>47</b>
<b>Figura 13 Esquema Estudio Técnico</b>	<b>48</b>
<b>Figura 14 Esquema Estudio Financiero</b>	<b>49</b>
<b>Figura 15 Esquema Plan de Gestión de Proyectos</b>	<b>50</b>
<b>Figura 16 Diagrama de enfoque y método de investigación</b>	<b>58</b>
<b>Figura 17 Fórmula de muestra</b>	<b>60</b>
<b>Figura 18 FODA</b>	<b>69</b>
<b>Figura 19 Matriz de Riesgo</b>	<b>70</b>
<b>Figura 20 Clientes que consumen café</b>	<b>74</b>
<b>Figura 21 Clientes que asisten a una cafetería</b>	<b>75</b>
<b>Figura 22 Frecuencia de los clientes que asisten a una cafetería</b>	<b>75</b>
<b>Figura 23 Momento preferido del día de los clientes para asistir a una cafetería</b>	<b>76</b>
<b>Figura 24 Días de preferencia de los clientes para asistir a una cafetería</b>	<b>77</b>
<b>Figura 25 Escala de cafeterías conocidas por los clientes</b>	<b>78</b>
<b>Figura 26 Escala de preferencia de cafeterías de los clientes</b>	<b>79</b>
<b>Figura 27 Escala de asistencia de cafeterías de los clientes</b>	<b>80</b>
<b>Figura 28 Escala de preferencia de servicio que contenga una cafetería</b>	<b>81</b>
<b>Figura 29 Atención al cliente que prefieren en una cafetería</b>	<b>81</b>
<b>Figura 30 Principales motivos por los que van a una cafetería</b>	<b>82</b>
<b>Figura 31 Con quien se dirige un cliente a una cafetería</b>	<b>83</b>
<b>Figura 32 Mejor ubicación para visitar una cafetería</b>	<b>83</b>
<b>Figura 33 Cafetería que asisten los clientes</b>	<b>84</b>
<b>Figura 34 Tiempo de permanencia en una cafetería</b>	<b>85</b>
<b>Figura 35 Tipo de menú para degustar en una cafetería</b>	<b>85</b>
<b>Figura 36 Interés de consumir café y repostería en un ambiente diferenciado</b>	<b>86</b>
<b>Figura 37 Productos que consumen los clientes en una cafetería</b>	<b>87</b>
<b>Figura 38 Productos de preferencia de los clientes en una cafetería</b>	<b>88</b>
<b>Figura 39 Gasto que hacen los clientes al visitar una cafetería</b>	<b>89</b>
<b>Figura 40 Precio que prefieren los clientes por café americano</b>	<b>89</b>
<b>Figura 41 Precio que prefieren los clientes por café latte/cappuccino</b>	<b>90</b>
<b>Figura 42 Precio que prefieren los clientes por Smoothie de frutas</b>	<b>91</b>
<b>Figura 43 Precio que prefieren los clientes por bebida fría a base de café</b>	<b>91</b>
<b>Figura 44 Precio que prefieren los clientes por granizado a base de café</b>	<b>92</b>
<b>Figura 45 Precio que prefieren los clientes por chocolate caliente</b>	<b>93</b>
<b>Figura 46 Precio que prefieren los clientes por pastel de zanahoria/chocolate</b>	<b>93</b>
<b>Figura 47 Precio que prefieren los clientes por una porción de Cheesecake</b>	<b>94</b>
<b>Figura 48 Precio que prefieren los clientes Panini entero con papas.</b>	<b>95</b>
<b>Figura 49 Precio que prefieren los clientes club sándwich con papas</b>	<b>95</b>
<b>Figura 50 Precio que prefieren los clientes Chicken Fingers con papas</b>	<b>96</b>
<b>Figura 51 Precio que prefieren los clientes alitas con papas</b>	<b>97</b>
<b>Figura 52 Interés en consumir comida y postres Keto</b>	<b>97</b>
<b>Figura 53 Interés en consumir comida y postres vegano</b>	<b>98</b>
<b>Figura 54 Ambiente que le gustaría a los clientes que contara Riscatto Coffee Shop</b>	<b>99</b>
<b>Figura 55 Reservaciones por medio de App</b>	<b>99</b>
<b>Figura 56 Medio donde quieren los clientes recibir información sobre Riscatto Coffee Shop</b>	<b>100</b>
<b>Figura 57 Información valioso que los clientes consideran debe tener Riscatto Coffee Shop</b>	<b>101</b>
<b>Figura 58 Rango de Edad</b>	<b>101</b>
<b>Figura 59 Género</b>	<b>102</b>
<b>Figura 60 Escala de cafeterías más conocidas por los clientes</b>	<b>109</b>
<b>Figura 61 Escala de cafeterías más preferidas por los clientes</b>	<b>109</b>
<b>Figura 62 Escala de cafeterías de mayor asistencia por los clientes</b>	<b>110</b>

Figura 63 Porcentaje de clientes que suelen tomar café	111
Figura 64 Porcentaje de asistencia de clientes a cafeterías	112
Figura 65 Porcentaje de rango de edad	112
Figura 66 Porcentaje de género	113
Figura 67 Porcentaje de interés en consumir café y repostería en un ambiente diferenciado	114
Figura 68 Porcentaje de frecuencia en que asisten a una cafetería	114
Figura 69 Estrategia para demanda insatisfecha	116
Figura 70 Escala de preferencia de servicios en una cafetería	118
Figura 71 Motivos por lo que van a una cafetería	119
Figura 72 Como se dirigen los clientes a una cafetería	119
Figura 73 Tipo de menú	119
Figura 74 Productos que más consumen en cafeterías	120
Figura 75 Productos de preferencia de los clientes	120
Figura 76 Clientes interesados en consumir productos Keto	121
Figura 77 Clientes interesados en consumir productos Vegano	121
Figura 78 Ambientes preferidos por los clientes	122
Figura 79 Precio para un café americano	123
Figura 80 Precio para un café latte/cappuccino	124
Figura 81 Precio para un Smoothie de frutas	124
Figura 82 Precio para una bebida fría a base de café	125
Figura 83 Precio para un granizado a base de café	125
Figura 84 Precio para un chocolate caliente	126
Figura 85 Precio para una porción de pastel de zanahoria/chocolate	126
Figura 86 Precio para una porción de Cheesecake	127
Figura 87 Precio par Panini entero con papas	127
Figura 88 Precio par club sándwich con papas	128
Figura 89 Precio par Chicken Fingers con papas	128
Figura 90 Precio par alitas con papas	129
Figura 91 Medio para que los clientes reciban información de la cafetería	133
Figura 92 Tipo de información que los clientes consideran valioso para la cafetería	134
Figura 93 Momento preferido del día por los clientes para asistir a una cafetería	135
Figura 94 Días de preferencia de los clientes para asistir a una cafetería	135
Figura 95 Ubicación que prefieren los clientes para visitar una cafetería	136
Figura 96 Cafetería al que se dirigen los clientes	136
Figura 97 Tiempo de permanencia de los clientes en una cafetería	136
Figura 98 Los clientes opinan si quieren hacer reservaciones en la cafetería mediante un App	137
Figura 99 Gasto que hacen los clientes en una cafetería	137
Figura 100 Tablecard con Código QR	142
Figura 101 Publicidad sobre servicio Pick Up	143
Figura 102 Delivery de Riscatto Coffee Shop	144
Figura 103 Menú de Riscatto Coffee Shop	145
Figura 104 Producción producto	146
Figura 105 Macro localización	153
Figura 106 Micro localización	153
Figura 107 Estructura interna del establecimiento	154
Figura 108 Estructura y diseño del área social de amigos	154
Figura 109 Estructura y diseño del área Business	155
Figura 110 Estructura y diseño del área Familiar	155
Figura 111 Estructura y diseño exterior	156
Figura 112 Organigrama de Riscatto Coffee Shop	164
Figura 113 EDT	198
Figura 114 Presupuesto	207
Figura 115 Organigrama del proyecto	216
Figura 116 Estructura de desglose de Recursos	221

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz Metodológica	46
Tabla 2 Operacionalización de las variables-Mercado	51
Tabla 3 Operacionalización de las variables-Técnico	55
Tabla 4 Operacionalización de las variables-Financiero	56
Tabla 5 Modelo de Negocios	67
Tabla 6 Matriz de Riesgo	71
Tabla 7 Formulación de la pregunta 6 de la encuesta	77
Tabla 8 Formulación de la pregunta 7 de la encuesta	78
Tabla 9 Formulación de la pregunta 8 de la encuesta	79
Tabla 10 Formulación de la pregunta 9 de la encuesta	80
Tabla 11 Formulación de la pregunta 19 de la encuesta	88
Tabla 12 Análisis de la competencia	107
Tabla 13 Análisis del consumidor	111
Tabla 14 Tendencia de mercado	113
Tabla 15 Demanda Insatisfecha	116
Tabla 16 Bebidas calientes con su precio	129
Tabla 17 Bebidas frías con su precio	130
Tabla 18 Otras bebidas con su precio	130
Tabla 19 Snack/comidas con su precio	130
Tabla 20 Tradicionales con su precio	131
Tabla 21 Desayunos y cenas con su precio	131
Tabla 22 Sándwich con su precio	132
Tabla 23 Postres normales con su precio	132
Tabla 24 Postres Keto con su precio	132
Tabla 25 Proyección de ventas	138
Tabla 26 Procedimiento para la Preparación de Comida y Bebidas	147
Tabla 27 Materia prima de barismo	148
Tabla 28 Materiales de barismo	149
Tabla 29 Materia prima de Cocina	150
Tabla 30 Mobiliario y Enseres	157
Tabla 31 Equipo y utensilios de cocina	158
Tabla 32 Equipo y utensilios de barismo	159
Tabla 33 Insumos y utensilios de limpieza	160
Tabla 34 Mobiliario y equipo de caja/oficina	160
Tabla 35 Marketing y publicidad	161
Tabla 36 Otros Gastos	162
Tabla 37 Gasto de Planilla	165
Tabla 38 Roles de los empleados de Riscatto Coffee Shop	166
Tabla 39 Proveedores	168
Tabla 40 Inversión	170
Tabla 41 Plan de Inversión	171
Tabla 42 Estructura de Capital	172
Tabla 43 Costo de Oportunidad con Fondos propios	172
Tabla 44 Costo de Capital promedio ponderado	173
Tabla 45 Presupuesto de ingresos	173
Tabla 46 Presupuesto de Costos y Gastos	174
Tabla 47 Salarios	174
Tabla 48 Calculo de Depreciación	175
Tabla 49 Depreciación del área	176
Tabla 50 Flujos de Financiamiento	176
Tabla 51 Estados de resultados	177
Tabla 52 Estados de resultados proyectado	177

<b>Tabla 53 Flujo de caja</b>	<b>178</b>
<b>Tabla 54 Balance General proyectado</b>	<b>179</b>
<b>Tabla 55 Flujos de efectivo del proyecto</b>	<b>180</b>
<b>Tabla 56 Flujos del inversionista</b>	<b>180</b>
<b>Tabla 57 Punto de Equilibrio</b>	<b>181</b>
<b>Tabla 58 Flujo del Punto de Equilibrio Financiero</b>	<b>182</b>
<b>Tabla 59 Punto de Equilibrio Financiero</b>	<b>182</b>
<b>Tabla 60 Periodo de recuperación del Proyecto</b>	<b>183</b>
<b>Tabla 61 Acta de Constitución del Proyecto</b>	<b>189</b>
<b>Tabla 62 Plan para la Dirección del Proyecto</b>	<b>192</b>
<b>Tabla 63 Enunciado del Alcance</b>	<b>195</b>
<b>Tabla 64 EDT</b>	<b>197</b>
<b>Tabla 65 Plan de Gestión del Cronograma</b>	<b>199</b>
<b>Tabla 66 Cronograma, ruta crítica e hitos del Proyecto</b>	<b>201</b>
<b>Tabla 67 Plan de Gestión de los Costos</b>	<b>205</b>
<b>Tabla 68 Desarrollo del Presupuesto</b>	<b>206</b>
<b>Tabla 69 Plan de Gestión de la Calidad</b>	<b>208</b>
<b>Tabla 70 Plan de Gestión de los Recursos</b>	<b>212</b>
<b>Tabla 71 Estructura de Desglose de Recursos</b>	<b>220</b>
<b>Tabla 72 Plan de Gestión de las Comunicaciones</b>	<b>222</b>
<b>Tabla 73 Matriz de las Comunicaciones</b>	<b>225</b>
<b>Tabla 74 Plan de Gestión de Riesgos</b>	<b>227</b>
<b>Tabla 75 Análisis Cualitativo de Riesgos</b>	<b>230</b>
<b>Tabla 76 Análisis Cuantitativo de Riesgos</b>	<b>234</b>
<b>Tabla 77 Plan de Gestión de Adquisiciones</b>	<b>236</b>

# **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

En este capítulo introductorio de la investigación, se delinea de manera precisa y clara el problema que será objeto de estudio. Esto comprende la revisión de antecedentes, la formulación del problema, el establecimiento de objetivos y la justificación de la investigación.

## **1.1. INTRODUCCIÓN**

Riscatto Coffee Shop, inicio operaciones en julio 2022, en la ciudad de San Pedro Sula, en la colonia Villas Mackay, ofreciendo una gama amplia en repostería, café y alimentos. Posteriormente se trasladó a la ubicación actual, en la colonia Sitratelh en San Pedro Sula, bajo la modalidad de autoservicio, pick up y delivery (pedidos ya). Sin embargo, para finales del 2023, Riscatto Coffee Shop cambia de localización, a la colonia universidad, para ampliar servicios y poder atender de manera presencial a sus clientes. Es por eso, que esta investigación tiene como finalidad el Estudio de Prefactibilidad para un servicio diferenciado por la cafetería “Riscatto Coffee shop” en San Pedro Sula. Buscando la calidad y expansión a servicios diferenciados en los componentes de análisis de mercados, el estudio técnico operativo, análisis económico, para finalmente realizar la evaluación financiera.

Por lo tanto, la primera parte de esta investigación comprende lo referente al análisis de mercados, el cual la principal fuente de información son los datos obtenidos por la encuesta. Para el desarrollo de este componente se realiza una definición del producto, un análisis y proyección tanto de la demanda como de la oferta, además del análisis de precios para finalmente realizar el análisis de la comercialización. De tal manera, que Riscatto Coffee Shop, pueda ofrecer una experiencia diferenciada tanto en el servicio al público como autoservicio, pick up y delivery.

En cuanto, a la segunda parte, comprende del estudio técnico operativo, el cual muestra el funcionamiento y la operatividad del mismo, si bien ya existe la cafetería, pero se busca perfilar un servicio diferenciado con el objeto de establecer una variante en cuanto a la oferta en las operaciones. Lo que implica definir el tamaño y la ubicación óptima, además de establecer y describir el proceso, para lo cual se debe de tener en cuenta la mano de obra y la maquinaria a utilizar. Así como los factores tecnológicos, como ser el uso de tecnología digital para sistema de servicio al cliente, utilizar el código QR en facturación, menú y redes. Contando con un sistema

de pre ordenamiento, a través de una aplicación propia del negocio, para pre reservar espacios “Bussines Coffee”.

Finalmente, la tercera parte consiste en un análisis económico-financiero, el cual tiene como objetivo organizar y clasificar toda la información de las dos etapas anteriores, lo que nos lleva a realizar una proyección financiera, para así poder determinar si ampliar el servicio de atención al cliente, con áreas de “Bussines Coffee”, menú amplio segmentado en alimentos, postres y bebidas “Keto y Vegano” en la cafetería “Riscatto Coffee shop” es factible.

## **1.2. ANTECEDENTE DEL PROBLEMA**

Honduras es uno de los más importantes países productores de café del mundo. Ocupa el primer lugar en Centroamérica, tercero en Latinoamérica y séptimo a nivel mundial. El café es el principal producto agrícola de exportación, aportando cerca del 4.0% al Producto Interno Bruto (PIB) Nacional y alrededor del 30.0% al PIB Agrícola (INE, 2020).

Los principales importadores de café hondureño son: Estados Unidos de América 25.8%; Alemania 24.7%; Bélgica 9.2%; Italia 5.7%; Canadá 4.5%; Suecia 3.5%; Japón 3.3%; Países Bajos 3.1%; Reino Unido 3.0%; Francia 2.4%; otros 14.8%. El café hondureño se produce en 221 municipios distribuidos en 15 de los 18 departamentos que componen el territorio nacional. Se requieren al menos 350 mil recolectores, aproximadamente 50 mil de ellos provienen de los países vecinos. Se reportaron 321 mil hectáreas plantadas en la cosecha 2021/2022, 67% está distribuida en los departamentos de El Paraíso, Comayagua, Lempira, Copán, y Santa Bárbara. De los 97 mil productores registrados 95% son pequeños caficultores que producen menos de 153 sacos (200 quintales) en 228 mil hectáreas (71% del área cultivada). (ADECAFEH, 2023)

Por lo tanto, el consumo de café en nuestro país aumenta a diario y con ello la necesidad de los emprendedores de ser innovadores, más rápidos, brindar calidad y ahorrar desafíos a la hora de servir. Con la pandemia, el consumo de café incremento en las casas y las cafeterías se vieron afectados, pero, hoy el panorama es otro, las cafeterías son los lugares donde las personas van a disfrutar de una taza de café en un lugar agradable.

Según análisis estadísticos de la Municipalidad de San Pedro Sula (2022), refleja que se encuentran formalizadas 92 cafeterías en la zona norte. Ahora bien, otro análisis que fue realizado por Zenith (2019) sobre Café, Máquinas, Usos y Hábitos, define que, en la mayoría de los países

de Centroamérica, los consumidores toman de una a dos tazas de café al día y si están fuera de casa, consumen en primer lugar café de máquina.

Así mismo, el consumo de café según estudio de la Asociación Nacional del Café (NCA), en los jóvenes es mayor que nunca. La franja de edad que consume café habitualmente es de 45 a 54 años (93%), seguido de los adultos de 35 a 44 años y de 55 a 64 años (89%). Por último, un 78% entre los 18 y los 34 años (HOSTELVENDING, 2018). Además, se encontró que los hombres beben más café que las mujeres, ambos sexos tienen preferencia de beberlo por la mañana. Las mujeres tienden a beber más cafés preparados, como cappuccino, latte, mocaccinos, entre otros, (Promecafe, 2023).

Es por eso que, cuando una persona va a una cafetería puede hacer muchas cosas: tomar un café, reunirse con amigos, teletrabajo con el portátil o Tablet, mantener reuniones de empresa, hablar por teléfono, descansar y socializar en general, pero, no cuenta con un espacio acondicionado Business y social. La idea de implementar un servicio diferenciado incluye un nuevo menú de comida “Keto y “vegano”, creando un espacio más versátil y conceptualizado para realizar capacitaciones o reuniones de trabajo “Business Coffee” y un área social simplemente para disfrutar de un café con los amigos.

### **1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

Es la parte de un proyecto de investigación donde se afina más formalmente la idea de la investigación (Sampieri, 2014).

#### **1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA**

La ciudad de San Pedro Sula es conocida como la capital industrial del país, por sus parques industriales y zonas maquileras, así como también decenas de locales comerciales. El sector de los alimentos y bebidas es uno de los segmentos de mercado con mayor demanda. Históricamente solo existían 3 marcas de café, como ser: Espresso americano, Coffee Cup y Dunkin Donuts, a la fecha existen aproximadamente 92 establecimientos de venta de café en la ciudad, esto muestra un crecimiento económico importante y una oportunidad de mercado, pero, no solo es vender café y un tipo de comida que es muy similar en todos los negocios sino de innovar en el servicio y producto.

Existe una oportunidad de brindar un café atendiendo un nuevo segmento en la oferta de las cafeterías que operan en la zona. Es importante destacar que cada dos veces los clientes buscan un lugar de esparcimiento que tenga características únicas y diferentes de los demás establecimientos, que cuenten con diversos factores moderno, en el cual se pretenda ofrecer además del café y repostería, nuevas opciones de esparcimiento, por lo que se considera la decisión de innovar con base en la necesidad del cliente.

Es por eso, que, al adquirir nuevo local, para Riscatto Coffee Shop, se pretende ampliar el punto de servicio, donde se pueda ofrecer un lugar de estancia para el cliente con horario de lunes a jueves de 7.00 a.m. A 7.00 p.m., viernes y sábado de 7.00 a.m. a 8.00 p.m. y Domingo estará cerrado, en el cual pueda consumir un amplio menú de productos tradicionales que posee la cafetería como ser; bebidas, cocteles, café, postres y aperitivos. Además de un nuevo menú segmentado para personas que son intolerantes a la proteína, se ofrece postres “veganos”, y para las personas diabéticas, los postres “Keto”. Las nuevas instalaciones tendrán áreas exclusivas y acondicionadas para ambientes “Bussines Coffee” y “Área social o Familiar”. Para el área Bussines se contará con una pantalla, data show, aire acondicionado, música ambiental de los 80’s, Wifi y servicio personalizado.

En cuanto al área social, este será acondicionado para un ambiente familiar y de amigos con música retro de los 80’s, aire acondicionado, Wifi y servicio personalizado. Nuestros clientes podrán realizar sus reservaciones a través de una APP y en cada mesa estará disponible un código QR para que el cliente pueda realizar sus pedidos. En conclusión, la visión de Riscatto Coffee Shop es potenciar su marca para que ésta sea reconocida como un espacio en el cual se pueda disfrutar de una buena taza de café en áreas de trabajo, familiar o de amigos.

### **1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Es factible financieramente crear un nuevo punto de servicio para la cafetería Riscatto Coffee Shop en la ciudad de san pedro sula, con un concepto de servicio diferenciado?

### **1.3.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

1. ¿Cuál sería el mercado meta en el nuevo punto de servicio de la cafetería?
2. ¿Qué aspectos operativos y técnicos deben considerarse para el nuevo punto de servicio de la cafetería?

3. ¿Cuáles serían los resultados financieros y económicos para la creación de un nuevo punto de servicio de la cafetería?
4. ¿Qué métodos se utilizarán para aplicar las soluciones y propuestas dadas para el logro de un servicio diferenciado por la cafetería?

## **1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un estudio de prefactibilidad mediante un estudio de mercado, considerando los aspectos técnicos y financieros, para la creación de un servicio diferenciado, por “Riscatto Coffee Shop”, en San Pedro Sula.

### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Para alcanzar el objetivo de la investigación se plantea los siguientes objetivos específicos:

1. Desarrollar un estudio de mercado evidenciando las necesidades, gustos y preferencias de las personas.
2. Proponer un estudio técnico que muestre los procesos y la capacidad instalada.
3. Construir un estudio y evaluación financiera que pruebe la viabilidad y rendimientos de la inversión.
4. Aplicar las propuestas y resultados dados para el logro de un servicio diferenciado por la cafetería.

## **1.5. JUSTIFICACIÓN**

Actualmente en la ciudad de San Pedro Sula, existe diversidad de cafeterías, los cuales estos ofrecen a sus clientes un producto orientado a un solo servicio en particular. Cafeterías hay muchas y la competencia es dura, cada día nacen nuevas propuestas. Gracias a esto, los emprendedores dedican más tiempo a plantear sus estrategias diferenciadoras y marcar la diferencia. Millenials, comercio justo, vegano, orgánico son términos que están de moda, por lo tanto, las cafeterías pueden aprovechar esta demanda e incorporar en un solo establecimiento un producto y servicio con especialidad diferente (Solano, 2017).

Es por eso, que se identificó una oportunidad de ofrecer un modelo de negocio diferenciado, por medio del desarrollo de un estudio de Prefactibilidad, que se basa en la creación de un nuevo punto de servicio diferenciado de la cafetería “Riscatto Coffee Shop”, el cual busca atender necesidades potenciales de los clientes, que tenga características únicas y diferentes de los demás establecimientos, que cuenten con diversos menú de productos que incluya comida “Keto y Vegano”, en el cual se pretende ofrecer además del café y repostería, nuevas opciones de esparcimiento como ser una área para capacitaciones o reuniones de empresas “Bussines Coffee” y área social para compartir con los amigos, disfrutar de momentos de camaradería y contar con un capital humano que tenga un perfil de competencias que nos distinga de los demás.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

Según Roberto Hernández Sampieri (2008), Autor del libro Metodología de la Investigación que distribuye McGraw-Hill para estudiantes y profesores, cita que un marco teórico es una de las fases más importantes de un trabajo de investigación, consiste en desarrollar la teoría que va a fundamentar el proyecto con base al planteamiento del problema que se ha realizado.

En este capítulo se presenta un panorama de la actualidad económica mundial y de honduras vista desde los factores macro y micro entorno, el cual permite comprender la importancia del crecimiento económico que aportan a la estabilidad de un país. Posteriormente se detallan algunos conceptos y teorías que amplían la investigación, asimismo las metodologías aplicables que marcan como guía el desarrollo del proyecto, para finalizar se presenta el marco legal que muestra el cumplimiento normativo y legal para formalizar el proyecto.

### **2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.**

En la siguiente sección, se analizará la actualidad del problema, este se lleva a cabo a través de los componentes tanto del macroentorno como del microentorno. Este análisis del macro y microentorno permite obtener una visión completa y detallada de la situación actual del problema, lo que a su vez facilita la identificación de soluciones efectivas y estrategias para abordar el desafío en cuestión.

#### **2.1.1. MACROENTORNO**

A continuación, se presenta perspectivas de la economía mundial, así como dos casos de cafeterías de éxito mundial.

##### **2.1.1.1. PERSPECTIVAS DE LA ECONOMÍA MUNDIAL**

Las perspectivas son de nuevo inciertas, rodeadas por las turbulencias del sector financiero, la elevada inflación, los efectos desatados por la invasión rusa a ucrania y los tres años de COVID-19. Según los pronósticos de base del Fondo Monetario Internacional (2023), el crecimiento caerá desde 3.4% en 2022 a 2.8% en 2023, antes de estabilizarse en 3.0% en 2024.

La deuda pública en relación al PIB aumentó en todo el mundo durante la pandemia de COVID-19 y se prevé que siga siendo elevada. Los trastornos en las cadenas de suministro y las crecientes tensiones geopolíticas han situado los riesgos de la fragmentación geoeconómica, así como sus beneficios y costos potenciales, en el centro del debate sobre políticas.



**Figura 1** Proyecciones de crecimiento por región

Fuente: (Fondo Monetario Internacional, 2023)

### 2.1.1.2. CASOS DE ÉXITO

#### *Starbucks*

El año de 1971 trajo al mundo diversos cambios sociales y económicos gracias a los últimos años de la Guerra de Vietnam y las muestras del poder nuclear de Estados Unidos. Pero no todo era tensión, también había esperanza con el nacimiento de diversos negocios que a la larga se convertirían en auténticas industrias internacionales. Uno de esos negocios era Starbucks, un pequeño local que en 1971 abrió sus puertas en Seattle gracias al entusiasmo de sus tres socios: el profesor de inglés Jerry Baldwin, el profesor de historia Zev Siegel, y el escritor Gordon Bowker.

Starbucks fue una idea que nació gracias a la inspiración de sus tres fundadores por el empresario cafetero Alfred Peet, el mismo hombre que acostumbró a los estadounidenses a consumir el café en taza en lugar de lata (Konfio, 2019).

El primer Starbucks nació en 1971, pero su historia de éxito económico y sustentabilidad comienza en 1987, cuando Howard Schultz, un ex empleado de la cadena que

comenzó en Seattle, la compró y convirtió en un concepto nuevo de cafeterías. Starbucks no ofrece solamente un café de calidad, sino una experiencia. Estudiantes, jóvenes profesionistas y grupos de amigos pueden confiar en sus productos y en su ambiente agradable para trabajar o platicar.

Este concepto probó ser tan exitoso que, a partir de mediados de los años 90, la marca comenzó a abrir cafeterías en diversas partes del mundo, y en la década siguiente inauguró un nuevo establecimiento cada día de la semana. En la actualidad, está presente en 58 países. En 2007 lanzó la página My Starbucks Idea, en la cual pidió a sus clientes sugerencias para mejorar la empresa. Muchas de ellas se referían a reciclaje, comercio justo y el uso de productos locales (Evia, 2012).

En los años siguientes, Starbucks ha adoptado varias de estas ideas:

- En 2010, en colaboración con Conservation International, lanzó una Starbucks Card hecha con 80% de materiales reciclados, y donó 5 centavos de cada compra realizada con ella desde marzo hasta diciembre.
- Participa en los esfuerzos de la organización (RED) en contra del SIDA. El pasado mes de junio donó un dólar por cada cliente que hizo check in en la red social Foursquare desde alguna de sus tiendas en Estados Unidos.
- La basura generada por sus envases ha sido un problema desde el principio: en 1997 la empresa desarrolló mangas reciclables para los vasos que contienen líquidos calientes. En 2006 incorporaron un 10% de materiales reciclados en estos vasos, y en 2008 rediseñaron los de plástico para hacerlos más sustentables. También se recompensa a los clientes que lleven sus propias tazas o termos para que los baristas los rellenen.

Según FullStep (2023), la propuesta de valor de Starbucks se centra en varios pilares clave:

- **Experiencia Premium:** Starbucks no solo vende café, sino una experiencia completa. Desde el momento en que entras en una tienda, te sumerges en un ambiente acogedor con música, decoración y un ambiente diseñado para que te sientas cómodo.
- **Calidad del Café:** Starbucks se enorgullece de ofrecer café de alta calidad, seleccionando granos de las mejores regiones y asegurando un tueste óptimo para resaltar los sabores.
- **Personalización:** Una de las grandes ventajas de Starbucks es la capacidad de personalizar tu bebida exactamente como la quieres, desde el tipo de leche hasta los siropes y toppings.
- **Responsabilidad Social:** Starbucks tiene un fuerte compromiso con la sostenibilidad, el comercio justo y las prácticas éticas en su cadena de suministro. Esto incluye asegurarse

de que los agricultores reciban un precio justo por sus granos y promover prácticas agrícolas sostenibles.

- **Innovación Constante:** La marca siempre está buscando innovar, ya sea a través de nuevas bebidas, tecnologías (como su aplicación móvil) o iniciativas en la tienda.
- **Conexión Comunitaria:** Las tiendas Starbucks a menudo actúan como un «tercer lugar» (aparte de la casa y el trabajo) donde las personas pueden reunirse, trabajar o simplemente relajarse.
- **Formación y Desarrollo de Empleados:** Starbucks invierte en sus empleados, ofreciéndoles oportunidades de formación y desarrollo, lo que a su vez mejora la experiencia del cliente.

### *Dunkin' Donuts*

Dunkin' Donuts es una famosa compañía multinacional, que se especializa en café y donas. Aunque este último es su producto más representativo, el café ha sido un elemento decisivo en el éxito alcanzado por esta firma. Su fundador se llama William Rosenberg y abrió el primer restaurante junto con Stephen So. Al principio, dicho negocio se llamó Open Kette y se localizaba en una pequeña localidad en Quincy, Massachusetts. Dos años después, en 1950, le cambiaron oficialmente el nombre a su negocio por el actual: Dunkin' Donuts. Ya que, en la primera parte de la década de su inicio, el negocio tuvo tan buena aceptación, en 1955 decidieron abrir su primera franquicia y se especializaron en las donas, pero como lo dijimos antes uno de sus principales pilares fue el café.

Comenzó a extenderse a otros países como Chile, en 1984, por esos años también abrieron su primera franquicia en Colombia y en 1996 apareció en Perú y Argentina. El problema más grande lo tuvo cuando intentaron incursionar en el mercado europeo, pues dicho continente que no tuvieron el éxito que sí lograron en países de Latinoamérica, aunque sí pudieron mantenerse en Alemania y España. El grupo Allied Lyons compró Dunkin' Donuts en 1990, antes ya lo había hecho con una empresa competidora llamada Mister Donut y es actualmente junto con Baskin-Robbins propiedad de Dunkin' Brands Inc (Marcia, 2023).

Actualmente, Dunkin Brands, una de las principales empresas del sector, cuenta con más de 13.400 establecimientos presentes en más de 60 países. Su negocio, desempeñado por una plantilla que supera las mil personas, proviene de la unión de las cadenas Togo's, Baskins Robbins y Dunkin

Donuts y sus cuentas alcanzan una facturación media por encima de los 4.800 millones de euros (La Franquicia, 2016).

El mercado de las cafeterías en Estados Unidos mantiene un apasionado pulso entre el líder Starbucks Coffee y Dunkin' Donuts. La cadena de rosquillas ha decidido desmarcarse en esta carrera y ahora utiliza una aplicación de software para acortar distancias y conseguir crecer de una manera más rápida.

En la actualidad Dunkin' Donuts y Starbucks Coffee mantienen una carrera para hacerse con el mercado norteamericano de cafeterías. Por el momento, gana Starbucks que cuenta en Estados Unidos con una red de 8.800 locales, pero la cadena de rosquillas ya ha comenzado a trabajar para cambiar la situación, tal y como informa el semanario americano Information Week. Los responsables de Dunkin' Donuts ya han conseguido dar con el problema que frena la expansión de su red: la dificultad de encontrar franquiciados adecuados y de acortar el proceso de apertura. Para intentar solucionarlo han creado un sistema informático que les permitirá identificar y manejar determinada información sobre cada una de las franquicias que funcionan en Estados Unidos (Flores, 2015).

### **2.1.2. MICROENTORNO**

A continuación, se presenta un análisis sobre la actualidad económica de Honduras, el análisis interno sobre estadísticas y casos de cafeterías en San Pedro Sula, así como proveedores.

#### **2.1.2.1. ACTUALIDAD ECONÓMICA DE HONDURAS**

##### *Índice Mensual de Actividad Económica*

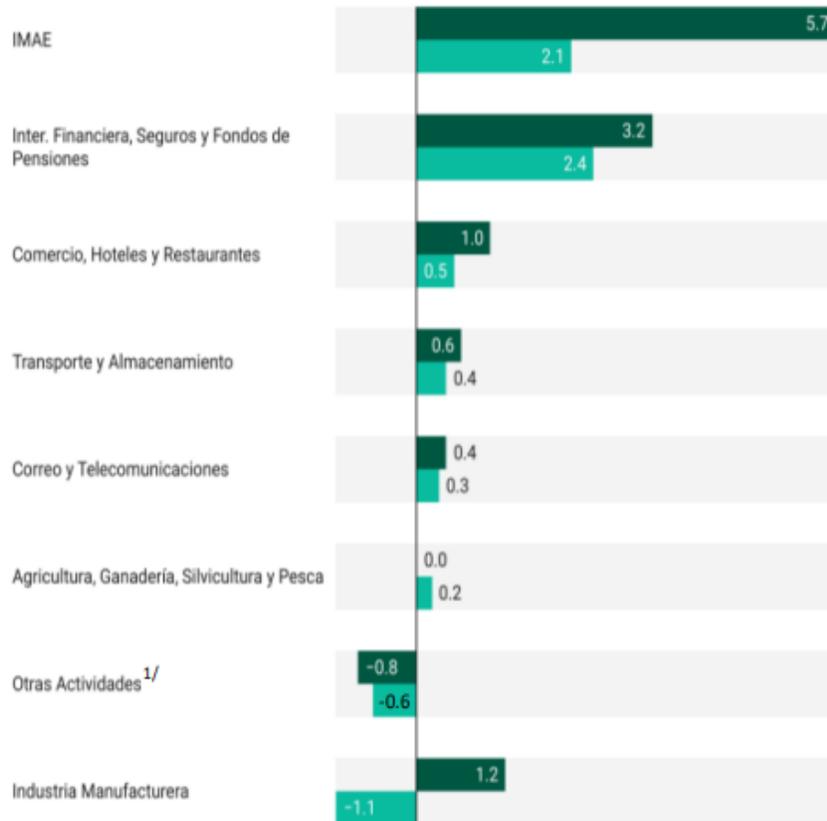
El Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) en Honduras a marzo 2023 registró un crecimiento acumulado de 2.1% (5.7% al mismo mes de 2022). Mientras que, la tendencia varió en 2.6% interanualmente. Por su contribución al índice global, destacan las actividades de intermediación financiera, transporte y almacenamiento, telecomunicaciones, hoteles y restaurantes, comercio, agricultura, ganadería, silvicultura y Pesca.

## Aporte por actividad económica a la variación del IMAE

(Contribución a la variación porcentual acumulada)

### IMAE

■ 2022 ■ 2023



**Figura 2 Aporte por actividad económica a la variación del IMAE**

Fuente: (BCH, 2023)

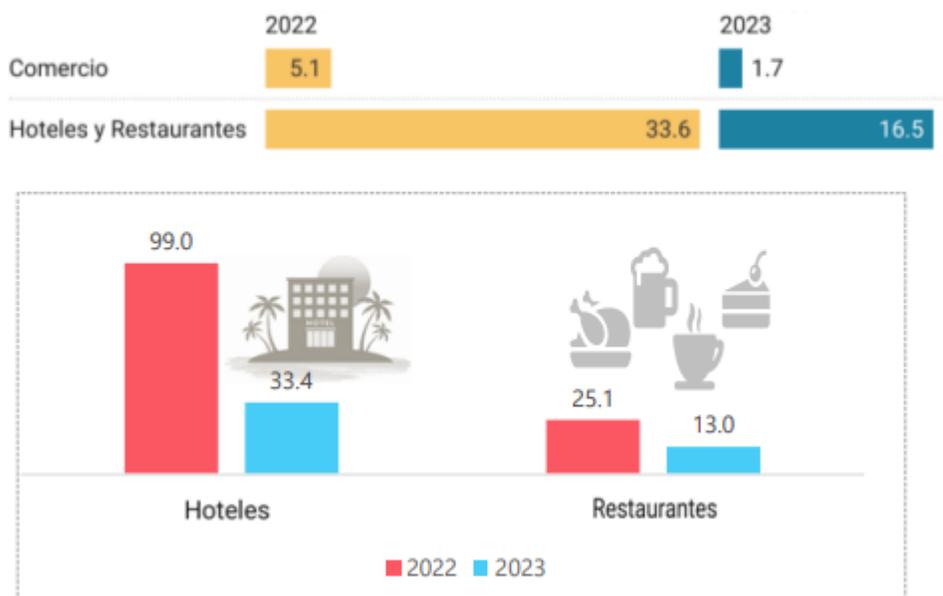
Durante el primer trimestre del año, el crecimiento económico de los Estados Unidos de América (EUA) registró una variación de 1.1% (desaceleración respecto a lo registrado en el trimestre previo), reflejo de una menor inversión en inventarios privados y de la inversión fija no residencial, de acuerdo a las previsiones establecidas en el FMI. Entre tanto, el crecimiento global para 2023 es susceptible a la baja ante el endurecimiento de las condiciones financieras mundiales, incertidumbre por la prolongación del conflicto Rusia–Ucrania. La producción en las economías de la región centroamericana a febrero de 2023, se incrementó respecto a lo reportado en el mismo período de 2022, impulsada por las actividades de servicios financieros, comunicaciones, construcción y hoteles y restaurantes. Por país se destaca Costa Rica al crecer 4.9%, seguido de

Guatemala con 3.6%, Nicaragua 3.4%, Honduras 2.1% y El Salvador 0.4% (BCH, 2023).

En Honduras, los hoteles y restaurantes siguen un alza al registrar un crecimiento de 16.5%, ante la mayor demanda de servicios alimenticios servidos en los establecimientos y mediante plataformas digitales (a domicilio), aumento en la ocupación hotelera de viajeros nacionales y extranjeros, especialmente en la zona insular del país. El comercio mantuvo los niveles de producción con una variación de 1.7%, por la comercialización de equipo de transporte, maquinarias y aparatos de uso doméstico, abonos y productos farmacéuticos, lo anterior, fue atenuado por la reducción en las ventas de productos alimenticios, que se atribuye al alza en los precios de estos bienes (BCH, 2023).

### Honduras: Comercio, Hoteles y Restaurantes

(Contribución a la variación porcentual acumulada a marzo de cada año-)<sup>P/</sup>



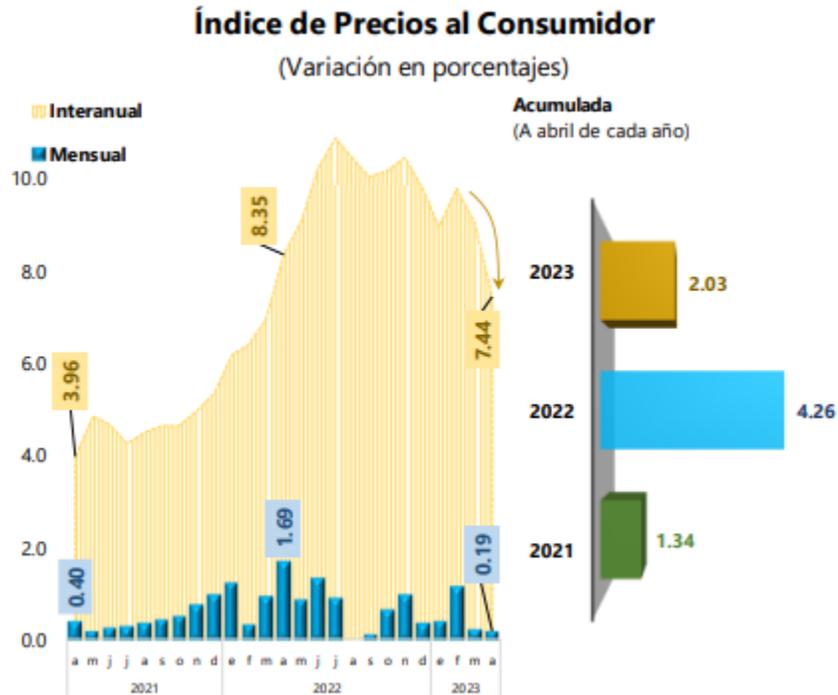
**Figura 3 Honduras: Comercio, Hoteles y Restaurantes**

Fuente: (BCH, 2023)

### *Inflación en honduras*

La inflación en Honduras al cierre de abril de 2023, se desaceleró, registrando una variación mensual de 0.19% (1.69% doce meses atrás); e interanual de 7.44%, la más baja registrada desde marzo de 2022, Por lo tanto, la inflación acumulada se ubicó en 2.03%. A nivel internacional al igual que en Honduras, la desaceleración en la inflación está relacionado con la baja de precios de

algunas materias primas, combustibles y los costos de flete; cabe señalar que, aunque se frena la inflación en los costos, los precios al consumidor podrían no bajar al mismo ritmo (BCH, 2023) .



**Figura 4 Índice de precios al consumidor**

Fuente: (BCH, 2023)

### *Mercado laboral (PEA) en honduras*

La fuerza de trabajo está compuesta por las personas ocupadas y las desocupadas; dentro de los ocupados están los asalariados y no asalariados. Se estima que la población de Honduras a septiembre 2022, es de 9, 628,433 habitantes, de los cuales 5, 034,450 (52.3%) son mujeres y 4, 593,983 (47.7%) son hombres. Residen en el área rural 44.6% y el porcentaje restante en el área urbana (INE, 2021).

La población hondureña se caracteriza por ser joven, representada por adolescentes menores de 19 años (36.9%), por otro lado, la población de la tercera edad representada por adultos de 60 años y más, conforman el 10.7% de la población. Según el nivel educativo, las cifras indican que el 50.8% de la población tiene educación primaria y un 8% un nivel educativo superior. La población en edad de trabajar (PET), es aquella población definida por las normas internacionales

(OIT), como aptos en edad para ejercer funciones productivas (15 años y más) y se estima que 72 de cada 100 hondureños esta edad de trabajar (INE, 2021).



**Figura 5 Composición de la fuerza de trabajo**

Fuente: (INE, 2021)

Las cifras muestran que las mujeres representan el 40.1% de la fuerza de trabajo mientras que los hombres un 59.9%. Esta brecha aumentó con respecto al año 2021, donde las mujeres representaban un 42.6% en comparación a un 57.4% de los hombres. Del total de ocupados en el 2022 el 21.8% se emplea en la agricultura, el 22.2% en el comercio y el 16.2% en la industria manufacturera, en estas tres ramas se emplea el 60.2% de los ocupados, cifra que aumento respecto al 2021 que empleo el 57.5% de los ocupados. Se encontró que 33 de cada 100 hondureños realizan las actividades laborales por su cuenta, es decir que no tienen un empleador si no que ellos generan su propio empleo (INE, 2021).

#### *Posición del Café en el en Producto Interno Bruto (PIB) de Honduras*

El café es el principal producto agrícola de exportación aportando cerca del 4.0% al PIB Nacional y alrededor del 30.0% al PIB Agrícola. Se produce en 221 municipios distribuidos en 15 de los 18 departamentos que componen el territorio nacional. Se requieren al menos 350 mil recolectores, aproximadamente 50 mil de ellos provienen de los países vecinos. Se reportaron 321 mil hectáreas plantadas en la cosecha 2021/2022, 67% está distribuida en los departamentos de El Paraíso, Comayagua, Lempira, Copán, y Santa Bárbara. La productividad promedio fue de 15 sacos de 60 kg/ha, de los 97 mil productores registrados el 95% son pequeños caficultores que producen menos de 153 sacos (200 quintales) en 228 mil hectáreas (71% del área cultivada), y representan 2.7 millones de sacos, 58% de los 4.7 millones producidos en la cosecha 2021-2022.

Honduras es conocido como uno de los principales productores y exportadores de café a nivel mundial. El café ha sido tradicionalmente una de las principales fuentes de ingresos para el

país y ha tenido un impacto significativo en su PIB. En el pasado, el café ha representado una parte sustancial del PIB de Honduras. Según los datos disponibles hasta 2021, el sector agrícola, que incluye la producción de café, ha sido una de las principales fuentes de empleo y contribuyentes al PIB de Honduras. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la posición relativa del café en el PIB puede verse afectada por diversos factores, como los precios internacionales del café, la producción de otros sectores de la economía y las políticas gubernamentales (Enee, 2021).

Honduras es el primer exportador de café de Centroamérica, tercero de América Latina, después de Brasil y Colombia, y quinto a nivel mundial. La exportación de café hondureño va en ascenso, reportando cifras históricas de más de 8 millones de quintales entre el 2016 y 2017, lo que le ha generado unos 1,300 millones de dólares en divisas para el país. A esto se le suma la calidad del grano, que alcanzó un precio de 124.50 dólares en la Taza de Excelencia, factores que contribuyen a que el país hoy este posicionado como el quinto exportador de café a nivel mundial. En Honduras el café es uno de los productos que más aporta al Producto Interno Bruto (PIB), contribuyendo a la economía de más de 100,000 familias caficultoras, por lo que el impacto social de este producto es a nivel nacional (Enee, 2021).

En Honduras el café es uno de los productos que más aporta al Producto Interno Bruto (PIB), contribuyendo a la economía de más de 100,000 familias caficultoras, por lo que el impacto social de este producto es a nivel nacional (Enee, 2021).

#### **2.1.2.2. ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE SAN PEDRO SULA**

La Cámara de Comercio e Industrias de Cortés, CCIC, indica que "San Pedro Sula está tomando la orientación de ser una ciudad de servicios." explica que "el sistema empresarial de la ciudad está distribuido de la siguiente forma: un 52% de empresas son del sector servicios, un 28% en el comercio y un 20% es industria. La ciudad de San Pedro Sula es la zona industrial más importante del país, forma parte de la zona metropolitana del valle de sula, donde se encuentra ubicada más del 80% de la industria textil y manufacturera del país, generando un aproximado del 50% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 60% de las exportaciones nacionales, actualmente existen 129 mil micros, pequeñas y medianas empresas (Turismo, 2020).

San Pedro Sula cuenta con 823,908 habitantes de los cuales 390,108 son hombres, un 47.35% y 433,800 mujeres un 52.65%. El 5.13% de la población es rural y 94.87% establecida en área urbana, 226,783 viviendas de las cuales están ocupadas 204,544 el 18.1% de la población cuenta

con correo electrónico y el 76.2% de la población cuenta con celular. Población Económicamente Activa (PEA) al 2022 de más de 15 años; Empleado Privado 57.72% Empleado Público 6% Empresario 3.23% Cuenta Propia 21.36% Trabajador Familiar 1.35% Empleado Doméstico 3.86%. De las 533,534 personas que conforman la población en edad de 15 a 59 años, un 27.98% ha cursado la educación secundaria y los que han culminado los estudios superiores son un 5.14%; no obstante, los habitantes calificados a nivel de postgrado tan solo alcanzan un 0.24% (OEE, 2022)

### 2.1.2.3. ESTADÍSTICA DE CAFETERÍAS EN SAN PEDRO SULA

San Pedro Sula cuentan con una población activa y de una cultura muy particular y consumista, la idea de tomar un café mientras realizan un trabajo, un cierre de negociación, tareas universitarias aprovechando el acceso de conexión wifi gratis en estos lugares, simplemente conversar con un amigo, en un lugar acogedor y agradable o con un grupo de personas que gustan por cambiar el ambiente de sus reuniones de trabajo. Esto da la oportunidad de diversificar en el servicio de las cafeterías y brindar un valor agregado, en san pedro sula existen aproximadamente 92 cafeterías distribuidas en diferentes zonas de la ciudad.

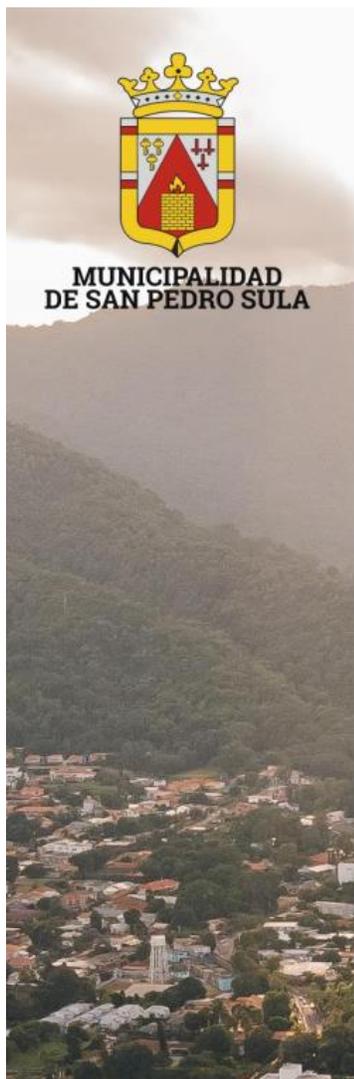
*Cafeterías en San Pedro sula*

#### Zona Mercado de Guamilito

Nombre	Ubicación	Contacto
Halawe Café	Barrio Guamilito 7 Avenida, 4 Calle NO, San Pedro Sula 21102	87654625
Tabacos y Cafe	Barrio Guamilito, 9na Ave, 6ª Calle, San Pedro Sula 21102	25508988
Panaderia y reposteria las Espigas	Barrio Guamilito, 8 avenida NO 4 calle No San Pedro Sula	25643045

**Figura 6 Cafeterías en Mercado de Guamilito**

Fuente: (Municipalidad, 2022)



# CAFÉS

## Zona Barrio Los Andes

Nombre	Ubicación	Contacto
Subway Cafe	Avenida Circunvalación San Pedro Sula 5 calle NO San Pedro Sula	9964-8454
Panaderia y Reposteria El Centro Cafe	Avenida Circunvalación San Pedro Sula 7 calle A NO San Pedro Sula	99327468
Dunkin' Donuts	Avenida Circunvalación, 9 Calle A NO, San Pedro Sula	96779977
Espresso Americano	Avenida Circunvalacion,13 avenida NO San Pedro Sula	22359749
B y k Kafe	Bo. Los Andes 12 calle 12 ave circunvalacion enfrente de BAC principal Plaza Monserrat 21102 San Pedro Sula, Honduras	9889-7009
Cafeteo	Frente a Teatro José Francisco Saybe, Plaza Tropical San Pedro Sula, 11 Avenida NO, San Pedro Sula	25534656
Espresso Americano	Barrio las acacias, 5 calle, 3era avenida, NO San Pedro Sula	22359749
Pasteleria y Reposteria Gennie's	4a Calle, 2a Avenida, Detras del Museo de Antropologia, San Pedro Sula	25527617
Panistro	Barrio los Andes 16 Ave. 5 Calle 21102 San Pedro Sula, Honduras	2516-1226
Allan's coffe	Metropark, Bo. Los Ándes, 16 Ave. 6 y, 7 Calle NO, San Pedro Sula	89583256
D'king Donuts	Bo. los andes 16 ave, 7 Calle NO, San Pedro Sula	33467020
Daheim Coffee Shop	Bo los andes 6 calle A NO 14 ave NO San Pedro sula	9737-6380
Pane E cafe	Bo los andes 6 calle NO 14 avenida NO San Pedro Sula	25695555
Cataleya Coffee and Bistro	9 calle 13 avenida NO, barrio los andes, San Pedro Sula	96814684
Crust -n- Crumb Pastry Coffee Shop	Barrio los andes, 12 avenida No 9 calle San Pedro Sula	99016121
El Rincón de Don Paco	12 Avenida, 8 Calle NO, San Pedro Sula	3184-4379
Well cafe	entre 16 y 17, Barrio los Andes 2 calle, avenida #101 NO, San Pedro Sula 21101	98642011
Shanti Cafe	Barrios los andes 11 Avenida NO &, 6 Calle NO, San Pedro Sula 21102	25440125

**Figura 7 Cafeterías Barrio Los Andes**

Fuente: (Municipalidad, 2022)

# CAFÉS

## Zona 4B Río de Piedras

Nombre	Ubicación	Contacto
Mi Casa Cafetering & Delivery	Col. Zeron, 7 calle, 20 y 21 Ave, N.O. Edificio Fayet, San Pedro Sula	98472672
Espresso Americano Plaza Moderna	7 Calle A, Plaza Moderno San Pedro Sula	22359749
Moka Caffè	Plaza Morpho, Avenida Circunvalacion, San Pedro Sula 21102	97215437
Baskin Robins - Dunkin' donuts	Plaza Morpho, 6 calle, avenida circunvalacion, San Pedro Sula	*1777
Café Passion	Colonia Moderna, 18 Ave. 3 y 5 Calle, casa #50 N.O	9901-1469
The Corner Coffee Bar	Col. Moderna, 5 calle, 19 Avenida NO, San Pedro Sula	94708669
Wings e Buckets Cafe	Jardines del valle San Pedro Sula ,Cortes Honduras San Pedro Sula, Honduras	3175-0441
La Hogaza de Pan	2 Calle, 18 y 19 Avenida S, San Pedro Sula	94520988
La Tazza Cafe	18 Avenida, 7 Calle A NO, San Pedro Sula	31469038
Welchez Café	3 Calle, 21 Avenida SO, Rio Piedras, San Pedro Sula	25571028
L'art Du Pain	19 avenida, 5 calle S.O, Ba. Rio de piedras, San Pedro sula	25440279
Entre Café & Tinto	18Avenida, 6 Calle, Ba. Rio de Piedras	88027208
Peggys Cafe	18 Avenida, 3 calle S.O, Ba. Rio de piedras	25523653
Cupán Co.	18 Avenida, 2 calle S.O, Ba. Rio de piedras	95695523
Espresso Americano	19 Avenida, 7 calle S.O, Ba. Riode piedras	2239-9572
Capricho cafe	Barrio El Centro, 6 Calle, 7-8 Avenida, S.O., 504 San Pedro, Cortes, Honduras 21104 San Pedro Sula, Honduras	9918-3396
Incânta Café Zerón	Col. Zerón 10 calle, 21 Avenida NO, San Pedro Sula	98680015

## Zona I Corredor Turístico Los Próceres

Nombre	Ubicación	Contacto
CAFETEO	Blvr. Los Proceres, 21 Avenida	25534656
Metro Café Express	Ubicado en Edificio Metrocentro, 1 avenida Sur Este, San Pedro Sula	25522456
Panaderia los Andes	Ubicado en Plaza Paseo los Proceres	25440088
Gouda hn	Ubicado en Plaza Paseo los Proceres	25440088
Crust and crumb	Ubicado en Plaza Paseo los Proceres	99016121
The Golden Pig Coffee Roasters	Ubicado en Plaza Paseo los Proceres	94469491

**Figura 8 Cafeterías Río Piedras y Próceres**

Fuente: (Municipalidad, 2022)

# CAFÉS

## Zona 4 A Zona viva

Nombre	Ubicación	Contacto
Repostería y Pastelería Gennie's	Ave Circunvalación, 8 Calle, S.O, Ba. Suyapa	25527886
Panadería y Repostería Moderna	16 Avenida, 7 Calle S.O. Barrio Suyapa, Plaza Comercial Calpules	25573164
Caffe Lavazza	Autoservicio en plaza Atocha, Barrio Suyapa, detrás de pollo campero en Ave. circunvalación.	
Miel & Café	8 calle , 16 Avenida S.O, Bo. Suyapa	97786868
Espresso Americano	Avenida circunvalación, 5 Calle S.O	22359749
Incanta Café	16 Avenida, 3 Calle S.O, Bo. Suyapa	33390155
Versailles Coffe	16 Avenida, 2 calle S.O, Ba. Suyapa	89776031
Kaby Coffee	barrio Suyapa 6 calle, 13 Avenida S, plaza fesmar	
Pan Y Mas	Avenida circunvalación 2 calle S.O. barrio Suyapa	25533772
Metro café express	15 avenida, 2 calle S.O, Ba. Suyapa	25522456

## Zona 5 Paseo Turístico del Valle

Nombre	Ubicación	Contacto
Fussion Cafe & Chicken Factory	25 calle Blvd La UNAH VS, N.O	98546836
Espresso Americano	25 calle Blvd La UNAH VS, N.O	22359749
Versailles Café	Ubicado dentro de MallGalerías, 25 calle Blvd La UNAH VS, N.O	89776031
Porto Café	Ubicado dentro de MallGalerías, 25 calle Blvd La UNAH VS, N.O	87682337
Cinnabon	Ubicado dentro de Grand Plaza, 25 calle Blvd La UNAH VS, N.O	comentarios@cinnabonhonduras.com
Panadería Extra	Ubicado dentro de MallGalerías, 25 calle Blvd La UNAH VS, N.O	32879222

## Zona 6 A Jardines

Nombre	Ubicación	Contacto
La Tarta	9 Avenida, 30 calle	25103476
Portal Cafetero	Colonia Universidad en plaza Tribeka 9 avenida 22 calle	9763-8171
Parlare Coffee Shop	Estamos Ubicados en Col. Jardines del Valle 33 Calle 9 ave. Bulevar Principal, frente a FUSINA.	parlarehn@gmail.com
Callejón Literario HN	Col. Jardines del valle, 9 avenida 27 y 28 calle continuo a Jardines café	33063230
Kafehño	Bulevar las torres, 9 avenida	9593-1033
Puro Juice	9 ave, 31-33 Calle N.O, Col. Jardines del Valle	9441-5596
Cafe Costello	Eco Plaza, Jardines del valle	89904731
Ibagary	Bulevar las torres, 8 avenida, 34 calle, boque 33	25699846

Figura 9 Cafeterías Zona Viva y Jardines

Fuente: (Municipalidad, 2022)

# CAFÉS

## Punto turístico Blvd. Mackey

Nombre	Ubicación	Contacto
Cafe Costello	C. Principal Rancho el coco, plaza rancho coco	89904730
La panoteka	2 avenida, 9 calle, sector stibys col. sitratel	97151553
Amalia's Coffee & Bakery	2 avenida, 8 calle, sector stibys col. sitratel	99391464
Coffe y Jugos Express	5 calle, 1 avenida, col. stibys	88094376
Kapé Bistro	Ubicado en Plaza Numa, Boulevard Mackey	94771673
Espresso Americano	Ubicado en Plaza Numa, Boulevard Mackey	95575532
Kaahwe Café	Ubicado en Centro Comercial Foresta, Boulevard Mackey	
Cereaholic	Ubicado en Plaza Numa, Boulevard Mackey	96857376
Merendon Coffee	Boulevard Mackey	88384058
Panistro	Plaza Bemen, Boulevard Mackey	33158522
The Coffee Market	1 Avenida, 13 calle N.O, Villas Mackey	25653208
La Hogaza de Pan	13 calle N.O, Col. villas Mackey	94586032
Caobas vivero & Cafe	Boulevard Mackey,	31826632
Entrepans	Plaza Numa, Local 13, segundo nivel. Boulevard Mackay	9475-1572

## Punto Turístico Los Álamos

Nombre	Ubicación	Contacto
Café Costello Los Álamos	2 avenida N.O, Calle hacia Armenta, Col. Los Álamos	99633150
Cafe Chocolate	3 calle, 3 a Avenida, Col los alamos	94679120

## Punto Turístico Trejo

Nombre	Ubicación	Contacto
Macchiato Lounge	24 Avenida, 9-10 calle S.O, Col. Dubon	96464579
Blendor Market	24 Avenida, 9 calle a, S.O	97581357
Spirit Animal Coffee	Edificio a la par del Colegio San Vicente de Paul 16 A, 12 Calle S	94861257
Gransorbeto	10 calle, 18 Avenida S.O, Col. trejo San Pedro Sula	33454525
La Eztacione Café	Centro Comercial Agora, avenida circunvalacion, 10 calle S	
Cafe costello	Colonia Trejo 10 calle, 17 ave S.O.	9420-9510/ 2509-5513
Hanan's Coffee Bakery	2 y, 20 avenida a, 3 Calle S	99611348
Tetos cafe	Colonia trejo, 21 avenida S.O.	96943102
Entre cafe y tinto	6 calle 18 avenida S.O.	88027208

**Figura 10 Cafeterías Mackey y Trejo**

Fuente: (Municipalidad, 2022)

#### **2.1.2.4. CAFETERÍAS QUE RESALTAN EN SAN PEDRO SULA**

San Pedro Sula, una ciudad vibrante y llena de energía en el corazón de Honduras, es conocida por su escena culinaria diversa. En medio de este bullicio gastronómico, las cafeterías destacan como verdaderas joyas que cautivan a los amantes del café y los aficionados a las delicias culinarias. Las cafeterías de San Pedro Sula no solo ofrecen una amplia selección de granos de café cuidadosamente seleccionados de todo el mundo, sino que también han creado un ambiente acogedor y encantador que invita a relajarse y disfrutar de una experiencia única. Desde modernos cafés minimalistas hasta encantadores rincones con un toque bohemio, cada cafetería tiene su propio encanto y personalidad.

Lo que hace que estas cafeterías destaquen es su compromiso con la calidad en cada taza. Los baristas expertos se enorgullecen de preparar meticulosamente cada café, utilizando métodos artesanales y equipos de última generación. Además de las clásicas opciones de espresso, cappuccino y latte, estas cafeterías también ofrecen una variedad de bebidas innovadoras y especialidades únicas que deleitarán a los paladares más exigentes. A continuación, una descripción del producto y servicios que brindan las 10 principales cafeterías en San Pedro Sula:

### **1. L'art du pain**

Inicia a principios de 2015 enfocada en la elaboración de panes artesanales, con la técnica francesa, pero después, los mismos clientes fueron reorientándolo al puro estilo café y lo mejor en panes y postres, está ubicado en el Barrio Río de Piedras, 19 Ave. entre 4 y 5 calle S.O. de San Pedro Sula. Atendiendo de lunes a sábado de 7 de la mañana a 7 de la noche; los domingos atienden de 8 de la mañana a las 6 de la tarde. Este café aromático cultivado y procesado en Marcala, La Paz.

L'art du pain es una parada obligada para los amantes del pan y el café en San Pedro Sula. Su dedicación a la calidad, su pasión por la panadería artesanal y su atención al detalle en cada taza de café hacen que esta cafetería sea un verdadero tesoro gastronómico. L'art du pain se destaca por ser mucho más que una simple cafetería. Es un verdadero homenaje a la pasión por el pan y los productos horneados de alta calidad.

## **2. Luna Bistro café**

Un concepto totalmente diferente que incluye la gastronomía y el café cultivado en San Marcos de Ocotepeque a unos 1,300 metros sobre el nivel del mar en un ambiente acogedor con un servicio personalizado. Luna Bistro Café abre sus puertas en diciembre de 2015. Uno de sus mejores secretos es el capuchino, una mezcla entre sabor chocolate y dulce cremoso. Además de su selecto café, ofrecen limonadas, bebidas como Copán Dry. Este local está abierto de lunes a sábado de 7 de la mañana a las 7 de las noches, ubicado en el Barrio Santa Ana, 9 calle, 10 ave. N.O. de San Pedro sula.

Luna Bistro Café es un encantador y acogedor café ubicado en el corazón de la ciudad. Su ambiente cálido y relajado lo convierte en el lugar perfecto para disfrutar de una deliciosa taza de café y deleitarse con una exquisita variedad de platos. El ambiente relajado de Luna Bistro Café lo convierte en un lugar ideal para reunirse con amigos, tener una reunión de trabajo informal o simplemente disfrutar de un momento de tranquilidad solo. Además, cuentan con una zona al aire libre encantadora, donde puedes disfrutar de tu café mientras disfrutas del sol y observas el ajetreo de la ciudad.

## **3. Welchez café**

Un café que suena fuerte en la mente de los cafeteros, no es para menos, una tradición que nació hace 60 años en Copán, ahora es un centro reuniones en san pedro sula, cultivado a más de 1,300 metros sobre el nivel del mar, inconfundible sabor achocolatado oscuro y cítrico. Welchez café cuenta con experimentados baristas que crean postres, como ser: el flan de café y el maya Frozen, especialidades de la casa. Por las mañanas ofrecen desayunos que abarcan desde crepas con nutella hasta platillos regionales con plátanos, omelette y frijoles. Normalmente atienden de lunes a domingo de 6:30 de la mañana a las 8:30 de la noche, se encuentra en la 21 avenida, 3 Calle S.O. Río Piedras, San Pedro Sula.

El ambiente relajado y acogedor de Welchez Café lo convierte en un lugar ideal para pasar el tiempo. Puedes tomar asiento en uno de los cómodos sofás y sumergirte en un buen libro, o bien, disfrutar de una agradable charla con amigos mientras saboreas tu café favorito. Welchez Café es

un destino encantador que combina a la perfección la pasión por el café, la calidez del ambiente y la atención al cliente. Si buscas un lugar para disfrutar de una taza de café excepcional en un entorno acogedor, Welchez Café es definitivamente el lugar indicado.

#### **4. Incanta café**

Inicio operaciones en junio de 2016, con la revolución de brindar experiencias únicas a los cafeteros sampedranos. Esta eminente innovación de dar una experiencia completa, nace en Costa Rica. Abierto de lunes a sábado desde las 7 de la mañana a las 7 de la noche. Se encuentran en Barrio Suyapa, 4 calle, 16 avenida, casa 107 S.O. Una cuadra abajo de Campero, Circunvalación, San Pedro Sula.

Además de su café excepcional, Incanta Café ofrece una amplia variedad de opciones gastronómicas. Su menú combina lo mejor de la cocina tradicional con toques creativos y contemporáneos. Desde deliciosos pasteles y tartas caseras hasta opciones saladas como sándwiches gourmet y ensaladas frescas, hay algo para todos los gustos. El ambiente en Incanta Café es mágico y relajado. Puedes encontrar un rincón tranquilo para disfrutar de tu café mientras te sumerges en un buen libro o te dejas llevar por la conversación con amigos. Además, cuentan con una agradable terraza al aire libre, donde puedes disfrutar del sol y del entorno verde mientras te deleitas con tu bebida favorita.

#### **5. Café Costello**

Pensado con la más alta personalización de servicio al cliente y variedad de cafés cultivados a 1,600 metros sobre el nivel del mar; así nació Café Costello en abril de 2016. Costello tiene un ambiente ameno y lounge, pensado para tener una pausa en medio de la naturaleza de las orillas del merendón en Rancho Coco. Aunque su estilo es selecto, no es de extrañar que en el menú aparezca la opción de tamal. El horario es de lunes a sábado de 6:30 de la mañana a las 7 de la noche y los domingos de 9 de la mañana hasta las 5 de la tarde.

Costello Café, serás recibido por una decoración moderna y elegante que combina elementos contemporáneos con toques cálidos y acogedores. El espacio está cuidadosamente diseñado para crear un ambiente cómodo y relajado, ideal para disfrutar de una pausa tranquila o para reunirse

con amigos. El ambiente en Costello Café es acogedor y amigable. Las mesas están dispuestas de manera que brindan privacidad, mientras que el espacio abierto y luminoso permite disfrutar de la compañía de otros visitantes. Además, la música suave y ambiental crea un ambiente agradable y relajante.

## **6. Cafeteo**

Inicia operaciones en junio de 2008, la experiencia creció agregándole un complemento al ofrecer panadería calificada para acompañar el café especial. Actualmente Cafeteo cuenta con dos establecimientos ubicados en Plaza Tropical, Ave Circunvalación frente al Teatro JF Saybe y en Altara. Este café ha evolucionado a través del aprendizaje continuo, la mezcla actual que utilizan incluye café de Copán, El Paraíso y Marcala. Cafeteo cuenta con dos establecimientos ubicados en Plaza Tropical, Ave Circunvalación frente al Teatro JF Saybe y en Altara, horario de lunes a sábado de 6.30 de la mañana a 8.30 de la noche.

El "cafeteo" es un término que se utiliza para describir el proceso de preparación y disfrute del café en una atmósfera acogedora y relajante. Es una experiencia sensorial que combina el aroma, el sabor y la textura del café con un ambiente agradable y social. Al entrar en un lugar de cafeteo, te envuelve de inmediato el delicioso aroma a café recién molido. El ambiente está cuidadosamente diseñado para crear una atmósfera acogedora, con iluminación cálida, muebles cómodos y una decoración que evoca una sensación de calma y tranquilidad.

## **7. Versailles Coffee**

Es una de las primeras franquicias netamente hondureñas, inicio operaciones en mayo de 2008, ofreciendo un ambiente agradable para reuniones sociales y ejecutivas. Versailles Coffee ofrece café cultivado en Marcala, La Paz y Santa Bárbara. Su sabor inconfundible a chocolate hace del café de Versailles una verdadera experiencia cafetalera. En Versailles Coffee se puede disfrutar de un café y una repostería con un poco de música lounge y el silencio que necesita para sentirse pleno en la hora del café (cualquier hora). Se encuentra en el bulevar Morazán, una cuadra arriba de la fuente luminosa, sin embargo, tiene presencia en los centros comerciales más concurridos de San Pedro Sula, con un horario de horario de lunes a domingo de 8 de la mañana a 8 de la noche.

El café servido en Versailles Coffee es seleccionado con esmero de las mejores regiones cafeteras del mundo. Los granos de café de origen único son cuidadosamente tostados para resaltar sus sabores distintivos y ofrecer una taza de café excepcionalmente aromática y deliciosa. Los baristas expertos preparan cada taza de café con precisión y destreza, asegurando una experiencia de calidad para los amantes del café.

## **8. Sigua Coffee**

Inicia operaciones a finales de 2013 como una opción diferente para los amantes del café en San Pedro Sula, su principal encanto es promover el aromático cultivado en la ciudad de los pinos, acompañados con rosquillas, tustacas propias de la zona. Un sabor achocolatado en cada sorbo de café, es cultivado a 1,500 Metros sobre el nivel del mar en la finca El Zapote, Siguatepeque. En Sigua podrá encontrar el caramel macchiato, especialidad de la casa. Aunque son originarios de Siguatepeque, tienen sucursales en San Pedro Sula y Tegucigalpa. Ubicado en Plaza Fesmar Barrio Suyapa 6 Calle 13 Avenida Sur Oeste San Pedro Sula, horario de lunes a domingo de 8 de la mañana a 8 de la noche.

Sigua Coffee es una reconocida marca de café que se ha destacado en el mundo de los amantes del café por su calidad excepcional y su compromiso con la sostenibilidad. Esta marca se ha ganado una sólida reputación por ofrecer una experiencia única a través de su café de origen único y su enfoque en la conservación del medio ambiente. Sigua Coffee se enorgullece de seleccionar cuidadosamente los granos de café de las mejores regiones cafeteras del mundo. Trabajan en estrecha colaboración con productores locales, asegurándose de que cada grano sea cultivado y cosechado de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Los granos son tostados a la perfección para resaltar sus sabores distintivos, manteniendo la integridad de cada origen y permitiendo que los matices únicos de cada región se expresen en cada taza.

## **9. Espresso Americano**

En 1994 Espresso Americano abrió su primer local en el centro histórico de Tegucigalpa, con una pequeña tostadora, procurando siempre servir el mejor y más fresco café. Esto vino a revolucionar la comercialización del café, vendiendo bebidas elaboradas con café recién tostado y

molido, en una tienda especializada. Hoy en día tienen funcionamiento en más de 185 locales en 25 ciudades de nuestro país.

Una franquicia 100% hondureña especializada en café gourmet hondureño. Obtienen el compromiso de servir sólo el mejor café, cumpliendo con los más estrictos estándares de calidad. Cuentan con un amplio menú de bebidas calientes y frías de la más alta calidad, en especial su deliciosa Granita de café, así mismo como una gran variedad de bocadillos y repostería para satisfacer el gusto de todos, cumpliendo con los más estrictos estándares de calidad, horario de lunes a domingo de 6:30 de la mañana a 8:30 de la noche.

La cafetería Espresso americano es un lugar acogedor y especializado que se dedica a servir y deleitar a los amantes del café con su enfoque en el Espresso Americano. Con un ambiente acogedor y una atención meticulosa a la calidad del café, esta cafetería se ha convertido en un destino popular para aquellos que aprecian una excelente taza de café.

## **10. Caobas Vivero & Café**

Inicia en noviembre del 2021, es un mágico y paradisíaco sitio abrió sus puertas hace apenas unos días en la hermosa ciudad de san pedro sula. Es un hermoso lugar que cuenta con un diseño único e innovador conecta a sus visitantes con la naturaleza, que lo hace perfecto disfrutar una de las mejores tazas de café 100% hondureño. Este sitio se destaca por contar con un ambiente al aire libre y armonioso en donde se puede escuchar el canto de las aves. Que lo hace ideal para relajarse por las mañanas o tardes degustando de los exquisitos platos y bebidas que ofrece. Además, este lugar posee un vivero, en el cual las personas pueden adquirir sus plantas preferidas y llevarlas a casa; una increíble combinación entre plantas, café y espacios al aire libre. Ubicado en Boulevard Mackay costado oeste de residencial Nova, horario de lunes a domingo de 7 de la mañana a 7 de la noche.

Caobas Vivero & Café es un lugar único que combina la belleza de un vivero con la experiencia de una cafetería. Situado en un entorno tranquilo y rodeado de naturaleza, este establecimiento ofrece a los visitantes la oportunidad de disfrutar de una experiencia relajante mientras se deleitan con deliciosas bebidas de café. El vivero en Caobas Vivero & Café es un

espacio donde los amantes de las plantas pueden explorar una amplia variedad de especies vegetales. Desde plantas de interior hasta árboles frutales y flores exóticas, el vivero ofrece una selección diversa para aquellos que desean agregar un toque verde a su hogar o jardín. Los visitantes pueden pasear por los senderos, admirar las plantas y recibir asesoramiento experto de los horticultores del lugar.

#### **2.1.2.5. PROVEEDORES DE CAFÉ**

La elección de proveedores adecuados es esencial para el éxito y la operación eficiente de cualquier negocio, incluida una cafetería como Riscatto Coffee Shop. Los proveedores desempeñan un papel crucial en el suministro de ingredientes y productos de alta calidad, así como en el mantenimiento de una cadena de suministro confiable y eficiente. En el caso de Riscatto Coffee Shop, la selección de proveedores adecuados es fundamental para garantizar la frescura y la calidad de los productos servidos a los clientes. Los proveedores de café, leche, panadería y otros ingredientes desempeñan un papel vital en la experiencia gastronómica que se ofrece en la cafetería.

Cuando se eligen proveedores, es importante considerar varios factores, como la calidad de los productos, la reputación del proveedor, la confiabilidad en la entrega, los precios competitivos y la capacidad de satisfacer las necesidades específicas de Riscatto Coffee Shop. Además, es fundamental evaluar la integridad ética y las prácticas sostenibles de los proveedores, asegurándose de que cumplan con los estándares de calidad y responsabilidad social que Riscatto Coffee Shop desea mantener.

Mantener una relación sólida con los proveedores implica establecer una comunicación abierta y transparente, negociar términos y condiciones favorables, y mantener una estrecha colaboración para garantizar el suministro constante de ingredientes frescos y de calidad. Los proveedores desempeñan un papel vital en el funcionamiento exitoso de Riscatto Coffee Shop, proporcionando los ingredientes y productos necesarios para crear una experiencia gastronómica excepcional. La selección cuidadosa de proveedores confiables y de calidad contribuye a mantener la excelencia en los productos y servicios ofrecidos por la cafetería, asegurando la satisfacción de los clientes y el éxito continuo del negocio.

Riscatto Coffee Shop, cuenta con proveedores para insumo y preparación de café,

proveedores para insumos de alimentación, proveedores para insumo de postres normales, Keto y Vegano, proveedores de servicios públicos, proveedores de limpieza, proveedores de accesorios para la preparación de café y venta, proveedores de bebidas de botella, tisanas, proveedores de materiales y equipo, entre otros.

## 2.2. CONCEPTUALIZACIÓN

- **CAFÉ:** El café es una bebida apreciada en todo el mundo que tiene una rica y fascinante historia que se remonta siglos atrás. A continuación, te brindo una conceptualización histórica del café, según MundoCafe (2023):

### *Orígenes legendarios:*

La historia del café comienza en la región de Kaffa, en Etiopía, donde según la leyenda, un pastor notó que sus cabras se volvían más enérgicas después de comer los frutos rojos de un arbusto en particular. Este arbusto resultó ser el café, y su descubrimiento eventualmente llevó al cultivo y consumo de esta planta. Hoy en día, el café es una industria global que impulsa economías y es una parte integral de la vida diaria de millones de personas en todo el mundo. Desde pequeñas cafeterías hasta grandes cadenas internacionales, el café sigue siendo una bebida apreciada y un símbolo de encuentro y socialización.

- **REPOSTERÍA:** La repostería, también conocida como pastelería, es un arte culinario que se centra en la creación de deliciosos postres y pasteles. Su historia es rica y se remonta a muchas culturas antiguas. A continuación, te brindo una conceptualización histórica de la repostería:

### *Orígenes antiguos:*

La repostería tiene sus raíces en la antigüedad, donde se encontraron evidencias de postres y dulces en diversas culturas. Civilizaciones como la egipcia, griega y romana ya disfrutaban de postres elaborados con ingredientes como miel, frutas, nueces y especias. Estos postres eran considerados un lujo y se preparaban para ocasiones especiales. El término repostería es el que se utiliza para denominar al tipo de gastronomía que se basa en la preparación, cocción y decoración de platos y piezas dulces tales como tortas, pasteles, galletas, budines y muchos más (Aprende, 2023)

- **DIFERENCIACIÓN:** Corresponde a la especialización y caracterización de determinados productos y/o servicios por sus atributos (tangibles o intangibles), lo cual les otorga reconocimiento y preferencia por sus consumidores o mercado (RAE, 2023).
- **CALIDAD:** La calidad es un concepto inherente a la misma esencia del ser humano. Desde los mismos orígenes del hombre, éste ha comprendido que el hacer las cosas bien y de la mejor forma posible le proporciona una ventaja competitiva sobre sus congéneres y sobre el entorno con el cual interactúa.

A conceptualización histórica de la calidad ha evolucionado desde un enfoque artesanal individual hasta un enfoque sistémico basado en la satisfacción del cliente y la mejora continua. A medida que la sociedad y la tecnología avanzan, el concepto de calidad sigue evolucionando para adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes y los avances en la gestión empresarial. En la actualidad, cambios en el esquema empresarial mundial, como la globalización, conducen a que la calidad deje de tener el contexto (Constanza, 2006).

- **CLIENTE:** El origen de este término se remonta a la antigua Roma, siendo el cliente aquel individuo económicamente inferior, quien se ponía al servicio de uno de mayor rango en una relación, que no estaba regulada y que otorgaba, al de mayor rango, un importante prestigio social (Etecé, 2021).

La conceptualización histórica del cliente ha evolucionado desde una perspectiva transaccional hacia un enfoque centrado en la relación, la fidelidad, la experiencia y el empoderamiento del cliente. Esta evolución refleja los cambios en las expectativas y comportamientos de los consumidores, así como la respuesta de las empresas para adaptarse y satisfacer las demandas cambiantes del mercado (Etecé, 2021).

- **DEMANDA:** Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. Los mercados tienen dos agentes: compradores y vendedores. La demanda representa a los compradores en un mercado (Academy, 2020).

La demanda es una descripción de todas las cantidades de un bien o servicio que un comprador estaría dispuesto a comprar a todos los diferentes precios. De acuerdo con la ley de la demanda, esta relación es siempre negativa: la respuesta a un aumento del precio es una disminución de la cantidad demandada (Academy, 2020).

- **MERCADO:** Es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio. En economía, el mercado es un espacio físico o virtual en el que se realizan intercambios de bienes, servicios y activos líquidos por dinero. El intercambio se da entre compradores y vendedores que pueden interactuar de manera directa o a través de instituciones o plataformas. Es un proceso en el que tanto el vendedor como el comprador obtienen algún beneficio (Azkue, 2022).
- **OFERTA:** Se denomina oferta a un ofrecimiento que se hace, generalmente buscando otra cosa a cambio. Desde el punto de vista económico, la oferta es uno de los elementos que interviene en la formación de los precios de los bienes y servicios, conjuntamente con la demanda. En casos puntuales, se hace también uso del término en locales comerciales para referir a una posible transacción que se presenta como favorable. Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado (Enciclopedia, 2020).
- **PRODUCTO:** Conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios del vendedor, el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea. Un producto es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que se elabora de manera natural o industrial mediante un proceso, para el consumo o utilidad de los individuos (Significados, 2013).

La palabra producto deriva del latín productus y posee diferentes significados según el área en el cual se emplee. Los productos son todos aquellos objetos u artefactos, fabricados en industrias, empresas siguiendo una línea de producción o de manera artesanal por las personas (Significados, 2013).

- **SERVICIO AL CLIENTE:** El servicio al cliente es un proceso empresarial que requiere de herramientas de tecnología y de estrategias de marketing para mejorar la experiencia del consumidor. Es la manera en la que la empresa interactúa con los clientes, por ejemplo, durante el momento de compra o luego de haber adquirido un producto y tener algún inconveniente (Etecé, 2021).
- **TECNOLOGÍA DIGITAL:** Las tecnologías digitales mejoran la conectividad, la inclusión financiera y el acceso al comercio, a la educación y a los servicios públicos, lo que las convierte en un poderoso instrumento igualador. De acuerdo con las Naciones

Unidas es la primera vez en la historia de la humanidad en que una innovación avanza de forma tan veloz que, en solo 20 años de desarrollo, ha llegado a cerca del 50% de la población mundial, transformando a las sociedades (Xubio, 2015).

En el campo de los negocios, su uso permite manejar grandes volúmenes de información, procesarla, almacenarla en pequeños dispositivos y tenerla siempre a mano. Gracias a las tecnologías digitales también es posible automatizar tareas y realizar operaciones y mediciones complejas de forma rápida y segura. Esto ayuda a mejorar las predicciones, el control y las evaluaciones de resultados (Xubio, 2015).

- **PROYECCIÓN FINANCIERA:** Análisis que se desarrolla para anticipar cuáles serán las eventuales ganancias o pérdidas de un proyecto. A partir de una proyección financiera, un empresario o un emprendedor cuentan con información valiosa para tomar decisiones sobre sus negocios. Se trata de un análisis que te permite calcular desde el punto de vista financiero cuál será el crecimiento de una empresa a largo plazo. De esta manera, las proyecciones financieras te ayudan a adelantarte o anticiparte a los sucesos de pérdidas en procesos operativos, por lo que este conjunto de acciones evalúa el desempeño e historial de las ventas anteriores.

Las proyecciones financieras son herramientas que ayudan a planificar el futuro de acuerdo a los ingresos, egresos e inversiones. Por ejemplo, si quieres saber cómo mantener una empresa en crecimiento, la clave es saber interpretar los números de un estado financiero (Empresas, 2021).

- **TIR:** Tasa interna de retorno que garantiza la rentabilidad del proyecto.
- **VAN:** El valor actual neto es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto.

### 2.3. TEORÍAS DE SUSTENTO

Consiste en sustentar teóricamente el estudio, una vez que ya se ha planteado el problema de investigación. Dada sustento teórico a la investigación y será de utilidad para la discusión final. Al hablar de teorías de sustento aplicadas a una cafetería, se pueden considerar varias perspectivas. A continuación, se presenta algunas teorías que podrían aplicarse en este contexto:

1. Teoría de la satisfacción del cliente: Esta teoría sostiene que la satisfacción del cliente es crucial para el éxito y el sustento de una cafetería. Según esta teoría, ofrecer un servicio

de alta calidad, productos deliciosos y un ambiente agradable contribuirá a generar una base de clientes satisfechos y leales. La atención al cliente, la calidad del café y la comida, la comodidad del lugar y la eficiencia en el servicio son factores clave para garantizar la satisfacción del cliente.

2. Teoría de la diferenciación: Esta teoría sugiere que una cafetería puede destacarse y asegurar su sustento al diferenciarse de la competencia. Esto implica ofrecer algo único y distintivo, ya sea en términos de su concepto, decoración, menú o experiencia en general. La diferenciación puede ser a través de la especialización en un tipo específico de café, la inclusión de productos orgánicos o locales, o la creación de un ambiente temático único.
3. Teoría del marketing sensorial: Esta teoría se basa en la idea de que estimular los sentidos de los clientes puede influir en su experiencia y fidelidad. En el contexto de una cafetería, esto implica crear un ambiente acogedor, con aromas agradables de café recién hecho, música ambiental agradable y una presentación visual atractiva de los productos. Estimular los sentidos de los clientes puede generar una experiencia memorable y aumentar las posibilidades de que vuelvan.
4. Teoría de la gestión de la cadena de suministro: Esta teoría se enfoca en la importancia de una gestión eficiente de la cadena de suministro para garantizar el sustento de una cafetería. Esto incluye la selección cuidadosa de proveedores de café de calidad, asegurando un suministro constante de ingredientes frescos y la implementación de prácticas de gestión de inventario efectivas. Una cadena de suministro bien administrada garantiza que la cafetería pueda ofrecer productos consistentes y de alta calidad.

Estas teorías proporcionan diferentes enfoques para asegurar el sustento de una cafetería. Es importante destacar que cada cafetería es única y puede aplicar diferentes teorías o combinarlas de acuerdo con sus objetivos y contexto específicos. La comprensión de estas teorías y su aplicación adecuada pueden ayudar a una cafetería a destacarse en un mercado competitivo y garantizar su éxito a largo plazo.

### **2.3.1. TECNOLOGÍA DIGITAL EN LOS NEGOCIOS**

La velocidad es la nueva moneda en los negocios. Las organizaciones deben ser rápidas a la hora de cumplir con las necesidades o expectativas de los clientes y empleados en un mercado

competitivo. No hay atajos en la transformación digital para alcanzar esta velocidad. Pero a medida que una organización se adentra cada vez más en un mundo automatizado definido por software, se mueve cada vez más rápido porque surgen los datos y sus importantes asociaciones (PowerData, 2023).

Un mundo basado en datos permite entregar una ventaja competitiva, "a tiempo y en su totalidad". Desde la experiencia del cliente, no es la rapidez con que la empresa responde el teléfono, sino la rapidez con que el cliente puede completar un pedido o un servicio. Según la revista Fortune, desde el año 2000 hasta hoy, el 50% de las 500 empresas más grandes del mundo han desaparecido, estos datos revelan la gran dificultad que tienen las empresas no solo para ingresar al mercado, sino principalmente para seguir siendo competitivas en él. No obstante, hoy tenemos dos escenarios principales: Por un lado, nuevas empresas representadas por la innovación y la agilidad, pero a menudo restringidas por el acceso al mercado; Por otro parte, las empresas tradicionales, representadas por la fuerza de la marca y el mercado, pero ambientadas en un marco de inercia y resistencia al cambio (PowerData, 2023).

La tecnología digital ha transformado la forma en que los negocios operan y se relacionan con sus clientes. Desde la automatización de procesos hasta el desarrollo de estrategias de marketing digital, la tecnología ha abierto un mundo de oportunidades para las empresas en el entorno empresarial actual. Aquí hay información sobre cómo la tecnología digital ha impactado los negocios:

1. Automatización de procesos: La tecnología digital ha permitido a las empresas automatizar una amplia gama de procesos, desde la gestión de inventario hasta la facturación y el servicio al cliente. Esto ha mejorado la eficiencia operativa y ha permitido a las empresas ahorrar tiempo y recursos valiosos.
2. Transformación digital: Las empresas han adoptado la transformación digital para adaptarse a los cambios tecnológicos y aprovechar al máximo las oportunidades digitales. Esto implica la integración de tecnología en todos los aspectos de la empresa, desde la gestión de datos hasta el desarrollo de estrategias de marketing en línea.
3. Análisis de datos: La tecnología digital ha facilitado la recopilación y el análisis de grandes cantidades de datos. Las empresas ahora pueden aprovechar los datos para obtener información valiosa sobre el comportamiento del cliente, las tendencias del mercado y la

eficacia de sus estrategias comerciales.

4. Marketing digital: Las estrategias de marketing tradicionales han evolucionado hacia el marketing digital, que incluye publicidad en línea, marketing de contenido, redes sociales y más. Las empresas pueden llegar a audiencias más amplias y dirigirse a segmentos de mercado específicos de manera más efectiva utilizando las herramientas y plataformas digitales disponibles.
5. Comercio electrónico: La tecnología digital ha impulsado el crecimiento del comercio electrónico, permitiendo a las empresas vender productos y servicios en línea. Esto ha ampliado el alcance de los negocios y ha creado nuevas oportunidades para llegar a clientes en todo el mundo.
6. Mejora de la comunicación: Las herramientas digitales como el correo electrónico, la mensajería instantánea y las videoconferencias han mejorado la comunicación tanto interna como externa en las empresas. Esto ha facilitado la colaboración entre equipos, la comunicación con los clientes y la resolución rápida de problemas.
7. Experiencia del cliente: La tecnología digital ha permitido a las empresas mejorar la experiencia del cliente a través de la personalización, la automatización del servicio al cliente y la implementación de sistemas de gestión de relaciones con los clientes (CRM). Esto ha llevado a una mayor satisfacción del cliente y a relaciones comerciales más sólidas.

### *Tecnología Dura*

La tecnología ha cambiado con el paso del tiempo, las personas deben ir adaptándose, y, por ende, tienen que considerar la tecnología dura como un elemento estratégico de diferenciación en este mundo cambiante. La tecnología dura se trata de aquellos equipos que poseen la capacidad de crear otros equipos a su vez (Pedroza, 2022).

Según Pedroza (2022), para que un producto pueda considerarse parte de las tecnologías duras, es necesario que cuente con una serie de características que mencionaremos a continuación:

- **Debe ser innovadora.** los productos deben ser totalmente nuevos. Para ello, los creadores están chequeando de forma constante el mercado, analizando las tendencias para adelantarse a la competencia.

- **Debe conjugarse con la economía de obsolescencia.** Esto significa que el producto pierde el valor a medida que pasa el tiempo, quedando completamente obsoleto.

- **Debe ser novedosa.** Esta característica está relacionada mucho con la primera. En este caso, el producto también debe contar con innovaciones únicas.

- **Debe ser veloz.** Debido a que la tecnología avanza a pasos gigantescos, si no se le hace su debido mantenimiento puede perder su valor de forma muy rápida.

- **Debe estar bajo mantenimiento.** Esto tiene que ver con la característica anterior. Si no se desea perder el valor del producto, es necesario que este tenga revisión constante. Algunos ejemplos, a continuación, en resumen, de los productos de tecnología dura más conocidos de la historia:

- **Ordenador (su hardware).** Esta tecnología ha avanzado mucho con el paso del tiempo, convirtiéndose a su vez en otros productos como las tabletas o laptops. En este punto nos referimos a la parte física del ordenador como sería la tarjeta madre, disco duro, tarjetas de memoria y mucho más.

- **Teléfono móvil o smartphone.** Al igual que la anterior, el teléfono móvil es una de las tecnologías dura con mayor trayectoria. Desde sus inicios hasta hoy ha tenido un cambio drástico.

- **Impresora.** Lo que comenzó como una simple inyección de tinta terminó convirtiéndose en impresoras 3D.

- **Transporte.** Uno de los productos más antiguos. Sus inicios fueron a nivel terrestre empleando carretas, trenes y automóviles. Actualmente también existen transportes aéreos y acuáticos. Estas tecnologías se han vuelto imprescindibles para el ser humano.

La tecnología dura, también conocida como "hard tech" en inglés, se refiere a los avances tecnológicos que implican la creación y desarrollo de productos físicos, basados en principios científicos y tecnológicos complejos. Estos avances suelen requerir una combinación de ingeniería, ciencia de materiales y conocimientos técnicos especializados.

### 2.3.2. BASES TEÓRICAS

Para realizar un análisis completo al proyecto se contemplan distintas áreas como el área financiera, técnica, así como dar un análisis del mercado en el que se va a desarrollar para implementar planes de acción que permitan establecer objetivos adaptados a la realidad. Las bases

teóricas son el conjunto general de conocimientos y teorías existentes en el campo, mientras que el marco teórico es la estructura conceptual específica desarrollada para abordar el problema de investigación en la tesis.

### **2.3.3. ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD**

Un estudio de Prefactibilidad se puede definir como el análisis comprensivo de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión, en la fase de pre inversión. Para lograr una evaluación integral que abarque los aspectos de mercado, técnicos, económicos y financieros es necesario desarrollar las distintas fases o elementos que componen un estudio de pre factibilidad (Ortega, 2021).

Cuando se hace referencia a proyectos de pre factibilidad se evalúa de manera completa una idea de negocio, inversión o nuevo proyecto en una empresa con la finalidad de canalizar los pros y contra, conocer el mercado en el que se desarrollara, y establecer un plan solido que le otorgue al proyecto analizado la solides para que el negocio sea rentable (Ortega, 2021).

### **2.3.4. ESTUDIO DE MERCADO**

De acuerdo con Balanzá & Nadal (2003) afirma que: “El siguiente foco del marketing ha sido el propio marketing y, a partir de ahí, la materia se especializó de acuerdo con las necesidades globales surgiendo el marketing de servicios, interno, de ciudades, político, deportivo, etc. Ahora mismo, los autores apuntan el enfoque del marketing hacia la sociedad, con consideraciones muy especiales en las premisas de la sostenibilidad e intentando construir relaciones con esa sociedad”.

El objetivo del estudio de mercado es facilitar el proceso de toma de decisiones sobre la forma más óptima de comercializar un producto o servicio. Para ello es necesario definir el producto o servicio, analizar la demanda y la oferta, el precio y los aspectos de comercialización con el objeto de obtener una estimación de los posibles ingresos (Burneo et al., 2016). El estudio de mercado es la herramienta que nos permite obtener una visión más específica y el importante papel que representan los clientes al momento de tomar decisiones, un estudio de mercado muestra le visión global del comportamiento del mercado con los competidores ya existentes y el nivel de aceptación que podría tener un nuevo competidor (Hérvás, 2011).

Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo de gestión empresarial, que tiene como finalidad definir cuáles son los principales competidores del proyecto objeto de estudio, así como sus

clientes, definir los gustos y preferencias en un análisis general en el entorno, analizar el nivel de influencia de los proveedores en el negocio, identificar los productos sustitutos, y la posible competencia para diseñar estrategias defensivas y ofensivas con la finalidad de asegurar la permanencia en el mercado. (Cevallos, 2014).

#### **2.3.4.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA**

La oferta es el producto o servicio, La curva de oferta recoge la localización de los puntos correspondientes a las cantidades ofertadas de un bien o servicio particular a diferentes precios. Esta curva muestra una relación directa entre la cantidad ofertada y el precio, dando una pendiente positiva. Cuanto mayor sea el precio, mayor será la cantidad ofertada, y viceversa.

La demanda es la cantidad de clientes que compran el producto o servicio, está determinada mediante la curva de la demanda que muestra la cantidad de un bien específico que los consumidores o la sociedad están dispuestos a comprar en función del precio. Esta curva muestra una relación inversa entre el precio del producto y la cantidad demandada dando lugar a una pendiente negativa.

#### **2.3.4.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

La relación de la empresa en el entorno competitivo y la definición de sus capacidades para gestionar su incursión en el mercado, resulta claves para el desarrollo de la estrategia de competitividad que asegure la sostenibilidad financiera y económica del proyecto. El primer paso es identificar los competidores para recopilar toda información relevante sobre ellos, ya sea que ofrezcan el mismo producto y servicios o similar a los que se pretendemos llevar al mercado, denominados competidores directos, también los que ofrecen sustitutos o alternativas a éstos, quienes constituyen los competidores indirectos. El propósito es determinar a cuáles de ellos se podrá diferenciar en producto o servicio.

#### **2.3.4.3. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico contempla los aspectos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles en el área de producción, en el cual se analiza el tamaño óptimo del lugar (Summer, 2006). Asimismo, realiza un análisis de las opciones tecnológicas, que permite verificar la factibilidad técnica, identificando los equipos, maquinas, materia prima y capacidad instalada, definiendo los costos de inversión, así como el capital de trabajo. (Alajo & Jiménez, 2015).

La cantidad de espacio, su forma y los elementos que integran el establecimiento estarán relacionados entre sí. Por ejemplo, la colocación de mesas y sillas en relación con otros muebles está determinada tanto por el tamaño y la forma del local, como por las actividades que en ella se desarrollaran. La meta de proveer un ambiente agradable se debe considerar también como parte de las decisiones sobre la configuración de la distribución, sobre todo en establecimientos comerciales (Baca, 2010).

#### **2.3.4.4. ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero se realiza con el propósito de proveer elementos que permitan formar una opinión de las cifras que presentan los estados financieros y su perspectiva en general para la toma de decisión del proyecto, además nos permitirá determinar la rentabilidad (Alajo & Jiménez, 2015) Al realizar un estudio financiero se determina de manera cuantitativa y monetaria el costo de la operación del proyecto y lograr visualizar la recuperación del mismo en el tiempo. (Schnarch, 2014).

Mete (2014) en su investigación indica:

El valor actual neto, (VAN) no es más que traer a valor presente el precio de la inversión, al momento de realizar un análisis del valor actual se debe tomar en cuenta que este debe ser mayor o igual a cero, ya que si es un valor negativo no está teniendo valor la inversión que se va generar y en lugar de generar ganancias generara perdidas. Para determinar el valor actual neto se lo hace en base a los flujos futuros, tomando en cuenta los ingresos menos los egresos, en base a esta utilidad se proyecta para el número de años que se haga el análisis, al momento de obtener los flujos se los debe traer a valor presente tomando en cuenta que deben ser calculados con una tasa mínima de descuento o una TMAR.

Con respecto a Gaibor (2012), en su investigación “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que ofrece servicios tecnológicos dedicada a la formación de educandos en el área de informática en Valdemoro” menciona: TIR, es la tasa de rentabilidad del proyecto comparando los flujos de fondos con la inversión que se requiere. Es aquel tipo de descuento que hace cero el VAN de una inversión, es decir, y siendo “r” la tasa interna de retorno: Es la rentabilidad obtenida sobre el capital mientras esté invertido.

### **2.3.4.5. ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN**

La diferenciación en el mercado solo se podrá mantener haciendo uso de la innovación tanto en su proceso de producción y de marketing, que le permita darles a los clientes un producto y un servicio superior frente al que ofrece la competencia. El tipo de cliente al que se dirige esta estrategia es un cliente poco sensible al precio, pero que aprecia mucho el valor agregado del producto y servicio que adquieren. La empresa obtendrá ganancias no por el volumen de participación en el mercado, sino por el precio que puede cobrar.

### **2.3.5. METODOLOGÍAS DESARROLLADAS**

Debido al enfoque del proyecto, la metodología a utilizar pretende un análisis general con el fin de obtener la suficiente información objetiva reflejada en la realidad, con la utilización de métodos, técnicas y herramientas. Existen diferentes métodos que se realizarán en el proyecto: método de la Investigación, Método Cuantitativo, Análisis Financiero y Gestión de Proyectos PMI.

#### **2.3.5.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Es el conjunto de decisiones coherentes, generales y abstractas para obtener determinados tipos de datos de la realidad que estudia, pero los cuales quedarán objetivamente reflejados en los modos en que se acercará a la realidad y obtendrá datos de esta, con la utilización de métodos, técnicas y herramientas (QuestionPro, 2020).

Un análisis de la investigación exploratoria estimará el tamaño y características del mercado, especificar y describir las características del diseño de producto con una investigación descriptiva, asimismo un análisis correlacional para evaluar los cambios en las variables como ser la demanda, precio y una investigación no experimental relacionada con el mercado y aspecto legal.

#### **2.3.5.2. GESTIÓN DE PROYECTOS PMI**

“Un proyecto es una secuencia única de actividades complejas e interconectadas que tienen un objetivo o propósito que debe ser alcanzado en un plazo establecido, dentro de un presupuesto y de acuerdo con unas especificaciones” (Ribera, 2000). Para realizar la implementación del proyecto se definió como base la guía del PMBOK sexta edición, identificando la importancia correspondiente a los grupos de procesos y a las áreas de conocimiento.

### **Grupo de Procesos:**

1. Grupo de procesos de inicio
2. Grupo de procesos de planificación
3. Grupo de procesos de ejecución
4. Grupo de procesos de monitoreo y control
5. Grupo de procesos de cierre

### **Áreas de Conocimiento:**

1. Gestión de la Integración del Proyecto
2. Gestión del Alcance del Proyecto
3. Gestión del Cronograma del Proyecto
4. Gestión de los Costos del Proyecto
5. Gestión de la Calidad del Proyecto
6. Gestión de los Recursos del Proyecto
7. Gestión de las Comunicaciones del Proyecto
8. Gestión de los Riesgos del Proyecto
9. Gestión de las Adquisiciones del Proyecto
10. Gestión de los Interesados del Proyecto

#### **2.3.5.3. INSTRUMENTOS UTILIZADOS**

En la presente investigación, no se utilizará ningún instrumento, este será creado por los investigadores, como ser las preguntas de la encuesta y entrevistas.

## 2.4. MARCO LEGAL

El marco legal es fundamental para el funcionamiento de cualquier negocio, incluido un café como Riscatto Coffee Shop. En el caso de Riscatto Coffee Shop, es necesario cumplir con una serie de regulaciones y leyes que rigen el establecimiento y operación de cafeterías en el país. El marco legal es esencial para el correcto funcionamiento y cumplimiento de todas las obligaciones legales de una cafetería como Riscatto Coffee Shop. Cumplir con las regulaciones establecidas no solo garantiza el cumplimiento legal, sino que también contribuye a la seguridad, calidad y confianza que los clientes depositan en el negocio.

### 1. Registro y licencias:

- Registrar el negocio como una entidad legal ante la Cámara de Comercio local.
- Obtener una licencia comercial emitida por la municipalidad correspondiente.
- Obtener los permisos sanitarios y de higiene alimentaria otorgados por la Secretaría de Salud.

### 2. Normas de seguridad e higiene:

- Cumplir con las regulaciones de seguridad y prevención de incendios establecidas por el Cuerpo de Bomberos de Honduras.
- Seguir las normas de higiene alimentaria establecidas por la Secretaría de Salud, como el correcto manejo y almacenamiento de alimentos, la limpieza de las instalaciones y la capacitación del personal en prácticas seguras de manipulación de alimentos.

### 3. Contratos laborales y regulaciones:

- Cumplir con las leyes laborales hondureñas, que incluyen la emisión de contratos laborales, el cumplimiento de las horas de trabajo y los salarios mínimos establecidos, así como el pago de beneficios y prestaciones sociales de acuerdo con la ley.

### 4. Protección de datos y privacidad:

- Cumplir con la Ley de Protección de Datos Personales, que establece los requisitos para la recopilación, almacenamiento y uso de datos personales de los clientes y empleados.

### 5. Licencia de venta de alcohol:

- Si se planea vender bebidas alcohólicas, se debe obtener una licencia de venta de alcohol de la Dirección General de Tributación.

### 6. Derechos de autor y marcas comerciales:

- Respetar los derechos de autor y las marcas comerciales en el uso de imágenes, música y otros contenidos protegidos por la Ley de Propiedad Intelectual.

7. Normativas de accesibilidad:

- Cumplir con las regulaciones de accesibilidad establecidas por la Ley de Igualdad de Oportunidades para las Personas con Discapacidad, que incluyen la eliminación de barreras arquitectónicas y la provisión de instalaciones accesibles.

8. Normativas ambientales:

- Cumplir con las regulaciones ambientales, como el manejo adecuado de residuos sólidos, el ahorro de energía y agua, y la adopción de prácticas sostenibles en la operación de la cafetería.

Es importante destacar que el marco legal puede estar sujeto a cambios y variaciones, por lo que se recomienda consultar con un abogado especializado en leyes comerciales y regulaciones locales para obtener asesoramiento específico y actualizado sobre los requisitos legales para una cafetería en Honduras.

En la actualidad se cuenta con unas 25 leyes y decretos que norman la actividad cafetalera, surgidos por iniciativa de los actores interesados tal es el caso de CONACAFE y gremiales de productores, el Servicio Nacional de Sanidad e Inocuidad Agroalimentaria (SENASA), CONSUCOOP, la Secretaría de Salud, municipalidades y la Secretaría de Recursos Naturales, Ambiente y Minas (MiAmbiente).

Las leyes y reglamentos más importantes incluyen:

- Decreto No. 83 del 9/12/70 de creación del IHCAFE;
- Decreto No. 157 del 01/01/95 referente al permiso fitosanitario en CENTREX;
- Decreto No. 56 del 31/05/07 para la capitalización del fideicomiso de 9 \$/qq de café PAPPC;
- Decreto No. 145 del 03/10/00 sobre la creación del CONACAFE; y
- Acuerdo 136 del 01/07/16 del reglamento de comercialización del café.

Organizaciones cafetaleras. AHPROCAFE, ANACAFE, La Central y UNIOCOOP son las cuatro organizaciones más influyentes porque forman parte de las Juntas Directivas de los órganos rectores nacionales como CONACAFE, IHCAFE y FCN. AHPROCAFE aglutina a 103,000 caficultores y 38 cooperativas; ANACAFE cuenta con 175 juntas; La Central incluye a 86 empresas cooperativas que afilian a 3,500 productores; y UNIOCOOP tiene una membresía de 32 cooperativas.

CONACAFE: Rector de la Política Cafetalera Nacional, cuenta con iniciativa de Ley para los temas de desarrollo, esto debido a que la presidencia recae en el presidente de la República. IHCAFE: Ejecuta las políticas y estrategias cafetaleras, así como el registro de los distintos actores de la cadena. d. Fideicomiso de retención del café. Administración de la retención de nueve dólares por quintal exportado

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

En el presente capítulo III, se muestra la congruencia metodológica a partir de una matriz de congruencia, esquemas de variables de estudio, operacionalización de variables e hipótesis. También, se especifica el enfoque y métodos, diseño de la investigación, el desarrollo de técnicas e instrumentos y finalmente las fuentes de información primarias y secundarias.

### **3.1. CONGRUENCIA METODOLÓGICA**

Según Tamayo (2007), la metodología es un procedimiento general para lograr de manera precisa el objetivo de la investigación, por lo cual nos presenta los métodos y técnicas para la realización de la investigación.

Por medio del análisis comprobaremos en este capítulo la congruencia lógica que tienen los elementos planteados para la investigación y la relación directa con los objetivos a través de una matriz metodológica.

#### **3.1.1. MATRIZ METODOLÓGICA**

A través de la matriz metodológica se muestra de forma condensada los elementos del proceso de la investigación iniciando desde el planteamiento del problema seguido de las preguntas de la investigación, y finalizando con los objetivos y variables de nuestro estudio. De modo que se pueda analizar e interpretar la operatividad teórica de la investigación.

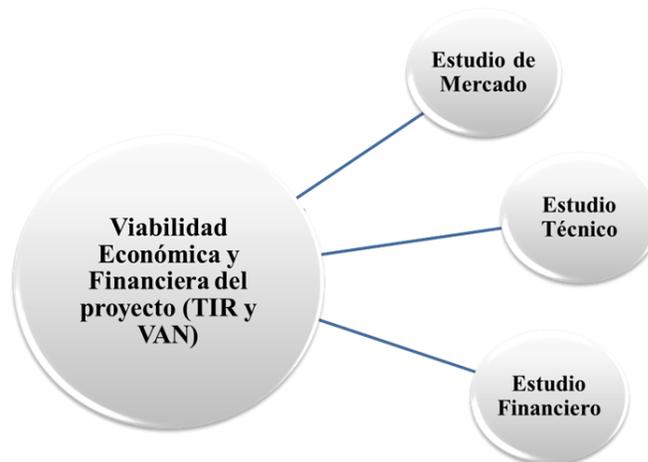
**Tabla 1 Matriz Metodológica**

Título de la Investigación	Formulación del Problema	Preguntas de investigación	Objetivos de la Investigación		Variables	
			General	Específico	Independiente	Dependiente
Estudio de Prefactibilidad para un servicio diferenciado por "Riscatto Coffee Shop" En San Pedro Sula.	¿Es factible financieramente crear un nuevo punto de servicio para la cafetería Riscatto Coffee Shop en la ciudad de san pedro sula, con un concepto de servicio diferenciado?	1. ¿Cuál sería el mercado meta en el nuevo punto de servicio de la cafetería?	Desarrollar un estudio de Prefactibilidad mediante un estudio de mercado, considerando los aspectos técnicos y financieros, para la creación de un servicio diferenciado por "Riscatto Coffee Shop", en San Pedro Sula	1. Desarrollar un estudio de mercado evidenciando las necesidades, gustos y preferencias de las personas.	Demografía Producto Precio Promoción Plaza	Viabilidad Económica y Financiera del proyecto (TIR y VAN)
		2. ¿Qué aspectos operativos y técnicos deben considerarse para el nuevo punto de servicio de la cafetería?		2. Proponer un estudio técnico que muestre los procesos y la capacidad instalada.	Localización Tamaño Equipo Insumo Procesos Recurso Humano Legalización	
		3. ¿Cuáles serían los resultados financieros y económicos para la creación de un nuevo punto de servicio de la cafetería?		3. Construir un estudio y evaluación financiera que pruebe la viabilidad y rendimientos de la inversión.	Plan de Inversion Análisis Viables de Riesgo Costos de Capital promedio ponderado Flujos del proyecto Estados Financieros Projectados	
		4. ¿Qué métodos se utilizarán para realizar un plan de gestión de proyectos?		4. Realizar un plan de gestión de proyecto bajo la metodología del PMI	Cronograma	

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.2. ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO

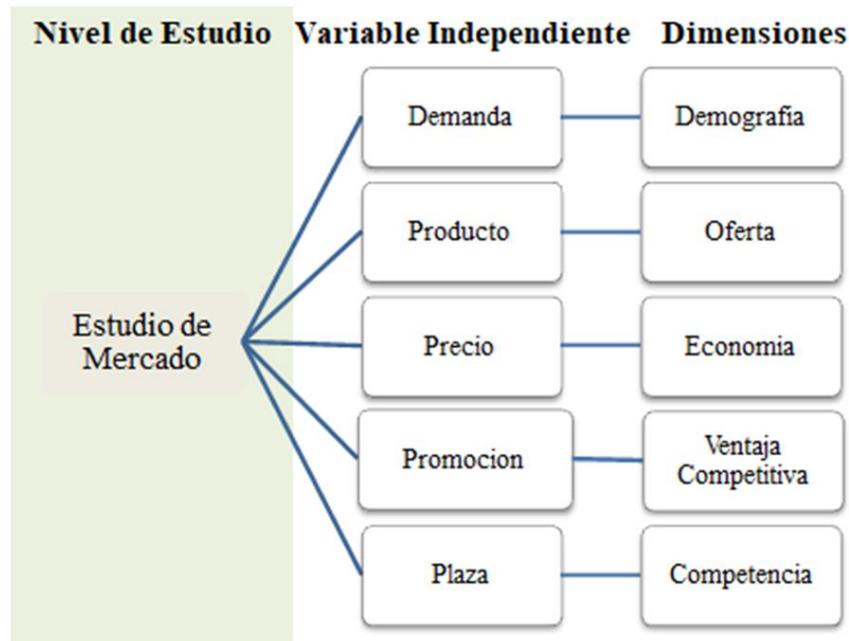
El esquema está representado por la variable dependiente la cual se enlaza con los tres niveles de estudio, esto quiere decir que cada nivel de estudio impactara con sus resultados para determinar si el proyecto es factible.



**Figura 11 Esquema de variable de estudio**

Fuente: Elaboración Propia

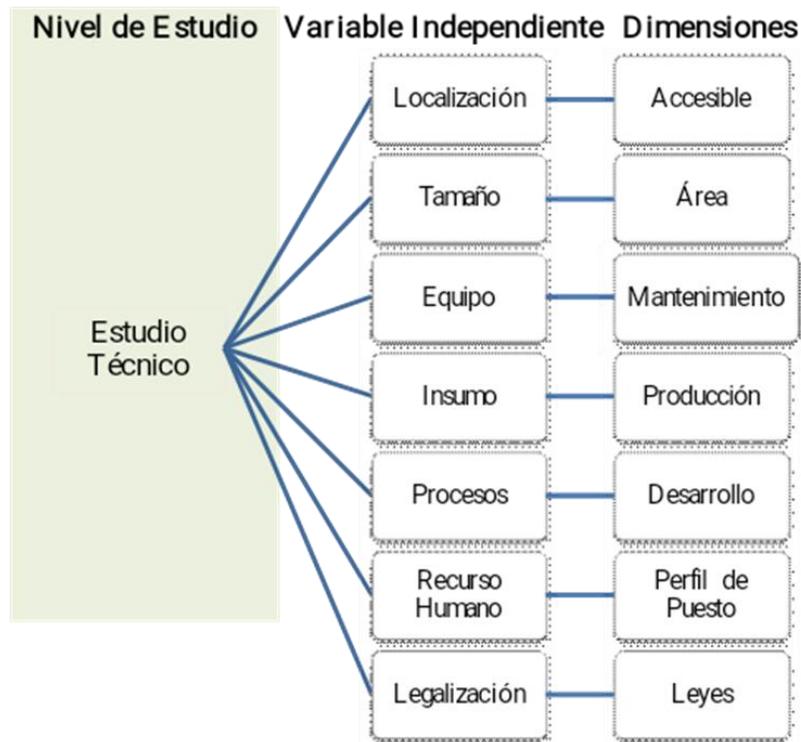
Con el estudio de mercado podremos obtener información sobre un mercado específico, identificar y sopesar las oportunidades y los riesgos, desarrollar estrategias de marketing concretas mediante las 4 P (producto, precio, promoción y plaza).



**Figura 12 Esquema Estudio de Mercado**

Fuente: Elaboración Propia

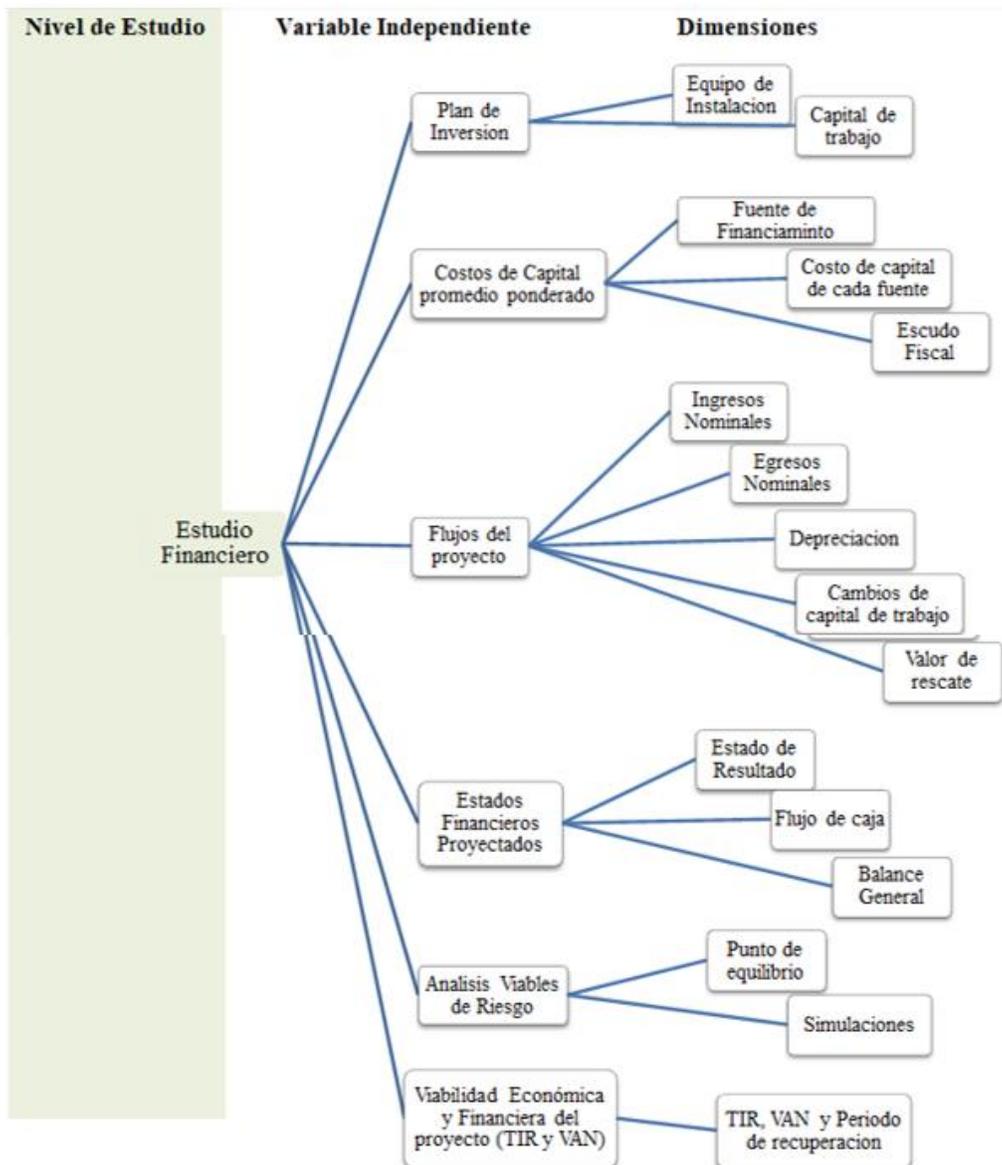
El estudio técnico permitirá proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica del equipo, ayuda a determinar si dichos recursos cumplen con la capacidad prevista y si el equipo técnico es capaz de convertir ideas en sistemas de trabajo.



**Figura 13 Esquema Estudio Técnico**

Fuente: Elaboración Propia

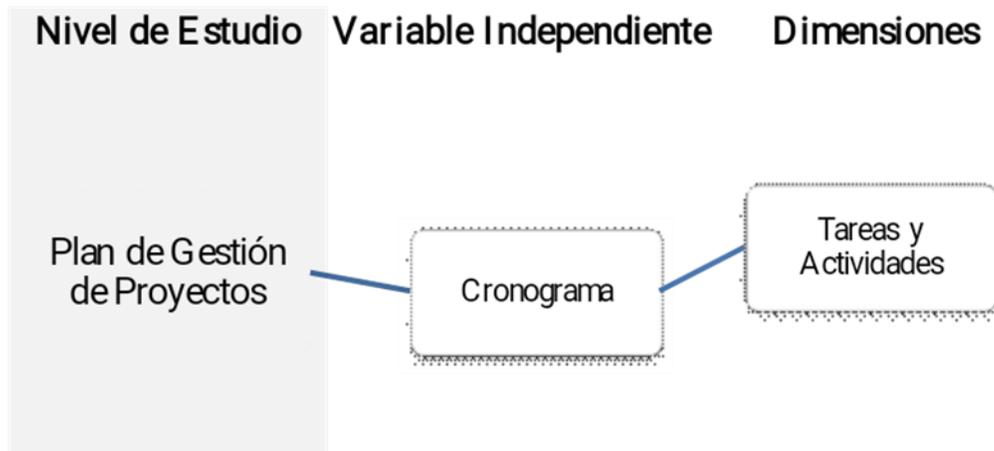
El estudio financiero se basa en el cálculo de indicadores financieros que expresaran la liquidez, solvencia, eficiencia operativa, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad del proyecto, un estudio clave en toda actividad del proyecto que determina las condiciones financieras en el presente, la gestión de los recursos financieros disponibles y contribuye a predecir el futuro del proyecto.



**Figura 14 Esquema Estudio Financiero**

Fuente: Elaboración Propia

El plan de gestión de proyectos garantizará que haya rigor en la arquitectura del proyecto de manera adecuada para que se ajusten bien al contexto más amplio de los marcos estratégicos definidos. Realizar una buena gestión de proyecto garantizará que los objetivos se alinean estrechamente con los objetivos estratégicos.



**Figura 15 Esquema Plan de Gestión de Proyectos**

Fuente: Elaboración Propia

### 3.1.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

La Operacionalización de variables consiste en un conjunto de técnicas y métodos que permiten medir la variable en una investigación, es un proceso de separación y análisis de la variable en sus componentes que permiten medirla (Morán y Alvarado, 2010). Se conforma por las actividades para recolectar los datos de la población (Sampieri & Mendoza, 2018).

Según Cazau (2006), se divide en dos: simple y compleja; cuando se trata de la simple, la variable sólo se mide con indicadores, es decir, no se presentan dimensiones. Cuando se trata de la forma compleja, implica medir las variables con dimensiones, indicadores y hasta sub indicadores. Está conformada por tres o más filas y cinco columnas, en las que se presentan de forma ordenada: Las variables, definición conceptual de las variables, la definición operacional, las dimensiones y los indicadores.

La definición Conceptual indica términos diferentes a los del marco teórico, los cuales permiten entender a la variable en el contexto de la investigación, es decir, desde la población y el espacio. La definición Operacional se trata de un conjunto de actividades que se realizan después del análisis teórico y práctico de las variables. Esto se realiza con el fin de establecer de qué forma se van a medir las variables, dicho de otra forma, la definición operacional permite conocer qué instrumento o herramienta se debe utilizar para obtener resultados claros y verídicos de la variable. Se pueden utilizar diversos criterios y formas para definir operacionalmente la variable.

Las dimensiones son los factores que se obtienen y miden de las variables y se presentan de forma textual, se descomponen en indicadores (Tamayo, 2003). Los indicadores son los elementos concretos de las dimensiones y expresan la realidad medible de la variable (Baena, 2017). Los indicadores hacen referencia a un proceso que empieza en las variables y las dimensiones; algunos indicadores son más objetivos que otros, lo que genera que sean menos o más difíciles de observar (Rojas, 2013).

**Tabla 2 Operacionalización de las variables-Mercado**

Variable	Definición		Dimensiones	Indicadores	Ítems/Pregunta	Unidad Categoría/Respuesta	Escala	Técnica		
	Conceptual	Operacional								
			Demografía	Genero	40. Genero	Femenino	1	Encuesta		
						Masculino	2			
				Edad	39. Rango de Edad:	18 a 21 años	1			
						22 a 30 años	2			
						31 a 40 años	3			
						41 años a 50 años	4			
			51 a 60 años			5				
					60+	6				
						Conocimiento de compra	1. ¿Suele tomar café?	Si, Siempre (1 a 2 tazas por día)	1	Encuesta
							Si, Siempre (2 o más tazas por día)	2		
							Raramente	3		
							No, Nada	4		
			Tipo de menú	16. ¿Qué tipo de menú degustaría en una cafetería?	Tradicional	1	Encuesta			
				Keto	2					
					Vegano	3				
			Interés de consumo	17. ¿Estaría interesado en consumir un café y repostería en un ambiente diferenciado en comparación a las cafeterías que conoce?	Muy desinteresado	1	Encuesta			
						Algo desinteresado		2		
						Ni desinteresado ni interesado		3		
						Algo interesado		4		
					Muy interesado	5				
			Producto	Tipo de producto	18. Cuando se dirigen a una cafetería, ¿qué productos adquiere? (Puede marcar más de una opción)	Sándwich/Panini	1	Encuesta		
							Postres normales		2	
							Postres Keto/vegano		3	
							Ensaladas		4	
							Platos de comida		5	
							Jugos de frutas		6	
							Smoothie de frutas a base de agua		7	
							Smoothie de frutas a base de leche		8	
							Bebidas frías/Granizados a base de café		9	
							Bebidas calientes (Chocolate caliente/Mocca)		10	
							Café americano/latte/cappuccino		11	
							Otras bebidas (Chai/Tisanas)		12	

Preferencia de producto	19. Del 1 al 8 ¿Cuál de los siguientes productos son de su preferencia? Siendo 1 Menos preferido y 8 De Mayor preferencia	Chicken Fingers/Alitas	1	Encuesta
		Panini/Club Sándwich	2	
		Torta de zanahoria/Pastel de chocolate	3	
		Cheesecake	4	
		Smoothie de frutas	5	
		Bebidas frías/Granizados a base de café	6	
		Café americano/latte/cappuccino	7	
		Chocolate Caliente	8	
Interés de consumo	33. ¿Estaría Interesado en consumir comida y postres Keto?	Muy desinteresado	1	Encuesta
		Ni desinteresado ni interesado	2	
		Muy interesado	3	
Interés de consumo	34. ¿Estaría Interesado en consumir comida y postres Vegano?	Muy desinteresado	1	Encuesta
		Ni desinteresado ni interesado	2	
		Muy interesado	3	
Cantidad de compra	20. ¿Cuánto sueles gastar en una visita a una cafetería?	Menos de 100lps	1	Encuesta
		Entre 100lps a 200lps	2	
		Entre 200lps a 500lps	3	
		Entre 500lps a 800lps	4	
		Más de 800lps	5	
Precio de compra	21. ¿Qué precio considera razonable pagar por un café americano en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)	35lps en presentación de 8onz	1	Encuesta
		50lps en presentación de 8onz	2	
		45lps en presentación de 12onz	3	
		60lps en presentación de 12onz	4	
Precio de compra	22. ¿Qué precio considera razonable pagar por un café latte/cappuccino, en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)	50lps en presentación de 8onz	1	Encuesta
		55lps en presentación de 8onz	2	
		60lps en presentación de 12onz	3	
		70lps en presentación de 12onz	4	
Precio de compra	23. ¿Qué precio considera razonable pagar por un Smoothie de frutas, en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)	80lps en presentación de 10onz	1	Encuesta
		85lps en presentación de 10onz	2	
		90lps en presentación de 12onz	3	
		95lps en presentación de 12onz	4	
Precio de compra	24. ¿Qué precio considera razonable pagar por una Bebida Fría a base de café (Ice Latte/Ice Caramel Latte/Ice Mocca Latte), en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)	65lps en presentación de 10onz	1	Encuesta
		70lps en presentación de 10onz	2	
		75lps en presentación de 12onz	3	
		80lps en presentación de 12onz	4	
Precio de compra	25. ¿Qué precio considera razonable pagar por un Granizado a base de café (Frappé/Mocca Oreo Supreme), en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)	75lps en presentación de 10onz	1	Encuesta
		80lps en presentación de 10onz	2	
		85lps en presentación de 12onz	3	
		90lps en presentación de 12onz	4	
Precio de compra	26. ¿Qué precio considera razonable pagar por un Chocolate caliente, en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)	60lps en presentación de 10onz	1	Encuesta
		65lps en presentación de 10onz	2	
		70lps en presentación de 12onz	3	
		75lps en presentación de 12onz	4	
Precio de compra	27. ¿Qué precio considera razonable pagar por una porción de Pastel de zanahoria/Chocolate?	90lps	1	Encuesta
		95lps	2	
Precio de compra	28. ¿Qué precio considera razonable pagar por una porción de Cheesecake (Fresa/Limón/coco)?	85lps	1	Encuesta
		90lps	2	
Precio de compra	29. ¿Qué precio considera razonable pagar por Panini entero con papas?	205lps	1	Encuesta
		185lps	2	
Precio de compra	30. ¿Qué precio considera razonable pagar por Club Sándwich con papas?	200lps	1	Encuesta
		180lps	2	
Precio de compra	31. ¿Qué precio considera razonable pagar por Chicken Fingers con papas?	215lps	1	Encuesta
		195lps	2	
Precio de compra	32. ¿Qué precio considera razonable pagar por Alitas con papas?	235lps	1	Encuesta
		285lps	2	

Estudio de Mercado	En un estudio de mercado se desarrolla y planifican las actividades con relación al producto o servicio a partir de los gustos y preferencias del consumidor.	Establecer el comportamiento del mercado. Definiendo Producto, promoción, precio, plaza.	Promoción	Marca	36. ¿Le gustaría hacer reservaciones por medio de una App para un espacio en la cafetería por reuniones especiales?	Definitivamente No	1	Encuesta
						Probablemente No	2	
						Indeciso	3	
						Probablemente Sí	4	
						Definitivamente Sí	5	
				Publicidad	37. ¿A través de que medio desea recibir información de los servicios ofrecidos en la cafetería Riscatto Coffee Shop? (Puede marcar más de una opción)	Publicidad por Redes Sociales /Canales y grupos de difusión (Instagram/Facebook)	1	Encuesta
			Medios de Comunicación (Radio y TV)			2		
			WhatsApp (Mensaje personal y canal/grupo de difusión)			3		
			Correo Electrónico			4		
			Publicidad	38. ¿Qué información y contenido considera valioso usted que debería de tener Riscatto Coffee Shop en sus redes sociales para poder visitar sus instalaciones? (Puede marcar más de una opción)	Fotos de los platillos y bebidas	1	Encuesta	
					Fotos del establecimiento	2		
					Ubicación	3		
					Menú	4		
					Horario	5		
					Precios	6		
					Eventos	7		
					Otros	8		
			Frecuencia de visita	2. ¿Asiste usted a alguna Cafetería?	Siempre	1	Encuesta	
					Con frecuencia	2		
					Regularmente	3		
					A veces	4		
Nunca	5							
Frecuencia de Asistencia	3. ¿Indique la frecuencia en que asiste a una cafetería?	A diario	1	Encuesta				
		Varias veces a la semana	2					
		Una vez al mes	3					
		Varias veces al mes	4					
		Una vez al año	5					
		Varias veces al año	6					
		Nunca	7					
Preferencia de día para Asistencia	4. ¿Cuál es el momento preferido del día para asistir a una cafetería?	Desayuno (Mañana) (7:00AM-11:00 AM)	1	Encuesta				
		Almuerzo (11:00AM-3:00PM)	2					
		Tarde (Hora del café) (3:00PM-6:00PM)	3					
		Cena (Noche) (6:00PM-9:00PM)	4					
		En cualquier momento	5					
Frecuencia día de Asistencia	5. ¿Cuáles son los días de su preferencia para asistir a una cafetería? (Puedes marcar más de una opción)	Lunes	1	Encuesta				
		Martes	2					
		Miércoles	3					
		Jueves	4					
		Viernes	5					
		Sábado	6					
		Domingo	7					
Conocimiento de cafetería	6. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Nada conocida, 2 Poco conocida y 3 Muy conocida. ¿Cuál de las siguientes Cafetería son las más conocidas por usted?	Espresso Americano	1	Encuesta				
		Versailles Café	2					
		Welchez Café	3					
		La Tarta	1					
		Cafeteo	2					
		L'art du pain	3					
		Callejón Literario HN	1					
		Incanta Café	2					
		Café Costello	3					
Caobas Café	3							

Plaza	Preferencia de cafetería	7. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Preferencia Baja, 2 Preferencia Media y 3 Preferencia Alta. ¿Cuál de las siguientes Cafetería son de su preferencia?	Espresso Americano	1	Encuesta
			Versailles Café	2	
			Welchez Café	3	
			La Tarta	1	
			Cafeteo	2	
			L'art du pain	3	
			Callejón Literario HN	1	
			Incanta Café	2	
			Café Costello	3	
	Caobas Café	3			
	Tipo de cafetería para asistir	8. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Ninguna Asistencia, 2 Poca Asistencia y 3 Mucha Asistencia ¿A qué tipo de cafetería le gusta asistir?	Tradicional	1	Encuesta
			Temática	2	
			Moderna	3	
			Vintage	4	
	Servicio de preferencia	9. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Nada preferido, 2 Poco preferido y 3 Muy preferido, ¿cuáles de estos servicios prefieres que contenga una cafetería?	Productos de calidad	1	Encuesta
Buen ambiente			2		
Bajos precios			3		
Acceso a Wifi			4		
Estacionamiento			5		
Delivery			6		
Autoservicio			7		
Buen Servicio			8		
Atención de preferencia	10. ¿Cuál es la atención al cliente que usted prefiere en una cafetería?	Personalizado, mesero va a su mesa	1	Encuesta	
		Pedir en caja y recoger su pedido	2		
Motivo de visita a cafetería	11. ¿Cuál o cuáles son los principales motivos por los que vas a una cafetería? (Puedes marcar más de una opción)	Tomar un buen café	1	Encuesta	
		Punto de reunión	2		
		Trabajar	3		
		Comer algo	4		
		Compartir con alguien	5		
		Leer	6		
		Distraerme	7		
Cantidad de personas de asistencia a cafetería	12. Cuando se dirigen a una cafetería, ¿Cómo lo hacen? (Pueden marcar más de una opción).	Solo	1	Encuesta	
		En familia	2		
		Con amigos	3		
		Compañeros de trabajo	4		
		Enamorado(a)/novio(a)/esposa(o)	5		
Ubicación de preferencia	13. ¿Cuál es la mejor ubicación que usted prefiere para visitar una cafetería?	Dentro de un centro comercial	1	Encuesta	
		Local Independiente	2		
		Plaza comercial	3		
Ubicación de preferencia	14. ¿Cuándo te diriges a una cafetería, a cuál vas?	Cerca de mi trabajo	1	Encuesta	
		Cerca de mi casa	2		
		Por donde yo esté en ese momento	3		
		Voy hasta mi cafetería favorita, sin importar distancia	4		
Tiempo de permanencia	15. ¿Cuánto es el tiempo aproximado de su permanencia en una cafetería?	Menos de 20 minutos (Solo compro para llevar)	1	Encuesta	
		20 a 30 minutos	2		
		30 minutos a 1 hora	3		
		1 a 2 hora	4		
		2 a 4 horas	5		
		Más de 4 horas	6		
Ambiente de preferencia	35. ¿Cuál de los diferentes ambientes le gustaría que contara la cafetería Riscatto Coffee Shop?	Social para amigos	1	Encuesta	
		Bussines	2		
		De los años 80	3		
		Todos los anteriores	4		

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 3 Operacionalización de las variables-Técnico**

Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador	Tipo de Escala	Técnica
	Conceptual	Operacional				
Localización	Hace referencia a la ubicación geográfica donde estará ubicada la empresa y la accesibilidad de llegada.	Seleccionar el local, de acuerdo al movimiento de tránsito vial y peatonal.	Accesible	Nivel de Seguridad Costo de la renta mensual	Nominal	Análisis Costo Beneficio
Tamaño	Considera un espacio físico en el lugar donde se ubican los objetos y que cuentan con una posición y dirección relativa.	Evaluar el espacio físico y óptimo del local, enfocado en la diversidad de conceptos recreativos que necesitara la cafetería para operar.	Área	Metros Cuadrados	Razón	Análisis de Capacidad
Equipo	Tipo de maquinaria, aparato o instrumento utilizado para la transformación o finalización de un trabajo.	Definir la maquinaria y el equipo para la elaboración de los diferentes tipos de café y repostería, adecuados a los criterios de portabilidad y costos de mantenimiento.	Mantenimiento	Valor Mensual (depreciación)	Razón	Análisis de Capacidad
Insumo	Elemento que interviene en el proceso productivo, es decir contribuye a las materias primas para la elaboración de un producto.	Selección de los insumos de mayor calidad y que tengan una mayor tasa de rendimiento.	Producción	% de Rendimiento	Razón	Análisis de Capacidad
Procesos	Es una secuencia de tareas que se realizan de forma continua, una tras otra para alcanzar un objetivo.	Definir el tiempo de respuesta en cada etapa del proceso y evaluar mejora continua.	Desarrollo	Tiempo de Respuesta	Nominal	Flujo de procesos
Recurso Humano	Son el conjunto de trabajadores, así como cualquier persona física que se encuentran dentro (o vinculado directamente) de una organización, sector o economía.	Es el elemento fundamental para la ventaja competitiva y por lo tanto éste se constituye en un componente esencial para la empresa.	Perfil de Puesto	Cantidad de Empleados	Razón	Análisis de Capacidad
Legalización	Es un conjunto de normas, principios, relaciones jurídicas y una serie de obligaciones fiscales y tributarias.	Requerimientos legales, políticas y normas a cumplir para poner en marcha la ejecución del proyecto.	Leyes	% del Cumplimiento legal	Nominal	Análisis del marco legal

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 4 Operacionalización de las variables-Financiero**

Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador
	Conceptual	Operacional		
Plan de Inversion	Es un indicador de la liquidez y de la salud financiera a corto plazo de una empresa.	Cantidad de fondos económicos disponibles previos a recibir ingresos por ventas.	Equipo de Instalacion Capital de trabajo	Valor del Activo y Pasivo
Costos de Capital promedio ponderado	Es una medida financiera, la cual tiene el propósito de englobar en una sola cifra expresada en términos porcentuales, el costo de las diferentes fuentes de financiamiento que usará una empresa para fondear algún proyecto en específico.	Es el promedio de los costos de la Deuda con los costos del patrimonio, ponderando la proporción de cada una de las fuentes con que participa en la Estructura de capital.	Fuente de Financiaminto Costo de capital de cada fuente Escudo Fiscal	CPPC
Flujos del proyecto	Se refiere a las variaciones y modificaciones en la cantidad de dinero que tiene una empresa o entidad económica, las cuales se generan de los ingresos y egresos de capital con base en las inversiones en instrumentos financieros.	Registra ingresos y egresos de dinero que tiene una organización en un cierto período, como son las ventas, cobro de alquileres, intereses, etc. Por concepto de egresos, estos pueden ser: pago de facturas, impuestos, sueldos, amortizaciones de deuda, préstamos, intereses, entre otros servicios.	Ingresos Nominales Egresos Nominales Depreciacion Cambios de capital de trabajo Valor de rescate	Flujo de Caja o Efectivo
Estados Financieros Projectados	Son aquellos que se espera lograr en un determinado horizonte de planeamiento, partiendo de una realidad histórica expuesta en los estados tradicionales	Es mostrar anticipadamente la repercusión que tendrá la situación financiera y el resultado de las operaciones futuras de la empresa al incluir operaciones que no se han realizado	Estado de Resultado Flujo de caja Balance General	Estado de Resultado Flujo de caja Balance General
Analisis Viabiles de Riesgo	Es la evaluación de la probabilidad de que se concrete una amenaza y de su posible impacto	Consiste en calcular el efecto potencial de un riesgo y su grado de exposición	Punto de equilibrio Simulaciones	Dividir el total de los costes fijos por el precio de venta del producto o del servicio menos los costes variables para producirlo

Fuente: Elaboración Propia

### **3.1.4. HIPÓTESIS**

La hipótesis, como concepto fundamental en la investigación y el análisis, nos permite explorar y cuestionar el origen y la naturaleza de los fenómenos, hechos o procesos que nos rodean. Es una suposición inicial, una idea que planteamos para explicar la realidad y establecer un punto de partida en la búsqueda de respuestas.

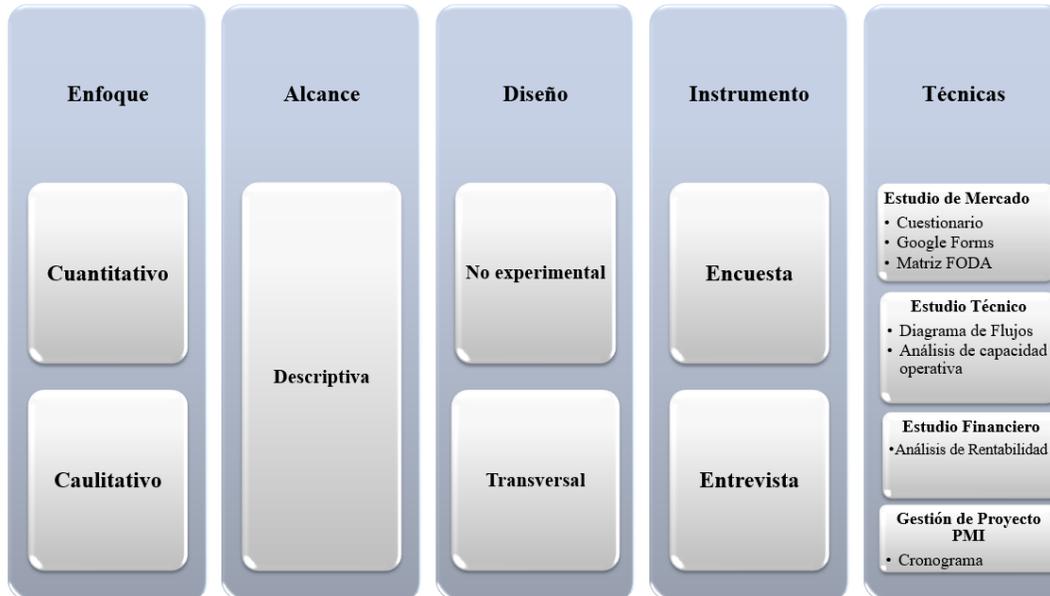
Es por eso que, como concepto, se detalla que la hipótesis es la suposición de algo que podría, o no, ser posible. En este sentido, la hipótesis es una idea o un supuesto a partir del cual nos preguntamos el porqué de una cosa, bien sea un fenómeno, un hecho o un proceso (Coelho, 2013).

Sin embargo, en el presente documento de tesis, no se ha planteado ninguna hipótesis.

## **3.2. ENFOQUE Y MÉTODOS**

En el presente proyecto se realizará bajo un enfoque Mixto en donde se integran las etapas fundamentales como ser: el planteamiento del problema, el diseño de investigación, el muestreo, la recolección de datos, los procedimientos de análisis e interpretación de los datos (resultado). Se utiliza la muestra poblacional no probabilística por medio de un juicio intersubjetivo. El alcance será de tipo investigación descriptiva, la cual identifica las características con precisión, el diseño será de investigación. No experimental; en donde el estudio que se realice es sin la manipulación derivada de las variables y en lo que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para evaluarlos, asimismo se clasifica en transaccional o transversal, lo que conlleva a recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único con el propósito de describir variables y analizar su incidencia en un momento dado, tendrá un objetivo descriptivo para comparar entre grupo de personas o indicadores.

El método de la investigación será Cualitativo para poder inferir y dar respuesta las preguntas de la investigación y expresando los resultados del estudio. Cuantitativo para evaluar en el proceso de recolección y análisis de datos numéricos. Los instrumentos a utilizar serán las técnicas de investigación en campo (Encuesta), Google Forms, análisis de rentabilidad y Cronograma.



**Figura 16 Diagrama de enfoque y método de investigación**

Fuente: Elaboración Propia

### 3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación se define como los métodos y técnicas elegidos por un investigador para combinarlos de una manera razonablemente lógica para que el problema de la investigación sea manejado de manera eficiente. El diseño es una guía sobre “cómo” llevar a cabo la investigación utilizando una metodología particular. Cada investigador tiene una lista de preguntas que necesitan ser evaluadas (Muguira, 2022).

El diseño de la investigación tiene como objetivo, el determinar la viabilidad y factibilidad de establecer un servicio diferenciado por Riscatto Coffee Shop en San Pedro Sula. El tipo de estudio que se llevará a cabo en el presente documento, será como de una investigación de tipo mixto y descriptivo.

#### 3.3.1. POBLACIÓN

Según Tamayo (2012) la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación. Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una

investigación. El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros.

La población que se utilizará para objeto de estudio de esta tesis será una población finita Nor Oeste de la ciudad de San Pedro Sula, activa económicamente PEA clasificado en los sectores privados, publico, empresarios, cuenta propia y mayor a 18 años la cual consiste en 312,617 habitantes (UNAH-VS, 2022). El total de habitantes en la ciudad es de 823,908 de los cuales 390,108 son hombres, un 47.35% y 433,800 mujeres un 52.65%. El 5.13% de la población es rural y 94.87% establecida en área urbana (UNAH-VS, 2022). La distribución de edad para el consumo de café oscila entre 18 a 34 años (78%), 35 a 64 años (89%) y 45 a 54% (93%) los hombres consumen más café que las mujeres con una frecuencia de 2 tasas al día (UNAH-VS, 2022).

### **3.3.2. MUESTRA**

Una muestra es una parte o porción representativa de un grupo poblacional. Cabe remarcar que, la muestra siempre debe estar enfocada en la selección de participantes que tengan relevancia para lo que queremos investigar. Además, el tipo de muestra dependerá directamente del problema de investigación, así como también del diseño y la metodología del proyecto (Masters, 2023).

Se seleccionará una muestra representativa de consumidores potenciales mediante métodos de muestreo aleatorio. El tamaño de la muestra dependerá de varios factores, como el nivel de confianza deseado, el margen de error aceptable y la disponibilidad de recursos (tiempo y presupuesto) para la recolección de datos. Se realizará un análisis estadístico de tamaño de muestra utilizando técnicas adecuadas. Se utilizará un método de muestreo aleatorio para garantizar la representatividad de la muestra.

La fórmula es la siguiente:

**Donde:**

**N**= tamaño de la Población

**n**= tamaño de la muestra

**p**= probabilidad de éxito

**q**= probabilidad de fracaso

**E**= error muestral

**Z**= nivel de confianza

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

### Figura 17 Fórmula de muestra

Fuente: (imgsearcher.ru, s.f.)

Para esta investigación se entrevistarán personas con características como:

- Género: Masculino 48% y Femenino 52%
- Mayores de 18 años
- Activos Económicamente
- Sector Privado 57%
- Sector Publico 6%
- Empresarios 3%
- Cuenta propia 21%

N= población 312,617

z= nivel de confianza 95%

e= error de muestreo aceptable 5%

p= probabilidad que ocurra el evento 0.5

q= probabilidad que no ocurra el evento 0.5

El tamaño de la muestra a encuestar es de **384 personas**

### 3.3.3. TÉCNICAS DE MUESTREO

Es importante seleccionar la técnica de muestreo adecuada según las características de la población y los objetivos de la investigación. Se basan en un conjunto de técnicas estadísticas orientadas a estudiar y seleccionar una muestra probabilística que represente a la población y la

comunidad a la cual se le está tomando la misma por conveniencia, la cual nos permite conocer sus opiniones de manera comunitaria (Euroinnova, 2022).

La técnica de Muestreo a seleccionar es, el muestreo aleatorio simple: Se selecciona aleatoriamente un número determinado de individuos de la población de consumidores potenciales de servicios de café en San Pedro Sula. Cada individuo tiene la misma probabilidad de ser seleccionado, lo que garantiza la representatividad de la muestra.

### **3.4.TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS**

En el marco del estudio de prefactibilidad para un servicio diferenciado por Riscatto Coffee Shop en San Pedro Sula, es fundamental contar con técnicas, instrumentos y procedimientos adecuados para recopilar y analizar la información necesaria. Estas herramientas permitirán obtener datos precisos y relevantes que respalden la toma de decisiones informadas y la evaluación de la viabilidad del proyecto.

En cuanto a las técnicas de recolección de datos, se utilizarán encuestas estructuradas para obtener información cuantitativa sobre las preferencias de café, hábitos de consumo, expectativas de servicio y disposición a pagar de los consumidores potenciales. Además, entrevista con expertos en cafeterías, clientes seleccionados y otros profesionales como conocimiento especializado en el sector son una fuente invaluable de perspectivas profesionales que proporcionarán una visión cualitativa detallada sobre el mercado, las mejores prácticas y los desafíos específicos que enfrenta el sector.

La observación directa en cafeterías existentes en San Pedro Sula permitirá recopilar información sobre la demanda, el flujo de clientes, la atmósfera y otros aspectos relevantes para el estudio. Esto brindará una perspectiva práctica y actualizada del entorno en el que operará Riscatto Coffee Shop. Con estas técnicas, instrumentos y procedimientos aplicados de manera adecuada, el estudio de prefactibilidad para un servicio diferenciado por Riscatto Coffee Shop en San Pedro Sula contará con una base sólida de información que respaldará las decisiones estratégicas y la viabilidad del proyecto.

Los tipos de instrumentos a ser utilizados para recolectar información y analizar de manera cualitativa y cuantitativa cada una de las variables de investigación, son las siguientes:

- Encuesta: es un cuestionario utilizado para reunir datos por medio de preguntas dirigidas a un grupo específico de personas, en este caso la población meta, con el objeto de recopilar información que se utilizará en los estudios de mercado y técnicos.
- Diagramas De Flujo De Procesos: Método gráfico que permitirá visualizar de manera fácil los procesos organizacionales a través de tareas que fluyen de manera secuencial.
- Análisis Financiero: Ayuda en el modelaje financiero en determinar cómo se ven afectadas las variables en función de alteraciones variables de entrada. Se utiliza para predecir el resultado de una decisión financiera.

### **3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN**

El estudio de prefactibilidad para un servicio diferenciado por Riscatto Coffee Shop en San Pedro Sula requiere de una amplia variedad de fuentes de información confiables y relevantes. Estas fuentes proporcionarán los datos necesarios para comprender el mercado, evaluar la viabilidad del proyecto y respaldar la toma de decisiones estratégicas.

Los informes y estudios de mercado desempeñan un papel fundamental en el estudio. Los informes de mercado sobre la industria del café y el sector de servicios de alimentos y bebidas en San Pedro Sula ofrecen una visión general de la situación actual, las tendencias y las oportunidades existentes. Además, los estudios de mercado específicos proporcionan información detallada sobre las preferencias de consumo de café en la ciudad y las tendencias del mercado local.

Los estudios de viabilidad previos y los planes de desarrollo urbano proporcionan información valiosa para evaluar la viabilidad del proyecto y la ubicación estratégica de Riscatto Coffee Shop. Estos estudios y planes pueden revelar experiencias exitosas y lecciones aprendidas de proyectos similares en San Pedro Sula o en otras ciudades comparables.

Entrevista con expertos en cafeterías, clientes seleccionados y otros profesionales con conocimiento especializado en el sector son una fuente invaluable de perspectivas profesionales. Estas entrevistas brindan información actualizada sobre las mejores prácticas, desafíos y oportunidades específicas del mercado local. En conjunto, estas fuentes de información permitirán

desarrollar un estudio de Prefactibilidad sólido y respaldar las decisiones estratégicas para el servicio diferenciado de Riscatto Coffee Shop en San Pedro Sula.

### **3.5.1. FUENTES PRIMARIAS**

Fuentes primarias de información para el estudio de la tesis "Estudio de Prefactibilidad para un Servicio Diferenciado por Riscatto Coffee Shop en San Pedro Sula":

1. Encuestas a consumidores potenciales:

- Realizar encuestas estructuradas a consumidores en San Pedro Sula para obtener información directa sobre sus preferencias, hábitos de consumo de café, expectativas de servicio y disposición a pagar por un servicio diferenciado.

2. Entrevistas a expertos en la industria del café:

- Entrevistar a expertos en cafetería, clientes seleccionados y otros profesionales con conocimientos especializados en el sector. Estas entrevistas pueden proporcionar información valiosa sobre las tendencias del mercado, desafíos específicos, mejores prácticas y factores clave para el éxito en el negocio de las cafeterías.

3. Observación directa:

- Realizar observaciones directas en cafeterías existentes en San Pedro Sula para evaluar la demanda, el flujo de clientes, las preferencias de consumo, la atmósfera y otros aspectos relevantes para el estudio. Esta observación directa puede ayudar a identificar oportunidades y áreas de mejora para el servicio diferenciado propuesto.

### **3.5.2. FUENTES SECUNDARIAS**

Fuentes secundarias de información para el estudio de la tesis "Estudio de Prefactibilidad para un Servicio Diferenciado por Riscatto Coffee Shop en San Pedro Sula":

1. Informes y estudios de mercado:

- Informes de mercado sobre la industria del café en Honduras y a nivel internacional.

- Estudios de mercado específicos sobre el sector de servicios de alimentos y bebidas en San Pedro Sula, incluyendo datos sobre el consumo de café y las tendencias del mercado.
2. Estudios de viabilidad previos:
    - Estudios de viabilidad o análisis de proyectos similares en San Pedro Sula o en otras ciudades, que evalúen la factibilidad y el éxito de establecer un servicio diferenciado por Riscatto Coffee Shop. Estos estudios pueden proporcionar información valiosa sobre el mercado objetivo, la demanda, la rentabilidad y otros factores clave.
  3. Publicaciones académicas y científicas:
    - Investigaciones académicas y científicas relevantes sobre el mercado del café, la gestión de cafeterías, la satisfacción del cliente, la diferenciación de servicios y otros temas relacionados.
  4. Medios de comunicación y sitios web especializados:
    - Artículos periodísticos, reseñas, blogs y sitios web especializados en el campo de la industria del café, que pueden proporcionar información actualizada, opiniones de expertos y noticias relevantes sobre el mercado y las tendencias del sector.

## **CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS**

En este capítulo se presenta resultados del estudio de mercado, basado en la técnica de recolección de datos “Encuesta estructurada” que contiene 40 preguntas que en la misma obtendremos información cuantitativa y en la entrevista de 5 preguntas para identificar una visión cualitativa detallada sobre el mercado. En este mismo segmento se realizó un estudio técnico para determinar la viabilidad técnica en la prestación de los servicios, así como la infraestructura, personal, equipo y materiales, para finalizar se realizó un estudio financiero que permitió determinar la viabilidad del proyecto desde el punto de vista económico, con este estudio se analizó cada uno de los indicadores financieros requeridos para determinar la operación de la empresa.

### **4.1. INFORME DE PROCESO DE RECOLECCION DE DATOS**

#### *INSTRUMENTO ENCUESTA*

La aplicación de la encuesta se programó para 384 clientes a los cuales se les envió un link por medio de WhatsApp o correo electrónico, esta actividad inicio el 27 de octubre finalizando el 10 de noviembre. El resultado obtenido fue que el 55% atendió la encuesta en el tiempo establecido. El segmento de clientes seleccionados fueron personas que residen en San Pedro Sula mayor a 18 años con correo electrónico o WhatsApp, ambos géneros, activos económicamente empleados privados, públicos, empresarios o cuenta propia. Se utilizó un diseño de investigación no experimental, transaccional que recoleta los datos en un tiempo único con objetivo descriptivo que pretende realizar comparaciones entre grupo de personas.

#### *Link de encuesta*

Somos maestrantes de Unitec-SPS, realizamos esta encuesta para conocer los gustos y preferencias de las personas sobre productos y servicios que se ofrecerán en la cafetería Riscatto Coffee Shop, ubicada en SPS. Agradecemos mucho en tomarse su tiempo para llenar esta encuesta.

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf9uh9Wog94taT40RP24bdLudiFtvLi4Vi2D1FMTc6QYnegTw/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf9uh9Wog94taT40RP24bdLudiFtvLi4Vi2D1FMTc6QYnegTw/viewform?usp=sf_link)

#### *INSTRUMENTO ENTREVISTA*

La entrevista se realizó a 10 personas de diferente perfil de clientes para conocer a través de su experiencia los factores importantes en este tipo de negocio.

1. Gerente de una cafetería; Lic. Wilmer Castellanos dueño de la cafetería Paris que inició operaciones en el 2022
2. Ejecutivo de una empresa Financiera; Lic. Bernardino Martínez Gerente comercial 20 años de trayectoria.
3. Clientes de Riscatto Coffee Shop; Sritas. Ana Reyes, Adela Vásquez y Ana Matamoros

La información recabada a través de las entrevistas sirvió como un complemento a la información obtenida en los resultados cuantitativos y de esta manera contar con un panorama más amplio para la toma de decisión del proyecto.

#### **4.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

Riscatto Coffee Shop, para finales del 2023 cambia de localización, a la colonia universidad, para ampliar el servicio y poder atender de manera presencial a sus clientes. En el nuevo punto de servicio de Riscatto Coffee Shop, ofrecerá un lugar de estancia para el cliente con horario de lunes a jueves de 7.00 a.m. A 7.00 p.m., viernes y sábado de 7.00 a.m. a 8.00 p.m., Domingo estará cerrado, en el cual pueda consumir un amplio menú de productos tradicionales que posee la cafetería como ser; bebidas, cocteles, café, postres y aperitivos, Además de un nuevo menú segmentado para personas que son intolerantes a la proteína, se ofrece postres “veganos”, y para las personas diabéticas, los postres “Keto”. Las nuevas instalaciones tendrán áreas exclusivas y acondicionadas para ambientes “Bussines Coffee” y “Área social y Familiar”.

Los clientes de Riscatto Coffee Shop, podrán realizar sus reservaciones a través de una APP y en cada mesa estará disponible un código QR para que el cliente pueda realizar sus pedidos, contarán con meseros y área al exterior Pet Friendly. En conclusión, la visión de Riscatto Coffee Shop es potenciar su marca para que ésta sea reconocida como un espacio en el cual se pueda disfrutar de una buena taza de café en áreas de trabajo, familiar o de amigos.

### 4.3. DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

Se define a continuación el modelo de negocios que describe las características principales del mercado, los recursos necesarios para el funcionamiento de la cafetería, así también plantear la estrategia que aseguren la sostenibilidad y rendimiento financiero del negocio.

**Tabla 5 Modelo de Negocios**

Socios Estratégicos	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relacion con Clientes	Segmento de Mercado
Alianzas con: Empresas para celebrar cumpleaños de Colaboradores  Ejecutivos de Empresas para reuniones semi-formales de negocios	Contar con productos de Calidad  Atencion personalizada  Acondicionamientos de las Areas  Ambiente Agradable	Precios Competitivos  Diseño y presentacion de Menu Keto y Vegano  Toma de pedido directamente en la mesa a traves de codigo QR  Sistema de Resevacion por medio de APP	Personal capacitado y profesional  Actualizacion del menu o eventos en las redes sociales  <b>Canales</b>  Instagram  Facebook  Twitter	Personas amantes del café y Postres  Personas que degustan de comida Keto o Vegano  Personas Economicamente Activas; Empleados privados 57%, Publicos 6%, Empresarios 3%, cuenta propia 21%  Mayores a 18 años  Hombres 48% y Mujeres 52%
<b>Proveedores</b>	Decoracion y Musica			
Leyde y Sula Passion Coffee Pedidos ya La Toscana Delicias las Marías Supermercado o Mercado Pepsi Bac Dagas Pollo Norteño La Almendra Tina's Tastes Mayab Suministros y Servicios Agroindustriales El porvenir Create Mobeq y fibro espacios Computer Supply Serpoint Almacén el Canal	<b>Recursos Claves</b>  Fisico: Acondicionamiento de cada una de las areas Bussines y Social/Amigos Personal: Capacitado en atencion al cliente y conocimiento en Cocina Tecnologico: Redes sociales, APP, QR			
<b>Estructura de Costos</b>			<b>Fuente de Ingresos</b>	
Costo de Venta Costo de servicios Basicos Costo Publicitario Costo de Alquiler Costo Sueldo y Salario Costo de Limpieza			Mercado Potencial que Frecuentan Cafeteria Crecimiento Interanual de la poblacion en San Pedro Sula	

Fuente: Elaboración propia

### 4.4. PROPIEDAD INTELECTUAL

Riscatto Coffee Shop será el nombre con que se va a realizar el registro de nuestro proyecto en la Cámara de Comercio por medio de una escritura de constitución. Esto con el fin de patentizar

la marca y poder realizar operaciones de forma legal y transparente. Toda empresa necesita una marca para ser reconocida y poder posicionarse en el mercado. Acorde con la tendencia mundial en la materia de Propiedad Intelectual, el Estado Hondureño propicia el ambiente de seguridad jurídica a través de la Dirección General de Propiedad Intelectual la cual es asistida técnicamente por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), y actúa conforme los acuerdos de cooperación suscritos por Honduras con la Organización Mundial del Comercio, OMC y el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (RD-CAFTA). Decreto 12-99-E Ley de Propiedad Industrial, Instituto de la propiedad.

Para la constitución de Riscatto Coffee Shop según CCIC (2023), se debe realizar los siguientes pasos:

#### **Pasos para la inscripción ante el Registro Mercantil**

1. Pagar derechos de inscripción
2. Presentar documentos ante ventanilla
3. Otorgamiento del documento de constitución.
4. Inscripción en Registro CCIT
5. Obtención de RTN en la SAR
6. Obtención del permiso de operación en AMDC
7. Registro IHSS
8. Registro en Régimen de Aportaciones Privadas (RAP).

#### **Pasos para declaración y publicación:**

1. Solicitar elaboración de escritura pública para declaración de comerciante individual
2. Firmar escritura y recibir el formato de aviso de publicación
3. Pagar y recibir testimonio de escritura publica

#### **Pasos para registro en la Camara de Comercio e Industria de Cortés:**

1. Solicitar registro en CCIC
2. Pagar tasa registral de comerciante

3. Recibir registro de comerciante

**Pasos para solicitar el permiso de operación:**

1. Solicitar solvencia
2. Solicitar formulario de declaración jurada de ingresos
3. Entregar el formulario de declaración jurada
4. Pagar impuestos y permiso de operación
5. Retirar permiso de operación de negocio

**Pasos para solicitar constancia de compatibilidad:**

1. Solicitar constancia de compatibilidad y autorización de rótulos
2. Entregar solicitud de constancia de compatibilidad y autorización de rótulos
3. Pagar constancia de compatibilidad y uso de rótulos
4. Fotocopiar aviso y recibo de pago de compatibilidad
5. Entregar aviso y recibo de pago de compatibilidad

**4.5.FACTORES CRITICOS DE RIESGO**

Se presenta un análisis FODA de Riscatto Coffee Shop, de forma interna se analizan las fortalezas y debilidades y al externo se analizan las oportunidades y amenazas. Al mismo tiempo se realiza el análisis de la industria y el desarrollo de la estrategia de negocio, que nos sirvió como base para establecer los siguientes factores críticos de riesgo y como mitigarlos.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>FODA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Precios competitivos Diversidad en productos tradicional, Keto y Vegano Ubicación estrategica Personal calificado en el servicio al cliente		Posicionamiento en los mercados de oficina y negocios Ofrecer productos a un segmento de cliente especial Brindar un servicio rapido con reservacion por APP Selección del producto en la mesa por sistema QR
<b>DEBILIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>
Recursos financieros limitados Personal inexperto o poco capacitado Falta de inversión en innovación culinaria		Inflacion de los precios Calidad de la materia prima afectada por fenomenos naturales Competencia Directa e indirecta

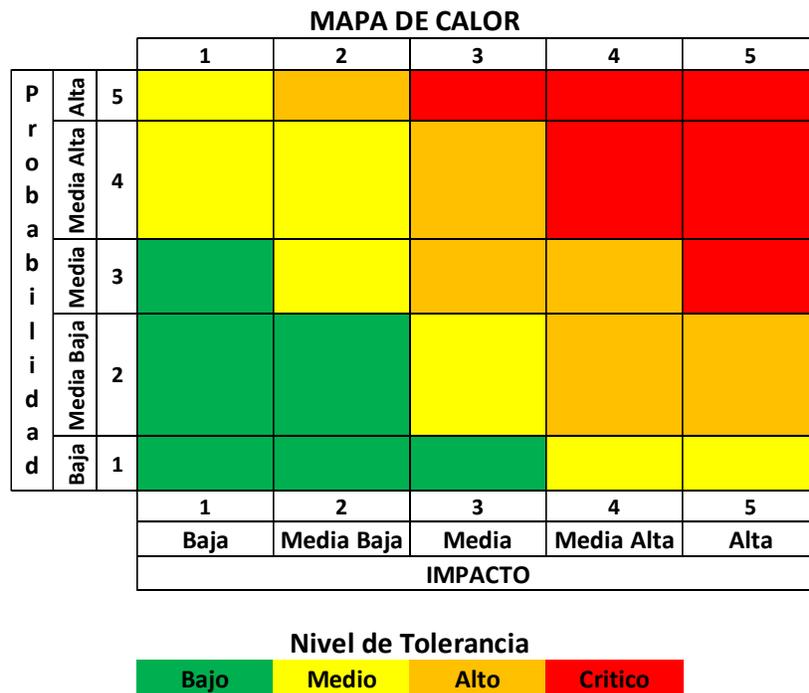
**Figura 18 FODA**

Fuente: Elaboración propia

Formas de mitigar el Riesgo:

1. Compra selectiva de los productos de amplio vencimiento que garantice un estándar alto de calidad.
2. Control en las compras anticipadas de los productos para obtener los beneficios y mantener un rango de tiempo en precios bajo.
3. Realizar periódicamente Benchmarking en las redes sociales sobre la calidad del servicio brindado por nuestros colaboradores
4. Programar capacitaciones continuas sobre el servicio al cliente y las características de los productos
5. Realizar investigación constante sobre la evolución en el ámbito culinario en los diferentes países de la región y europeo.

*MATRIZ DE RIESGO*



**Figura 19** Matriz de Riesgo

Fuente: Elaboración propia

En el contexto de este análisis, se señalan los riesgos fundamentales relacionados, los cuales quedan representados en la matriz actual. Estos riesgos tienen el potencial de afectar directamente los aspectos temporales, económicos, de calidad y el alcance de la investigación:

**Tabla 6 Matriz de Riesgo**

No.	Matriz de Probabilidad e Impacto de Riesgo				Accion Mitigadora
	Descripcion del Riesgo	Probabilidad	Impacto	Resultado	
1	Recursos Financieros Limitados	2	5		Mantener una linea de credito revolvente para capital de trabajo, determinar 2 opciones financieras para ser cliente vinculado en las cuales se tenga cuentas de ahorro, plazo fijo o tarjeta de credito.
2	Personal Inexperto o poco capacitado	3	3		Realizar periódicamente Benchmarking en las redes sociales sobre la calidad del servicio brindado por nuestros colaboradores para brindar capacitaciones
3	Falta de Inversion en Innovacion Culinaria	2	3		Realizar investigación constante sobre la evolución en el ámbito culinario en los diferentes países de la región
4	Inflacion de los precios	3	4		Control en las compras anticipadas de los productos para obtener los beneficios y mantener un rango de tiempo en precios bajo.
5	Calidad de la materia prima afectada por fenomenos naturales	2	3		Compra selectiva de los productos de amplio vencimiento que garantice un estándar alto de calidad.
6	Competencia Directa e Indirecta	3	3		Realizar investigacion de nuestros competidores cercanos sobre el producto y servicio.
7	Incumplimiento de los proveedores	3	5		Monitorear los tiempos de entrega del producto, investigar al proveedor sobre las condiciones economicas y el comportamiento del rubro en el mercado
8	Capacidad Instalada Limitada	1	3		Determinar mensualmente la demanda y los dias de mayor afluencia

Fuente: Elaboración propia

Basado en los Riesgos, recomendaciones a plantear son los siguientes:

**1. Recursos Financieros Limitados:**

- *Recomendación:* Explorar opciones de financiamiento adicional a través de préstamos o inversionistas. Implementar una gestión financiera más eficiente y ajustar el presupuesto del proyecto para optimizar los recursos disponibles.

**2. Personal Inexperto o Poco Capacitado:**

- *Recomendación:* Invertir en programas de capacitación y desarrollo para el personal. Colaborar con instituciones educativas o consultores especializados para mejorar las habilidades y competencias del equipo.

### 3. **Falta de Inversión en Innovación Culinaria:**

- *Recomendación:* Establecer alianzas estratégicas con chefs o expertos en innovación culinaria. Buscar patrocinios o asociaciones con proveedores para obtener recursos adicionales destinados a la innovación en el menú.

### 4. **Inflación de los Precios:**

- *Recomendación:* Firmar contratos a largo plazo con proveedores para garantizar precios estables. Establecer cláusulas de ajuste de precios en los contratos para mitigar el impacto de la inflación.

### 5. **Calidad de la Materia Prima Afectada por Fenómenos Naturales:**

- *Recomendación:* Diversificar proveedores y establecer acuerdos con proveedores ubicados en diferentes regiones geográficas. Implementar sistemas de monitoreo para evaluar la calidad de la materia prima y su impacto en el suministro.

### 6. **Competencia Directa e Indirecta:**

- *Recomendación:* Realizar un análisis de mercado detallado para identificar nichos específicos y diferenciadores. Implementar estrategias de marketing agresivas para destacar la propuesta única de valor.

### 7. **Incumplimiento de los Proveedores:**

- *Recomendación:* Establecer criterios de evaluación rigurosos al seleccionar proveedores. Incluir cláusulas claras en los contratos que definan las consecuencias del incumplimiento y las medidas correctivas.

### 8. **Capacidad Instalada Limitada:**

- *Recomendación:* Optimizar la capacidad existente mediante la implementación de sistemas eficientes y la planificación cuidadosa de la demanda. Evaluar opciones de expansión o alianzas estratégicas para abordar limitaciones de capacidad.

Estas recomendaciones buscan abordar proactivamente los riesgos identificados, fortaleciendo la resiliencia del proyecto y mejorando su capacidad para enfrentar desafíos potenciales.

## **4.5. ESTUDIO DE MERCADO**

En este primer análisis que marca una pauta para el resultado de la factibilidad financiera, el cual consiste en un proceso ordenado de información pertinente de un mercado objetivo, consumidores potenciales, competidores y la industria en su conjunto. Su principal objetivo es el de conocer y cuantificar la demanda, la oferta, precios y la forma de comercializar un producto o servicio. Para llevar a cabo se aplicó una encuesta a los habitantes de la ciudad de San Pedro Sula de diferente género, mayores a 18 años, activos económicamente y consumidores potenciales de café. El tamaño de la muestra a encuestar es de 384 personas.

### **4.5.1. ANÁLISIS CUANTITATIVO**

La cafetería bajo estudio se presta de manera idónea para un análisis cuantitativo exhaustivo, permitiendo evaluar diversas métricas clave que impactan directamente en su desempeño y rentabilidad. Entre los aspectos cuantificables más relevantes se encuentran el volumen de ventas diarias, mensuales y anuales, desglosado por categorías de productos como café, bebidas frías, alimentos y productos complementarios. Además, será crucial analizar la variabilidad en las tendencias de consumo a lo largo del día y la semana, identificando períodos de mayor afluencia para optimizar la gestión de recursos y el personal.

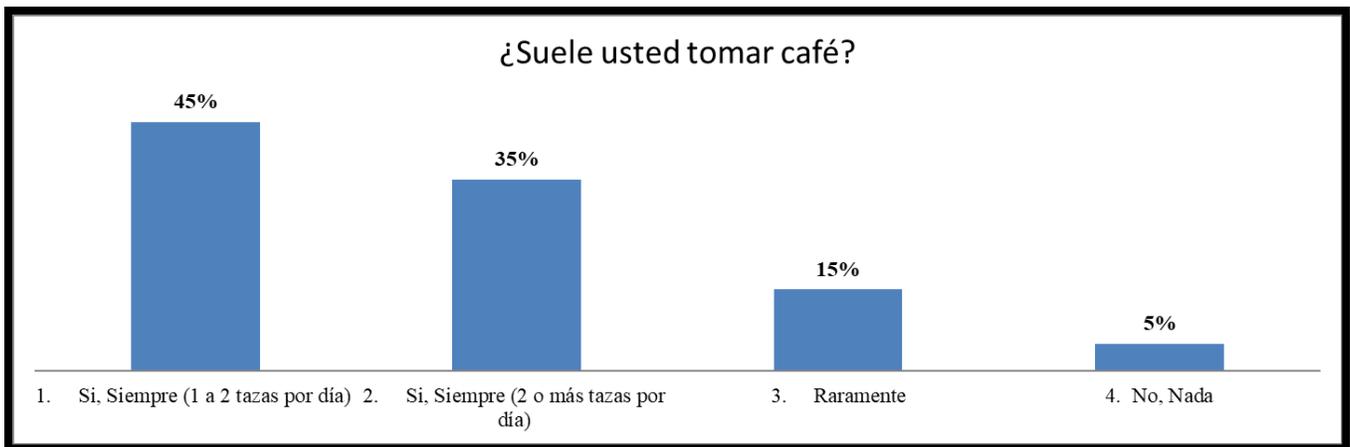
El análisis cuantitativo también debe abordar la retención de clientes y la adquisición de nuevos, utilizando métricas como la tasa de repetición de clientes, la satisfacción del cliente y la captación de nuevos clientes a través de estrategias de marketing y promociones. En resumen, un enfoque integral y cuantitativo proporcionará una visión detallada de la salud financiera y operativa de la cafetería, permitiendo la toma de decisiones informada y estratégica para su crecimiento y éxito continuo.

#### 4.5.1.1. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

En este análisis cada pregunta proporcionó información importante que llevara a la aplicación de los diferentes estudios. A continuación, se muestran los resultados de la encuesta con su debido análisis:

##### 1. *¿Suele usted tomar café?*

1. Si, Siempre (1 a 2 tazas por día)
2. Si, Siempre (2 o más tazas por día)
3. Raramente
4. No, Nada



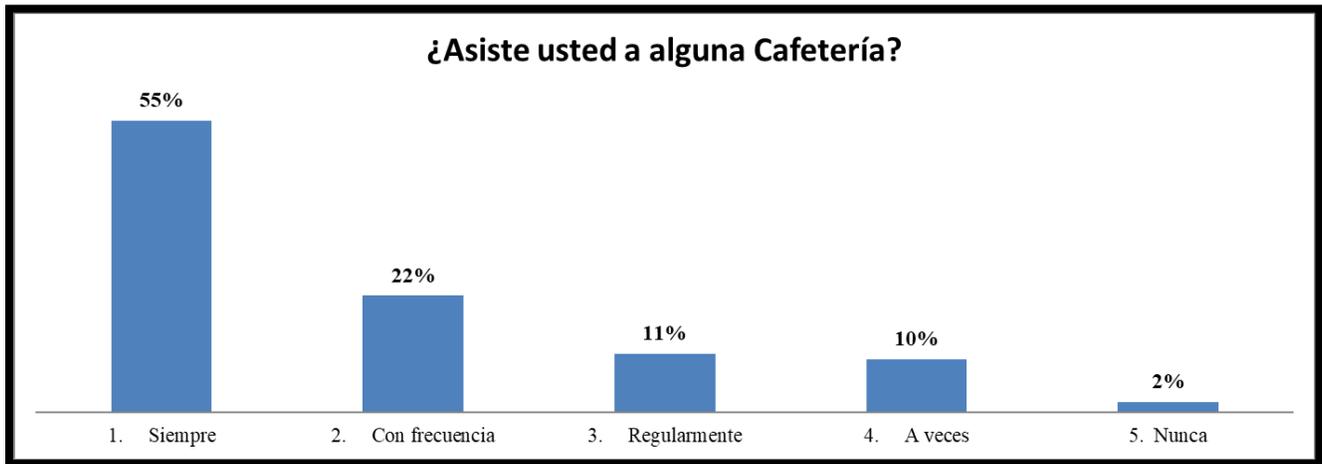
**Figura 20 Clientes que consumen café**

Fuente: Elaboración propia

El análisis cuantitativo para esta primera pregunta de la encuesta es que, el 80% de los clientes consumen café siempre, siendo la suma del 45% y el 35% donde dice que si toman café y cuantas tazas al día.

##### 2. *¿Asiste usted a alguna Cafetería?*

1. Siempre
2. Con frecuencia
3. Regularmente
4. A veces
5. Nunca



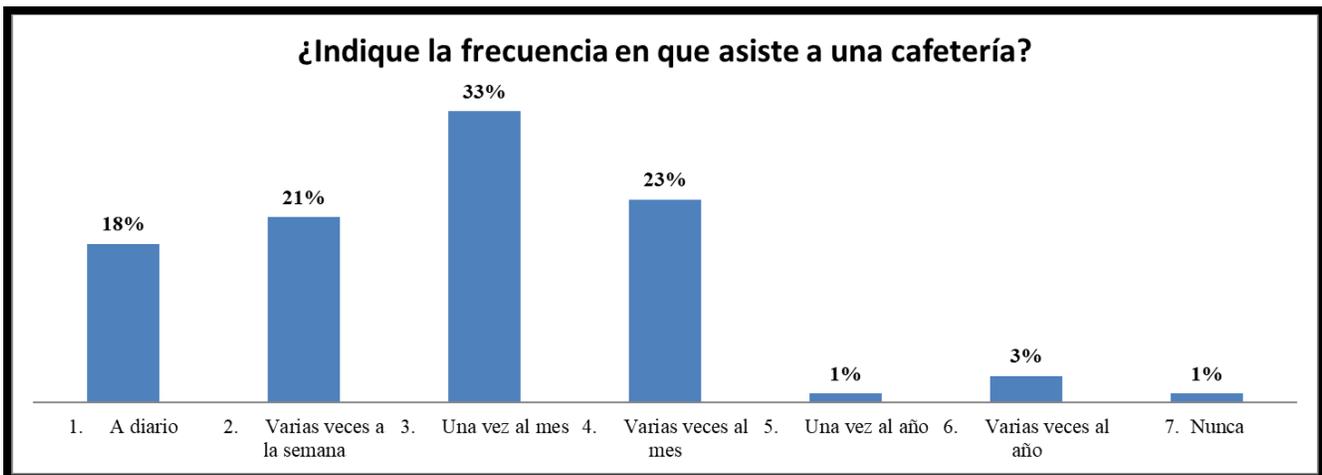
**Figura 21 Clientes que asisten a una cafetería**

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al análisis cuantitativo para esta segunda pregunta de la encuesta es que, el 77% de los clientes confirman asistir a una cafetería, siendo la suma del 55% y el 22% donde dice que siempre y con frecuencia visitan los clientes una cafetería.

**3. ¿Indique la frecuencia en que asiste a una cafetería?**

1. A diario
2. Varias veces a la semana
3. Una vez al mes
4. Varias veces al mes
5. Una vez al año
6. Varias veces al año
7. Nunca



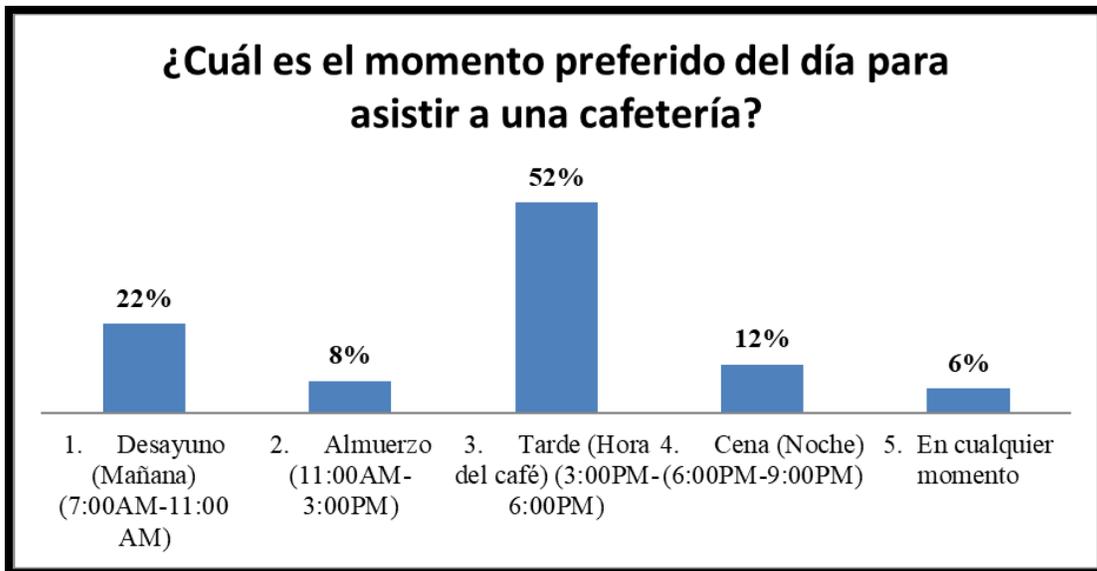
**Figura 22 Frecuencia de los clientes que asisten a una cafetería**

Fuente: Elaboración propia

La respuesta de la pregunta 3 fue que, el 18% de los clientes encuestados confirman asistir a una cafetería diariamente, el 21% varias veces a la semana, el 33% lo hace una vez al mes y el 23% varias veces al mes.

**4. ¿Cuál es el momento preferido del día para asistir a una cafetería?**

1. Desayuno (Mañana) (7:00AM-11:00 AM)
2. Almuerzo (11:00AM-3:00PM)
3. Tarde (Hora del café) (3:00PM-6:00PM)
4. Cena (Noche) (6:00PM-9:00PM)
5. En cualquier momento



**Figura 23 Momento preferido del día de los clientes para asistir a una cafetería**

Fuente: Elaboración propia

Para la pregunta 4, la respuesta obtenida fue, que el 52% prefiere asistir a una cafetería en horas de la tarde y el 22% en el desayuno.

**5. ¿Cuáles son los días de su preferencia para asistir a una cafetería? (Puedes marcar más de una opción)**

1. Lunes
2. Martes
3. Miércoles
4. Jueves

- 5. Viernes
- 6. Sábado
- 7. Domingo



**Figura 24** Días de preferencia de los clientes para asistir a una cafetería

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 5 su respuesta fue que 76% de los clientes concentran su preferencia de asistir a una cafetería entre los días viernes, sábado y el día Jueves con un 47%. Es decir que los días con mayor flujo de clientes el fin de semana.

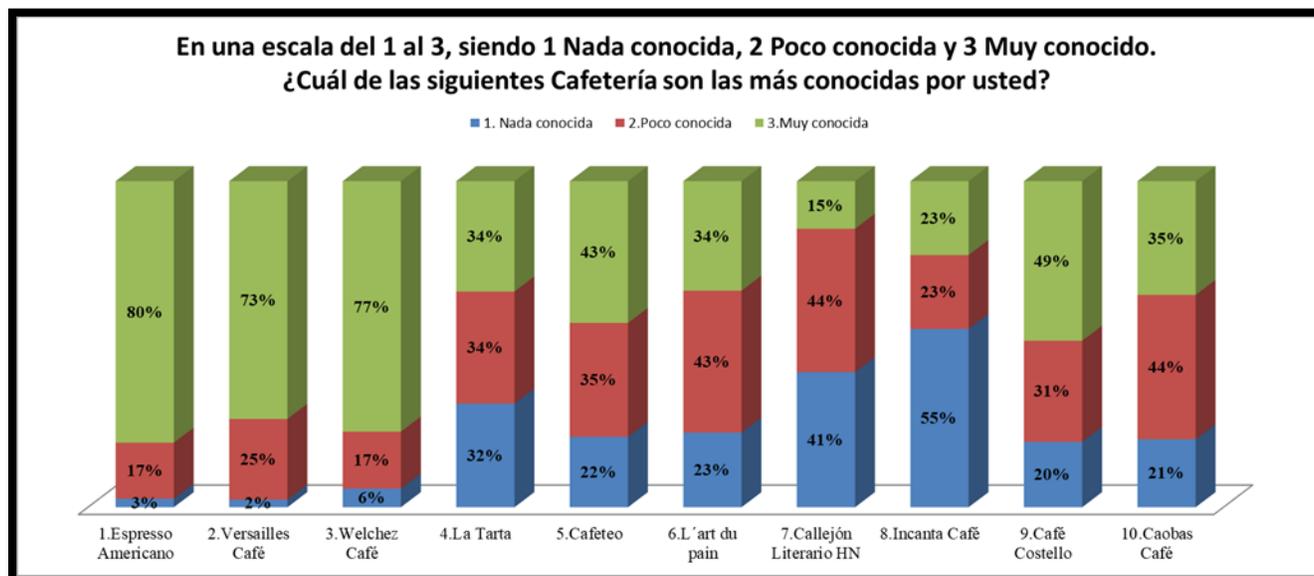
**6. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Nada conocida, 2 Poco conocida y 3 Muy conocida. ¿Cuál de las siguientes Cafetería son las más conocidas por usted?**

**Tabla 7** Formulación de la pregunta 6 de la encuesta

Cafetería	1. Nada conocida	2.Poco conocida	3.Muy conocida
1.Espresso americano			
2.Versailles Café			
3.Welchez Café			
4.La Tarta			
5.Cafeteo			
6.L´art du pain			
7.Callejón Literario HN			
8.Incanta Café			

9.Café Costello			
10.Caobas Café			

Fuente: Elaboración propia



**Figura 25 Escala de cafeterías conocidas por los clientes**

Fuente: Elaboración propia

Según la respuesta de la pregunta 6 de los encuestados, el 80% conoce Espresso Americano seguido de Welchez Café con un 77%, posterior Versailles Café con un 73%, Café Costello 49% y Cafeteo 43%.

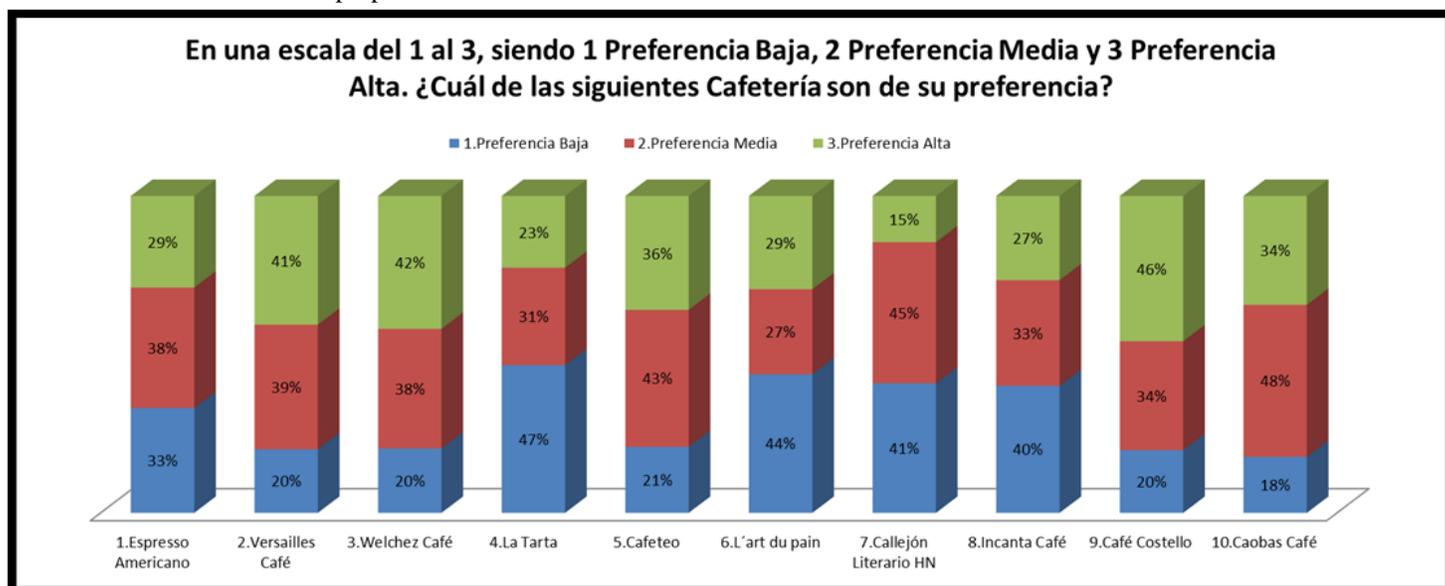
**7. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Preferencia Baja, 2 Preferencia Media y 3 Preferencia Alta. ¿Cuál de las siguientes Cafetería son de su preferencia?**

**Tabla 8 Formulación de la pregunta 7 de la encuesta**

Cafetería	1. Preferencia Baja	2. Preferencia Media	3. Preferencia Alta
1. Espresso americano			
2. Versailles Café			
3. Welchez Café			
4. La Tarta			
5. Cafeteo			
6. L'art du pain			

7.Callejón Literario HN			
8.Incanta Café			
9.Café Costello			
10.Caobas Café			

Fuente: Elaboración propia



**Figura 26 Escala de preferencia de cafeterías de los clientes**

Fuente: Elaboración propia

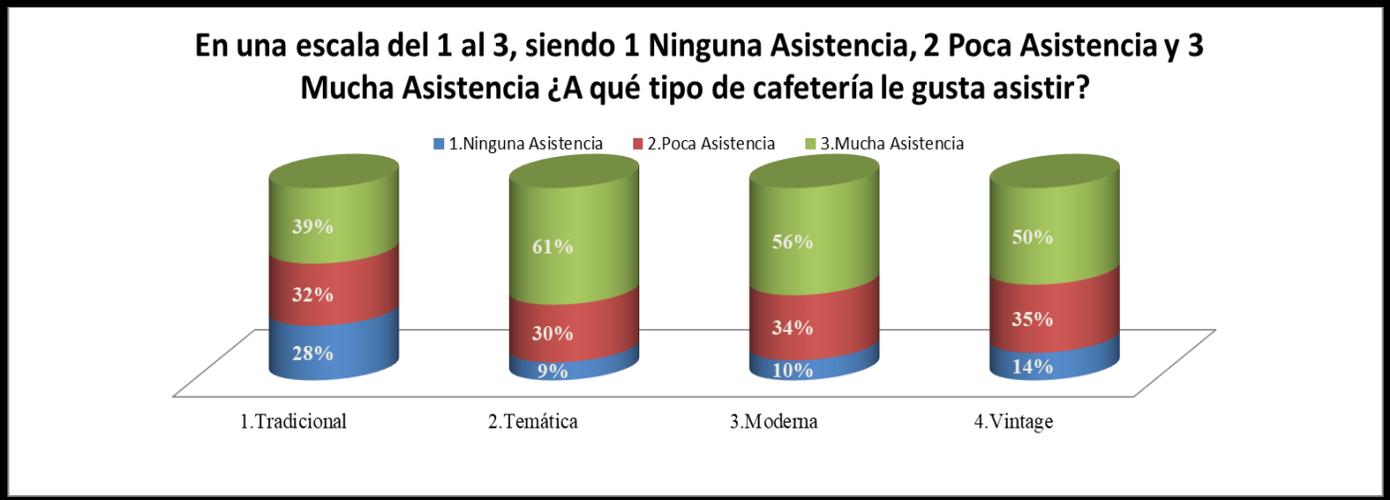
Basado en la preferencia de cafeterías los encuestados seleccionan en primer lugar a Café Costello 46%, seguido de Welchez Café 42%, Versailles Café con un 41%, Cafetero con un 36% y Caobas Café con 34%.

**8. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Ninguna Asistencia, 2 Poca Asistencia y 3 Mucha Asistencia ¿A qué tipo de cafetería le gusta asistir?**

**Tabla 9 Formulación de la pregunta 8 de la encuesta**

Tipo de cafetería	1.Ninguna Asistencia	2.Poca Asistencia	3.Mucha Asistencia
1.Tradicional			
2.Temática			
3.Moderna			
4.Vintage			

Fuente: Elaboración propia



**Figura 27 Escala de asistencia de cafeterías de los clientes**

Fuente: Elaboración propia

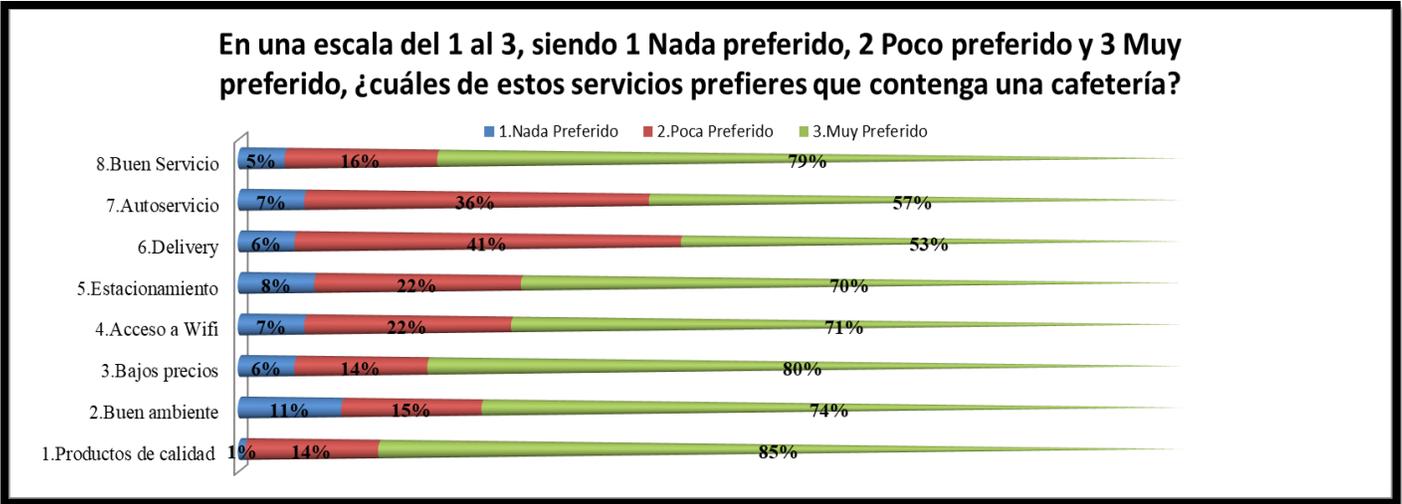
Los encuestados gustan asistir a una cafetería tipo Temática 61% como segunda opción Tipo Moderna 56% y por último Vintage 50%.

**9. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Nada preferido, 2 Poco preferido y 3 Muy preferido, ¿cuáles de estos servicios prefieres que contenga una cafetería?**

**Tabla 10 Formulación de la pregunta 9 de la encuesta**

Servicios	1.Ninguna Asistencia	2.Poca Asistencia	3.Mucha Asistencia
1.Productos de calidad			
2.Buen ambiente			
3.Bajos precios			
4.Acceso a Wifi			
5.Estacionamiento			
6.Delivery			
7.Autoservicio			
8.Buen Servicio			

Fuente: Elaboración propia



**Figura 28 Escala de preferencia de servicio que contenga una cafetería**

Fuente: Elaboración propia

Relacionado al servicio que prefiere el cliente en una cafetería se identifican que el 85% prefieren productos de calidad posterior, bajos precios 80% seguido, Buen servicio 79% asimismo Buen ambiente 74%, Acceso a wifi un 71% y estacionamiento 70%

**10. ¿Cuál es la atención al cliente que usted prefiere en una cafetería?**

1. Personalizado, mesero va a su mesa
2. Pedir en caja y recoger su pedido



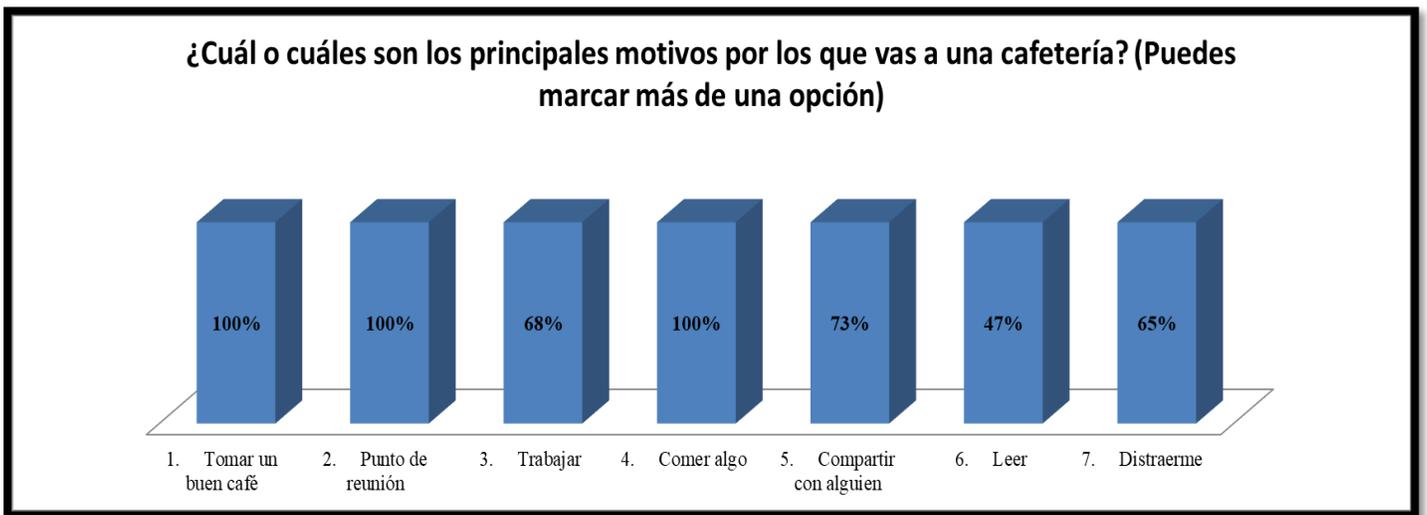
**Figura 29 Atención al cliente que prefieren en una cafetería**

Fuente: Elaboración propia

Los encuestados prefieren la atención personalizado en un 94%

**11. ¿Cuál o cuáles son los principales motivos por los que vas a una cafetería? (Puedes marcar más de una opción)**

1. Tomar un buen café
2. Punto de reunión
3. Trabajar
4. Comer algo
5. Compartir con alguien
6. Leer
7. Distraerme



**Figura 30 Principales motivos por los que van a una cafetería**

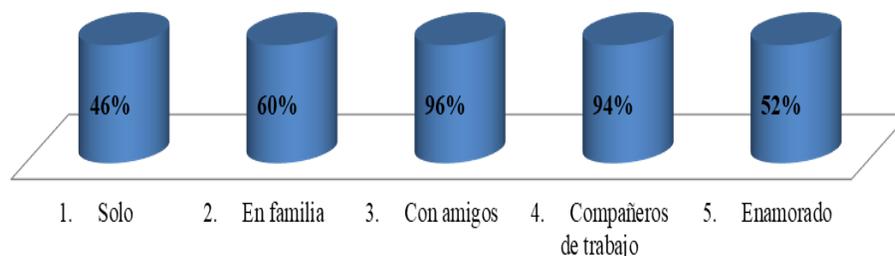
Fuente: Elaboración propia

Los principales motivos por lo que los encuestados visitan una cafetería son Tomar un buen café 100%, Punto de reunión 100%, Comer algo 100% y compartir con alguien 73%.

**12. Cuando se dirigen a una cafetería, ¿Cómo lo hacen? (Pueden marcar más de una opción).**

1. Solo
2. En familia
3. Con amigos
4. Compañeros de trabajo
5. Enamorado(a)/novio(a)/esposa(o)

**Cuando se dirigen a una cafetería, ¿Cómo lo hacen? (Pueden marcar más de una opción)**



**Figura 31 Con quien se dirige un cliente a una cafetería**

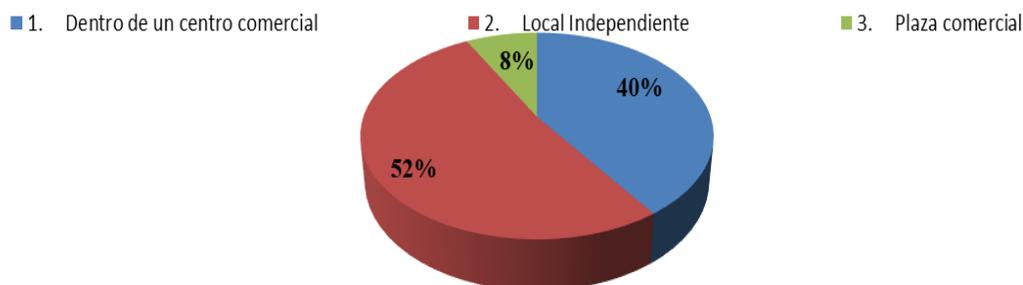
Fuente: Elaboración propia

Los encuestados centran su visita a una cafetería con Amigos en un 96% y compañeros de trabajo 94%.

**13. ¿Cuál es la mejor ubicación que usted prefiere para visitar una cafetería?**

1. Dentro de un centro comercial
2. Local Independiente
3. Plaza comercial

**¿Cuál es la mejor ubicación que usted prefiere para visitar una cafetería?**



**Figura 32 Mejor ubicación para visitar una cafetería**

Fuente: Elaboración propia

El 52% de los encuestados prefieren que la cafetería este ubicada en un local independiente.

**14. ¿Cuándo te diriges a una cafetería, a cuál vas?**

1. Cerca de mi trabajo
2. Cerca de mi casa
3. Por donde yo esté en ese momento
4. Voy hasta mi cafetería favorita, sin importar distancia



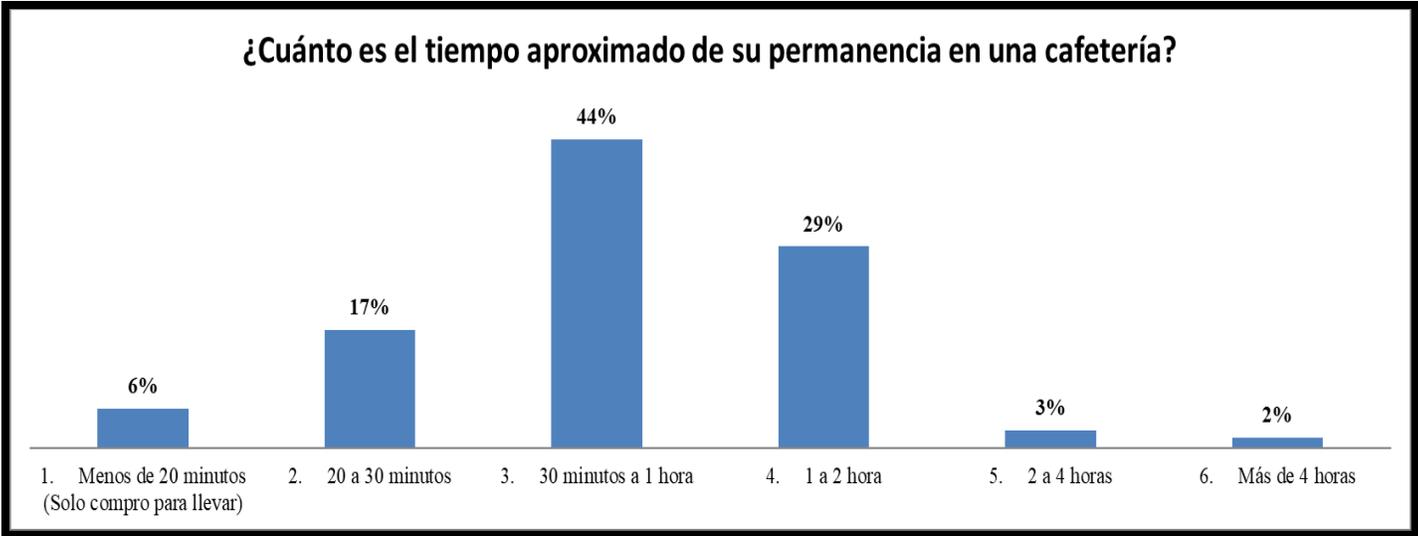
**Figura 33 Cafetería que asisten los clientes**

Fuente: Elaboración propia

El 34% de los encuestados se dirigen a una cafetería cerca del trabajo y el 29% cerca de la casa.

**15. ¿Cuánto es el tiempo aproximado de su permanencia en una cafetería?**

1. Menos de 20 minutos (Solo compro para llevar)
2. 20 a 30 minutos
3. 30 minutos a 1 hora
4. 1 a 2 hora
5. 2 a 4 horas
6. Más de 4 horas



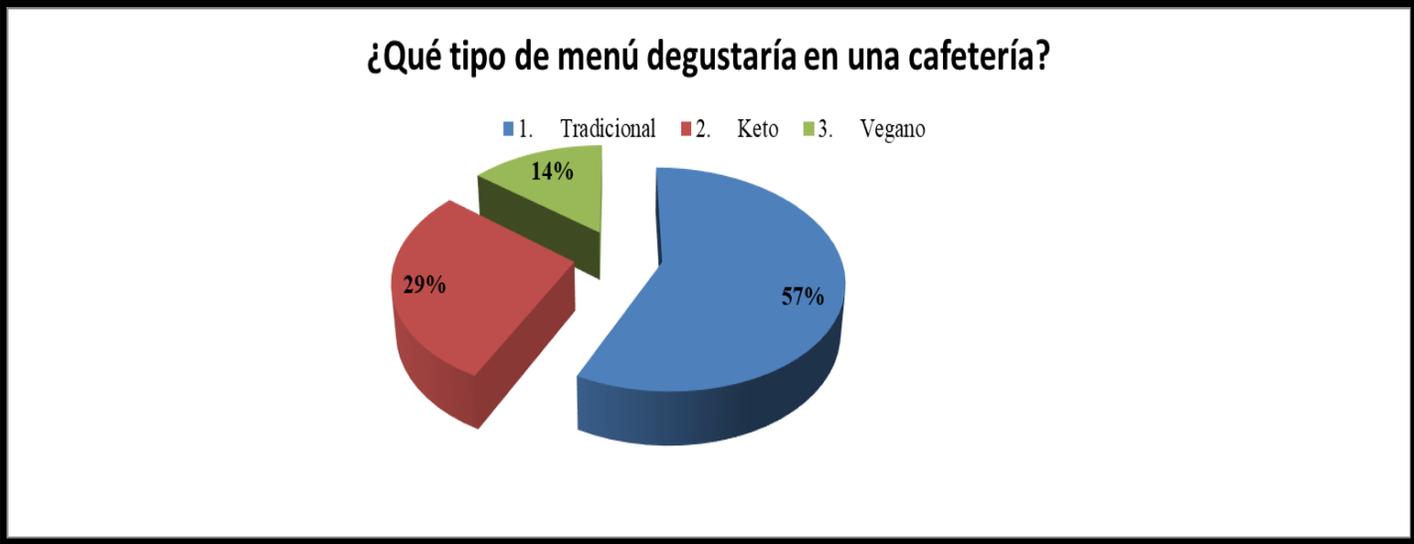
**Figura 34** Tiempo de permanencia en una cafetería

Fuente: Elaboración propia

La estancia de los encuestados entre 30 minutos a 1 hora es del 44% y 29% entre 1 a 2 horas.

**16. ¿Qué tipo de menú degustaría en una cafetería?**

- 1. Tradicional
- 2. Keto
- 3. Vegano



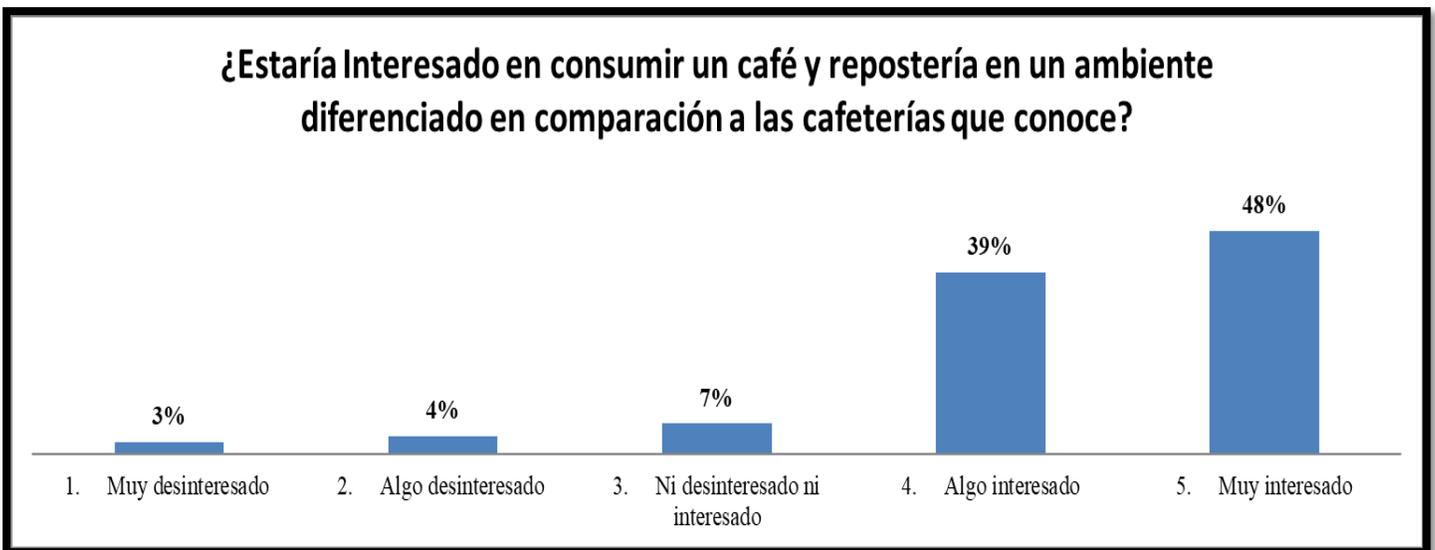
**Figura 35** Tipo de menú para degustar en una cafetería

Fuente: Elaboración propia

El 57% prefiere menú tradicional, el 28% un menú Keto y el 14% menú Vegano.

**17. ¿Estaría Interesado en consumir un café y repostería en un ambiente diferenciado en comparación a las cafeterías que conoce?**

1. Muy desinteresado
2. Algo desinteresado
3. Ni desinteresado ni interesado
4. Algo interesado
5. Muy interesado



**Figura 36 Interés de consumir café y repostería en un ambiente diferenciado**

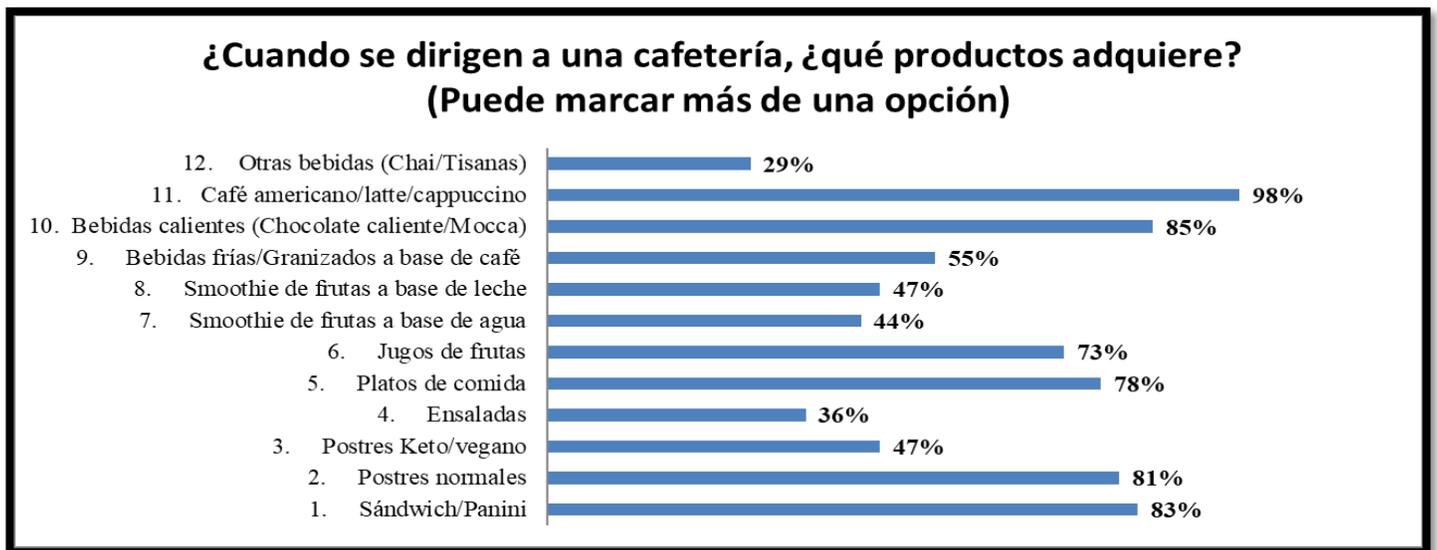
Fuente: Elaboración propia

El 87% de los encuestados centran su interés en consumir café y repostería en un ambiente diferenciado.

**18. Cuando se dirigen a una cafetería, ¿qué productos adquiere? (Puede marcar más de una opción)**

1. Sándwich/Panini
2. Postres normales
3. Postres Keto/vegano
4. Ensaladas

5. Platos de comida
6. Jugos de frutas
7. Smoothie de frutas a base de agua
8. Smoothie de frutas a base de leche
9. Bebidas frías/Granizados a base de café
10. Bebidas calientes (Chocolate caliente/Mocca)
11. Café americano/latte/cappuccino
12. Otras bebidas (Chai/Tisanas)



**Figura 37 Productos que consumen los clientes en una cafetería**

Fuente: Elaboración propia

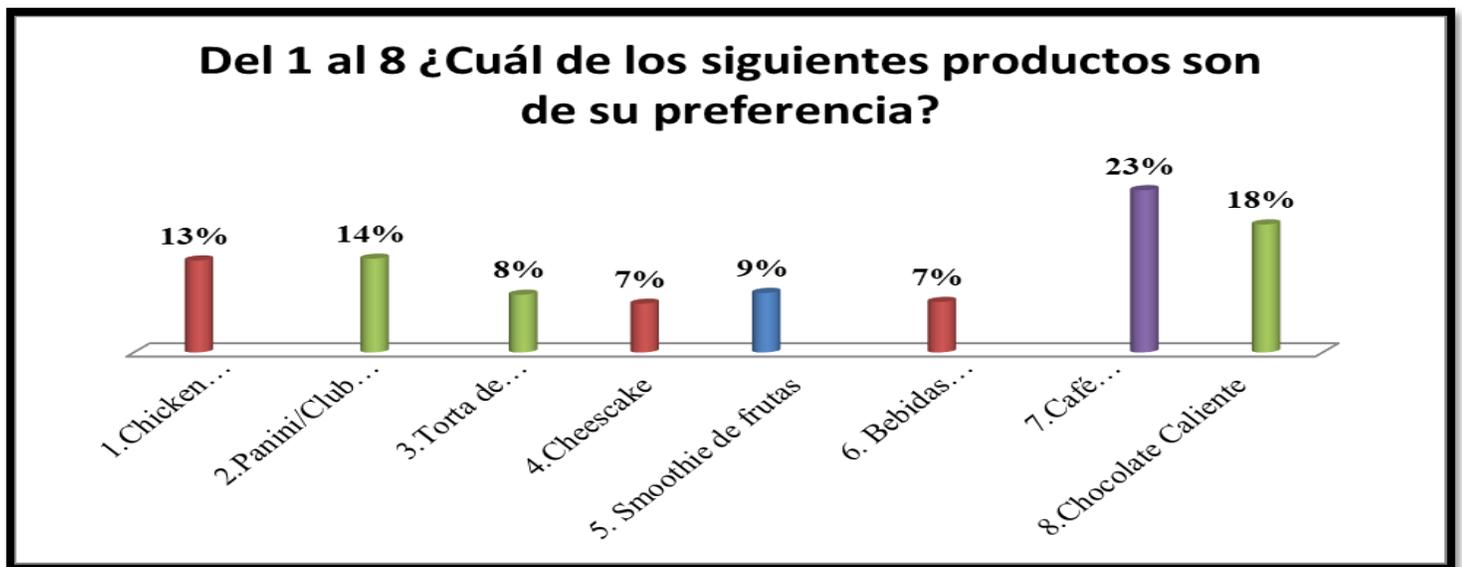
Los encuestados muestran un 98% de interés en el Café Americano, un 85% en Bebidas calientes, un 83% en Sándwich, un 81% en postres normales, un 78% en platos de comida y 73% Jugo de fruta.

**19. Del 1 al 8 ¿Cuál de los siguientes productos son de su preferencia? Siendo 1 Menos preferido y 8 De Mayor preferencia**

**Tabla 11 Formulación de la pregunta 19 de la encuesta**

Producto	1	2	3	4	5	6	7	8
1.Chicken Fingers/Alitas								
2.Panini/Club Sándwich								
3.Torta de zanahoria/Pastel de chocolate								
4.Cheescake								
5. Smoothie de frutas								
6. Bebidas frías/Granizados a base de café								
7.Café americano/latte/cappuccino								
8.Chocolate Caliente								

Fuente: Elaboración propia



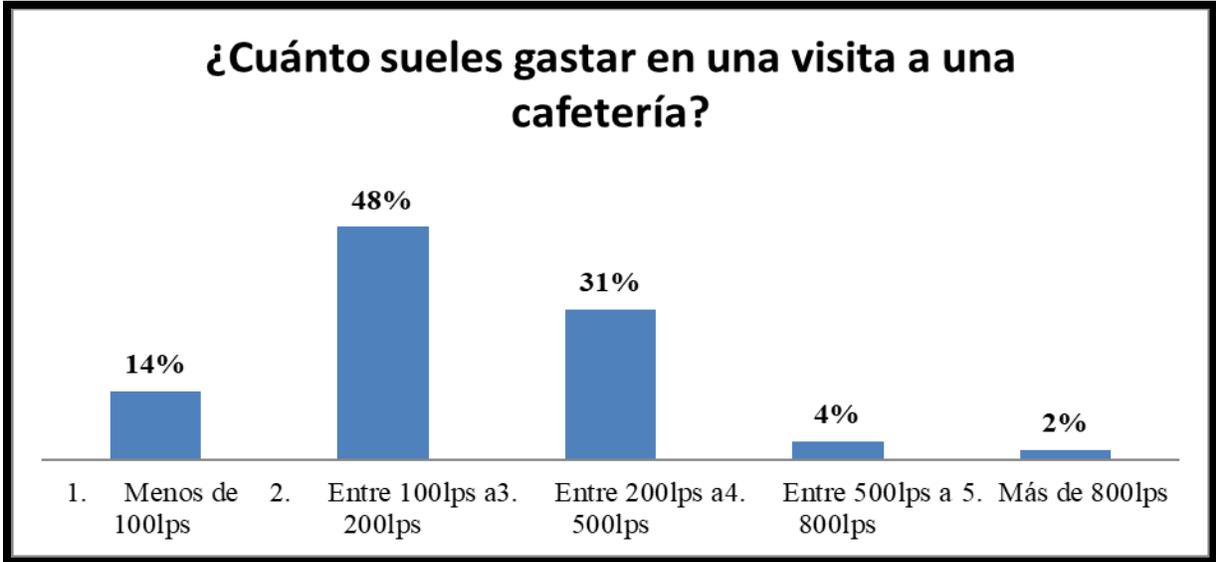
**Figura 38 Productos de preferencia de los clientes en una cafetería**

Fuente: Elaboración propia

La preferencia de los encuestados corresponde al 23% Café Americano, 18% Chocolate caliente, 14% Panini/Club Sándwich, 15% en postres, 13% Chicken Fingers, 9% en Smoothie de Fruta y 7% en bebidas frías.

**20. ¿Cuánto sueles gastar en una visita a una cafetería?**

1. Menos de 100lps
2. Entre 100lps a 200lps
3. Entre 200lps a 500lps
4. Entre 500lps a 800lps
5. Más de 800lps



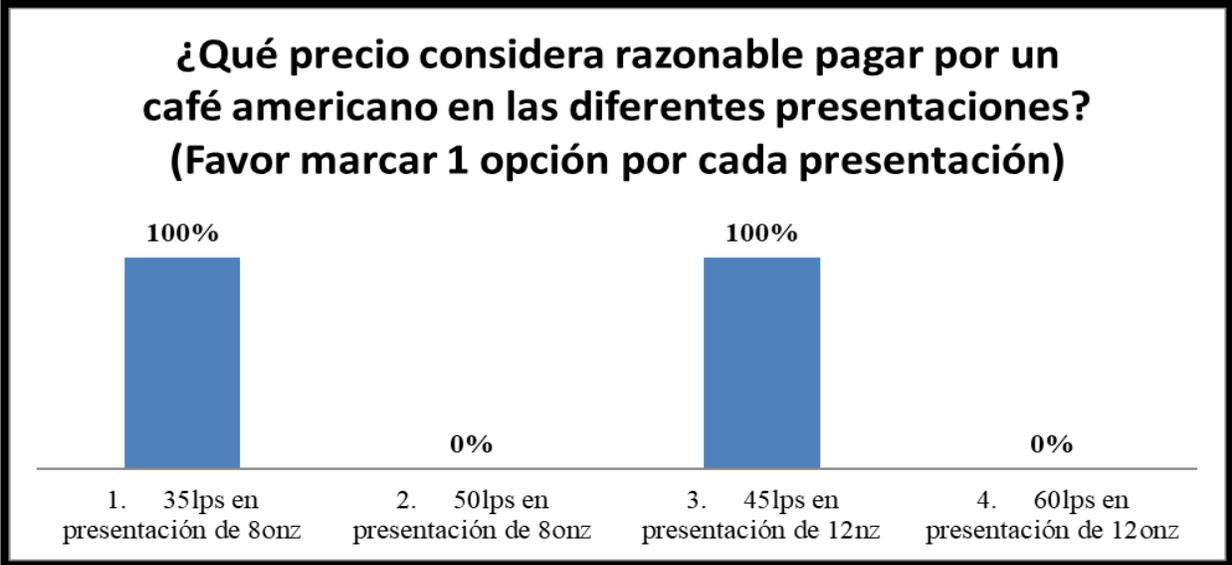
**Figura 39** Gasto que hacen los clientes al visitar una cafetería

Fuente: Elaboración propia

El 48% suele gastar entre L.100 a L.200 y 31% entre L.200 a L.500

**21. ¿Qué precio considera razonable pagar por un café americano en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)**

1. 35lps en presentación de 8onz
2. 50lps en presentación de 8onz
3. 45lps en presentación de 12nz
4. 60lps en presentación de 12onz



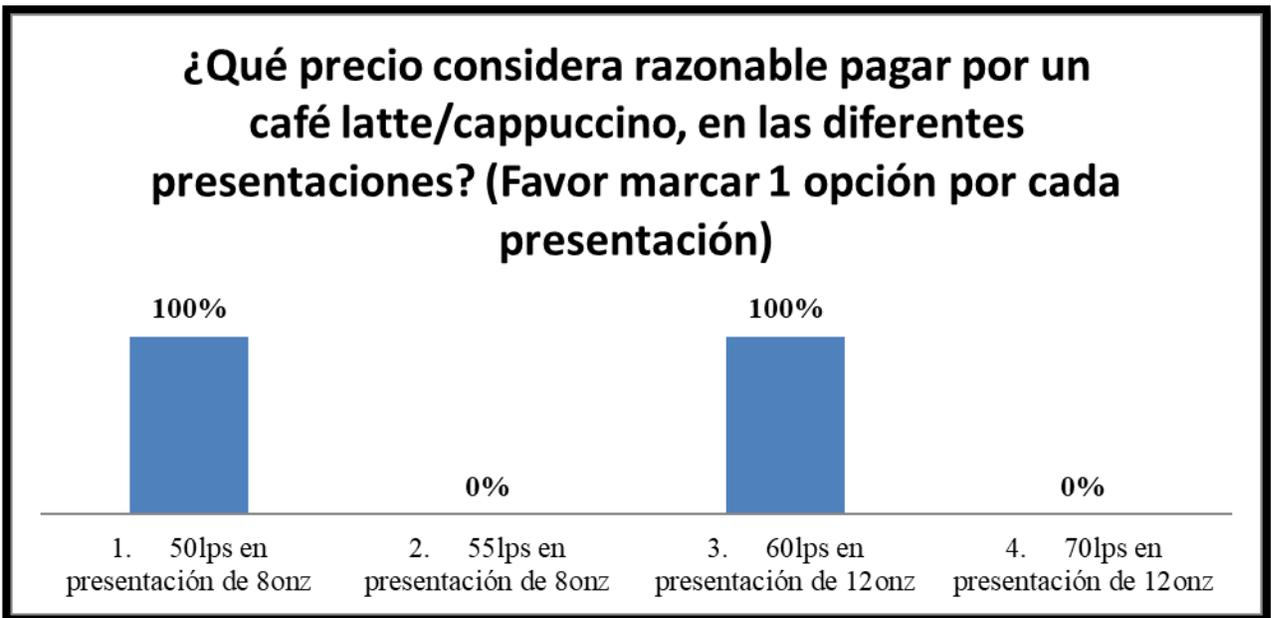
**Figura 40** Precio que prefieren los clientes por café americano

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable para un café americano, la opción 1 para presentación de 8oz y la opción 3 para presentación de 12oz.

**22. ¿Qué precio considera razonable pagar por un café latte/cappuccino, en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)**

1. 50lps en presentación de 8onz
2. 55lps en presentación de 8onz
3. 60lps en presentación de 12onz
4. 70lps en presentación de 12onz



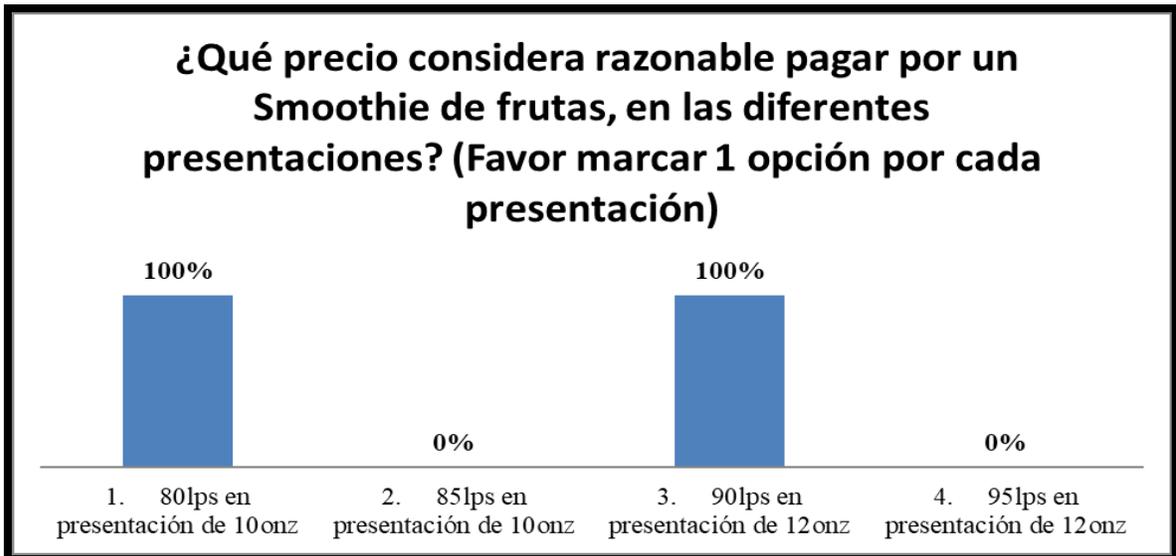
**Figura 41 Precio que prefieren los clientes por café latte/cappuccino**

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable para un café latte/cappuccino, la opción 1 para presentación de 8oz y la opción 3 para presentación de 12oz.

**23. ¿Qué precio considera razonable pagar por un Smoothie de frutas, en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)**

1. 80lps en presentación de 10onz
2. 85lps en presentación de 10onz
3. 90lps en presentación de 12onz
4. 95lps en presentación de 12onz



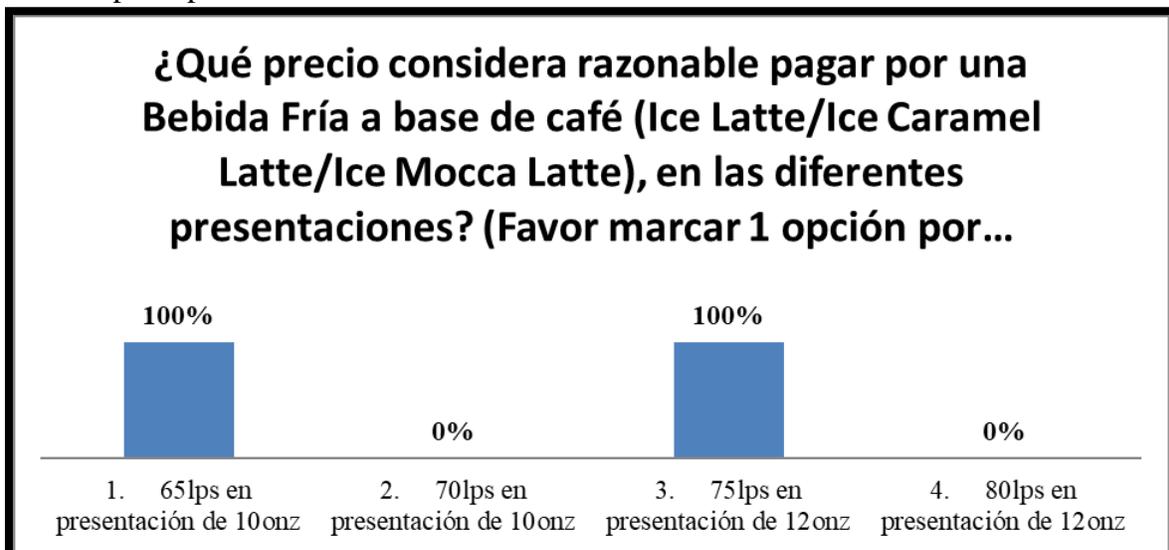
**Figura 42 Precio que prefieren los clientes por Smoothie de frutas**

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable por un Smoothie de frutas, la opción 1 para presentación de 10oz y la opción 3 para presentación de 12oz.

**24. ¿Qué precio considera razonable pagar por una Bebida Fría a base de café (Ice Latte/Ice Caramel Latte/Ice Mocca Latte), en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)**

1. 65lps en presentación de 10onz
2. 70lps en presentación de 10onz
3. 75lps en presentación de 12onz
4. 80lps en presentación de 12onz



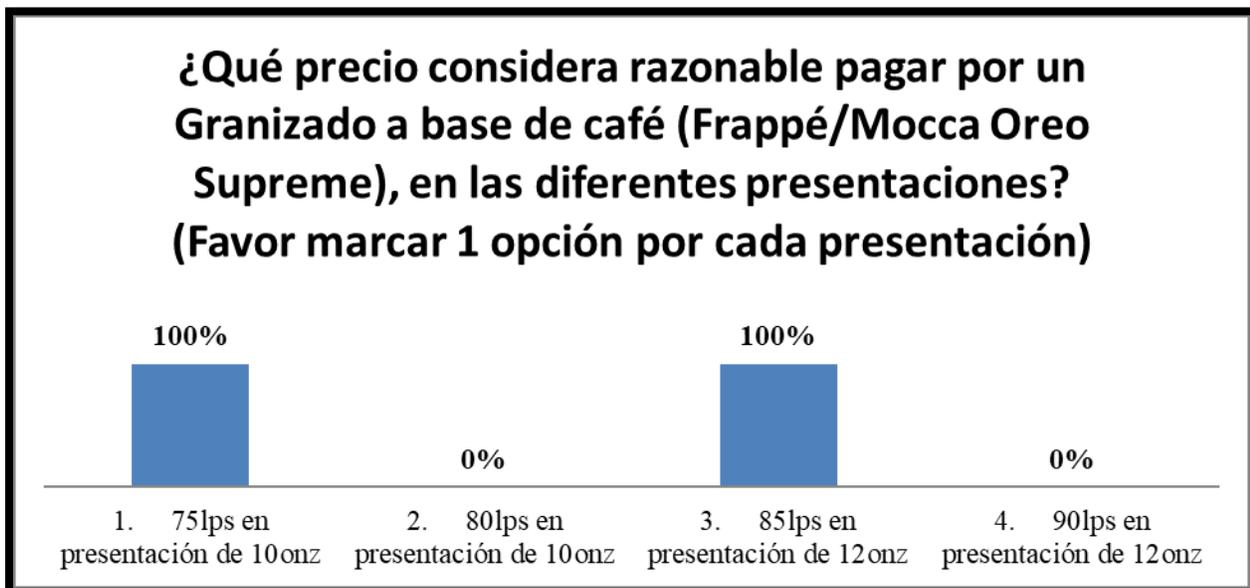
**Figura 43 Precio que prefieren los clientes por bebida fría a base de café**

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable para una bebida fría a base de café, la opción 1 para presentación de 10oz y la opción 3 para presentación de 12oz.

**25. ¿Qué precio considera razonable pagar por un Granizado a base de café (Frappé/Mocca Oreo Supreme), en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)**

1. 75lps en presentación de 10onz
2. 80lps en presentación de 10onz
3. 85lps en presentación de 12onz
4. 90lps en presentación de 12onz



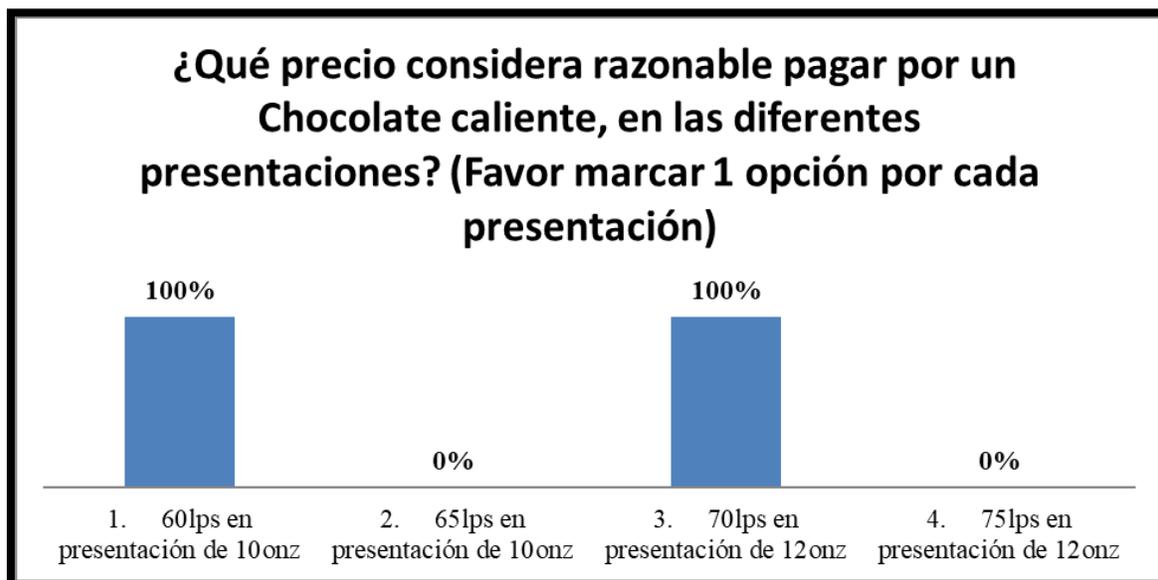
**Figura 44 Precio que prefieren los clientes por granizado a base de café**

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable por un granizado a base de café, la opción 1 para presentación de 10oz y la opción 3 para presentación de 12oz.

**26. ¿Qué precio considera razonable pagar por un Chocolate caliente, en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)**

1. 60lps en presentación de 10onz
2. 65lps en presentación de 10onz
3. 70lps en presentación de 12onz
4. 75lps en presentación de 12onz



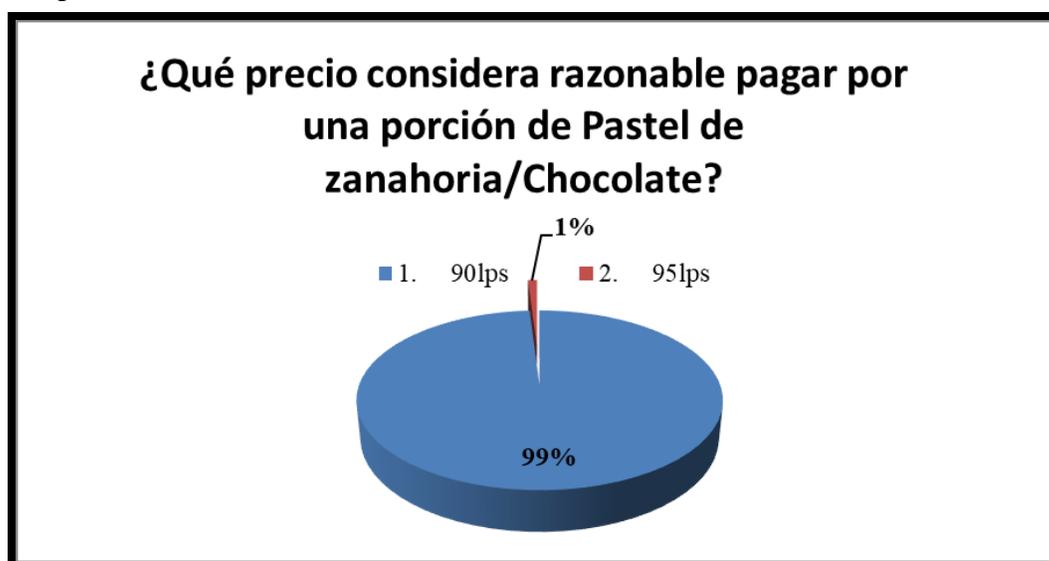
**Figura 45 Precio que prefieren los clientes por chocolate caliente**

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable para un chocolate caliente, la opción 1 para presentación de 10oz y la opción 3 para presentación de 12oz.

**27. ¿Qué precio considera razonable pagar por una porción de Pastel de zanahoria/Chocolate?**

1. 90lbs
2. 95lbs



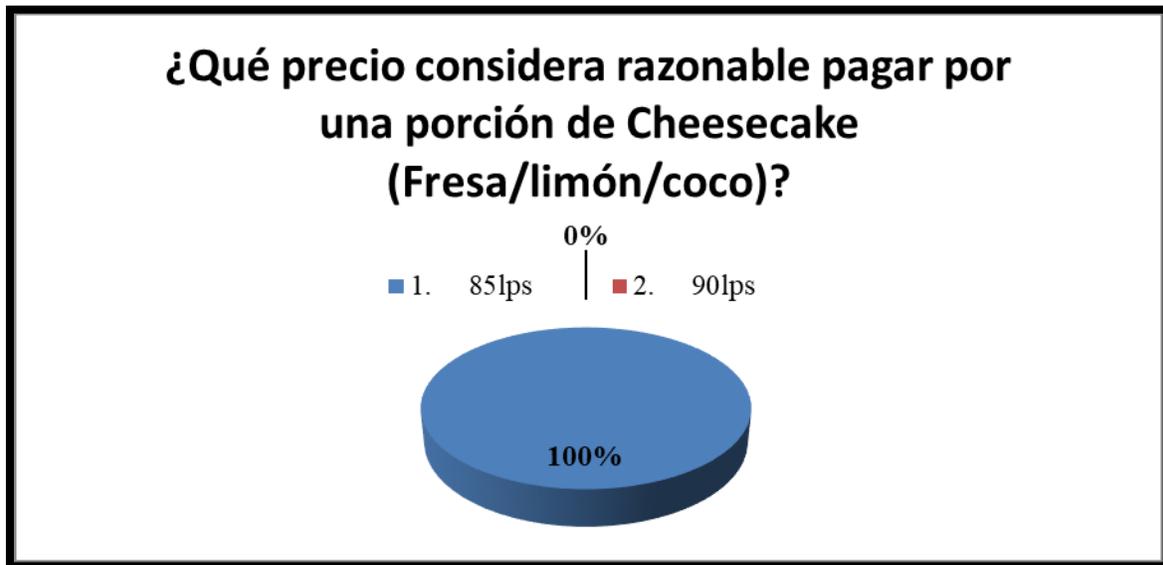
**Figura 46 Precio que prefieren los clientes por pastel de zanahoria/chocolate**

Fuente: Elaboración propia

El 99% de los encuestados consideran como un precio razonable para una porción de pastel de zanahoria/chocolate, la opción 1.

**28. ¿Qué precio considera razonable pagar por una porción de Cheesecake (Fresa/limón/coco)?**

1. 85lps
2. 90lps



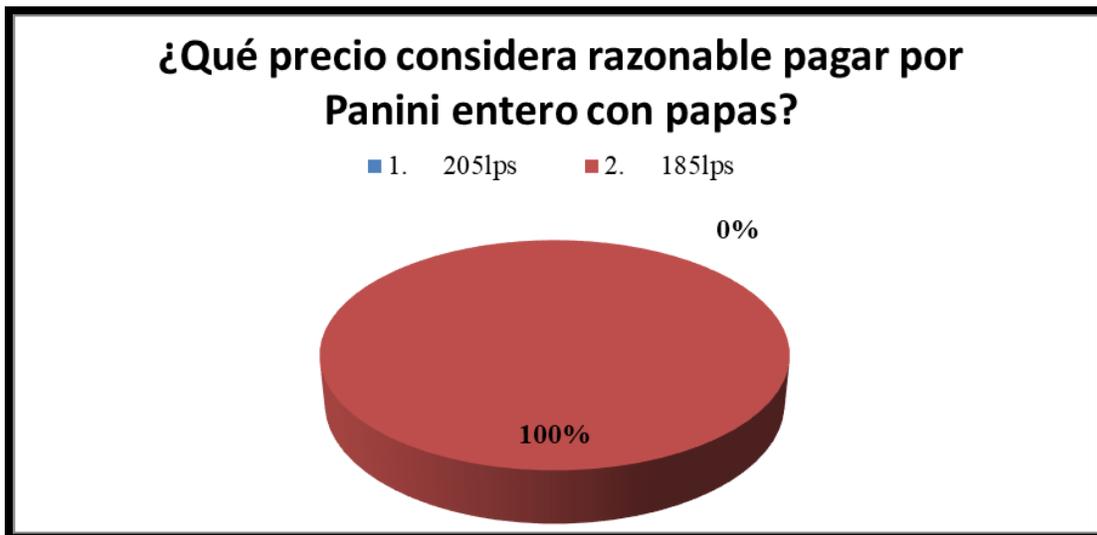
**Figura 47 Precio que prefieren los clientes por una porción de Cheesecake**

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable por una porción de Cheesecake, la opción 1.

**29. ¿Qué precio considera razonable pagar por Panini entero con papas?**

1. 205lps
2. 185lps



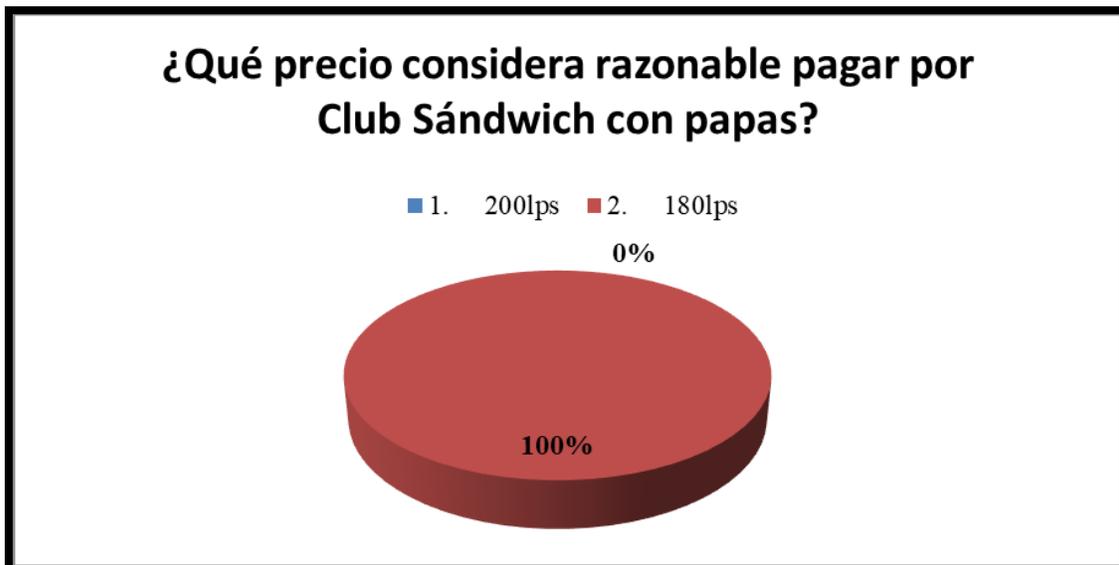
**Figura 48** Precio que prefieren los clientes Panini entero con papas.

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable para Panini entero con papas, la opción 2.

**30. ¿Qué precio considera razonable pagar por Club Sándwich con papas?**

- 1. 200lps
- 2. 180lps



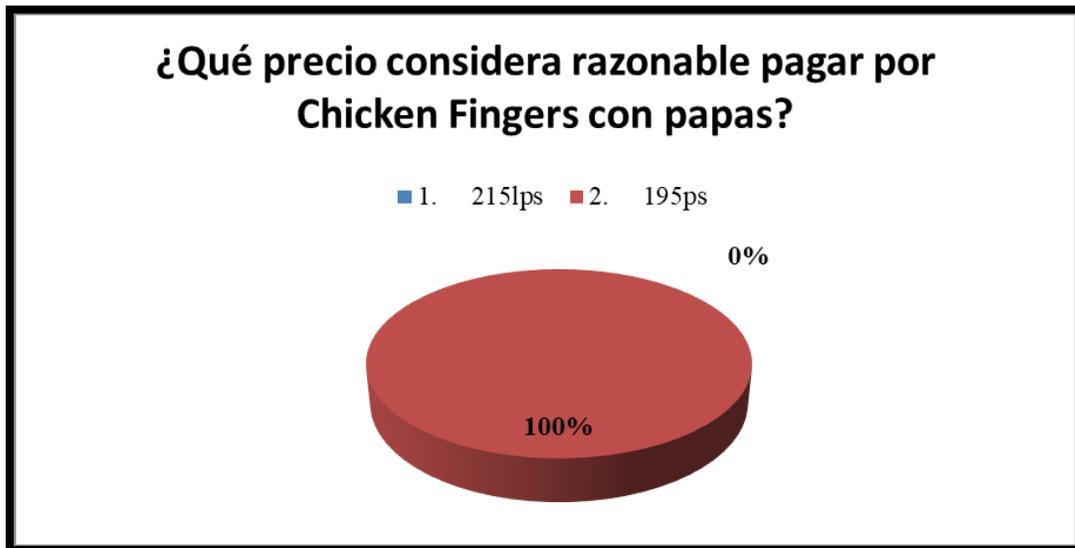
**Figura 49** Precio que prefieren los clientes club sándwich con papas

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable por club sándwich con papas, la opción 2.

**31. ¿Qué precio considera razonable pagar por Chicken Fingers con papas?**

1. 215lps
2. 195ps



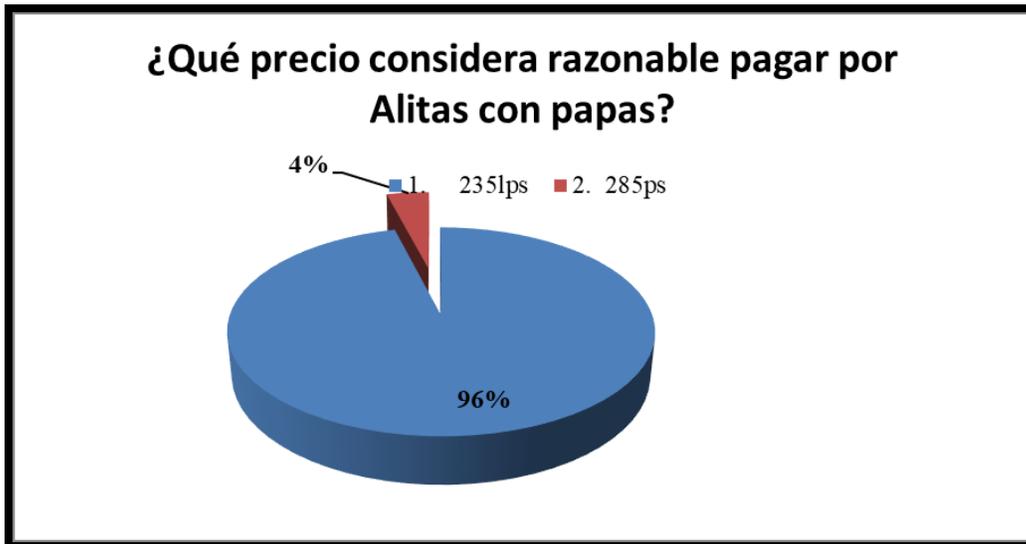
**Figura 50 Precio que prefieren los clientes Chicken Fingers con papas**

Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable por Chicken Fingers con papas, la opción 2.

**32. ¿Qué precio considera razonable pagar por Alitas con papas?**

1. 235lps
2. 285ps



**Figura 51 Precio que prefieren los clientes alitas con papas**

Fuente: Elaboración propia

El 96% de los encuestados consideran como un precio razonable por alitas con papas, la opción 1 y un 4% la opción 2.

**33. ¿Estaría Interesado en consumir comida y postres Keto?**

1. Muy desinteresado
2. Ni desinteresado ni interesado
3. Muy interesado



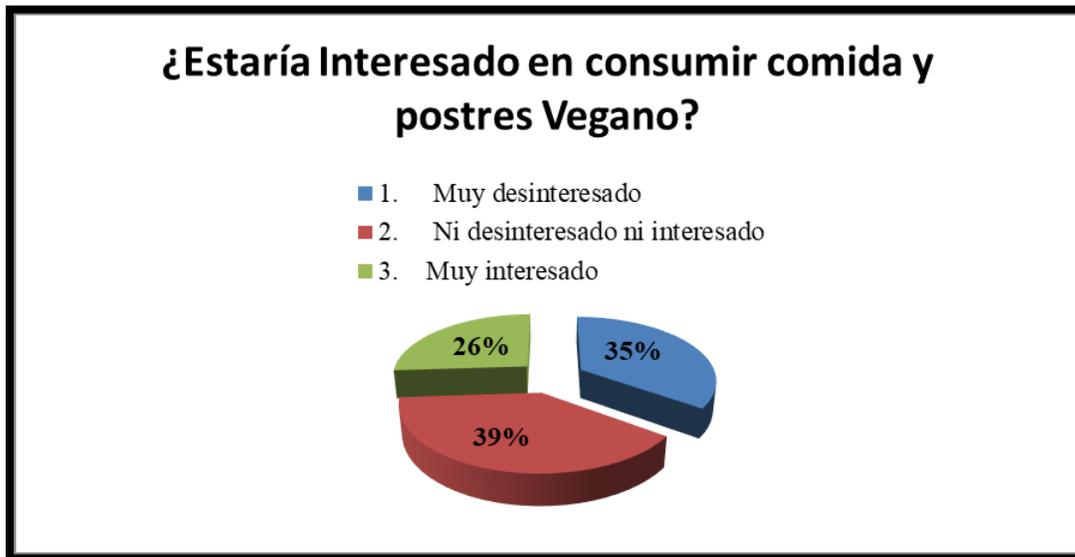
**Figura 52 Interés en consumir comida y postres Keto**

Fuente: Elaboración propia

El 47% de los encuestados están Ni desinteresados Ni interesados en consumir comida, Postres Keto, un 30% están muy desinteresado y un 23% muy interesado.

**34. ¿Estaría Interesado en consumir comida y postres Vegano?**

1. Muy desinteresado
2. Ni desinteresado ni interesado
3. Muy interesado



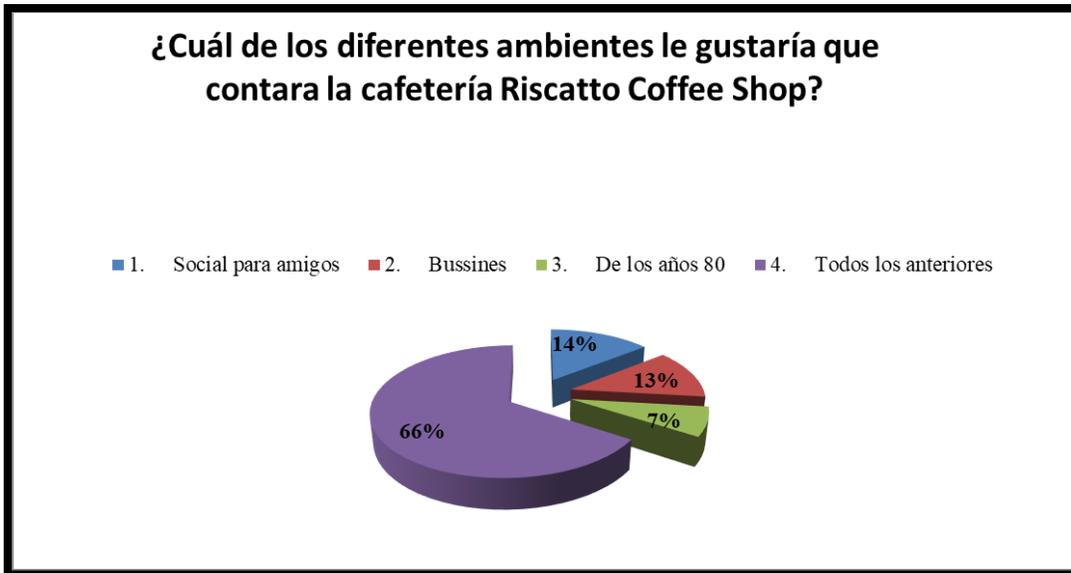
**Figura 53 Interés en consumir comida y postres vegano**

Fuente: Elaboración propia

El 39% de los encuestados están Ni desinteresados Ni interesados en consumir comida, Postres Vegano, un 35% están muy desinteresado y un 26% muy interesado.

**35. ¿Cuál de los diferentes ambientes le gustaría que contara la cafetería Riscatto Coffee Shop?**

1. Social para amigos
2. Bussines
3. De los años 80
4. Todos los anteriores



**Figura 54 Ambiente que le gustaria a los clientes que contara Riscatto Coffee Shop**

Fuente: Elaboración propia

El 66% de los encuestados les gustaría contar con todos los ambientes en una cafetería.

**36. ¿Le gustaría hacer reservaciones por medio de una App para un espacio en la cafetería por reuniones especiales?**

1. Definitivamente No
2. Probablemente No
3. Indeciso
4. Probablemente Si
5. Definitivamente Si



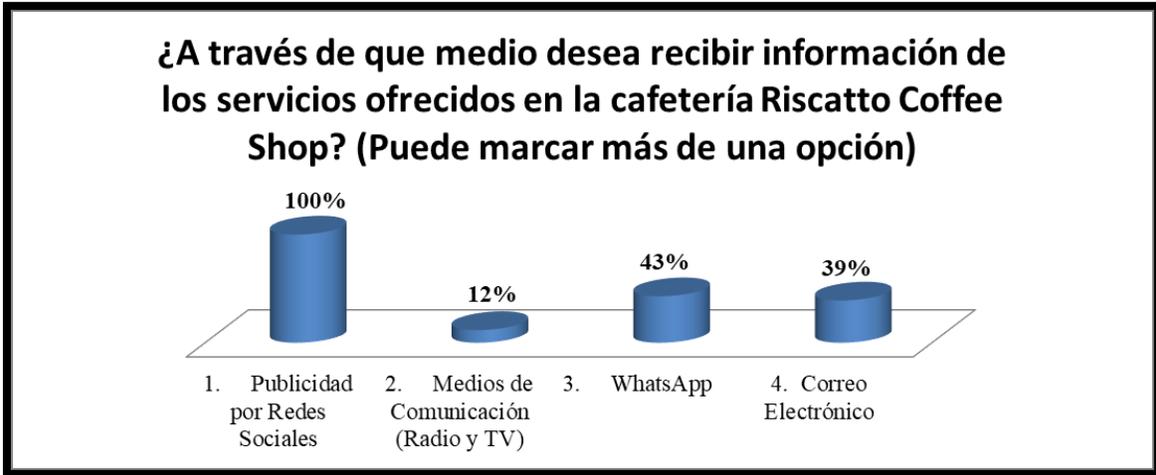
**Figura 55 Reservaciones por medio de App**

Fuente: Elaboración propia

El 78% opina que si les gustaría hacer reservaciones por medio de una App.

**37. ¿A través de que medio desea recibir información de los servicios ofrecidos en la cafetería Riscatto Coffee Shop? (Puede marcar más de una opción)**

1. Publicidad por Redes Sociales /Canales y grupos de difusión (Instagram/Facebook)
2. Medios de Comunicación (Radio y TV)
3. WhatsApp (Mensaje personal y canal/grupo de difusión)
4. Correo Electrónico



**Figura 56 Medio donde quieren los clientes recibir información sobre Riscatto Coffee Shop**

Fuente: Elaboración propia

El 100% considera que como medio de comunicación para recibir información de la cafetería sería por medio de las redes sociales.

**38. ¿Qué información y contenido considera valioso usted que debería de tener Riscatto Coffee Shop en sus redes sociales para poder visitar sus instalaciones? (Puede marcar más de una opción)**

1. Fotos de los platillos y bebidas
2. Fotos del establecimiento
3. Ubicación
4. Menú
5. Horario
6. Precios
7. Eventos
8. Otros: \_\_\_\_\_



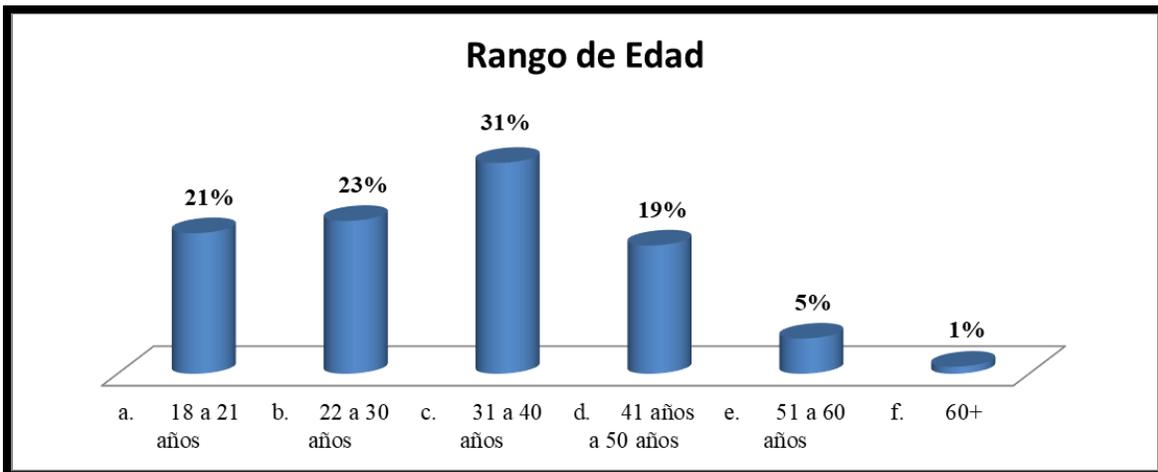
**Figura 57 Información valioso que los clientes consideran debe tener Riscatto Coffee Shop**

Fuente: Elaboración propia

Los encuestados seleccionaron el contenido que deberá tener Riscatto en sus redes sociales al 100% las siguientes opciones 1, 4, 5, 6,7.

**39. Rango de Edad:**

1. 18 a 21 años
2. 22 a 30 años
3. 31 a 40 años
4. 41 años a 50 años
5. 51 a 60 años
6. 60+



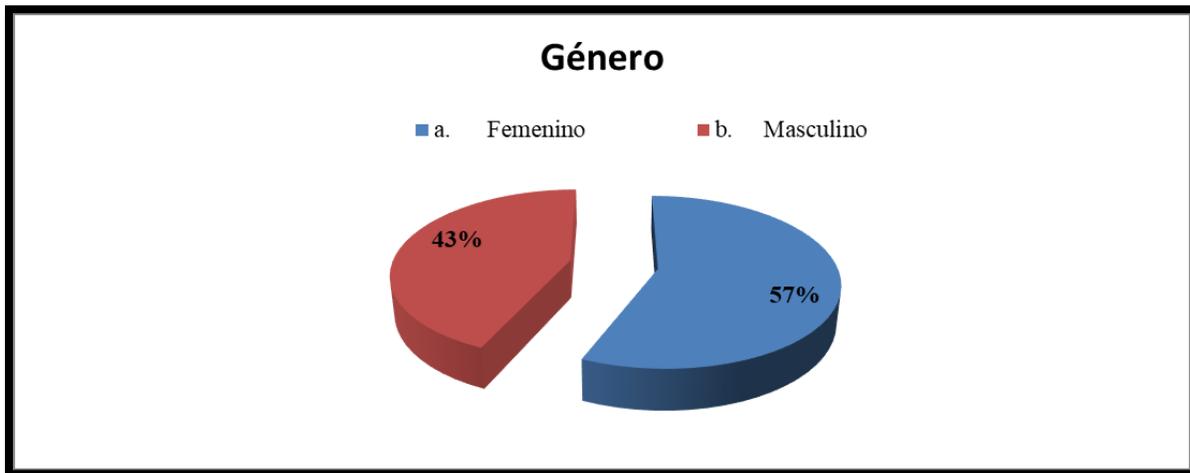
**Figura 58 Rango de Edad**

Fuente: Elaboración propia

La distribución en los rangos de edad de los encuestados está centrada en 31% 31 a 40 años, 23% entre 22 a 30 años, 21% entre 18 a 21 años y 19% entre 41 a 50 años.

#### 40. Género:

1. Femenino
2. Masculino



**Figura 59 Género**

Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados el 57% pertenece al género Femenino y el 43% a Masculino.

## 4.6. ANÁLISIS CUALITATIVO

En este análisis se presentan los resultados de tipo cualitativo, mismos se obtuvieron a través de la aplicación de entrevistas a diferentes personas, como ser Gerente de una cafetería, clientes de Riscatto Coffee Shop y ejecutivo de una empresa. La información recabada a través de las entrevistas sirvió como un complemento a la información obtenida en los resultados cuantitativos y de esta manera tener un panorama más amplio para la toma de decisión del proyecto.

### 4.6.1. RESULTADO DE LA ENTREVISTA

Después de realizar la entrevista, se obtuvieron resultados valiosos que proporcionan una visión profunda y significativa sobre el tema en cuestión. Las respuestas proporcionadas durante la entrevista revelaron perspectivas variadas y enriquecedoras, contribuyendo así a una comprensión más completa de los diferentes aspectos relacionados con el tema. Este conjunto de

datos cualitativos resulta esencial para informar y dar contexto a futuros pasos en la investigación, ofreciendo una base sólida para el análisis y la interpretación de los hallazgos.

#### *ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE UNA CAFETERÍA*

1. ¿Mencione algunos factores importantes al momento de seleccionar un establecimiento de cafetería?

**R= Basado en mi conocimiento sobre el rubro, lo importante que evaluó al seleccionar una cafetería es el servicio, la calidad del producto y un buen ambiente.**

2. ¿Sería de su agrado contar con una cafetería que brinde el servicio de reservaciones por una App?

**R= Si, es una excelente opción de servicio y un valor agregado**

3. ¿Cuéntenos cómo ha sido su experiencia en otras cafeterías?

**R= No ha sido muy buena talvez por el nivel de exigencia que yo requiero**

4. ¿Le interesaría visitar una cafetería que cuente con un ambiente social para amigos o de negocios con un concepto de los 80's?

**R= Si, cambiar de ambiente y contar con los espacios adecuados**

5. ¿Qué tipo de menú degustaría, ¿Tradicional, Keto o Vegano?

**R= El tradicional y para ciertas ocasiones Keto**

#### *ENTREVISTA REALIZADA A UN EJECUTIVO BANCARIO*

1. ¿Mencione algunos factores importantes al momento de seleccionar un establecimiento de cafetería?

**R= Referencia del servicio que ofrecen, diversidad en los productos y un buen ambiente**

2. ¿Sería de su agrado contar con una cafetería que brinde el servicio de reservaciones por una App?

R= **Claro que sí, facilitaría poder reunirse con algún cliente o compañeros de trabajo**

3. ¿Cuéntenos cómo ha sido su experiencia en otras cafeterías?

R= **Ha sido adecuada**

4. ¿Le interesaría visitar una cafetería que cuente con un ambiente social para amigos o de negocios con un concepto de los 80's?

R= **Por supuesto amerita un cambio de ambiente después de una jornada de trabajo**

5. ¿Qué tipo de menú degustaría, ¿Tradicional, Keto o Vegano?

R= **Keto**

#### *ENTREVISTA CON UN CLIENTE FRECUENTE DE RISCATTO COFFEE SHOP*

1. ¿Mencione algunos factores importantes al momento de seleccionar un establecimiento de cafetería?

R= **La calidad de los productos, precio y accesibilidad**

2. ¿Sería de su agrado contar con una cafetería que brinde el servicio de reservaciones por una App?

R= **SI, será una opción innovadora**

3. ¿Cuéntenos cómo ha sido su experiencia en otras cafeterías?

R= **Muy mal en el servicio, por eso prefiero Riscatto**

4. ¿Le interesaría visitar una cafetería que cuente con un ambiente social para amigos o de negocios con un concepto de los 80's?

R= **Si, este tipo de conceptos no lo tenemos en el país por lo menos en la zona norte**

5. ¿Qué tipo de menú degustaría, ¿Tradicional, Keto o Vegano?

**R= Tradicional**

*ENTREVISTA CON UN CLIENTE FRECUENTE DE RISCATTO COFFEE SHOP*

1. ¿Mencione algunos factores importantes al momento de seleccionar un establecimiento de cafetería?

**R= La atención que brindan, rapidez en el servicio**

2. ¿Sería de su agrado contar con una cafetería que brinde el servicio de reservaciones por una App?

**R= SI, será una excelente opción y facilidad para el cliente**

3. ¿Cuéntenos cómo ha sido su experiencia en otras cafeterías?

**R= He tenido buenas y malas experiencias en especial por el producto que ofrecen**

4. ¿Le interesaría visitar una cafetería que cuente con un ambiente social para amigos o de negocios con un concepto de los 80's?

**R= SI, un ambiente diferente y exclusivo que vale la pena visitar**

5. ¿Qué tipo de menú degustaría, ¿Tradicional, Keto o Vegano?

**R= Indistinto, degustaría todos para probar la calidad del producto**

*ENTREVISTA CON UN CLIENTE FRECUENTE DE RISCATTO COFFEE SHOP*

1. ¿Mencione algunos factores importantes al momento de seleccionar un establecimiento de cafetería?

**R= Evaluó los comentarios en las redes sociales antes de visitar un establecimiento**

2. ¿Sería de su agrado contar con una cafetería que brinde el servicio de reservaciones por una App?

**R= Si, la tecnología aporta a la reducción del tiempo de espera, es una buena oferta**

3. ¿Cuéntenos cómo ha sido su experiencia en otras cafeterías?

R= **Excelente por el momento no tengo alguna mala experiencia**

4. ¿Le interesaría visitar una cafetería que cuente con un ambiente social para amigos o de negocios con un concepto de los 80's?

R= **SI, consideren un espacio para cada ambiente**

5. ¿Qué tipo de menú degustaría, ¿Tradicional, Keto o Vegano?

R= **Tradicional**

#### **4.7. ANÁLISIS DEL MERCADO**

El análisis de mercado para la cafetería reveló panoramas valiosos sobre las preferencias de los consumidores y las tendencias en la industria del café. Se evaluaron aspectos como la demanda de productos específicos, el comportamiento de compra de los clientes y la presencia de competidores locales. Este análisis permitió identificar oportunidades para diferenciarse en el mercado, ya sea a través de la oferta de productos exclusivos, servicios personalizados o la creación de un ambiente distintivo.

##### **4.7.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA**

El análisis de nuestros competidores es sumamente importante porque nos permite conocer como estos se desarrollan en el mercado, saber cuál es su modelo de negocio. Adicional podemos llegar a conocer por medio de la investigación lo que los clientes opinan acerca de la empresa, tomando en cuenta este aspecto nos da la ventaja de desarrollar una buena oferta y asimismo implementar en nuestro proyecto ideas que posea nuestra competencia para ponerlas en práctica, comúnmente se le conoce como benchmarking.

A continuación, se detallan los principales competidores y el tipo de servicio que brindan:

**Tabla 12 Análisis de la competencia**

No.	Cafeteria	Trayectoria	Especialidad	Ubicación
1	L'art du pain	Inicia a principios de 2015	Enfocado en la elaboración de panes artesanales, con la técnica francesa, pero después, los mismos clientes fueron reorientándolo al puro estilo café y lo mejor en panes y postres.	Barrio Río de Piedras, 19 Ave. entre 4 y 5 calle S.O. de San Pedro Sula.
2	Luna Bistro café	Inicia en diciembre de 2015	Es un encantador y acogedor café ubicado en el corazón de la ciudad. Su ambiente cálido y relajado lo convierte en el lugar perfecto para disfrutar de una deliciosa taza de café y deleitarse con una exquisita variedad de platos. El ambiente relajado de Luna Bistro Café lo convierte en un lugar ideal para reunirse con amigos, tener una reunión de trabajo informal o simplemente disfrutar de un momento de tranquilidad solo. Además, cuentan con una zona al aire libre encantadora, donde puedes disfrutar de tu café mientras disfrutas del sol y observas el ajetreo de la ciudad.	Barrio Santa Ana, 9 calle, 10 ave. N.O. de San Pedro sula.
3	Welchez café	Nació hace 60 años en Copán	El ambiente relajado y acogedor de Welchez Café lo convierte en un lugar ideal para pasar el tiempo. Puedes tomar asiento en uno de los cómodos sofás y sumergirte en un buen libro, o bien, disfrutar de una agradable charla con amigos mientras saboreas tu café favorito. Welchez Café es un destino encantador que combina a la perfección la pasión por el café, la calidez del ambiente y la atención al cliente.	Se encuentra en la 21 avenida, 3 Calle S.O. Río Piedras, San Pedro Sula.
4	Incanta café	Inicio operaciones en junio de 2016, nace en Costa Rica	Además de su café excepcional, Incanta Café ofrece una amplia variedad de opciones gastronómicas. Su menú combina lo mejor de la cocina tradicional con toques creativos y contemporáneos. Desde deliciosos pasteles y tartas caseras hasta opciones saladas como sándwiches gourmet y ensaladas frescas, hay algo para todos los gustos. El ambiente en Incanta Café es mágico y relajado. Puedes encontrar un rincón tranquilo para disfrutar de tu café mientras te sumerges en un buen libro o te dejas llevar por la conversación con amigos. Además, cuentan con una agradable terraza al aire libre, donde puedes disfrutar del sol y del entorno verde mientras te deleitas con tu bebida favorita.	Barrio Suyapa, 4 calle, 16 avenida, casa 107 S.O. Una cuadra abajo de Campero, Circunvalación, San Pedro Sula.
5	Café Costello	Inicia operaciones en abril de 2016	El espacio está cuidadosamente diseñado para crear un ambiente cómodo y relajado, ideal para disfrutar de una pausa tranquila o para reunirse con amigos. El ambiente en Costello Café es acogedor y amigable. Las mesas están dispuestas de manera que brindan privacidad, mientras que el espacio abierto y luminoso permite disfrutar de la compañía de otros visitantes. Además, la música suave y ambiental crea un ambiente agradable y relajante.	Orillas del Merendón en Rancho Coco, San Pedro Sula
6	Cafeteo	Inicia operaciones en junio de 2008	El "cafeteo" es un término que se utiliza para describir el proceso de preparación y disfrute del café en una atmósfera acogedora y relajante. Es una experiencia sensorial que combina el aroma, el sabor y la textura del café con un ambiente agradable y social. Al entrar en un lugar de cafeteo, te envuelve de inmediato el delicioso aroma a café recién molido. El ambiente está cuidadosamente diseñado para crear una atmósfera acogedora, con iluminación cálida, muebles cómodos y una decoración que evoca una sensación de calma y tranquilidad.	Actualmente Cafeteo cuenta con dos establecimientos ubicados en Plaza Tropical, Ave Circunvalación frente al Teatro JF Saybe y en Altara, San Pedro Sula.
7	Versailles Coffee	Es una de las primeras franquicias netamente hondureñas, inicio operaciones en mayo de 2008	ofreciendo un ambiente agradable para reuniones sociales y ejecutivas. Versailles Coffee ofrece café cultivado en Marcala, La Paz y Santa Bárbara. Su sabor inconfundible a chocolate hace del café de Versailles una verdadera experiencia cafetalera. En Versailles Coffee se puede disfrutar de un café y una repostería con un poco de música lounge y el silencio que necesita para sentirse pleno en la hora del café (cualquier hora).	Se encuentra en el bulevar Morazán, una cuadra arriba de la fuente luminosa, sin embargo, tiene presencia en los centros comerciales más concurridos de San Pedro Sula.

8	Sigua Coffee	Inicia operaciones a finales de 2013	es una reconocida marca de café que se ha destacado en el mundo de los amantes del café por su calidad excepcional y su compromiso con la sostenibilidad. Esta marca se ha ganado una sólida reputación por ofrecer una experiencia única a través de su café de origen único y su enfoque en la conservación del medio ambiente. Sigua Coffee se enorgullece de seleccionar cuidadosamente los granos de café de las mejores regiones cafeteras del mundo. Trabajan en estrecha colaboración con productores locales, asegurándose de que cada grano sea cultivado y cosechado de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Los granos son tostados a la perfección para resaltar sus sabores distintivos, manteniendo la integridad de cada origen y permitiendo que los matices únicos de cada región se expresen en cada taza.	Aunque son originarios de Siguatepeque, tienen sucursales en San Pedro Sula y Tegucigalpa. Ubicado en Plaza Fesmar Barrio Suyapa 6 Calle 13 Avenida Sur Oeste San Pedro Sula
9	Espresso Americano	En 1994 Espresso Americano abrió su primer local en el centro histórico de Tegucigalpa	La cafetería Espresso Americano es un lugar acogedor y especializado que se dedica a servir y deleitar a los amantes del café con su enfoque en el Espresso Americano. Con un ambiente acogedor y una atención meticulosa a la calidad del café, esta cafetería se ha convertido en un destino popular para aquellos que aprecian una excelente taza de café.	Hoy en día tienen funcionamiento en más de 185 locales en 25 ciudades de nuestro país.
10	Caobas Vivero & Café	Inicia operaciones en noviembre del 2021	Caobas Vivero & Café es un lugar único que combina la belleza de un vivero con la experiencia de una cafetería. Situado en un entorno tranquilo y rodeado de naturaleza, este establecimiento ofrece a los visitantes la oportunidad de disfrutar de una experiencia relajante mientras se deleitan con deliciosas bebidas de café. El vivero en Caobas Vivero & Café es un espacio donde los amantes de las plantas pueden explorar una amplia variedad de especies vegetales. Desde plantas de interior hasta árboles frutales y flores exóticas, el vivero ofrece una selección diversa para aquellos que desean agregar un toque verde a su hogar o jardín. Los visitantes pueden pasear por los senderos, admirar las plantas y recibir asesoramiento experto de los horticultores del lugar.	Ubicado en Boulevard Mackay costado oeste de residencial Nova, San Pedro Sula.

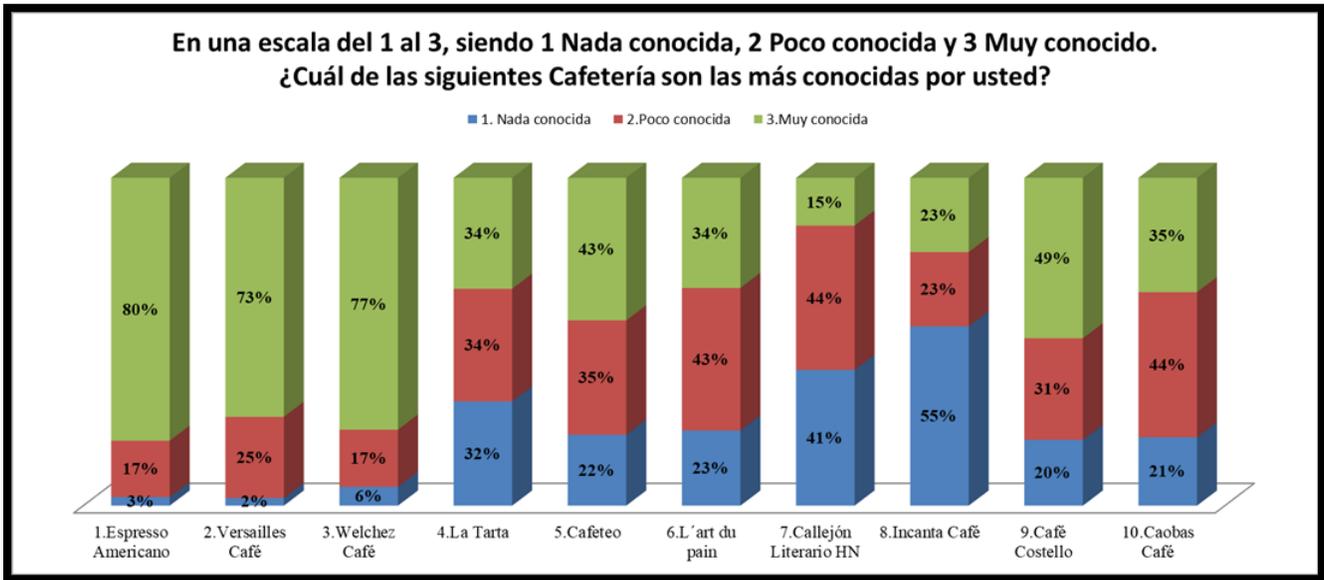
Fuente: Elaboración propia

Para tener un análisis de la competencia se tomó como base las siguientes preguntas, con la finalidad de definir los competidores principales en el mercado.

Según la respuesta de los encuestados el 80% conoce Espresso americano seguido de Welchez Café con un 77%, posterior Versailles Café con un 73%, Café Costello 49% y Cafeteo 43%.

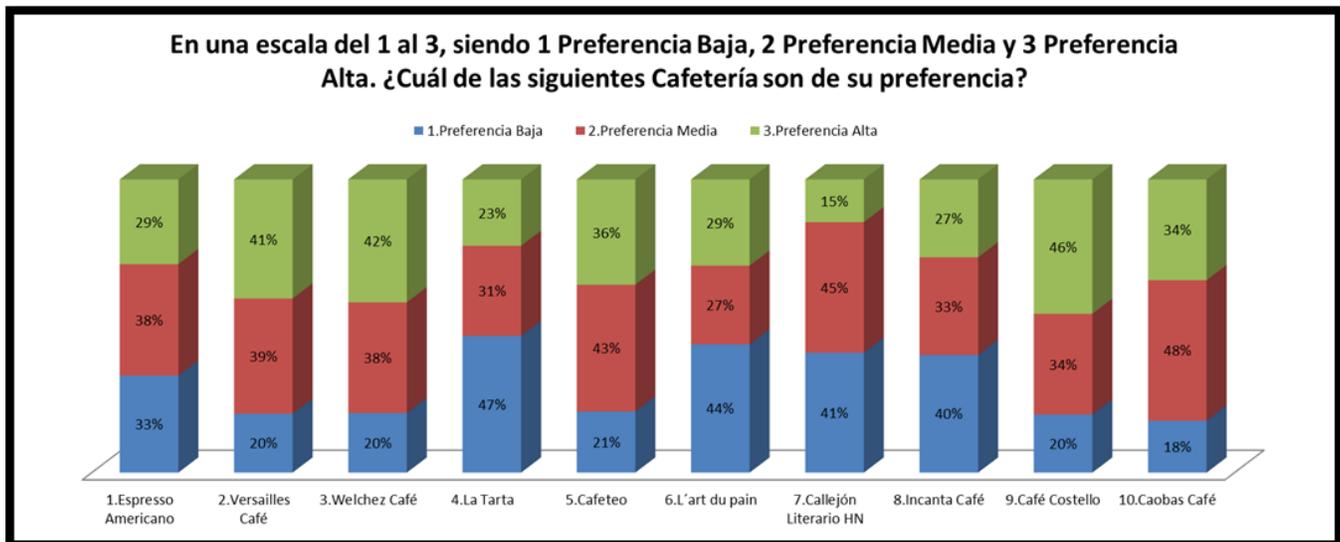
Basado en la preferencia de cafeterías los encuestados seleccionan en primer lugar a Café Costello 46%, seguido de Welchez Café 42%, Versailles Café con un 41%, Cafetero con un 36% y Caobas Café con 34%.

Los encuestados gustan asistir a una cafetería tipo Temática 61% como segunda opción Tipo Moderna 56% y por último Vintage 50%.



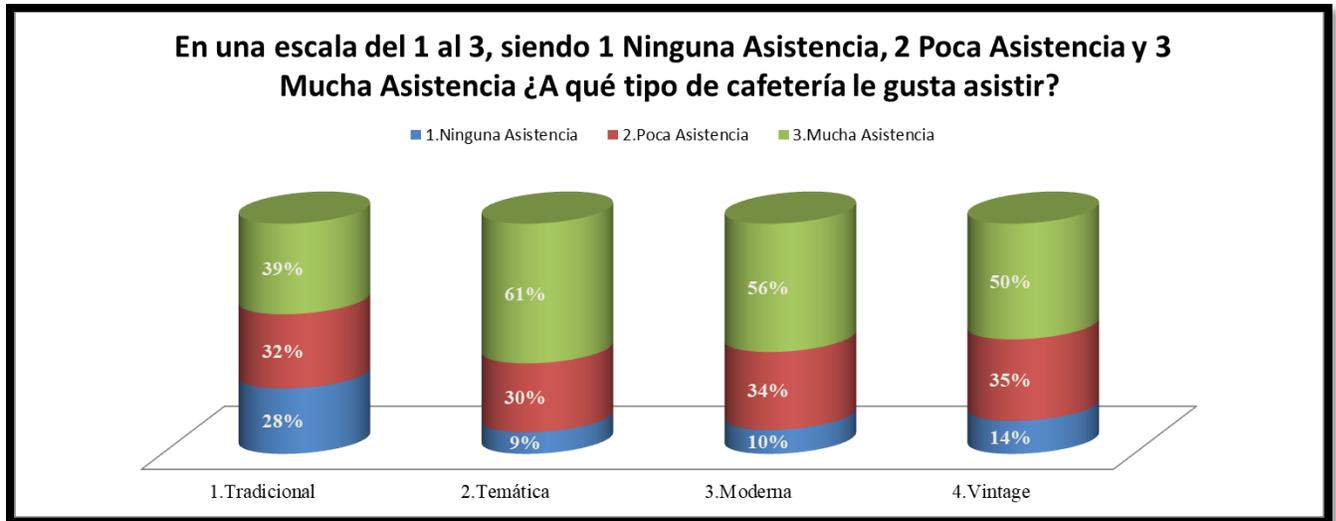
**Figura 60** Escala de cafeterías más conocidas por los clientes

Fuente: Elaboración propia



**Figura 61** Escala de cafeterías más preferidas por los clientes

Fuente: Elaboración propia



**Figura 62 Escala de cafeterías de mayor asistencia por los clientes**

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7.2. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

En el presente análisis tiene como finalidad establecer el segmento de mercado para la cafetería. La población objeto de estudio es finita de la ciudad de San Pedro Sula, activa económicamente PEA clasificado en los sectores privados, publico, empresarios, cuenta propia, mayor a 18 años y diferentes géneros, la cual consiste en 312,617 habitantes (Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2022).

- Género: Masculino 48% y Femenino 52%
- Mayores de 18 años
- Activos Económicamente
- Sector Privado 57%
- Sector Publico 6%
- Empresarios 3%
- Cuenta propia 21%

De acuerdo con la encuesta aplicada y en base a las preguntas realizadas se determinó el tipo de mercado potencial:

**Tabla 13 Análisis del consumidor**

¿Estaría interesado en consumir un café y repostería en un ambiente diferenciado en comparación a las cafeterías que conoce?			¿Indique la frecuencia en que asiste a una cafetería?						
Muy interesado	Algo interesado	Total	A diario	Varias veces a la semana	Una vez al mes	Varias veces al mes	Una vez al año	Varias veces al año	Nunca
184	31	215	49	41	87	27	4	3	4

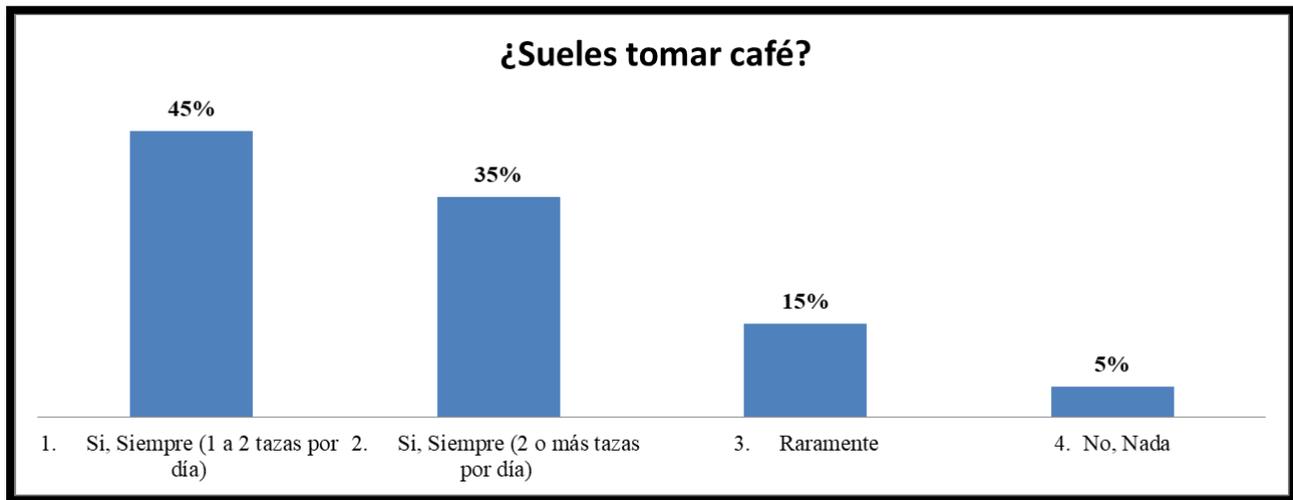
Fuente: Elaboración propia

El 80% de los clientes consumen café siempre.

El 77% de los clientes confirman asistir a una cafetería.

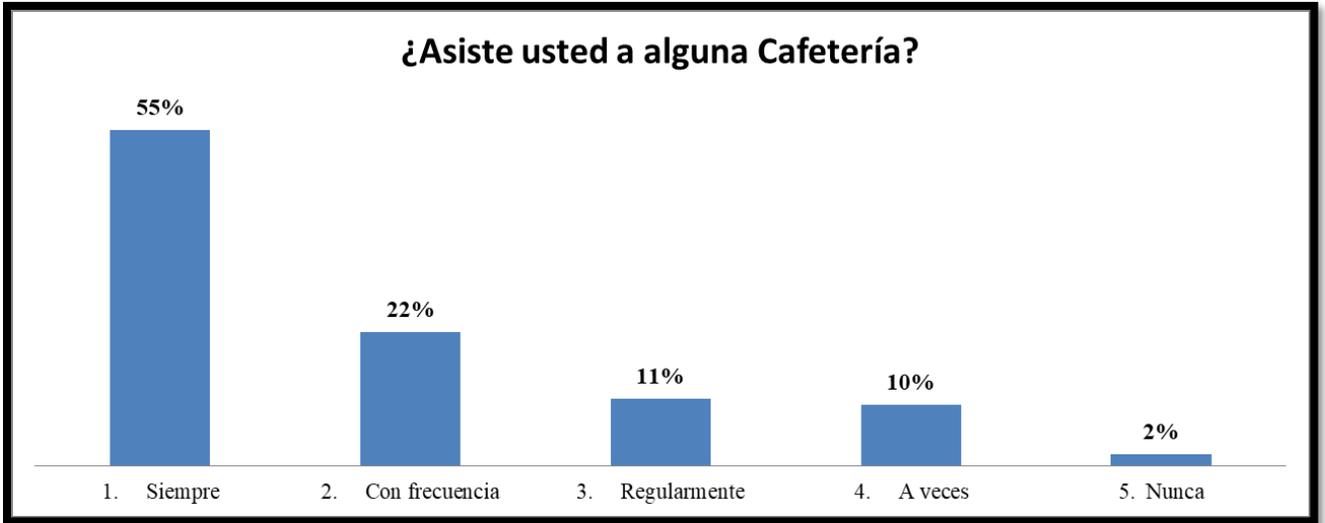
La distribución en los rangos de edad de los encuestados está centrada en 31% 31 a 40 años, 23% entre 22 a 30 años, 21% entre 18 a 21 años y 19% entre 41 a 50 años.

Del total de encuestados el 57% pertenece al género Femenino y el 43% a Masculino



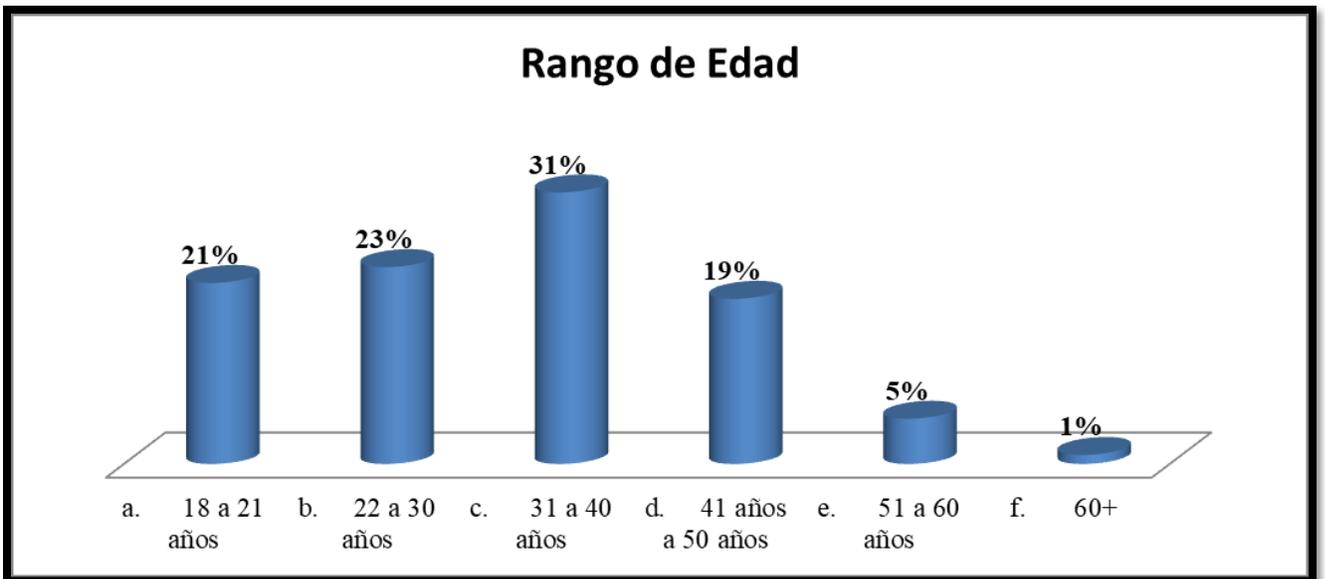
**Figura 63 Porcentaje de clientes que suelen tomar café**

Fuente: Elaboración propia



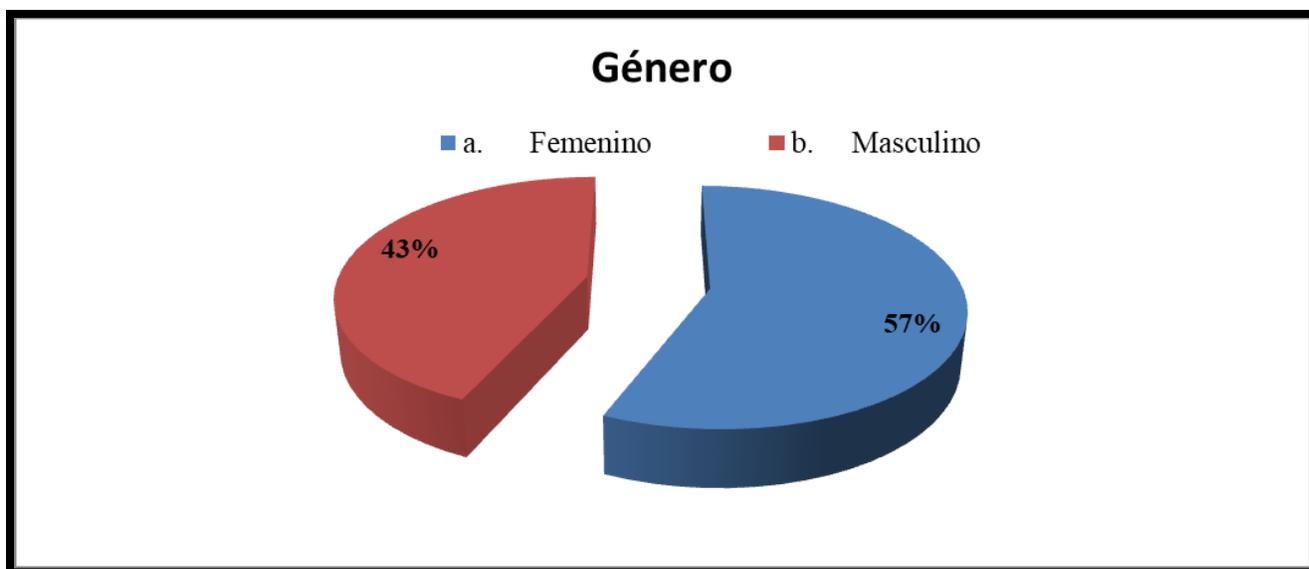
**Figura 64** Porcentaje de asistencia de clientes a cafeterías

Fuente: Elaboración propia



**Figura 65** Porcentaje de rango de edad

Fuente: Elaboración propia



**Figura 66** Porcentaje de género

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7.3. ESTIMACIÓN DE TENDENCIA DE MERCADO

En esta sección se incluye un análisis estadístico que permitió visualizar claramente la tendencia identificada y que sirve de evidencia para las proyecciones de ventas que deberán realizarse para el estudio financiero. El estudio se sustenta de los datos recolectados en la encuesta, a continuación, se presenta cuadro que detalla información:

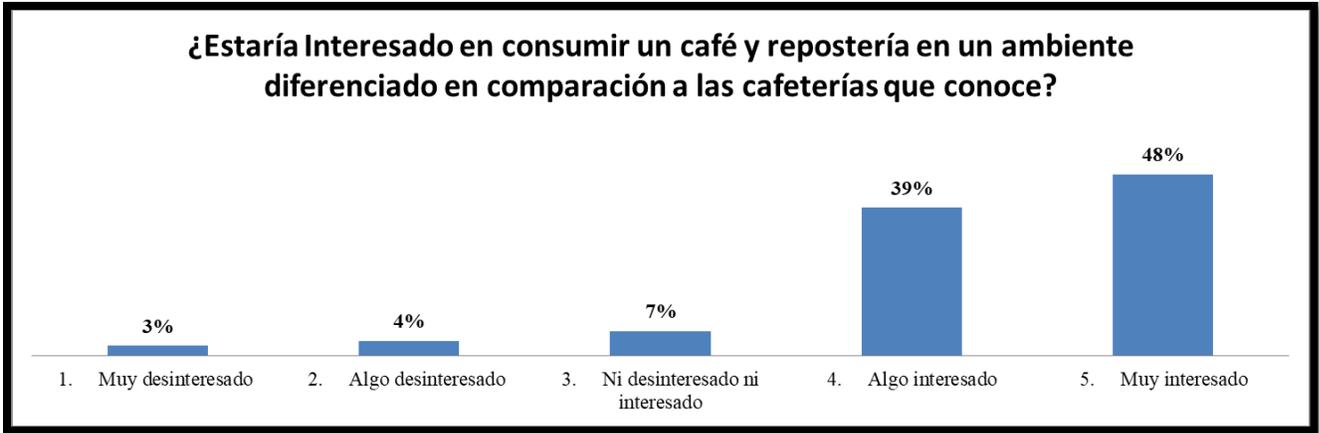
**Tabla 14** Tendencia de mercado

¿Estaría Interesado en consumir un café y repostería en un ambiente diferenciado en comparación a las cafeterías que conoce?			¿Indique la frecuencia en que asiste a una cafetería?							Promedio Mensual				Mercado Potencial considerado Mensual (80%)	Mercado Potencial Anual	Crecimiento interanual de la población 1.5%
Muy Interesado	Algo Interesado	Total	A diario	Varias veces a la semana	Una vez al mes	Varias veces al mes	Una vez al año	Varias veces al año	Nunca	A diario	Varias veces a la semana	Una vez al mes	Varias veces al mes			
184	31	215	49	41	87	27	4	3	4	1176	328	87	54	1,645	1,316	15,792

Fuente: Elaboración propia

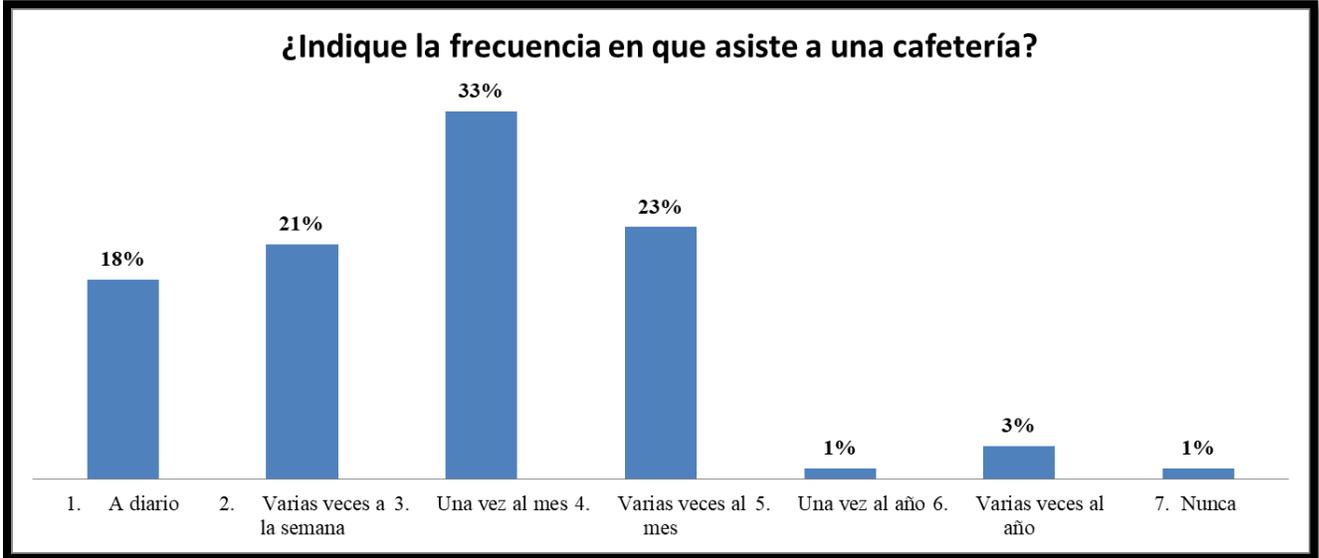
El 87% de los encuestados centran su interés en consumir café y repostería en un ambiente diferenciado.

El 18% de los clientes encuestados confirman asistir a una cafetería diariamente, el 21% varias veces a la semana, el 33% lo hace una vez al mes y el 23% varias veces al mes.



**Figura 67** Porcentaje de interés en consumir café y repostería en un ambiente diferenciado

Fuente: Elaboración propia



**Figura 68** Porcentaje de frecuencia en que asisten a una cafetería

Fuente: Elaboración propia

**4.7.3.1. DEMANDA INSATISFECHA POTENCIAL**

La demanda insatisfecha potencial se refiere a la porción del mercado que no ha sido atendida adecuadamente por los competidores existentes o que busca soluciones innovadoras y diferenciadas. En el contexto del proyecto "Servicio Diferenciado de Cafetería Riscatto Coffee Shop," identificar la demanda insatisfecha potencial es crucial para evaluar la aplicabilidad y el

éxito del proyecto. A continuación, se analiza cómo la existencia de esta demanda afecta la viabilidad del proyecto:

**1. Oportunidad de Mercado:**

- *Impacto:* La identificación de una demanda insatisfecha potencial indica una oportunidad de mercado no aprovechada por los competidores existentes.
- *Aplicabilidad del Proyecto:* El proyecto puede posicionarse para satisfacer esta demanda no cubierta, estableciendo una propuesta de valor única.

**2. Diferenciación Competitiva:**

- *Impacto:* La demanda insatisfecha a menudo está vinculada a la falta de opciones diferenciadas en el mercado actual.
- *Aplicabilidad del Proyecto:* La capacidad de ofrecer un servicio diferenciado, como se propone en el proyecto, puede destacar frente a la competencia y atraer a los consumidores que buscan experiencias únicas.

**3. Fidelización de Clientes:**

- *Impacto:* Los consumidores que han experimentado una demanda insatisfecha están abiertos a probar nuevas ofertas que aborden sus necesidades no cubiertas.
- *Aplicabilidad del Proyecto:* El proyecto puede centrarse en construir relaciones sólidas con estos clientes, brindando una experiencia excepcional y fomentando la lealtad a largo plazo.

**4. Validación del Concepto:**

- *Impacto:* La existencia de demanda insatisfecha valida la necesidad de una oferta única y diferenciada.
- *Aplicabilidad del Proyecto:* El proyecto puede presentarse como una solución relevante y necesaria, respaldada por la demanda no satisfecha en el mercado.

**5. Potencial de Crecimiento:**

- *Impacto:* La demanda insatisfecha representa un área de mercado que puede contribuir significativamente al crecimiento del proyecto.
- *Aplicabilidad del Proyecto:* Al enfocarse en la demanda no atendida, el proyecto puede identificar oportunidades de expansión y escalabilidad.

**6. Aceptación del Mercado:**

- *Impacto:* La demanda insatisfecha sugiere que los consumidores están dispuestos a probar nuevas ofertas y a adoptar cambios.

- *Aplicabilidad del Proyecto:* El proyecto puede beneficiarse de una mayor aceptación en el mercado, especialmente entre aquellos que buscan alternativas a las ofertas convencionales.

**Tabla 15 Demanda Insatisfecha**

Demanda	Demanda Insatisfecha			Recurso Humano	Inversion
	Anual	Mensual	Diario (24 días al mes)		
Potencial	19,740	1,645	69		
Cubrir	15,792	1,316	55	6	1,477,496.97
<b>Insatisfecha</b>	<b>3,948</b>	<b>329</b>	<b>14</b>	<b>1</b>	<b>318,400.00</b>
	<b>Inversion Inicial Lps.</b>		<b>Inversion 3er. Año</b>		
	Activos Fijos	861,703.67	Activos Fijos	30,000.00	
	Capital de trabajo	556,773.30	Capital de Trabajo	288,400.00	
	Activo Diferido	59,020.00			
	<b>Total</b>	<b>1,477,496.97</b>	<b>Total</b>	<b>318,400.00</b>	
	<b>Activos Fijos</b>	<b>Valor Anual Lps.</b>	<b>Capital de trabajo</b>	<b>Costo Anual Lps.</b>	
	Aire Acondicionado	12,000.00	1 Barista/ Cocinero	175,000.00	
	Mesas y sillas	6,000.00	Materia Prima	36,600.00	
	Refrigeradora	7,000.00	Alquiler	60,000.00	
	Estufa	5,000.00	Servicios Basicos	12,000.00	
	<b>Total</b>	<b>30,000.00</b>	Materiales de limpieza	4,800.00	
			<b>Total</b>	<b>288,400.00</b>	

Fuente: Elaboración propia

La siguiente figura demuestra la estrategia sugerida para la demanda insatisfecha:



**Figura 69 Estrategia para demanda insatisfecha**

Fuente: Elaboración propia

#### **4.7.4. ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS**

La estrategia de mercado consiste en llegar a la mayor cantidad de consumidores generando competitividad, con una excelente imagen del servicio y productos de calidad.

- Realizar campañas publicitarias para generar expectativa al momento del lanzamiento y mantener la imagen a través de redes sociales.
- Brindar seguimiento del rendimiento de los anuncios para obtener el mejor desempeño posible y llegar al público objetivo.
- Incrementar el número de visitas, ofreciendo un ambiente propicio.

##### **4.7.4.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO Y SERVICIO**

La cafetería contará con diversidad en sus productos y servicio como ser:

- Bebidas Frías en presentación de 10 y 12 onzas, bebidas calientes tendrán una presentación de 8 y 12 onzas servidas en tasa de loza o vaso de vidrio para el consumo en el establecimiento y para llevar se servirán en vasos desechables herméticos.
- Platos de comida y postres tradicionales, Keto y Vegano.
- Precios competitivos
- La atención en el establecimiento será por un personal calificado que llevará el pedido a la mesa, el cliente podrá seleccionar y pedir sus productos en un código QR que estará disponible en cada mesa, también tendrá la opción de reservar previamente a través de una App.
- La cafetería contará con diversos ambientes como ser un área de Bussines, un área social, música de los 80's, aire acondicionado, servicio de Wifi y estacionamiento.

Relacionado al servicio que prefiere el cliente en una cafetería se identifican que el 85% prefieren productos de calidad posterior, bajos precios 80% seguido, buen servicio 79% asimismo buen ambiente 74%, acceso a wifi un 71% y estacionamiento 70%.

Los principales motivos por lo que los encuestados visitan una cafetería son tomar un buen café 100%, punto de reunión 100%, comer algo 100% y compartir con alguien 73%.

Los encuestados centran su visita a una cafetería con amigos en un 96% y compañeros de trabajo 94%.

El 34% de los encuestados se dirigen a una cafetería cerca del trabajo y el 29% cerca de la casa.

El 57% prefiere menú tradicional, el 28% un menú Keto y el 14% menú Vegano.

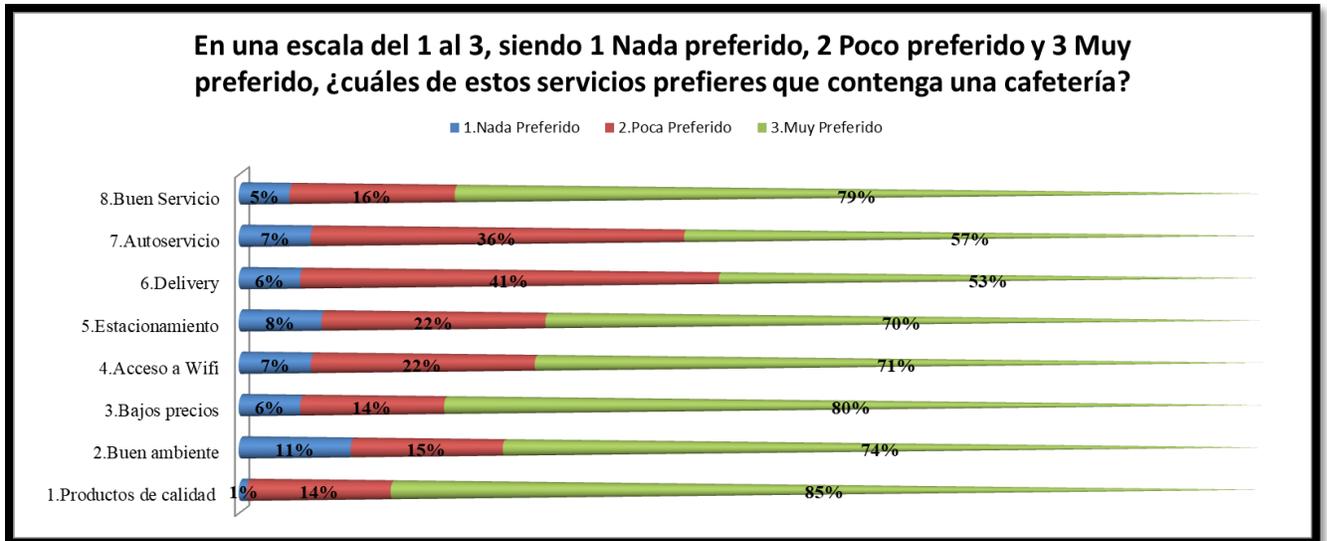
Los encuestados muestran un 98% de interés en el café americano, un 85% en bebidas calientes, un 83% en sándwich, un 81% en postres normales, un 78% en platos de comida y 73% Jugo de fruta.

La preferencia de los encuestados corresponde al 23% café americano, 18% chocolate caliente, 14% Panini/club sándwich, 15% en postres, 13% Chicken Fingers, 9% en Smoothie de Fruta y 7% en bebidas frías.

El 47% de los encuestados están Ni desinteresados Ni interesados en consumir comida, Postres Keto, un 30% están muy desinteresado y un 23% muy interesado.

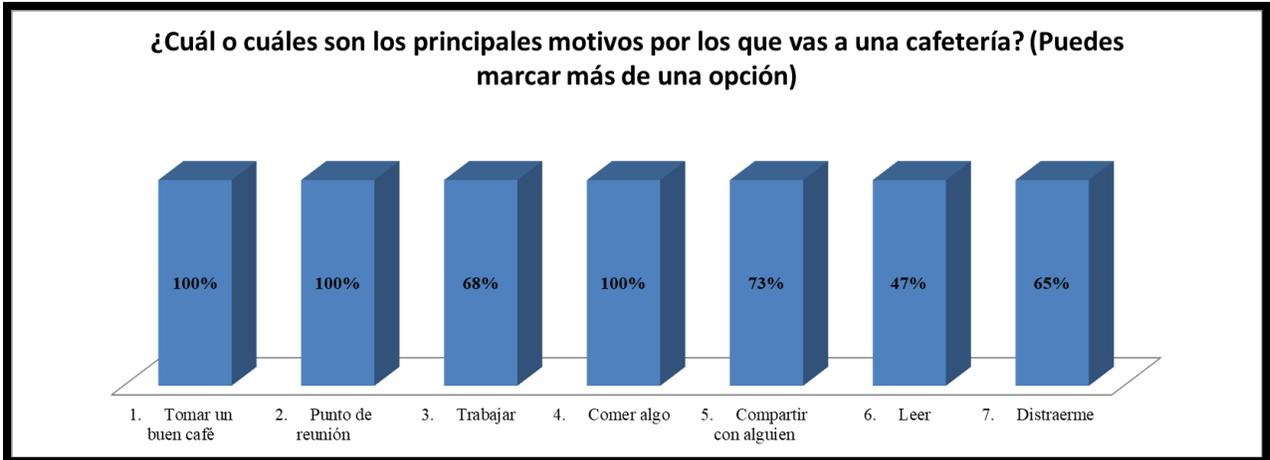
El 39% de los encuestados están Ni desinteresados Ni interesados en consumir comida, Postres Vegano, un 35% están muy desinteresado y un 26% muy interesado.

El 66% de los encuestados les gustaría contar con todos los ambientes en una cafetería.



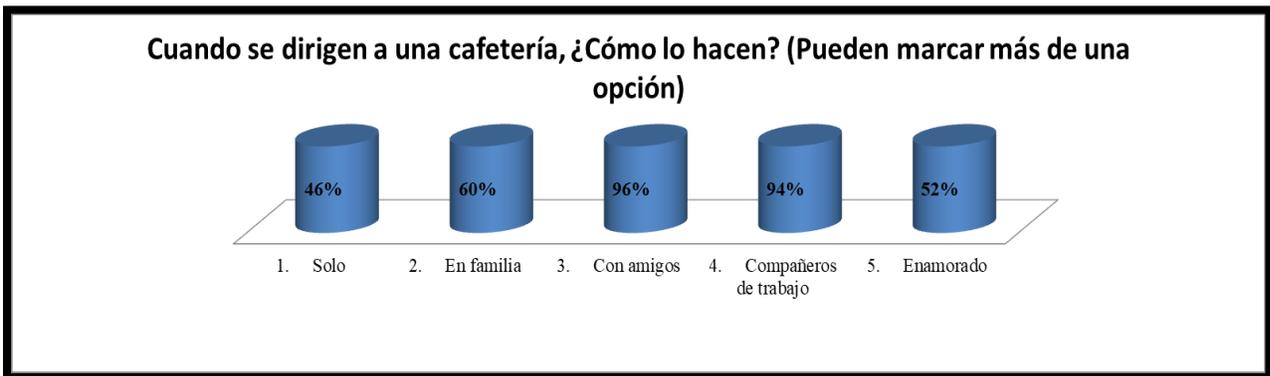
**Figura 70 Escala de preferencia de servicios en una cafetería**

Fuente: Elaboración propia



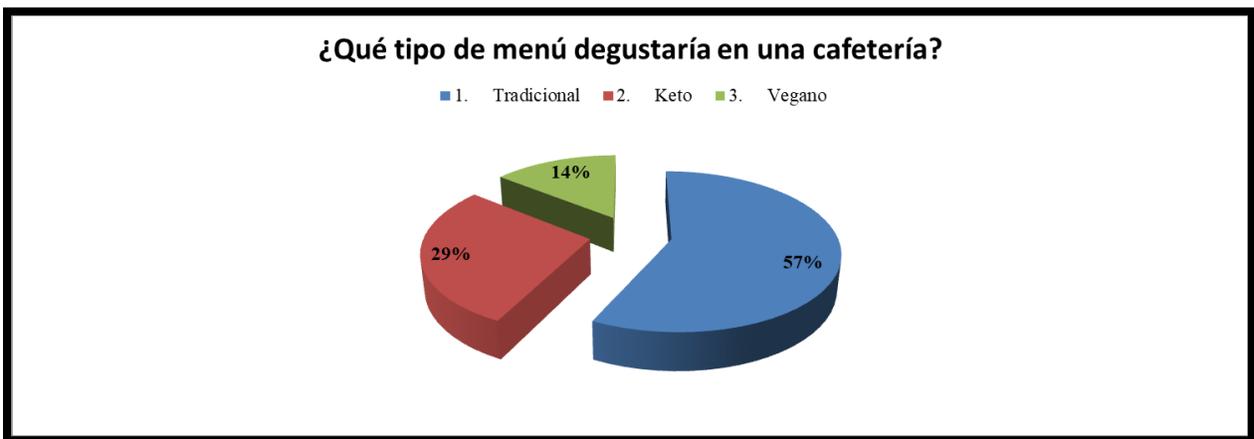
**Figura 71** Motivos por lo que van a una cafetería

Fuente: Elaboración propia



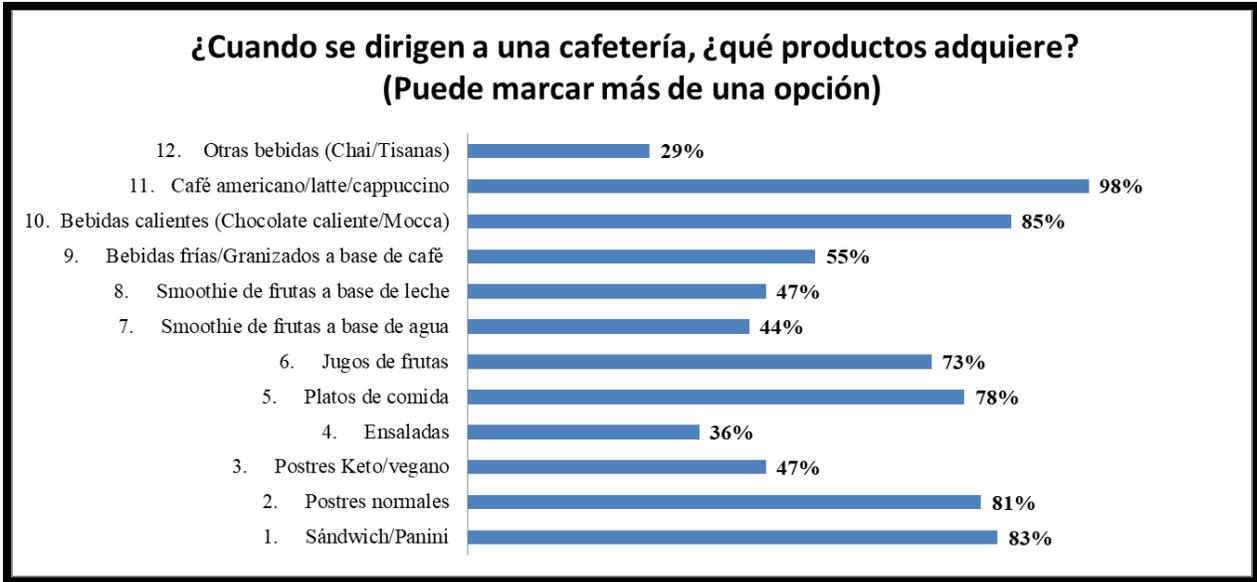
**Figura 72** Como se dirigen los clientes a una cafetería

Fuente: Elaboración propia



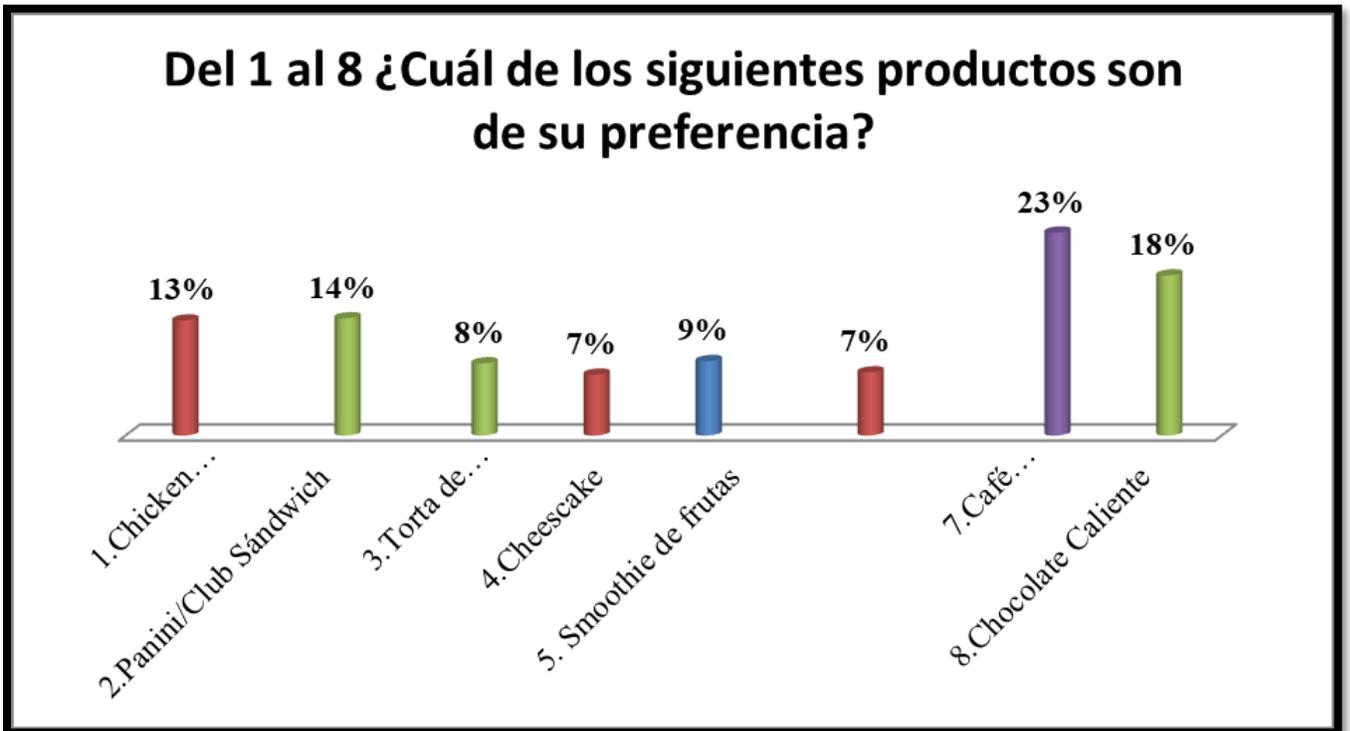
**Figura 73** Tipo de menú

Fuente: Elaboración propia



**Figura 74** Productos que más consumen en cafeterías

Fuente: Elaboración propia

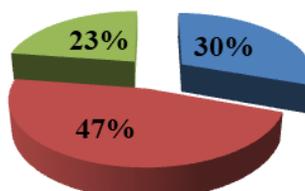


**Figura 75** Productos de preferencia de los clientes

Fuente: Elaboración propia

## ¿Estaría Interesado en consumir comida y postres Keto?

- 1. Muy desinteresado
- 2. Ni desinteresado ni interesado
- 3. Muy interesado

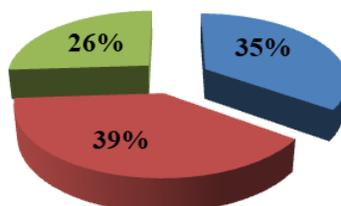


**Figura 76** Clientes interesados en consumir productos Keto

Fuente: Elaboración propia

## ¿Estaría Interesado en consumir comida y postres Vegano?

- 1. Muy desinteresado
- 2. Ni desinteresado ni interesado
- 3. Muy interesado

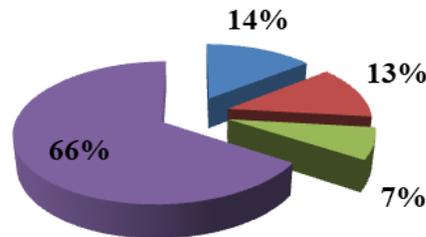


**Figura 77** Clientes interesados en consumir productos Vegano

Fuente: Elaboración propia

## ¿Cuál de los diferentes ambientes le gustaría que contara la cafetería Riscatto Coffee Shop?

■ 1. Social para amigos ■ 2. Bussines ■ 3. De los años 80 ■ 4. Todos los anteriores



**Figura 78 Ambientes preferidos por los clientes**

Fuente: Elaboración propia

### 4.7.4.2. ESTRATEGIA DE PRECIOS

El precio, expresa el valor del producto o servicio en términos monetarios. La materia prima, el tiempo de producción, la inversión tecnológica y la competencia en el mercado son algunos de los factores que inciden en la formación del precio. Es importante tener en cuenta que el precio también incluye valores intangibles, como la marca.

La Marca; Es con la que se identifica y diferencia la imagen de la empresa del resto de competidores en el sector. Para posicionarnos en la mente del consumidor de deberán de cuidar los aspectos fundamentales de la gama de productos y la promoción de estos.

El logotipo que representará el concepto y la idea de este negocio sería el siguiente:



En la formulación de la estrategia de precios tendrá en primer lugar el análisis de la competencia seguido de una estrategia en el desarrollo de producto, con la que se pretende innovar y atraer a nuevos clientes al proporcionar mayor variedad de productos y de esta forma añadir valor al establecimiento.

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable la opción 1 para presentación de 10oz y la opción 3 para presentación de 12oz.

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable la opción 1 para presentación de 10oz y la opción 3 para presentación de 12oz.

El 99% de los encuestados consideran como un precio razonable la opción 1.

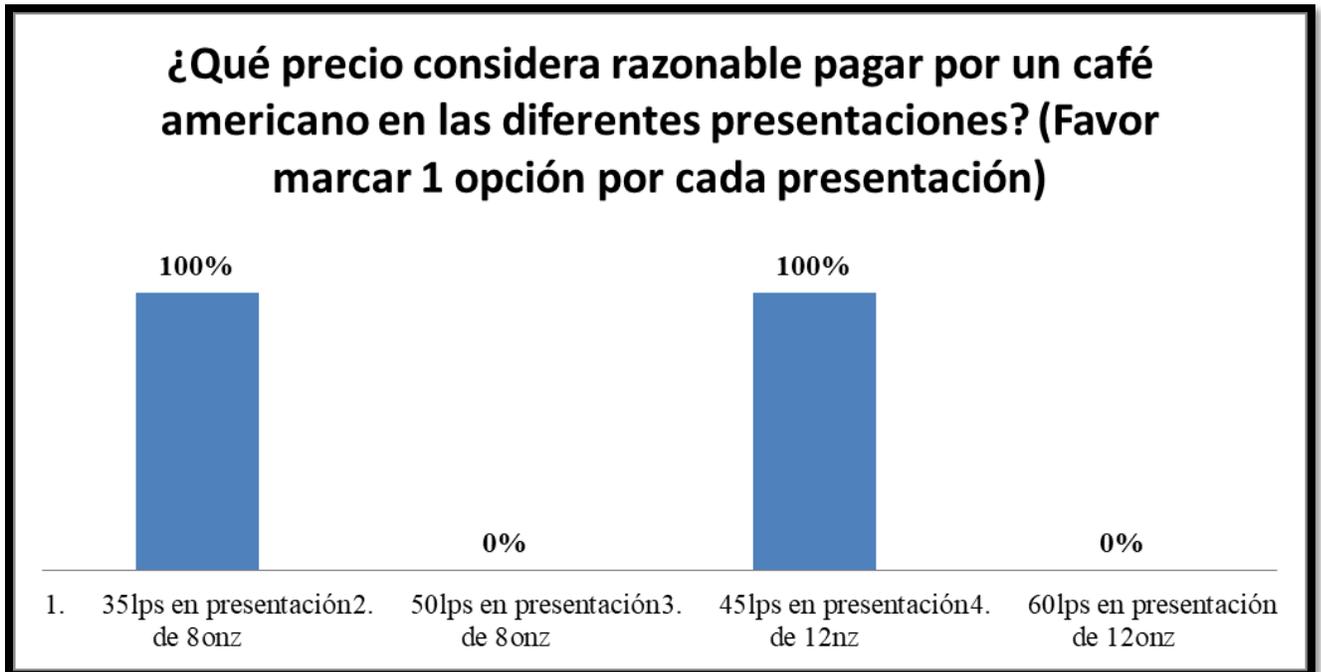
El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable la opción 1.

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable la opción 2.

El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable la opción 2.

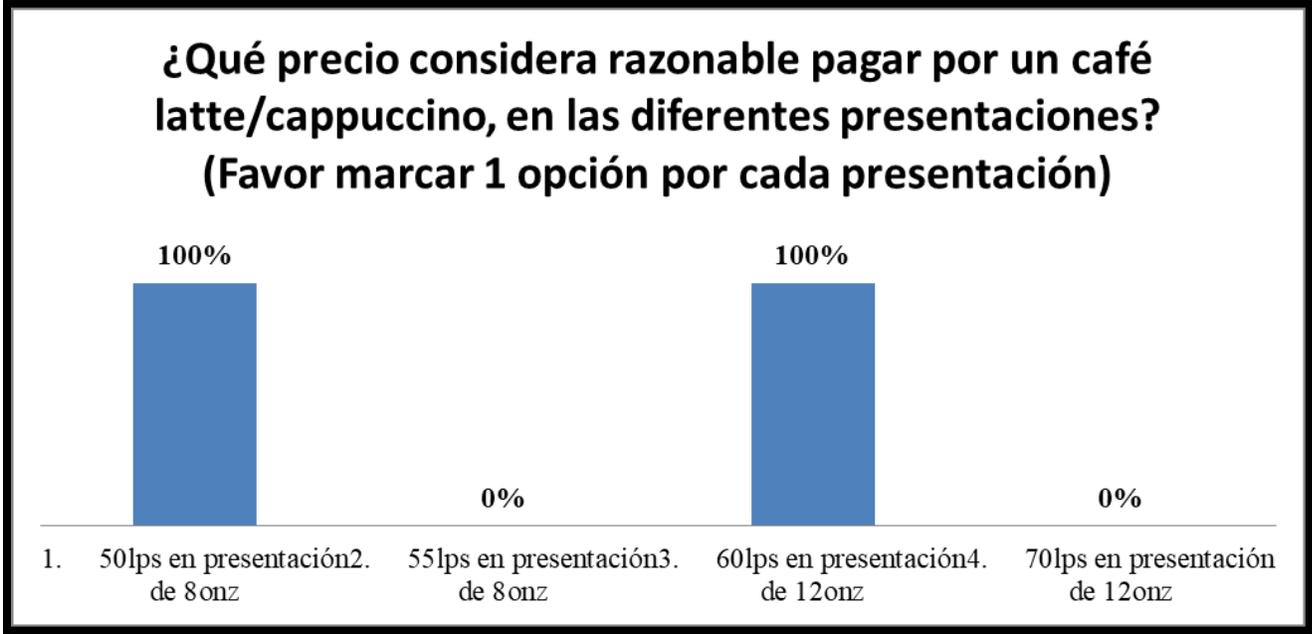
El 100% de los encuestados consideran como un precio razonable la opción 2.

El 96% de los encuestados consideran como un precio razonable la opción 1 y un 4% la opción 2.



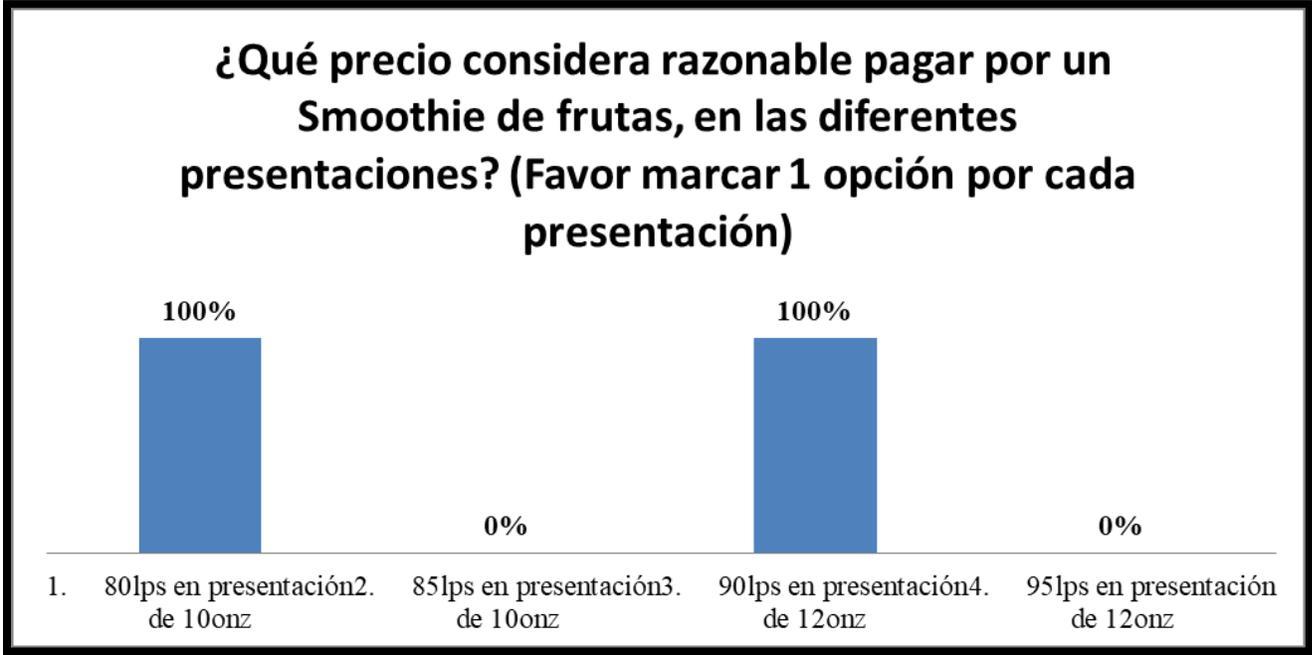
**Figura 79 Precio para un café americano**

Fuente: Elaboración propia



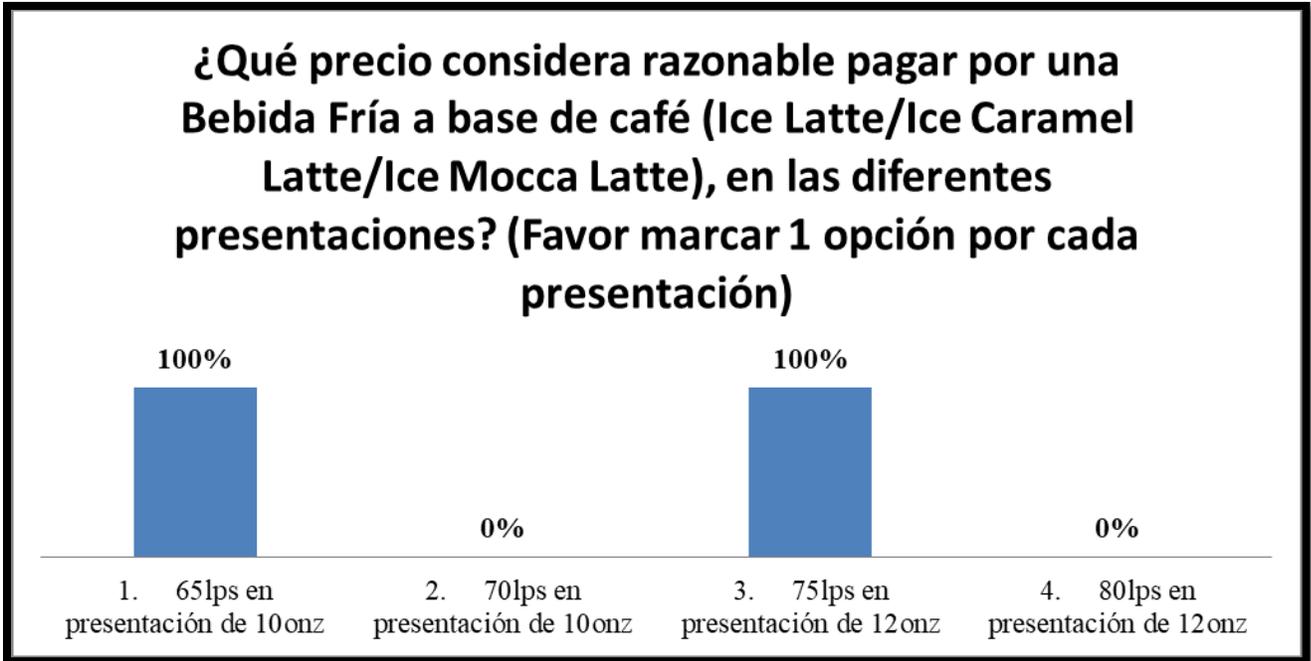
**Figura 80 Precio para un café latte/cappuccino**

Fuente: Elaboración propia



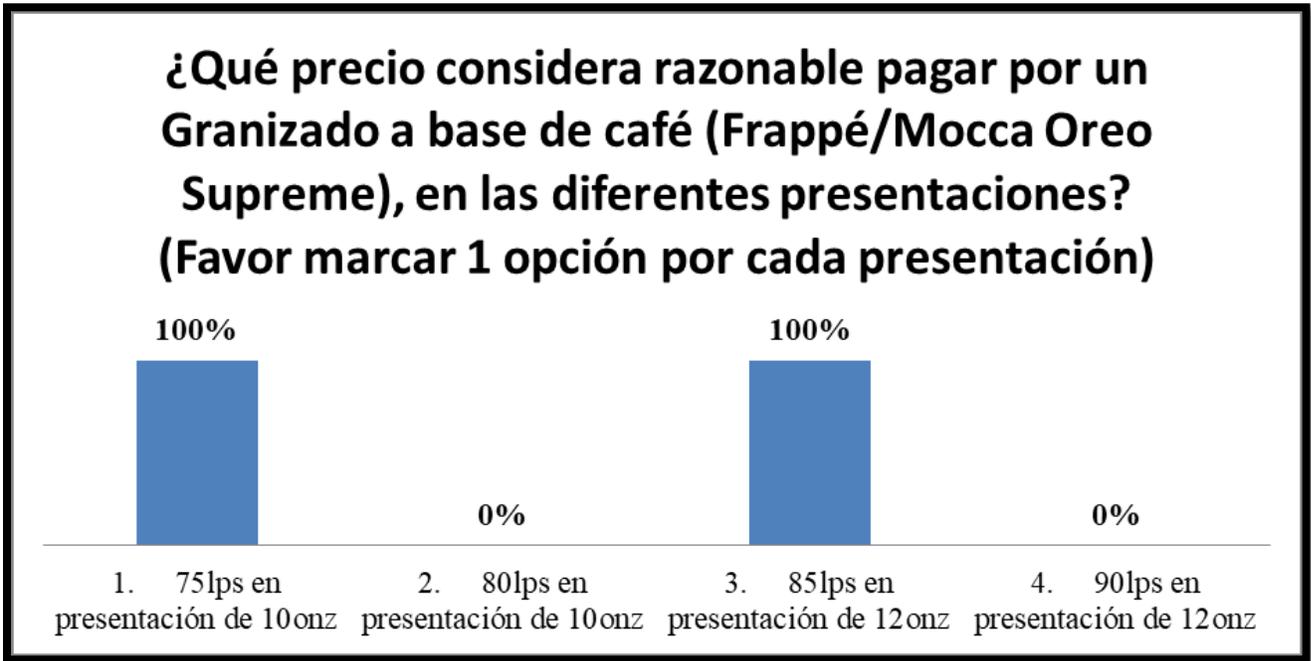
**Figura 81 Precio para un Smoothie de frutas**

Fuente: Elaboración propia



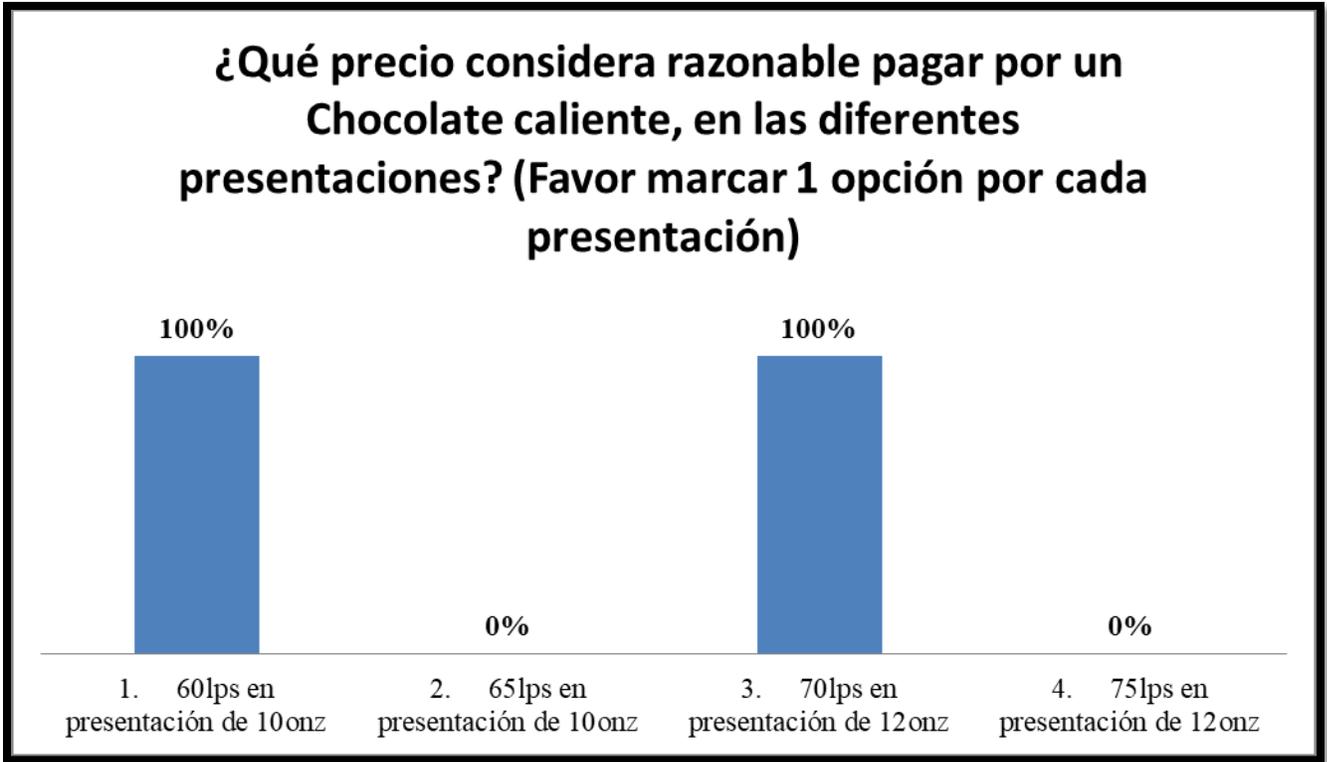
**Figura 82 Precio para una bebida fría a base de café**

Fuente: Elaboración propia



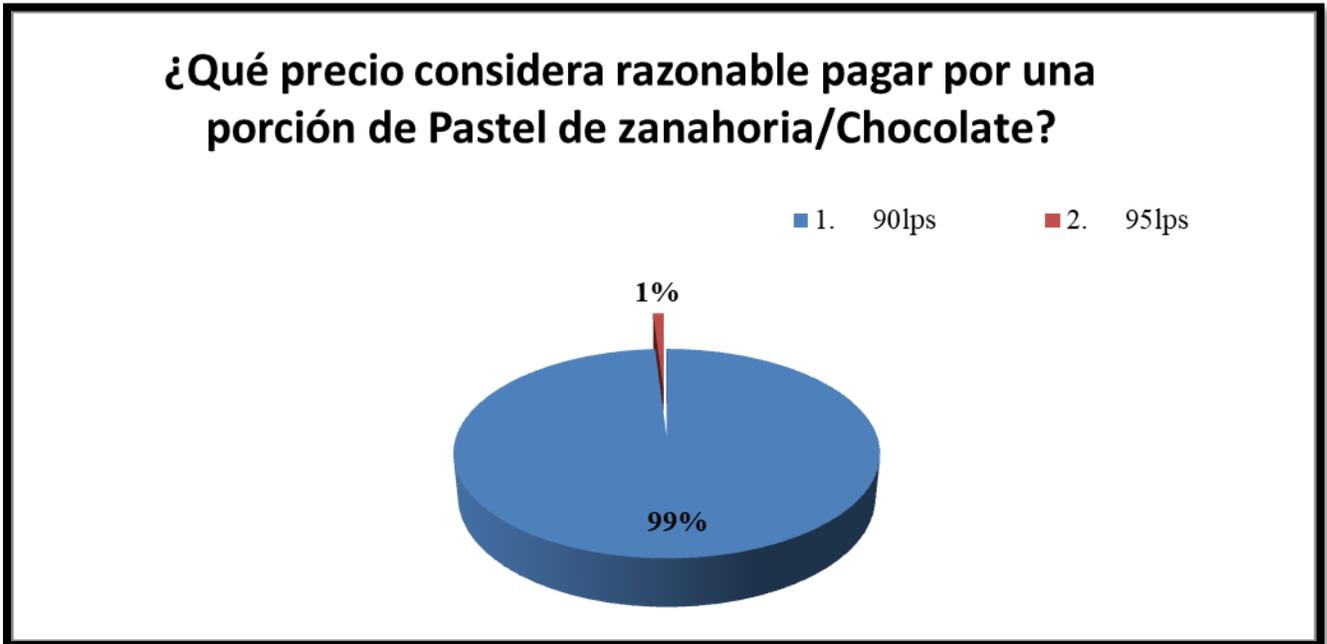
**Figura 83 Precio para un granizado a base de café**

Fuente: Elaboración propia



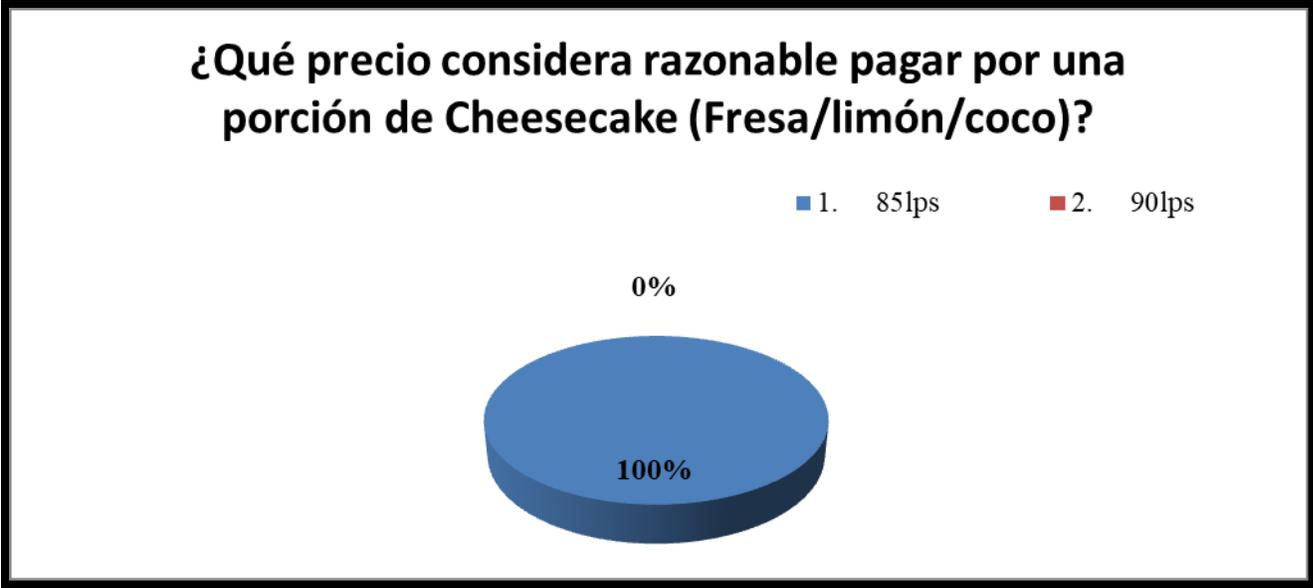
**Figura 84 Precio para un chocolate caliente**

Fuente: Elaboración propia



**Figura 85 Precio para una porción de pastel de zanahoria/chocolate**

Fuente: Elaboración propia



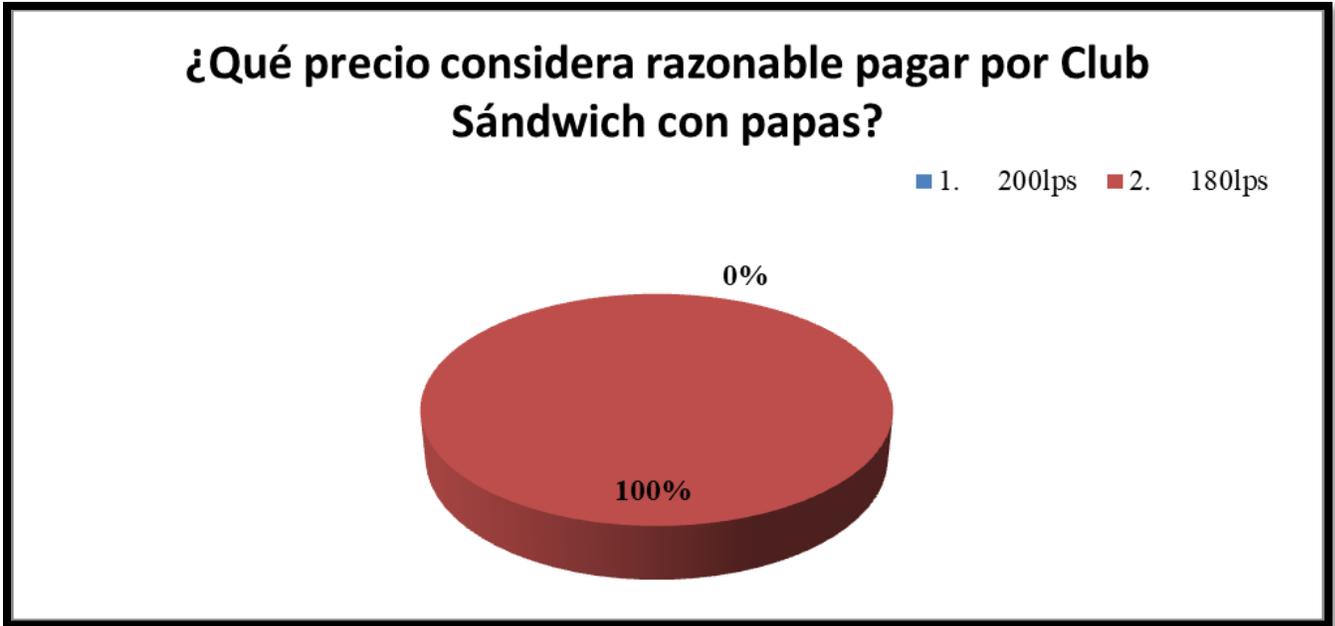
**Figura 86 Precio para una porción de Cheesecake**

Fuente: Elaboración propia



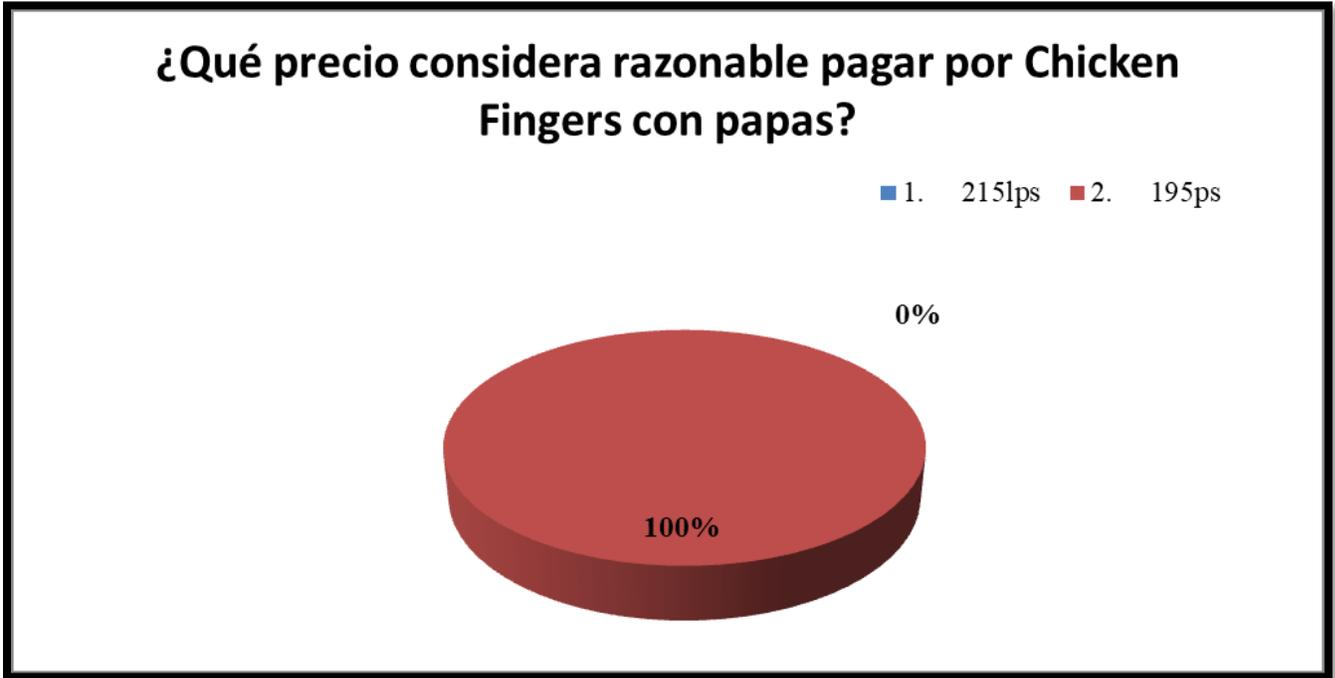
**Figura 87 Precio par Panini entero con papas**

Fuente: Elaboración propia



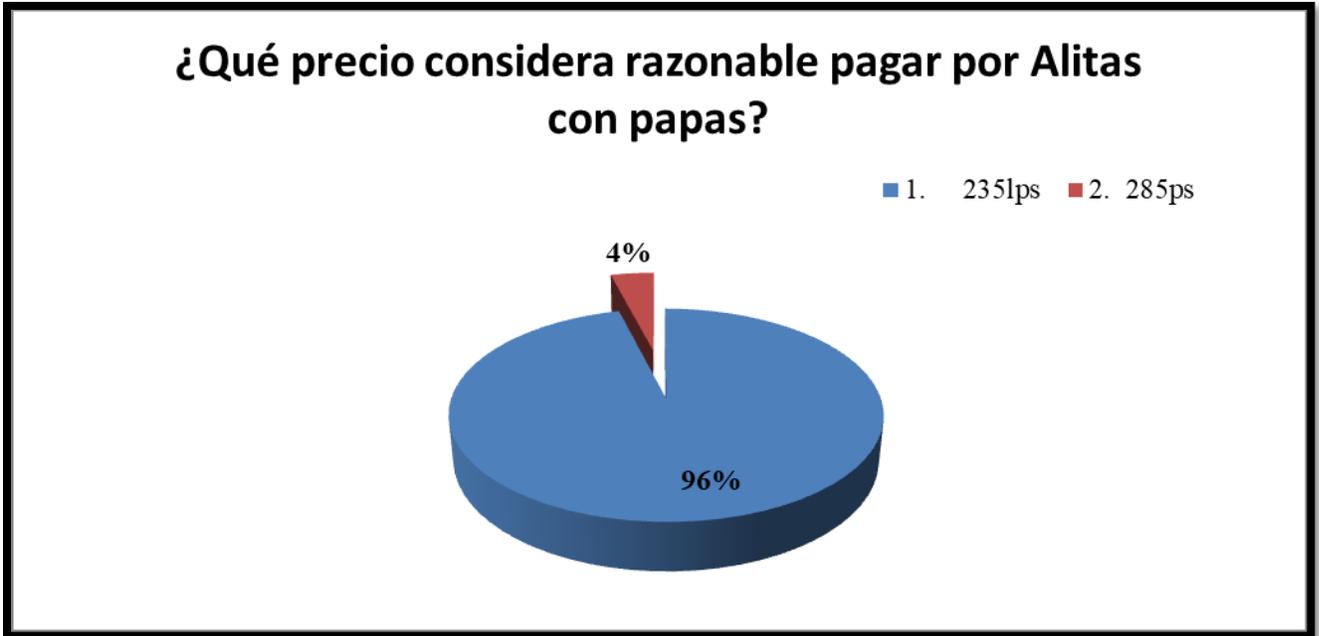
**Figura 88** Precio par club sándwich con papas

Fuente: Elaboración propia



**Figura 89** Precio par Chicken Fingers con papas

Fuente: Elaboración propia



**Figura 90** Precio par alitas con papas

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detallan los principales productos y sus precios para el consumidor.

## MENÚ

**Tabla 16** Bebidas calientes con su precio

<b>Bebidas Caliente</b>		
	<b>8 onz</b>	<b>12 onz</b>
Americano	<b>40.00</b>	<b>60.00</b>
Capuccino/Latte	<b>50.00</b>	<b>70.00</b>
Mocha	<b>55.00</b>	<b>75.00</b>
Chocolate	<b>60.00</b>	<b>70.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 17 Bebidas frías con su precio**

<b>Bebidas Frias</b>		
	<b>10 onz</b>	<b>12 onz</b>
Granizados	<b>50.00</b>	<b>60.00</b>
Smothies (leche)	<b>65.00</b>	<b>75.00</b>
Smothies (agua)	<b>60.00</b>	<b>70.00</b>
Ice Coffee	<b>55.00</b>	<b>65.00</b>
Caramel Latte	<b>75.00</b>	<b>85.00</b>
Te Riscatto	<b>55.00</b>	<b>65.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 18 Otras bebidas con su precio**

<b>Otras Bebidas</b>	
Refresco de Botella	<b>45.00</b>
Agua	<b>30.00</b>
Te Frio	<b>45.00</b>
Chai	<b>55.00</b>
Tisanas	<b>75.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 19 Snack/comidas con su precio**

<b>Snack/Comidas</b>	
<b>Chicken Finger</b>	<b>195.00</b>
6 deditos de pollo empanizados con papas, ensalada repollo, salsa de tomate y 1 aderezo	
<b>Alitas</b>	<b>235.00</b>
12 alitas de pollo empanizados con papas, salsa de tomate y 1 aderezo	
<b>Nachos (pollo o cerdo)</b>	<b>185.00</b>
Pollo o cerdo desmenuzado, tortillas chips de maíz, chimol, queso derretido, frijoles, guacamole, aderezo, encurtido.	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 20 Tradicionales con su precio**

<b>Tradicionales</b>	
<b>Baleada Sencilla</b>	<b>30.00</b>
Frijoles, queso, mantequilla y encurtido de la casa.	
<b>Burritas Sencillas</b>	<b>25.00</b>
Frijoles, queso, mantequilla, hot dog o jamón y 2 tortillas	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 21 Desayunos y cenas con su precio**

<b>Desayunos y Cenas</b>	
<b>Desayuno/Cena Xpress</b>	<b>140.00</b>
Frijoles, mantequilla, queso, huevo picado o estrellado, salsa ranchera, plátano maduro, tortilla de maíz o de harina.	
<b>Panqueques</b>	<b>130.00</b>
2 panqueques esponjosos con mermelada o Nutella o miel o chocolate, fresa, banano y crema chantilly.	
<b>Omelette</b>	<b>120.00</b>
Omelette al gusto con frijoles, pan tostado y salsa ranchera.	
<b>Platano Mix</b>	<b>70.00</b>
Plátano maduro, frijoles, queso y mantequilla 1 taza de 8oz de Café Riscatto.	
<b>Tortillas Rancheras</b>	<b>135.00</b>
2 tortillas con quesillo, frijoles, 2 huevos estrellados, aguacate y salsa ranchera.	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 22 Sándwich con su precio**

<b>Sandwich</b>	
<b>Riscatto Sandwich</b>	<b>195.00</b>
Jamón, queso cheddar o mozzarella, Bacon, pan multigrano tostado, pollo o cerdo desmenuzado, con papas.	
<b>Club Sandwich</b>	<b>180.00</b>
Pan tostado, jamón, tomate, lechuga, mayonesa o mostaza, Bacon, queso mozzarella, con papas.	
<b>Panini</b>	<b>160.00</b>
Jamón, queso mozzarella o cheddar, aguacate, pollo a la plancha con papas.	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 23 Postres normales con su precio**

<b>Postres</b>	
Torta de Zanahoria	<b>90.00</b>
Cheesecake Fresa	<b>85.00</b>
Flan de queso	<b>85.00</b>
Pastel de chocolate Aleman	<b>95.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 24 Postres Keto con su precio**

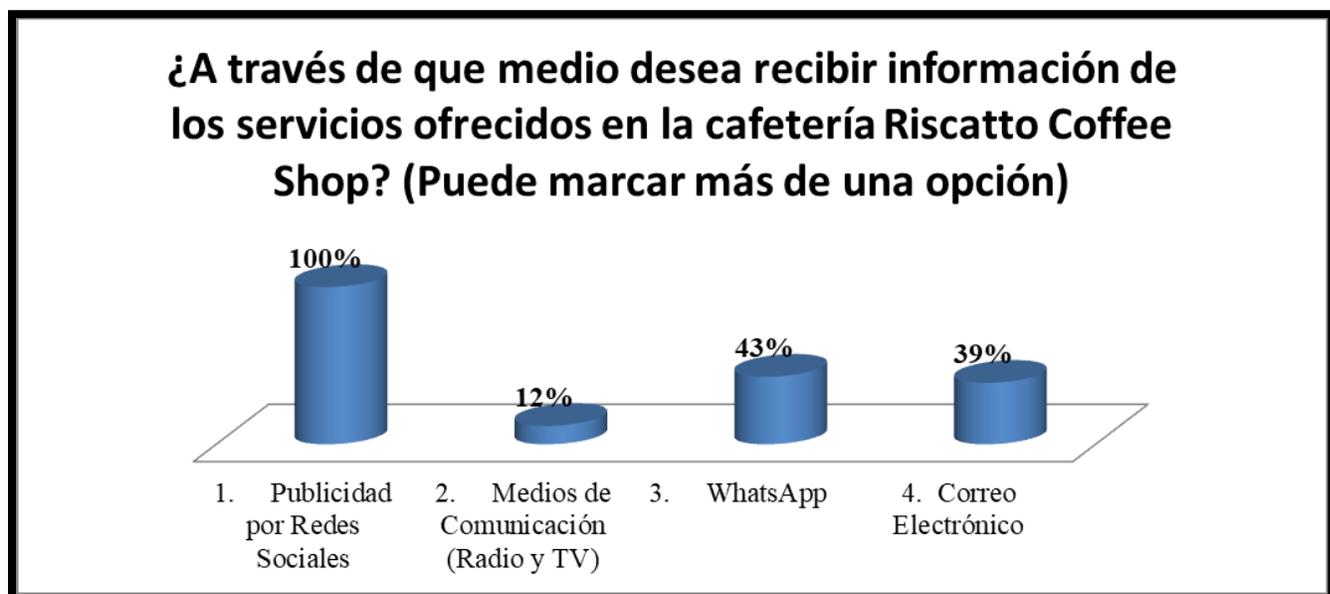
<b>Postres Keto</b>	
Tiramisu	<b>130.00</b>
Cheesecake pecanas	<b>125.00</b>
Marmoleado	<b>95.00</b>

#### 4.7.4.3. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

La publicidad se realizará por medio de redes sociales como ser Facebook, Instagram Twitter y WhatsApp, logrando de esa forma establecer una comunicación directa con los clientes en donde daremos a conocer nuestros productos, ofertas, promociones y toda la información necesaria con respecto al negocio. Cabe destacar que la publicidad y el alcance que este tenga nos permitirán tener un impacto significativo en los clientes y poder así interactuar de forma directa y sin intervenciones.

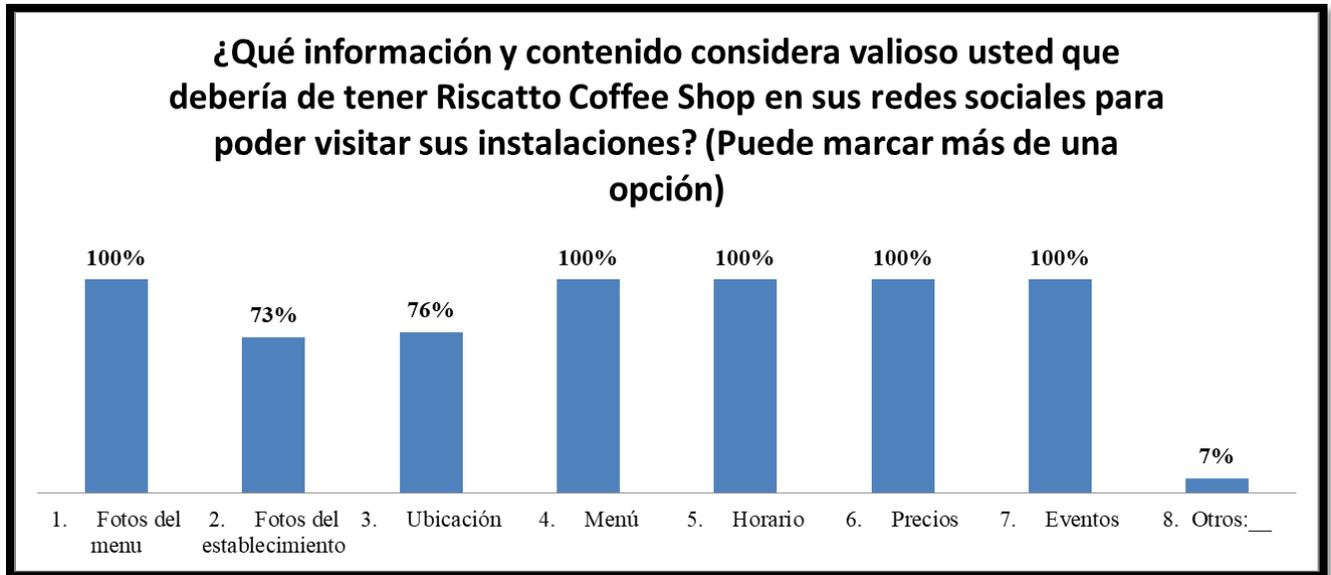
El 100% considera que como medio de comunicación para recibir información de la cafetería sería por medio de las redes sociales.

Los encuestados seleccionaron el contenido que deberá tener Riscatto en sus redes sociales al 100% las siguientes opciones 1, 4, 5, 6,7



**Figura 91 Medio para que los clientes reciban información de la cafetería**

Fuente: Elaboración propia



**Figura 92 Tipo de información que los clientes consideran valioso para la cafetería**

Fuente: Elaboración propia

#### **4.7.4.4. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN**

El sistema de distribución que establecerá la cafetería será un canal directo, ya que los productos que se elaboren serán entregados al consumidor final, y no tendrá la participación de intermediarios directos, pero si se considera una participación indirecta por parte de las ventas en línea o aplicaciones móviles. Esta distribución se realiza en el establecimiento ya que existe la posibilidad de consumirlos en el lugar de venta o entregarlos en la dirección requerida por el cliente. Riscatto Coffee Shop, ofrecerá un lugar de estancia para el cliente con horario de lunes a jueves de 7.00 a.m. A 7.00 p.m., viernes y sábado de 7.00 a.m. a 8.00 p.m. y el Domingo estará cerrado.

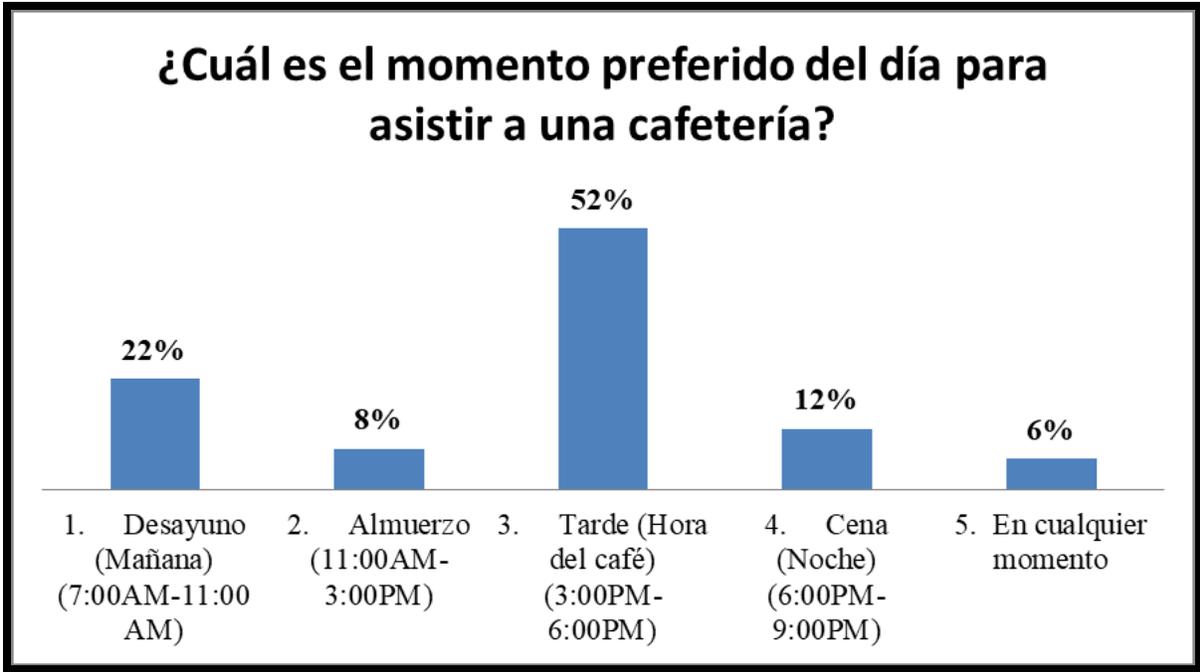
El 52% prefiere asistir a una cafetería en horas de la tarde y el 22% en el desayuno.

El 76% de los clientes concentran su preferencia de asistir a una cafetería entre los días viernes, sábado y el día jueves con un 47%.

Los encuestados centran su visita a una cafetería con Amigos en un 96% y compañeros de trabajo 94%.

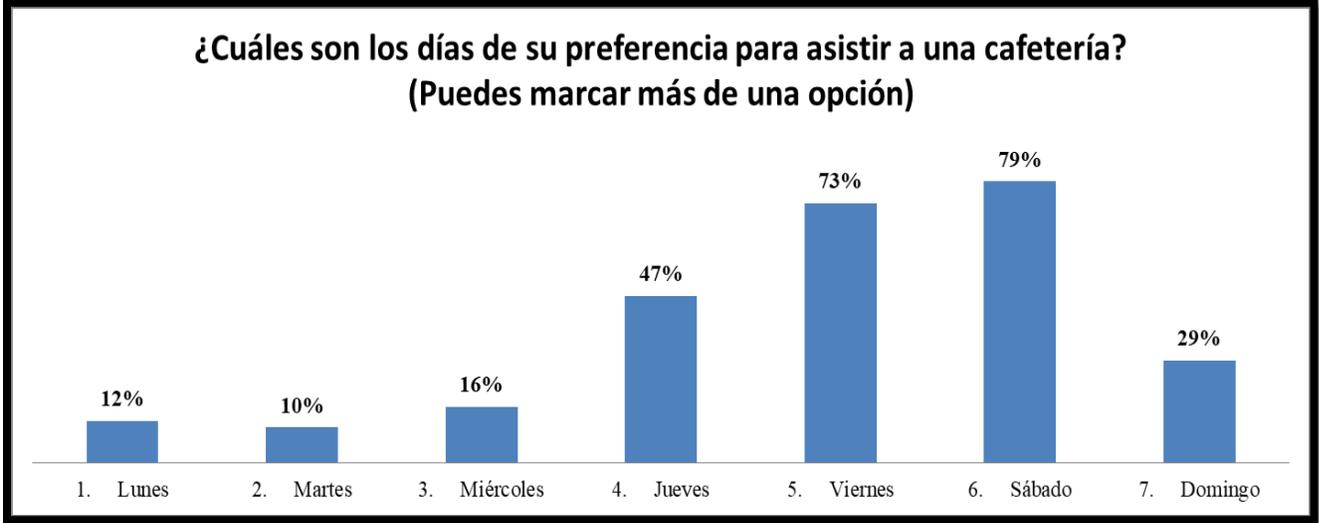
La estancia de los encuestados entre 30 minutos a 1 hora es del 44% y 29% entre 1 a 2 horas.

El 78% opina que si les gustaría hacer reservaciones por medio de una App.



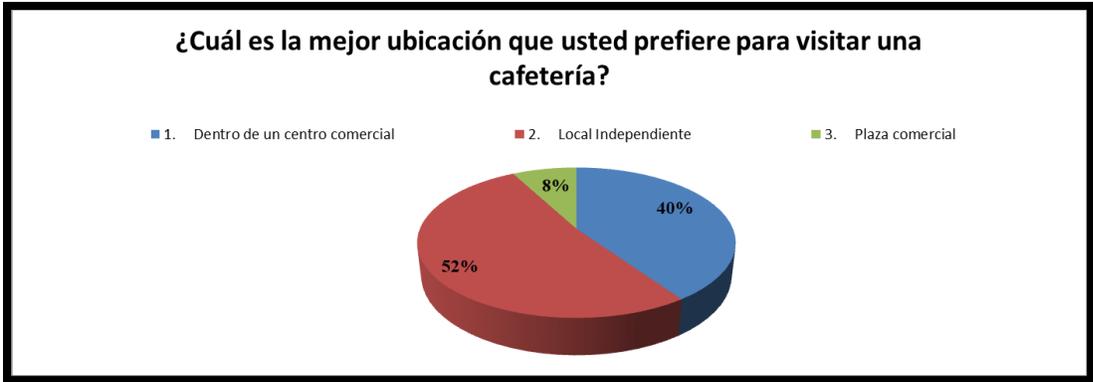
**Figura 93** Momento preferido del día por los clientes para asistir a una cafetería

Fuente: Elaboración propia



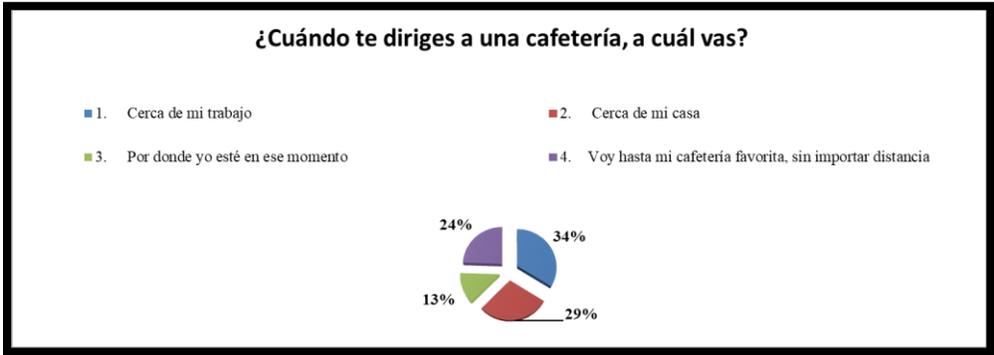
**Figura 94** Días de preferencia de los clientes para asistir a una cafetería

Fuente: Elaboración propia



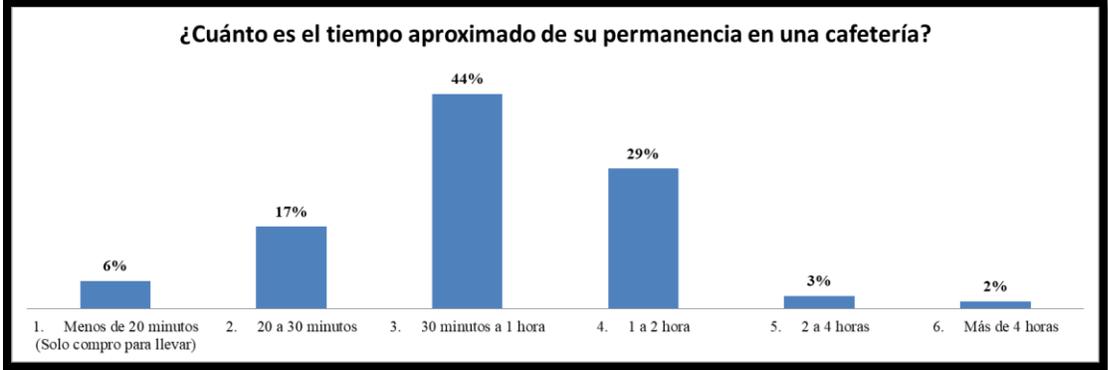
**Figura 95 Ubicación que prefieren los clientes para visitar una cafetería**

Fuente: Elaboración propia



**Figura 96 Cafetería al que se dirigen los clientes**

Fuente: Elaboración propia



**Figura 97 Tiempo de permanencia de los clientes en una cafetería**

Fuente: Elaboración propia



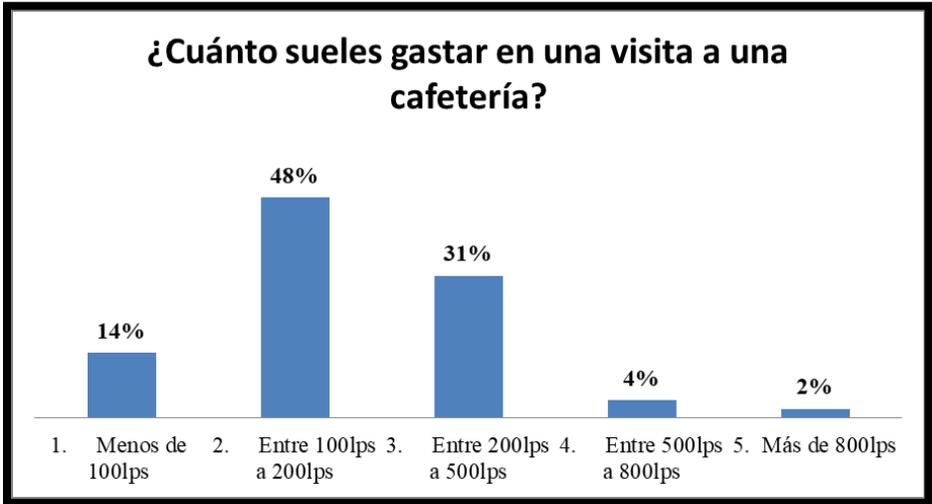
**Figura 98 Los clientes opinan si quieren hacer reservaciones en la cafetería mediante un App**

Fuente: Elaboración propia

**4.7.4.5. PRONÓSTICO DE VENTA**

El pronóstico de las ventas se ha realizado para los próximos 5 años, tomando en cuenta el incremento interanual de la demanda en un 1.5% del crecimiento demográfico en San Pedro Sula principalmente de los clientes que asisten a una cafetería y la frecuencia mensual. El precio de venta proyectado se determina en base al promedio de consumo por cliente L.150.00 y el promedio de inflación que resulta en 5.39%.

El 48% suele gastar entre L.100 a L.200 y 31% entre L.200 a L.500.



**Figura 99 Gasto que hacen los clientes en una cafetería**

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 25 Proyección de ventas**

Proyeccion de Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Unidades vendidas	15,792	16,029	16,269	16,513	16,761	Para el incremento interanual en la demansa se considera el crecimiento demografico en SPS de <b>1.5%</b>
Precio Promedio	150.00	158.09	166.61	175.59	185.05	Para el incremento en los precio se determina el promedio de inflacion en los ultimos 6 años que resulta de <b>5.39%</b>
<b>Total Ventas</b>	<b>2,368,800</b>	<b>2,533,925</b>	<b>2,710,562</b>	<b>2,899,511</b>	<b>3,101,631</b>	

Fuente: Elaboración propia

## **4.8. ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.8.1. ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES**

En este apartado se detallará el estudio de producción y operaciones mediante el diseño del producto y servicio, instalaciones de producción, planificación de la producción y organizacional. El estudio de producción y operaciones es esencial para comprender la viabilidad y el funcionamiento eficiente de Riscatto Coffee Shop. La gestión de la producción y operaciones en una cafetería no solo implica servir café, sino también mantener la calidad del producto, gestionar adecuadamente los insumos, optimizar los procesos de atención al cliente y garantizar la rentabilidad. Toda la información recopilada en este estudio será importante para llevar a cabo el estudio financiero.

#### **4.8.1.1. DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO**

Según Schroeder (2005), el diseño de nuevos productos o servicios se convierte en una tarea de gran relevancia. La creación de un producto nuevo involucra la toma de decisiones que impactan en todas las áreas de toma de decisiones operativas. Dado que el diseño de un nuevo producto precede a la fase de producción y atributos que se desean incorporar en el producto.

En cuanto al diseño del servicio, se refiere a una técnica que eleva la calidad de tus servicios al agregar un valor adicional. Consiste en dar estructura y cohesión a tus servicios, con el fin de proporcionar una experiencia positiva a tus clientes. Implica la planificación detallada de cada

componente, la optimización de procesos para no pasar por alto ningún detalle y garantizar que tu cliente reciba la mejor atención posible (Falcón, 2016).

Al ser Riscatto Coffee Shop una cafetería, se presenta en el diseño tanto servicio como producto, el servicio se relaciona con la atención brindada por el personal a los clientes, lo que en términos generales abarca la cortesía y el esfuerzo para crear un ambiente acogedor durante la visita del cliente. Y el producto incluye aspectos como la oferta gastronómica y la decoración del establecimiento. Esta se refiere a la variedad de platos que se ofrecen y que pueden ser observados y degustados por los clientes.

#### **4.8.1.1.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

El diseño del servicio en una cafetería es un elemento crítico en el estudio de producción y operaciones. Para brindar un servicio de alta calidad, es fundamental considerar la disposición del espacio y la eficiencia del flujo de trabajo. La distribución de mesas y asientos debe ser óptima para maximizar la capacidad y garantizar la comodidad de los clientes. Además, la disposición de la barra de café y el área de preparación debe ser lógica y eficiente para minimizar tiempos de espera y optimizar la productividad del personal. La elección de mobiliario y decoración también desempeña un papel clave en la creación de un ambiente atractivo y acogedor. En este sentido, la iluminación, la música de fondo y la elección de colores son aspectos cruciales del diseño del servicio en una cafetería. Un diseño cuidadosamente planificado contribuye en gran medida a la experiencia global del cliente y a la eficiencia operativa del establecimiento.

Las características de un servicio de cafetería son fundamentales para brindar una experiencia agradable a los clientes. En primer lugar, la calidad del café es de suma importancia, asegurando una selección de granos frescos y una preparación experta. Además, la amabilidad y la eficiencia del personal son esenciales para crear un ambiente acogedor y satisfactorio. La comodidad del entorno, con asientos cómodos y una decoración atractiva, también juega un papel importante. Estas características en conjunto hacen que una cafetería sea un lugar atractivo para los amantes del café y los visitantes en busca de un lugar acogedor para relajarse y disfrutar de una buena taza de café. A continuación, se detallará las características de cada área que contendrá la cafetería Riscatto Coffee Shop:

### *ÁREA SOCIAL DE AMIGOS*

El área social de amigos en una cafetería es un espacio especialmente diseñado para fomentar la interacción y la comodidad de los clientes que desean reunirse y disfrutar de momentos juntos. En Riscatto Coffee Shop, el mobiliario será acogedor y versátil, con una combinación de sofás, sillas y mesas de diferentes tamaños para acomodar grupos de distintos tamaños. Esa área contendrá iluminación suave y cálida, para crear un ambiente relajante, con música de los 80" y decoración según temática. Contará con acceso a enchufes eléctricos para cargar dispositivos electrónicos y se ofrecerá conexión Wi-Fi confiables. En definitiva, un área social de amigos en una cafetería está diseñada para crear un ambiente propicio para la conversación, la relajación y la diversión, lo que la convierte en un lugar ideal para reunirse y disfrutar de momentos inolvidables con amigos.

### *ÁREA BUSINESS*

El área de negocios, o "Business lounge," en una cafetería es un espacio especialmente diseñado para atender a profesionales y empresarios que buscan un entorno cómodo y funcional para llevar a cabo reuniones de trabajo, conferencias telefónicas o simplemente para trabajar de manera eficiente fuera de la oficina. En este espacio Riscatto Coffee Shop, estará equipado con mesas amplias y sillas cómodas y sillones, además, se les dará conexión Wi-Fi de alta velocidad, acceso a enchufes eléctricos, y áreas de carga para dispositivos electrónicos. La privacidad y la tranquilidad son clave en un área de negocios, por lo que la insonorización y la separación física de otras áreas de la cafetería son consideraciones importantes. En conjunto, estas características hacen que el área de negocios de una cafetería sea un espacio productivo y cómodo para profesionales que buscan una experiencia de trabajo de calidad mientras disfrutan de café y opciones de comida.

### *ÁREA FAMILIAR*

El área familiar de Riscatto Coffee Shop, está meticulosamente diseñada para crear un ambiente acogedor y cómodo que invite a las familias a disfrutar de su tiempo junto. Contará con una distribución de espacio abierto y amplio, con mesas y sillas diseñadas para acomodar a familias de diferentes tamaños. Además, la iluminación será cálida y agradable, contribuyendo a una

atmósfera familiar con música retro de los 80". También el baño de mujeres, tendrá un cambia pañales. Se tendrá 2 tronas para sentar a bebés. Así mismo se mantendrán juegos de mesa para los que deseen disfrutar un momento familiar, juegos como monopoly, jenga, uno, etc. Un área familiar bien diseñada se convierte en un espacio donde las familias pueden disfrutar de momentos de calidad juntas, lo que contribuye a la reputación de la cafetería como un lugar acogedor y familiar para todos los miembros de la comunidad.

### *ÁREA AL AIRE LIBRE*

Riscatto Coffee Shop, contará con un área al aire libre, un espacio que aprovecha la belleza y la frescura del entorno natural para ofrecer a los clientes una experiencia única. Contará con mesas y sillas al aire libre, a menudo bajo un toldo, para proporcionar sombra y protección contra las inclemencias del tiempo. La vegetación y la decoración cuidadosamente seleccionadas crearán un ambiente relajante y atractivo, mientras que la música Bossa Nova de los 80" se combina con los sonidos naturales para ofrecer una atmósfera tranquila. Este espacio es ideal para disfrutar de una taza de café, conversar con amigos o simplemente relajarse al aire libre. Además, es un espacio perfecto para pet-friendly, lo que permite a los dueños de mascotas disfrutar de la compañía de sus animales mientras disfrutan de su café. En conjunto, un área al aire libre en una cafetería ofrece un ambiente sereno y encantador que atrae a los amantes de la naturaleza y a quienes buscan un lugar tranquilo para disfrutar de su bebida y comida favorita.

### *PEDIDO DE LOS CLIENTES MEDIANTE QR*

Los clientes de Riscatto Coffee Shop, tomarán pedidos a través de una tablecard con código QR que enlaza al menú y App de la cafetería, siendo esto una característica innovadora que agiliza la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia del servicio. Al escanear el código QR con sus dispositivos móviles, los clientes acceden a la app y un menú digital interactivo que ofrece descripciones detalladas de los productos, opciones personalizables y precios actualizados en tiempo real. Una vez que los pedidos se realizan a través de la tablecard, el personal de la cafetería los recibe en la cocina, lo que agiliza la preparación y entrega de los alimentos y bebidas. Esta tecnología también facilita la división de cuentas, el seguimiento de pedidos y la gestión de preferencias dietéticas.

A continuación, en la siguiente figura 99 se encuentra el arte de lo que contiene la tablecard, para que los clientes accedan a la aplicación y menú, mediante el código QR:



**Figura 100 Tablecard con Código QR**

Fuente: Diseñadora de Riscatto Coffee Shop

### *SERVICIO DE MESERO*

Si bien es cierto, que la tecnología ayuda a la agilidad de los procesos de pedidos y entregas de los productos, existen clientes que prefieren a la antigua y trato personalizado, es decir entrega de menú en físico y que un mesero los atienda. Es por eso que en Riscatto Coffee Shop, la toma de pedidos y la entrega de productos a través de meseros son características esenciales que añaden un toque personal y un servicio de alta calidad a la experiencia del cliente. Los meseros son expertos en guiar a los comensales a través del menú, proporcionando recomendaciones y aclarando cualquier duda que puedan tener. Su presencia también permite a los clientes hacer preguntas específicas sobre ingredientes, alérgenos o personalizar sus pedidos de acuerdo a sus preferencias. Una vez que se toma el pedido, los meseros transmiten con precisión los detalles a la cocina y luego entregan los productos de manera amable y eficiente, asegurando que los platos y bebidas lleguen frescos y en su punto a la mesa. Los meseros también están disponibles para atender a las necesidades de los clientes durante su estancia, como proporcionar utensilios adicionales. En resumen, la interacción con meseros en una cafetería brinda un servicio personalizado que mejora la experiencia de los clientes y garantiza un alto nivel de satisfacción.

## AUTOSERVICIO Y PICK UP

Riscatto Coffee Shop, contara con el servicio de autoservicio y pick-up, ya que en una cafetería se caracteriza por ofrecer a los clientes una experiencia rápida y personalizada. Los clientes tienen la libertad de elegir sus productos desde una exhibición clara y bien organizada, que incluye opciones de café, bebidas, pasteles y bocadillos. Los pedidos se realizan de manera eficiente a través de sistemas de autoservicio o aplicaciones móviles, lo que permite a los clientes personalizar sus bebidas y alimentos según sus preferencias. El pago se realiza de manera sencilla en terminales de autoservicio o en línea, lo que agiliza el proceso. El servicio de pick-up permite a los clientes recoger sus pedidos en una ubicación designada en un plazo corto, evitando largas esperas. Esta modalidad combina la comodidad del autoservicio con la rapidez del pick-up, ofreciendo a los clientes una experiencia dinámica y eficiente en la cafetería.

Se muestra un arte sobre el servicio de Pick Up, en la figura 100, donde se detalla el número de teléfono donde hacer el pedido y redes sociales, para así poder realizar el pedido y tenerlo listo solo para entrega:



**Figura 101** Publicidad sobre servicio Pick Up

Fuente: Diseñadora de Riscatto Coffee Shop

## DELIVERY-PEDIDOS YA

En Riscatto Coffee Shop, se contará con delivery de Pedidos Ya, es decir que la cafetería formara parte de esta compañía, teniendo sus productos en esta aplicación y es ellos quienes lo llevaran a los clientes de la cafetería. El servicio de entrega a domicilio de una cafetería es una característica fundamental que amplía la accesibilidad y comodidad para sus clientes. Entre las características clave de este servicio se incluyen la puntualidad en la entrega, asegurando que los pedidos lleguen a tiempo y calientes. La disponibilidad de un menú variado que abarca desde bebidas como café y té hasta opciones de alimentos como pasteles y bocadillos, garantiza que los clientes tengan una amplia selección para elegir. La eficiencia en la gestión de pedidos y la facilidad de realizar pedidos en línea a través de aplicaciones o sitios web contribuyen a una experiencia sin complicaciones para los clientes. Además, la atención a la seguridad y la higiene en el proceso de entrega, especialmente en tiempos de pandemia, es crucial para la satisfacción del cliente. En resumen, el servicio de entrega de una cafetería se destaca por su conveniencia, variedad y calidad en la entrega de productos directamente en el hogar o en la oficina de los clientes.

En la figura 101, se muestra un arte en el cual se detalla que delivery es el que cuenta Riscatto Coffee Shop, este es Pedidos Ya:



**Figura 102 Delivery de Riscatto Coffee Shop**

Fuente: Diseñador de Riscatto Coffee Shop

#### 4.8.1.1.2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Las características del producto en una cafetería desempeñan un papel esencial en el diseño del servicio dentro del contexto de un estudio de producción y operaciones. La gama de productos ofrecidos debe ser amplia y adaptada a las preferencias de los clientes, incluyendo una variedad de tipos de café, desde espresso a bebidas más elaboradas. Además, la selección de pastelería, bocadillos y opciones de comida complementaria debe estar alineada con el perfil del cliente y el enfoque del negocio. La calidad de los ingredientes y la frescura son aspectos críticos para asegurar la satisfacción de los clientes. La presentación de los productos también juega un papel importante en el diseño del servicio, ya que una exhibición atractiva puede influir en las decisiones de compra de los clientes. En conjunto, estas características del producto son fundamentales para el éxito de una cafetería y deben integrarse de manera eficiente en el proceso de producción y operaciones para garantizar la consistencia y la satisfacción del cliente. A continuación, se presentará un menú con los detalles de algunos productos que se ofrecerá en Riscatto Coffee Shop:

Se detalla a continuación en la figura 102 el menú de Riscatto Coffee Shop, en el cual contiene que bebidas calientes, bebidas frías, Smoothie, desayunos, entre otras de algunas de las cosas que venderá Riscatto Coffee Shop:

**Riscatto CoffeeShop Menú**

**BEBIDAS CALIENTES**

- Machiatto 4onz
- Espresso 2onz
- 8 onz. 12 onz.**
- Americano
- Cappuccino/Latte
- Mocha
- Espresso Doble
- Caramel Mocha Mello
- Oreo Coffee
- Chocolate
- Chai
- Matcha
- Tisana
- Cappuccino/Latte Descaf

**BEBIDAS FRIAS**

- Ice Coffee
- Granita de café
- Ice Latte
- Ice Caramel Latte
- Ice Mocca Latte
- Frappé
- Mocca Oreo Supreme
- Nutella Coffee Latte
- Chai Frozen/Iced
- Matcha Ice/Frozen
- Té frio de la casa
- Tisana

**EXTRA BEBIDAS**

- Leche Entera
- Leche (descremada, deslactosada, light)
- Leche de almendra
- Leche Soya / Saborizantes

**OTRAS BEBIDAS**

- Refrescos de Botella Grande
- Refresco Light
- Refresco de botella Pequeño
- Limonada
- Jugo De Naranja
- Jugo de Mora
- Jugo de maracuyá
- Agua
- Té frio
- Té de la casa

**POSTRES (Porción)**

- Cheesecake Fresa
- Cheesecake Especial
- Torta zanahoria
- Waffles

**DESAYUNOS TRADICIONALES**

- Baleadas Sencilla / Con huevo / Con huevo y aguacate
- Burritas (la orden de 2) Sencilla / Con Huevo o Aguacate/ Con Todo
- Cringas de jamón y quesillo (la orden de 2)
- Sandwich Jamón y queso
- Sandwich Tradicional
- Sandwich Pasta de Pollo
- Sandwich Mix
- Panini Catracho
- Panini Tradicional

**SMOOTHIES**

- Smoothie con agua + una fruta
- Sandía / Melón / Maracuyá / Mora / Piña
- Papaya / Fresa / Mango / Uva / Kiwi
- Smoothie con agua mix
- Limón con Menta / Fresa con Kiwi
- Fresa con Mango / Limón con Fresa
- Smoothie con leche mix
- Banano con Oreo / Fresa con Oreo
- Cereal con Banano / Fresa con Banano
- Cereal con Cacao / Banano con Avena
- Banano con Granola

**SERVICIO PICK UP**

9731-17-19

**PLATANOS:**

- Plátano Mix (SOLO) Con Huevo
- Plátano Mix (COMBO) con huevo

**Nota:** Bebidas con fresa, uva y piña, tiene un costo mínimo adicional

Figura 103 Menú de Riscatto Coffee Shop

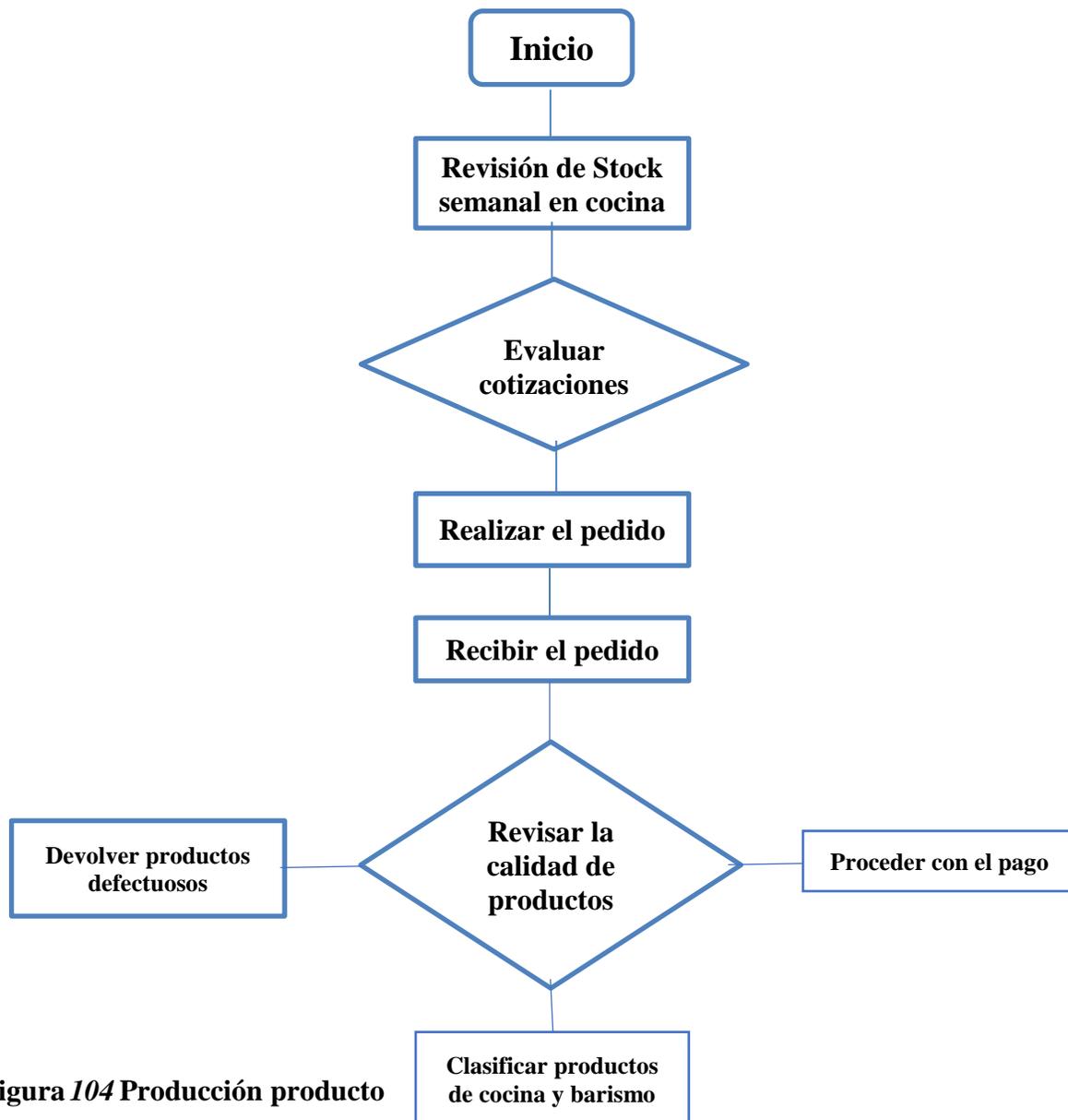
Fuente: Diseñadora de Riscatto Coffee Shop

#### 4.8.1.2. DISEÑO DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTO

Riscatto Coffee Shop llevará a cabo las siguientes etapas en su proceso de producción:

- Adquisición de materias primas e ingredientes para la cafetería.
- Ofrecimiento de servicios que incluyen la preparación de alimentos y bebidas, así como la provisión de espacios de trabajo y recreación.

Para gestionar la adquisición de materias primas e ingredientes, se llevarán a cabo las siguientes actividades, en la cual se reflejará mediante el siguiente diagrama de proceso:



**Figura 104** Producción producto

Fuente: Elaboración propia

Se explica a continuación el flujograma detallado anteriormente:

1. Realizar una inspección semanal de la cocina para revisar el nivel de existencias de productos e ingredientes. En caso de necesitar un reabastecimiento urgente, se procederá a visitar el supermercado más cercano o contactar a los proveedores para solicitar cotizaciones de los productos.
2. Evaluar cuidadosamente las cotizaciones de los productos para determinar si los precios ofrecidos son competitivos en términos de calidad y costos más bajos.
3. Realice el pedido de los productos necesarios al proveedor.
4. Al recibir la entrega de productos por parte del proveedor en el local, se llevará a cabo una inspección para verificar tanto la calidad como la cantidad de las materias primas e ingredientes. En caso de que no cumplan con los estándares requeridos, serán devueltos.
5. Proceder al pago de las facturas correspondientes.
6. Una vez que se haya completado el proceso, se desempacarán y clasificarán los productos para su almacenamiento en la cocina y barismo. Se prestará especial atención a la cadena de frío de cada producto y se asegurará una rotación semanal adecuada para minimizar el desperdicio.

**Tabla 26 Procedimiento para la Preparación de Comida y Bebidas**

Actividad	Descripción
1. Registro de Pedido	Al recibir la orden, se identifica el tipo de preparación necesario para la bebida y/o comida.
2. Selección de Ingredientes	Seleccionar los ingredientes requeridos para la elaboración de la bebida y/o comida.
3. Proceso de Elaboración	Procesar los ingredientes para la obtención de la bebida, ya sea fría o caliente. Así como el aplicar el método de cocción de acuerdo al menú elegido.
4. Llenado y Decoración	Llenar el recipiente con la bebida preparada y, si es necesario, decorarla. En cuando a los alimentos, distribuir los alimentos de manera armoniosa y proporcional en el plato.

5. Despacho	Colocar el pedido en la barra para su servicio o entregar en la mesa.
-------------	---

Fuente: Elaboración Propia

Los insumos son materias primas fundamentales en la fabricación de cualquier producto en términos generales. Cuando se mencionan los insumos, es frecuente hacer referencia a las cadenas de producción, ya que están intrínsecamente ligados a ellas. La calidad y la disponibilidad de estas materias primas son factores determinantes para lograr un producto que satisfaga las expectativas de los clientes. La principal materia prima de Riscatto Coffee Shop es el café en grano en presentación de 5lbs, el cual será proporcionado por el proveedor Pasión Coffee, teniendo un costo de Lps 632.50.

A continuación, se presenta, por medio de las 3 tablas siguientes, algunos ejemplos de insumos, materias primas y materiales que se necesitan en cocina y barismo para Riscatto Coffee Shop:

**Tabla 27 Materia prima de barismo**

Insumo	Contenido	Costo
Café	LBS	Lps 632.50
Leche Entera	LTS	Lps 39.00
Leche Almendra	LTS	Lps 145.95
Leche descremada y deslactosada	LTS	Lps 42.00
Leche de Soya	LTS	Lps 135.95
Azúcar	LBS	Lps 55.00
Canela	BOTE	Lps 178.00
Azúcar morena	LBS	Lps 56.00
Crema Chantilly	BOTELLA	Lps 122.00
Saborizantes	BOTELLA	Lps 220.00
Agua	BOTELLON	Lps 30.00
Frutas (Kiwi, bananos, papaya, piña, sandía, mangos, calabaza, mora, maracuyá, manzana, fresas, melón, guayaba, uvas)	LBS	Lps 800.00
Chocolate en polvo	SOBRES	Lps 100.00

Chocolate en liquido	BOTELLA	Lps 115.00
Pulpa y jarabes	BOLSAS	Lps 55.00
Sobres de té	SOBRES	Lps 270.00
Cacao en polvo	SOBRES	Lps 129.00
Cereal	CAJA	Lps 105.00
Granola	BOLSAS	Lps 77.90
Galletas simples y oreos	PAQUETES	Lps 91.00
Tisanas	BOLSAS	Lps 350
Saborizante monín	BOTELLA	Lps 224.25
Nutella	BOTE	Lps 305.90
Mermelada	BOTE	Lps 166.90
Miel	BOTE	Lps 187.90
Cacahuete	BOTE	Lps 200.95
Cheesecake de fresa	PASTEL	Lps 500.00
Chai	BOTE	Lps 589.00
Torta Zanahoria	PASTEL	Lps 550.00
Fran de queso	PASTEL	Lps 450.00
Pastel de chocolate alemán	PASTEL	Lps 500.00
Cheesecake pecanas (Keto)	PASTEL	Lps 600.00
Cheesecake frutos rojos (Keto)	PASTEL	Lps 650.00
<b>TOTAL</b>		<b>Lps 8,674.20</b>

Fuente: Elaboración Propia

Ahora se detallará la tabla de materiales de barismo:

**Tabla 28 Materiales de barismo**

Materiales	Contenido	Costo
Bolsas de papel Kraft	BOLSAS	Lps 569.25
Removedor/Mezclador plástico	PAQUETE	Lps 74.75
Azúcar	SOBRES	Lps 392.00

Servilletas	PAQUETE	Lps 104.00
Pajillas	PAQUETE	Lps 989.00
Aislante para vasos de cartón	PAQUETE	Lps 74.75
Portavasos	PAQUETE	Lps 596.00
Vaso de cartón 8 onzas	PAQUETE	Lps 1,722.70
Tapadera domo negra 8 onzas	PAQUETE	Lps 931.50
Vaso de cartón 12 onzas	PAQUETE	Lps 2,075.75
Vaso transparente para granita 10 onzas	PAQUETE	Lps 1,523.75
Vaso transparente para granita 12 onzas	PAQUETE	Lps 1,627.25
Tapadera plana para granita	PAQUETE	Lps 664.70
Tapadera domo para granita	PAQUETE	Lps 810.75
Empaque plástico para postre cuadrado	PAQUETE	Lps 747.50
Empaque plástico para postre triangular	PAQUETE	Lps 667.00
Cucharas	PAQUETE	Lps 25.00
Bolsas plásticas	PAQUETE	Lps 172.00
Bolsas 7x14	PAQUETE	Lps 30.00
Azúcar Splenda	SOBRES	Lps 843.00
Azúcar morena	SOBRES	Lps 432.00
<b>TOTAL</b>		<b>Lps 15,072.65</b>

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente se detalla la tabla de materia prima de cocina:

**Tabla 29 Materia prima de Cocina**

Insumo	Contenido	Costo
Huevos	CARTÓN	Lps 105.00
Frijoles	LBS	Lps 67.00
Mantequilla	LBS	Lps 50.00
Queso	LBS	Lps 69.00
Pan baguete	BOLSA	Lps 37.00

Pan molde normal e integral	BOLSA	Lps 60.00
Agua	BOTELLON	Lps 30.00
Verduras (Lechuga, tomate, Repollo, aguacates, cebolla, plátano maduro)	LBS	Lps 250.00
Jamón	PAQUETE	Lps 54.00
Hot Dog	PAQUETE	Lps 58.90
Tocino	PAQUETE	Lps 67.90
Pollo alitas y deshuesado	LBS	Lps 5,500.00
Mayonesa	BOTE	Lps 318.00
Sal	BOLSA	Lps 7.00
Mostaza	BOTE	Lps 198.05
Papas	LBS	Lps 190.00
Sazonador	BOTE	Lps 252.00
Condimentos	BOTE	Lps 122.00
Empanizador	BOTE	Lps 58.00
Kétchup	SOBRES	Lps 600.00
Bandejas	PAQUETE	Lps 150.00
Tortillas	PAQUETE	Lps 200.00
Harina para panqueques	BOLSA	Lps 299.00
Queso Cheddar	PAQUETE	Lps 59.90
Harina para baleadas	PAQUETE	Lps 57.90
Queso Mozzarella	PAQUETE	Lps 99.90
Aderezos (Honey Mustard, Buffalo y Barbacoa)	BOTE	Lps 224.00
Queso derretido	BOTE	Lps 275.00
Gorros para pelo (cocineros)	PAQUETE	Lps 224.00
Bolsa para basura	PAQUETE	Lps 222.00
Papel Aluminio	PAQUETE	Lps 496.00
Copitas y tapaderas para salsa	PAQUETE	Lps 2,220.00
	<b>TOTAL</b>	<b>Lps 12,621.55</b>

Fuente: Elaboración propia

Para administrar la prestación de servicios que abarcan la elaboración de comidas y bebidas, así como la disponibilidad de áreas para trabajar y descansar y con el fin de ofrecer a los clientes una experiencia sobresaliente, es esencial establecer un enfoque que abarque desde el momento inicial de interacción con el cliente hasta la culminación del servicio. A continuación, se presentará el plan de servicio diseñado para su implementación en Riscatto Coffee Shop:

1. Inicialmente, el cliente solicita su pedido a través de la tablecard donde se encuentra el código QR que lo direcciona a la App y Menú.
2. Luego, el cajero toma la orden, genera la factura y realiza el cobro correspondiente.
3. El cliente procede a efectuar el pago de su pedido.
4. Posteriormente, el barista se encarga de preparar y entregar el pedido, asegurándose de revisar la factura. En caso de ser necesario, el cajero brindará apoyo al barista en la cocina.
5. Finalmente, el mesero entrega el pedido al cliente en su mesa.

#### **4.8.2. INSTALACIONES Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN**

Es esencial disponer de las instalaciones apropiadas para Riscatto Coffee Shop. Para empresas, independientemente de su tamaño, y especialmente en el caso de una cafetería, la ubicación juega un papel fundamental. La ubicación comercial no solo impacta los gastos y ganancias de una cafetería, sino que también influye en su capacidad para atender a los clientes de manera eficaz.

##### **4.8.2.1. LOCALIZACIÓN E INSTALACIONES**

La elección apropiada de la ubicación para establecer la cafetería ampliará las posibilidades de lograr resultados positivos en el proyecto, mientras que un error en la elección de la ubicación no puede corregirse y conlleva costos significativos. La ubicación y las instalaciones desempeñan un papel crucial en el éxito de Riscatto Coffee Shop. El local debe situarse en un área con un flujo constante de personas que estén en busca de un entorno agradable para disfrutar de una taza de café.

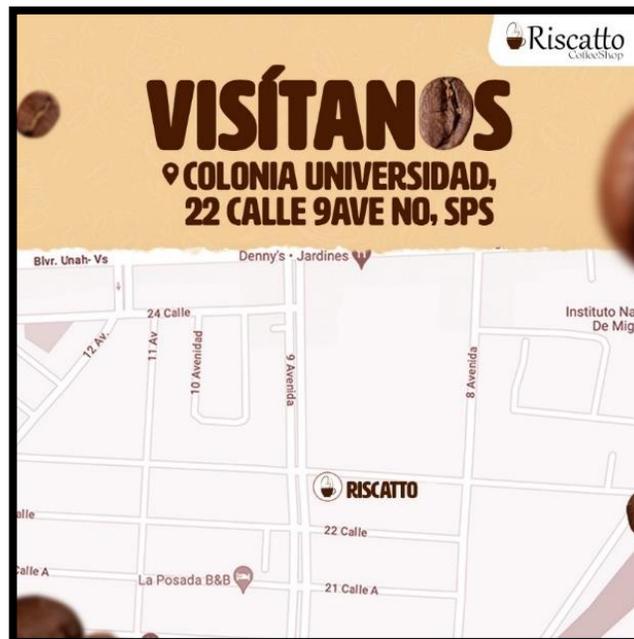
En la siguiente figura 104 se encuentra el mapa de Honduras y al lado derecho el de la ciudad de San Pedro Sula. Esto representa la macro localización del proyecto.



**Figura 105** Macro localización

Fuente: Google Maps

Posteriormente, en la Figura 105 se puede observar la micro localización dónde se encontrará Riscatto Coffee Shop, será en Colonia Universidad, 22 calle 9 ave NO, San Pedro Sula, Cortés.



**Figura 106** Micro localización

Fuente: Google Maps

Riscatto Coffee Shop estará en una ubicación muy estratégica, ya que a su alrededor están 2 grandes universidades, Ceutec y Unah-Vs, así mismo es una zona muy comercial, donde se encuentran varios restaurantes, apartamentos y casas, también tiene cerca un centro comercial, bancos y parada de buses, taxis, etc.

En la figura 106 se puede visualizar la estructura interna del establecimiento donde se instalará Riscatto Coffee Shop.



**Figura 107 Estructura interna del establecimiento**

Fuente: Diseño de Arquitecta de Riscatto Coffee Shop

Para la figura 107 se visualiza la estructura y diseño del área social de amigos del establecimiento de Riscatto Coffee Shop.



**Figura 108 Estructura y diseño del área social de amigos**

Fuente: Diseño de Arquitecta de Riscatto Coffee Shop

Ahora en la figura 108 se muestra la estructura y diseño del área Business del establecimiento de Riscatto Coffee Shop.



**Figura 109** Estructura y diseño del área Business

Fuente: Diseño de Arquitecta de Riscatto Coffee Shop

En cuanto a la figura 109 se muestra la estructura y diseño del área familiar del establecimiento de Riscatto Coffee Shop.



**Figura 110** Estructura y diseño del área Familiar

Fuente: Diseño de Arquitecta de Riscatto Coffee Shop

Finalmente, en la figura 110 se visualiza la estructura y diseño del área exterior del establecimiento de Riscatto Coffee Shop, para personas que gustan estar al aire libre.



**Figura 111 Estructura y diseño exterior**

Fuente: Diseño de Arquitecta de Riscatto Coffee Shop

En la zona interior del establecimiento, donde los clientes disfrutarán de los productos, se dispondrá de mobiliario compuesto por una mezcla de muebles de madera con sillas individuales y sofás. Habrá 11 conjuntos de muebles en la parte interior y 4 en la parte exterior, que ofrecen espacios para un total de 50 personas en el local. Además, el lugar estará equipado con 3 aire acondicionado y 2 baños separados para mujeres y hombres.

En cuanto al área de cafetería, se trata de una zona de estilo similar a un bar, donde se ubicará todo el equipo necesario para la preparación de café, la toma de pedidos y la entrega de las bebidas. Esto permitirá a los clientes disfrutar del agradable aroma del café mientras se lleva a cabo este proceso. La decoración y ambiente será temático según sea necesario para cumpleaños, reuniones de trabajo, aniversarios, baby shower, etc. Así misma decoración de los 80'' en cierta hora del día para poder tener momento de compartir con los amigos, familias, etc.

### 4.8.3. PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

La planificación de la producción involucra una serie de planes y medidas sistemáticas diseñadas para gestionar la producción, teniendo en cuenta aspectos como la cantidad, el momento, la ubicación y el coste. Con su infraestructura meticulosamente diseñada, Riscatto Coffee Shop tiene como objetivo proporcionar a sus clientes un entorno acogedor. Esto implica la necesidad de adquirir mobiliario y equipo tanto para la cocina, el área de preparación de bebidas (barismo), así como para el área de caja.

#### 4.8.3.1. TAMAÑO

Riscatto Coffee Shop ocupará un espacio de 105 metros cuadrados en una sola planta, con secciones dedicadas a cocina, el mostrador/caja junto a barismo, la zona Business, área social, área familiar, 2 baños (1 para mujeres y 1 para hombres), autoservicio, área exterior al aire libre y 25 parqueos. Estas áreas están diseñadas para acomodar las necesidades de una capacidad máxima de 50 personas.

El local de Riscatto Coffee Shop será rentado, el cual tiene un costo mensual de \$. 1,450 al cambio del día en lempiras ya que estará ubicado en la plaza Gold Team. Se detalla la distribución que tendrá cada área: ambos baños (1 de hombre y 1 de mujer) serán de 6 m<sup>2</sup>. El área de cocina 20 m<sup>2</sup>, barismo y mostrador/caja tendrá 9 m<sup>2</sup>, el área Business con 20 m<sup>2</sup>, el área social 20 m<sup>2</sup>, en cuanto al área familiar 20 m<sup>2</sup> y el área exterior (al aire libre) 12 m<sup>2</sup>.

#### 4.8.3.2. MOBILIARIO

Se detalla a continuación, el mobiliario y muebles de interior y exterior requeridos para amueblar la cafetería Riscatto Coffee Shop:

**Tabla 30 Mobiliario y Enseres**

Descripción	Cantidad	Precio Total
<b>Mesas Rectangulares</b>	4	Lps 10,800.00
<b>Mesas circulares de exterior</b>	2	Lps 3,641.00
<b>Mesa circular</b>	1	Lps 4,400.00
<b>Muebles cuadrados</b>	4	Lps 5,760.00
<b>Muebles largos</b>	4	Lps 7,600.00

<b>Muebles altos</b>	2	Lps 2,200.00
<b>Sillas blancas</b>	4	Lps 6,600.00
<b>Sillas blancas de exterior</b>	4	Lps 4,981.00
<b>Sillas negras</b>	7	Lps 8,600.00
<b>Mesa aérea y 2 bancos</b>	1	Lps 6,100.00
<b>Mueble alto (barra)</b>	1	Lps 7,300.00
<b>Sillas altas de barra</b>	3	Lps 5,797.00
<b>TOTAL</b>		<b>Lps 73,779.00</b>

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detalla el equipo, los muebles y utensilios de cocina, requeridos para establecer la cafetería Riscatto Coffee Shop:

**Tabla 31** Equipo y utensilios de cocina

Descripción	Cantidad	Precio Total
<b>Mesas de trabajo</b>	2	Lps 9,000.00
<b>Refrigeradora</b>	1	Lps 6,325.00
<b>Estufa de gas</b>	1	Lps 9,100.00
<b>Cilindro de gas</b>	3	Lps 2,100.00
<b>Freidora</b>	1	Lps 12,966.25
<b>Extractor de humo (Campana)</b>	1	Lps 36,500.00
<b>Congelador</b>	1	Lps 7,585.00
<b>Licuada</b>	1	Lps 6,500.00
<b>Microondas</b>	1	Lps 2,400.00
<b>Grill de Panini</b>	1	Lps 1,800.00
<b>Wafflera</b>	1	Lps 1,250.00
<b>Tabla de picar</b>	2	Lps 581.00
<b>Cuchillos grandes</b>	3	Lps 1,035.00
<b>Cucharones</b>	4	Lps 560.00
<b>Platos</b>	24	Lps 4,800.00

<b>Conjunto de tenedores, cuchillos y cucharas</b>	24	Lps 3,600.00
<b>Sartenes</b>	7	Lps 3,623.00
<b>Ollas</b>	4	Lps 2,323.00
	<b>TOTAL</b>	<b>Lps 112,048.25</b>

Fuente: Elaboración propia

También se detalla el equipo, los muebles y utensilios de barismo, que se necesitan para establecer la cafetería Riscatto Coffee Shop:

**Tabla 32 Equipo y utensilios de barismo**

Descripción	Cantidad	Precio
<b>Licuadaora</b>	2	Lps 12,000.00
<b>Congelador</b>	1	Lps 6,595.00
<b>Tabla de picar</b>	2	Lps 1,162.00
<b>Mueble de trabajo</b>	1	Lps 19,900.00
<b>Estante de vasos y sobres de azúcar y chocolate</b>	1	Lps 2,700.00
<b>Maquina Cappuccinera</b>	1	Lps 140,000.00
<b>Molino</b>	1	Lps 41,250.00
<b>Accesorios de barismo</b>	1	Lps 11,230.00
<b>Cuchillo para picar</b>	2	Lps 1,316.00
<b>Vasos</b>	24	Lps 1,460.00
<b>Platos de postre</b>	24	Lps 2,640.00
<b>Cucharas</b>	24	Lps 720.00
<b>Tazas con sus platitos</b>	24	Lps 1,161.00
<b>Azucareros</b>	10	Lps 534.00
	<b>TOTAL</b>	<b>Lps 242,668.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Ahora, se detalla insumos y utensilios de limpieza, que se necesitan para establecer la cafetería Riscatto Coffee Shop:

**Tabla 33 Insumos y utensilios de limpieza**

<i>Descripción</i>	Cantidad	Precio
<i>Escobas</i>	2	Lps 140.00
<i>Trapeadores</i>	2	Lps 400.00
<i>Recogedor de basura</i>	2	Lps 160.00
<i>Cubeta de limpieza</i>	1	Lps 95.00
<i>Paños de limpieza</i>	6	Lps 180.00
<i>Cloro</i>	1	Lps 25.00
<i>Ace</i>	1	Lps 180.00
<i>Azistín galón</i>	1	Lps 211.00
<i>Lysol</i>	2	Lps 604.00
<i>Ambientador con olor</i>	2	Lps 160.00
<i>Alcohol galón</i>	1	Lps 190.00
<i>Guantes de limpieza</i>	1	Lps 45.00
<i>Esponjas</i>	2	Lps 100.00
<i>Papel de cocina</i>	2	Lps 200.00
<i>Papel higiénico Jumbo</i>	2	Lps 316.00
<i>Cepillo de inodoro</i>	2	Lps 81.00
<i>Jabón líquido de manos galón</i>	1	Lps 100.00
<i>Limpiador de vidrios</i>	1	Lps 190.00
<b>TOTAL</b>		<b>Lps 3,377.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, se detalla el mobiliario y equipo de caja/oficina, que se necesitan para establecer la cafetería Riscatto Coffee Shop:

**Tabla 34 Mobiliario y equipo de caja/oficina**

Descripción	Cantidad	Precio
<b>Teléfono celular</b>	1	Lps 12,000.00
<b>Computadora</b>	2	Lps 33,000.00

<b>Caja registradora</b>	2	Lps 3,000.00
<b>Impresora</b>	1	Lps 4,350.00
<b>Calculadora</b>	2	Lps 400.00
<b>Mueble de mostrador</b>	1	Lps 27,300.00
<b>Silla</b>	2	Lps 600.00
<b>Cámaras</b>	2	Lps 2,490.00
<b>Basurero</b>	6	Lps 1,800.00
<b>Caja chica</b>	2	Lps 1,160.00
<b>Trituradora de papel</b>	1	Lps 250.00
<b>Grapadora</b>	2	Lps 320.00
<b>Paquete de papel carta</b>	2	Lps 400.00
<b>Paquete de Bolígrafos</b>	1	Lps 37.00
<b>Paquete de Lápices</b>	1	Lps 47.00
<b>Libretas</b>	3	Lps 360.00
<b>Paquete de Grapas</b>	2	Lps 73.50
<b>Paquete de Clips de papel</b>	2	Lps 44.00
<b>Cinta adhesiva</b>	1	Lps 46.00
<b>Carpetas de archivos</b>	1	Lps 1,470.00
<b>TOTAL</b>		<b>Lps 93,497.50</b>

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, se detalla el marketing y publicidad, que se necesitan para establecer la cafetería Riscatto Coffee Shop:

**Tabla 35 Marketing y publicidad**

Descripción	Cantidad	Precio
<b>Diseño de logotipo</b>	1	Lps 2,500.00
<b>Diseño de interior de la cafetería</b>	1	Lps 7,000.00
<b>Diseño de menú</b>	1	Lps 120.00
<b>Diseño de tarjetas de presentación</b>	1	Lps 80.00

<b>Diseño de rotulación</b>	1	Lps 3,500.00
<b>Publicidad en redes sociales (Facebook e Instagram)</b>	1	Lps 600.00
<b>Uniformes personalizados</b>	7	Lps 2,940.00
<b>Desarrollo de aplicación móvil</b>	1	Lps 25,000.00
<b>Manejo y diseños de artes para Instagram y Facebook</b>	1	Lps 4,000.00
<b>Diseño, impresión y araña de Banner</b>	1	Lps 1,380.00
<b>TOTAL</b>		<b>Lps 47,120.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, se muestra el cuadro de otros gastos, para establecer la cafetería Riscatto Coffee Shop:

**Tabla 36 Otros Gastos**

<b>Detalle</b>	<b>Gasto</b>
Compra de Aire Acondicionado	Lps 46,500.00
Energía	Lps 5,000.00
Agua	Lps 1,500.00
Renta Mensual	Lps 36,300.00
<b>TOTAL</b>	<b>Lps 89,300.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Estos componentes establecen un cimiento robusto que promueve la operación efectiva del negocio, fomenta el bienestar de los empleados y facilita una administración eficiente. La selección y el mantenimiento apropiados de estos elementos deben ser vistos como inversiones estratégicas destinadas a asegurar la excelencia en la prestación de servicios y la satisfacción tanto del personal interno como de la clientela externa.

#### **4.8.3.3. MANEJO DE INVENTARIOS**

La gestión del inventario es un aspecto crítico para el adecuado funcionamiento de una cafetería, ya que se relaciona con aspectos contables, procesos de compra, plazos de pago y manejo

de efectivo. El manejo de inventarios que se ha optado por utilizar para Riscatto Coffee Shop es el método FIFO para el control de inventario, el principio de "primero en entrar, primero en salir" se aplica principalmente a productos perecederos como alimentos que tienen una fecha de caducidad. Este enfoque es el método más comúnmente empleado para gestionar el inventario en tales casos. Dado que el objetivo es evitar el desperdicio, asegurando la oferta de alimentos en buen estado. Por otro lado, el inventario de suministros, ubicado en la cocina, constará de productos de consumo inmediato y de rotación rápida, por lo que se controlará semanalmente y se reabastecerá a partir del inventario de bodega.

#### **4.8.3.4. PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL**

En esta sección se describe el método y el procedimiento mediante el cual la cafetería Riscatto Coffee Shop, estructura a su personal y asigna las responsabilidades en todas las tareas que llevan a cabo en su rutina diaria. Esto puede tener tanto repercusiones desfavorables como favorables, dado que el recurso humano es de tal importancia que son los encargados de determinar las decisiones y pasos a seguir para alcanzar los objetivos de la cafetería.

La planificación organizacional es fundamental para alcanzar el éxito en cualquier proyecto de emprendimiento, y en el caso de una cafetería, esto no es una excepción. Este tipo de negocio requiere una planificación cuidadosa para asegurar un funcionamiento eficiente y satisfacer las necesidades de los clientes.

Dado que la estructura organizativa se basa en un emprendimiento, debe ser compacta pero eficaz, adaptándose a las necesidades específicas del negocio. En este contexto, la organización podría constar de un equipo central que incluye la gerencia general, responsable de tomar decisiones estratégicas y supervisar la operación en su conjunto. Además, se designaría un barista encargado de gestionar las bebidas, atender a los clientes y caja.

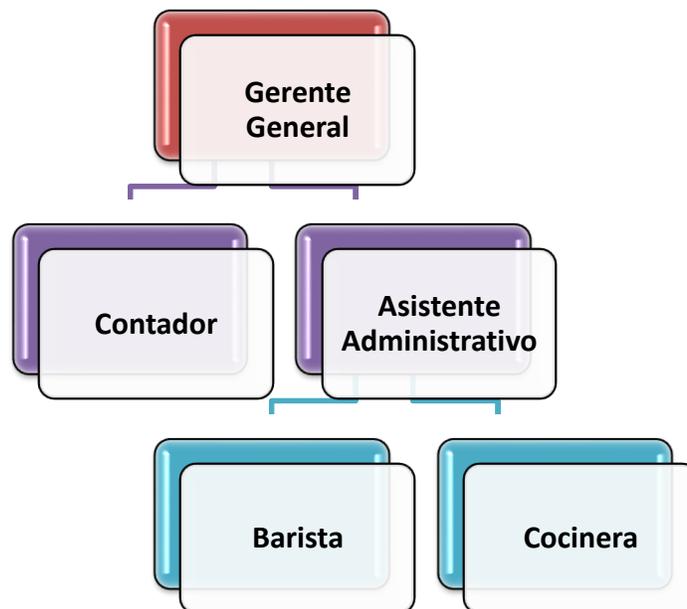
Por otra parte, se designaría a un profesional contable encargado de administrar los aspectos financieros y administrativos del negocio. Así como una cocinera que atienda los alimentos pedidos de los clientes y que pueda apoyar también en atender a los clientes. De ser una demanda mayor de clientes, se contratará una persona para mesero que atienda a los clientes y también caja y los pedidos de autoservicio.

#### 4.8.3.5. ORGANIZACIÓN HUMANA

Los recursos humanos engloban tanto a las personas que laboran en una empresa, la gestión de recursos humanos implica la creación y administración de programas diseñados para mejorar la eficacia de una organización o empresa. Comprende todo el espectro de establecer, gestionar y fomentar la relación entre empleadores y empleados.

En esta sección se ahonda en los cargos necesarios para un funcionamiento óptimo en los primeros pasos de la empresa. Se detallan los puestos, sus funciones, responsabilidades y los requisitos mínimos necesarios para llevar a cabo de manera exitosa las tareas operativas, comerciales y de gestión de la organización. A continuación, se muestra la estructura organizativa diseñada para la cafetería, que incluye un total de 7 puestos de trabajo, de los cuales 6 son empleados permanentes y 1 corresponde a un asesor externo. Además, se detallan las responsabilidades de cada uno de los trabajadores.

Riscatto Coffee Shop contará con el siguiente organigrama:



**Figura 112 Organigrama de Riscatto Coffee Shop**

Fuente: Elaboración propia

En la figura anterior se muestra el organigrama organizacional de Riscatto Coffee Shop. Para lograr el éxito de este negocio, es fundamental contar con un equipo idóneo para cada posición, capaz de desempeñar todas las tareas necesarias para llevar a cabo el proyecto de manera efectiva.

Este sistema organizativo compacto y claramente delimitado promueve una comunicación eficiente, facilita la toma de decisiones ágil y permite una supervisión efectiva de las operaciones. Además, al contar con un grupo de trabajo de tamaño reducido, se simplifica la coordinación y se fomenta un entorno laboral cercano y colaborativo.

Ahora bien, es importante mencionar los gastos de planilla con los empleados de la cafetería. El gasto de planilla de una cafetería hace referencia al costo total de los salarios y beneficios que la cafetería paga a sus empleados por sus servicios. Esto incluye los sueldos de los baristas, cocinero y cualquier otro personal que trabaje en la cafetería, así como los costos asociados con beneficios, décimo cuarto y tercer mes, IHSS, entre otros. La gestión eficiente de este gasto es esencial para el negocio, ya que puede influir en la rentabilidad de la cafetería y en la satisfacción de los empleados, lo que a su vez impacta en la calidad del servicio ofrecido. A continuación, se presenta un cuadro de gasto de planilla a 12 meses:

**Tabla 37 Gasto de Planilla**

Empleado	Sueldo Ordinario	Décimo Tercer Mes	Décimo Cuarto Mes	Anual a 14 Meses	RAP 4%	IHSS 2.5%
<b>Gerente General</b>	L 25,000.00	L 25,000.00	L 25,000.00	L 350,000.00	L 12,000.00	L 7,500.00
<b>Asistente Administrativo</b>	L 17,000.00	L 17,000.00	L 17,000.00	L 238,000.00	L 8,160.00	L 5,100.00
<b>Contador</b>	L 5,000.00	L 5,000.00	L 5,000.00	L 70,000.00	L 2,400.00	L 1,500.00
<b>Barista 1</b>	L 12,500.00	L 12,500.00	L 12,500.00	L 175,000.00	L 6,000.00	L 3,750.00
<b>Cocinero</b>	L 13,500.00	L 13,500.00	L 13,500.00	L 189,000.00	L 6,480.00	L 4,050.00
<b>Asistente de Cocina</b>	L 11,000.00	L 11,000.00	L 11,000.00	L 154,000.00	L 5,280.00	L 3,300.00
<b>Barista 2</b>	L 12,500.00	L 12,500.00	L 12,500.00	L 175,000.00	L 6,000.00	L 3,750.00
<b>TOTAL</b>				<b>L 1,351,000.00</b>	<b>L 46,320</b>	<b>L 28,950.00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.8.3.6. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

En esta sección se presentan los cargos y posiciones laborales necesarios para iniciar las operaciones de manera efectiva. Las descripciones de estos puestos deben ser completas, precisas y de fácil comprensión. Un descriptor de puestos es un documento que establece de manera clara los requisitos esenciales del trabajo, las tareas, las responsabilidades y las habilidades necesarias para desempeñar una función específica. Una descripción detallada del trabajo indicará cómo se evaluará el desempeño en ese rol, lo que será útil en futuras evaluaciones.

Todos los empleados de la organización, sin importar su nivel jerárquico, deben llevar un uniforme que incluya el logotipo y la marca comercial de la cafetería. A continuación, se detallan los roles de cada uno de los puestos en la cafetería:

**Tabla 38 Roles de los empleados de Riscatto Coffee Shop**

<b>CARGO</b>	<b>ROLES</b>
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"><li>- Administrador y supervisor de las operaciones de la cafetería</li><li>-Es quien toma las decisiones</li><li>- Asigna y coordina el recurso humano y asigna las actividades</li><li>-Realizar revisiones periódicas de los logros del equipo con el propósito de identificar áreas de mejora y corregir cualquier deficiencia, todo ello con el fin de optimizar los procesos y alcanzar los objetivos.</li><li>-Supervisión de compras</li><li>-Realizar auditorías garantizando el cumplimiento de la normativa.</li><li>-Mantenerse al día en los requerimientos y obligaciones tributarias.</li></ul>
Contador	<ul style="list-style-type: none"><li>-Gestionar los aspectos financieros y contables de la cafetería</li><li>-Cumplir con las obligaciones fiscales y regulatorias como pago de impuestos.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>-Coordinación con proveedores</li><li>-Cierre de Caja</li></ul>

Asistente gerencial	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Facturación</li> <li>-Supervisión y control de procesos</li> <li>-Manejo de Redes/Publicidad en general</li> <li>-Supervisar del personal (Barista y cocinera)</li> <li>-Control de calidad en la elaboración de productos</li> <li>-Coordinar la producción diaria</li> <li>-Supervisor de aseo y orden</li> <li>-Tomar decisiones cuando existan quejas o reclamos por parte de los clientes</li> </ul>
Barista	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Elaborar y servir las bebidas</li> <li>-Encargado del orden y limpieza del área de producción</li> <li>-Atención en mesas</li> <li>-Recoger bandejas y vajilla de mesas</li> <li>-Ordenar y guardar la materia prima</li> <li>- Memorizar el menú y dar recomendaciones, de tal manera que le permita al cliente sentirse en confianza.</li> <li>- Dar la bienvenida a los clientes, agradecer a los clientes por su visita e invitarlos a regresar.</li> <li>- Mantener el área de suministros abastecida</li> </ul>
Cocinera y asistente	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Entrega de lo solicitado en la barra</li> <li>-Preparación de los productos ofertados por la cafetería</li> <li>-Lista de compras</li> <li>-Garantizar que la maquinaria y los utensilios empleados en la cocina estén en óptimas condiciones para mantener la higiene y la organización necesaria durante la preparación de alimentos.</li> <li>-Supervisar el inventario de materia prima disponible para la confección de los productos.</li> <li>-Innovar en la creación de nuevos productos que cumplan con los estándares de calidad.</li> </ul>

	<p>-Encargarse del almacenamiento y conservación de productos frescos, así como de mantener su zona de trabajo en condiciones impecables.</p> <p>-Asumir la responsabilidad de mantener la calidad en la preparación de los productos.</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia

#### 4.8.3.7. PROVEEDORES

Los proveedores son esenciales en las cafeterías debido a que suministran los ingredientes, equipos y suministros necesarios para el funcionamiento diario del negocio. La calidad y confiabilidad de los proveedores influyen directamente en la calidad de los productos y servicios que ofrece la cafetería. Una buena relación con los proveedores puede garantizar la disponibilidad constante de insumos frescos y de alta calidad, lo que a su vez contribuye a la satisfacción de los clientes y al éxito a largo plazo del negocio. Además, trabajar de manera efectiva con los proveedores puede ayudar a mantener costos bajo control y a optimizar las operaciones de la cafetería. Por lo tanto, la gestión adecuada de proveedores es fundamental para el funcionamiento exitoso de una cafetería.

**Tabla 39 Proveedores**

Proveedor	Detalle
<b>Leyde y Sula</b>	Proporcionan la leche entera, deslactosada y descremada
<b>Passion Coffee</b>	Proporciona el café en grano de 5lb
<b>Pedidos ya</b>	El delivery con el que trabaja Riscatto Coffee Shop
<b>La Toscana</b>	Pan baguete
<b>Delicias las Marías</b>	Postres Normales
<b>Supermercado o Mercado</b>	Frutas y verduras
<b>Pepsi</b>	Refrescos
<b>Bac</b>	POS
<b>Dagas</b>	Gas
<b>Pollo Norteño</b>	Deditos de pollo, alitas y pechugas
<b>La Almendra</b>	Postres Keto
<b>Tina's Tastes</b>	Postres Vegano
<b>Mayab</b>	Insumos
<b>Suministros y Servicios Agroindustriales</b>	Maquina Cappuccinera y Molino
<b>El porvenir</b>	Plásticos (vasos de café, granitas, aislantes, pajillas, etc.)
<b>Crearte</b>	Menú, artes, rótulos

<b>Mobeq y fibro espacios</b>	Mesas y sillas
<b>Computer Supply</b>	Punto de venta
<b>Serproint</b>	Productos de limpieza
<b>Almacén el Canal</b>	Utensilios (vasos, platos, cuchillos, etc.)

Fuente: Elaboración propia

#### 4.9. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero está compuesto por la descripción de costos y gastos, así como el detalle de la inversión y el análisis de la evaluación económica, evaluación de sensibilidad y la presentación de estados financieros.

Bases y Supuestos:

1. El plan de inversión inicial será de L.1,477,496.97 del cual el 70% será fondos propios y el 30% financiamiento.
2. El monto del financiamiento será por L.439,235.00 a un plazo de 5 años y una tasa de interés del 12% con una cuota mensual de L.9,770.55
3. El costo de oportunidad de fondos propios es del 16.5%
4. El costo del capital promedio ponderado será del 14.3%
5. El cálculo depreciación será lineal a 5 años con un valor residual del 1%
6. La demanda proyectada se estima por 1.5% del crecimiento interanual de la población en San Pedro Sula y un 5.39% de inflación para la proyección de precios a 5 años.
7. El análisis financiero del proyecto será por 5 años
8. El Impuesto sobre la renta es del 25%
9. Los imprevistos en la inversión corresponden a un 5%.
10. La tasa interna de retorno (TIR) es del 24.36% y el valor actual neto (VAN) es de L. 373,873

#### 4.9.1. PLAN DE INVERSIÓN

La inversión inicial será por L.1, 477,496.97 y está comprendida en activos fijos por L.861,703.67, activos diferidos L.59, 020.00 y capital de trabajo L.556,773.30.

- Activos fijos corresponden a los insumos que serán necesarios para la implementación de la cafetería.
- Activo diferido Los activos diferidos están constituidos por los gastos en los que se incurrirá para la creación legal de la cafetería como permisos, certificados, publicidad y demás.
- El capital de trabajo es la suma de dinero requerida para poder operar sin inconvenientes o atrasos de pago en los primeros 3 meses.

**Tabla 40 Inversión**

Inversión Inicial (L)	Total (L)
Activos Fijos	861.703,67
Capital de Trabajo	556.773,30
Activo Diferido	59.020,00
<b>Total inversión inicial</b>	<b>1.477.496,97</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41 Plan de Inversión

**Plan de Inversiones**

<b>Inversión Inicial</b>	<b>Monto</b>	<b>Fondos Propios</b>	<b>Financiamiento</b>
<b><u>Activos Fijos</u></b>			
Maquinaria y Equipo	L 355.105,00		L 355.105,00
Equipo de Oficina	L 18.407,50		L 18.407,50
Menaje y Enseres	L 54.861,25		L 54.861,25
Muebles	L 135.769,00	L 124.907,48	L 10.861,52
Acondicionamiento del local	L 150.000,00	L 150.000,00	
	<b>L 714.142,75</b>	<b>L 274.907,48</b>	<b>L 439.235,27</b>
Imprevistos 5%	<b>L 147.560,92</b>	<b>L 147.560,92</b>	
<b>Subtotal</b>	<b>L 861.703,67</b>	<b>L 422.468,40</b>	<b>L 439.235,27</b>
<b><u>Capital de Trabajo</u></b>			
Costo de ventas (materia prima)	L 145.473,60		
Alquiler	L 435.600,00	L -	
Servicios Basicos (Agua, Luz, Internet)	L 102.000,00		
Publicidad	L 55.200,00		
Sueldos y Salarios	L1.351.000,00		
IHSS	L 46.320,00		
RAP	L 28.950,00		
Materiales de Limpieza	L 13.512,00		
Gastos financieros	L 49.037,60		
<b>Subtotal</b>	<b>L2.227.093,20</b>	L -	L -
Capital de trabajo Mensual	L 185.591,10		
Capital de trabajo 3 Meses	L 556.773,30	L 556.773,30	
<b><u>Activo Diferido</u></b>			
Gastos de Constitucion	L 8.000,00		
Permiso municipal	L 8.500,00		
	<b>L 16.500,00</b>		
Inversion Publicitaria	L 42.520,00		
<b>Subtotal</b>	<b>L 59.020,00</b>	<b>L 59.020,00</b>	<b>L -</b>
<b>Total Inversión</b>	<b>L1.477.496,97</b>	<b>L1.038.261,70</b>	<b>L 439.235,27</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.9.2. ESTRUCTURA DE CAPITAL (PLAN DE FINANCIAMIENTO)

La estructura del capital se compone proporcionalmente por un 30% de fondos financiados y un 70% por fondos propios.

**Tabla 42 Estructura de Capital**

<b>Estructura de Capital</b>		
<b>Fuente de Financiamiento</b>	<b>Aportación</b>	<b>Porcentaje</b>
Fondos Propios	L1.038.261,70	70%
Financiamiento	L 439.235	30%
<b>Total</b>	<b>L1.477.496,97</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

#### *PLAN DE FINANCIAMIENTO*

Para el plan de financiamiento se estableció la tasa activa de 12% Anual, por un monto de L.439,235 que corresponde al 30% de la inversión a un plazo de 5 años.

La cuota a pagar mensual será de L. 9,770.55 y Anual de L. 117,246.55.

#### 4.9.3. COSTO DE CAPITAL

Para el cálculo de costo de oportunidad de fondos propios se calcula determinando la prima de riesgo 10% más la tasa libre de riesgo de inversión, la cual es proporcionada por el Banco Central de Honduras y corresponde a 6.5%. A continuación, se presenta la composición del costo de oportunidad.

**Tabla 43 Costo de Oportunidad con Fondos propios**

<b>Costo de Oportunidad de Fondos Propios</b>	
<b>Rendimiento Esperado (Costo de Oportunidad) = k + r</b>	
Prima de Riesgo (r)	10.0%
Tasa de libre de Riesgo (f)	6.5%
<b>Total</b>	<b>16.5%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 44 Costo de Capital promedio ponderado**

<b>Costo de Capital Promedio Ponderado</b>					
<b>Fuente de Financiamiento</b>	<b>Aportación</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Costo de la Fuente</b>	<b>Esc. Fiscal</b>	<b>Ponderación</b>
Fondos Propios	L 1.038.261,70	70%	16,5%	0%	11,6%
Financiamiento	L 439.235	30%	12,0%	25%	2,7%
<b>Total</b>	<b>L 1.477.497</b>	<b>100%</b>			<b>14,3%</b>

(1-t) CCPP

Fuente: Elaboración propia

#### **4.9.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS**

La proyección de ingresos establecida para los próximos 5 años, considera el incremento interanual de la demanda en un 1.5% del crecimiento demográfico en San Pedro Sula y el precio de venta proyectado se calcula en base al promedio de consumo del cliente y el promedio de inflación de los últimos 6 años que resulta en 5.39%.

**Tabla 45 Presupuesto de ingresos**

<b>Proyeccion de Ventas</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	
Unidades vendidas	15.792	16.029	16.269	16.513	16.761	Para el incremento interanual en la demansa se considera el crecimiento demografico en SPS de <b>1.5%</b>
Precio Promedio	150,00	158,09	166,61	175,59	185,05	Para el incremento en los precio se determina el promedio de inflacion en los ultimos 6 años que resulta de <b>5.39%</b>
<b>Total Ventas</b>	<b>2.368.800</b>	<b>2.533.925</b>	<b>2.710.562</b>	<b>2.899.511</b>	<b>3.101.631</b>	

Fuente: Elaboración propia

#### 4.9.5. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS (SEPARA COSTOS FIJOS Y VARIABLES)

A continuación, se detalla de presupuesto de costos y gastos del proyecto con una proyección a cinco años. Se aprecia que los costos más significativos son los salarios de los empleados permanentes de la empresa, en segunda instancia los costos fijos renta de local.

**Tabla 46 Presupuesto de Costos y Gastos**

Projectado					
Descripción	1	2	3	4	5
Costo de ventas (materia prima)	L. 145,474				
Servicios Basicos (Agua, Luz, Internet)	L. 102,000				
Publicidad	L. 55,200				
Sueldos y Salarios	L. 1,351,000				
IHSS	L. 46,320				
RAP	L. 28,950				
Materiales de Limpieza	L. 13,512				
Gastos de Inauguración	L. 8,000	L. -	L. -	L. -	L. -
<b>Total Costos Y Gastos</b>	<b>L. 1,750,456</b>	<b>L. 1,742,456</b>	<b>L. 1,742,456</b>	<b>L. 1,742,456</b>	<b>L. 1,742,456</b>
Costos y Gastos con Inflacion	L. 1,750,456	L. 1,742,456	L. 1,742,456	L. 1,742,456	L. 1,742,456
COSTOS FIJOS ANUALES					
Alquiler	435,600.00	435,600.00	435,600.00	435,600.00	435,600.00
Depreciación y amortización es el mismo valor para los 5 años					
<b>Depreciación</b>	L. 70,311				
<b>Amortización de gastos de organización</b>	L. 11,804				

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 47 Salarios**

Salarios	Cantidad	Salarios	Aguinaldo	Catorceavo	Remuneración anual	RAP	IHSS
Gerente General	1	L25,000.00	L25,000.00	L25,000.00	L 350,000.00	L7,500.00	L12,000.00
Asistente Administrativo	1	L17,000.00	L17,000.00	L17,000.00	L 238,000.00	L5,100.00	L8,160.00
Contador	1	L5,000.00	L5,000.00	L5,000.00	L 70,000.00	L1,500.00	L2,400.00
Barista 1	1	L12,500.00	L12,500.00	L12,500.00	L 175,000.00	L3,750.00	L6,000.00
Cocinero	1	L13,500.00	L13,500.00	L13,500.00	L 189,000.00	L4,050.00	L6,480.00
Asistente de Cocina	1	L11,000.00	L11,000.00	L11,000.00	L 154,000.00	L3,300.00	L5,280.00
Barista 2	1	L12,500.00	L12,500.00	L12,500.00	L 175,000.00	L3,750.00	L6,000.00
<b>Total</b>		<b>L 96,500.0</b>	<b>L96,500.00</b>	<b>L96,500.00</b>	<b>L 1,351,000.00</b>	<b>L28,950.00</b>	<b>L46,320.00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.9.6. CUADRO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

La ley de impuesto sobre la renta y su reglamento define la Depreciación, como la distribución del valor de los Activos Fijos Tangibles con exclusión hecha de la tierra mediante la aplicación en cantidades periódicas de su costo, a cuentas de resultado, sobre la base del tiempo estimado de vida útil, a contar desde la fecha de adquisición y la Amortización como la distribución periódica del costo de los Activos Fijos Intangibles, mediante su aplicación a cuenta de resultados, durante la vida legal o estimada de los mismos a contar de la fecha de adquisición y utilización.

El valor de rescate, es el valor de un activo al final de su vida útil, después de contabilizar su depreciación total. Su cálculo se realiza por medio de la diferencia entre la depreciación anual, multiplicada por el número de años de depreciación, al costo de compra. Algunos de los activos tienen una vida útil mayor proyectado de cinco años, por lo que su valor de rescate es mayor al 1%.

A continuación, se presenta la depreciación y amortización de los activos usando el método de línea recta calculado para los 5 años.

**Tabla 48** Calculo de Depreciación

Calculo de Depreciación								
No.	Depreciación del Area	Total	Valor de Residual	Valor a Depreciar	Vida util	Depreciación Anual	Dep Acum	valor Rescate
1	Refrigeradora	L. 6,325.00	L. 63.25	L. 6,261.75	5	L. 1,252.35	L. 6,261.75	<b>L. 63.25</b>
2	Estufa de Gas	L. 9,100.00	L. 91.00	L. 9,009.00	5	L. 1,801.80	L. 9,009.00	<b>L. 91.00</b>
3	Extractor de humo	L. 36,500.00	L. 365.00	L. 36,135.00	5	L. 7,227.00	L. 36,135.00	<b>L. 365.00</b>
4	Congelador	L. 14,180.00	L. 141.80	L. 14,038.20	5	L. 2,807.64	L. 14,038.20	<b>L. 141.80</b>
5	Licuada	L. 18,500.00	L. 185.00	L. 18,315.00	5	L. 3,663.00	L. 18,315.00	<b>L. 185.00</b>
6	Microonda	L. 2,400.00	L. 24.00	L. 2,376.00	5	L. 475.20	L. 2,376.00	<b>L. 24.00</b>
7	Maquina Capuccinera	L. 140,000.00	L. 1,400.00	L. 138,600.00	5	L. 27,720.00	L. 138,600.00	<b>L. 1,400.00</b>
8	Molino	L. 41,250.00	L. 412.50	L. 40,837.50	5	L. 8,167.50	L. 40,837.50	<b>L. 412.50</b>
9	Computadora	L. 33,000.00	L. 330.00	L. 32,670.00	5	L. 6,534.00	L. 32,670.00	<b>L. 330.00</b>
10	Caja Registradora	L. 3,000.00	L. 30.00	L. 2,970.00	5	L. 594.00	L. 2,970.00	<b>L. 30.00</b>
11	Impresora	L. 4,350.00	L. 43.50	L. 4,306.50	5	L. 861.30	L. 4,306.50	<b>L. 43.50</b>
12	Aire Acondicionado	L. 46,500.00	L. 465.00	L. 46,035.00	5	L. 9,207.00	L. 46,035.00	<b>L. 465.00</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>L. 355,105.00</b>	<b>L. 3,551.05</b>	<b>L. 351,553.95</b>		<b>L. 70,310.79</b>	<b>L. 351,553.95</b>	<b>L. 3,551.05</b>
								<b>3,551.05</b>
								<b>Total de Rescate</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 49 Depreciación del área**

No.	Depreciación del Área	Total	Valor de Residual	Valor a Amortizar	Vida útil	Amortización Anual
1	Gasto Pre operativo	L. 59,020	L. -	L. 59,020	5	L. 11,804
	TOTAL	L. 59,020	L. -	L. 59,020		L. 11,804

Fuente: Elaboración propia

#### 4.9.7. PROGRAMA DE AMORTIZACION DE FINANCIAMIENTO

El proyecto tendrá un 30% de fondos financiados por valor de L.439,235.00 y un 70% por fondos propios equivalentes a L.1,038,261.70. Para los fondos financiados se aplicó una tasa de interés de 12% a un plazo de 5 años con una cuota nivelada mensual de L.9,770.55, equivalentes a L. 117,246.55 por cada año. El pago total de intereses del financiamiento asciende a L.146,997.49 y el capital total será de L.439,235. Es decir, que con la tasa de interés del 12%, el valor del financiamiento total en cinco años será de L.586,232.76.

**Tabla 50 Flujos de Financiamiento**

FLUJOS DE FINANCIAMIENTO						
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Gastos Financieros en ER	49.037,60	40.387,00	30.639,28	19.655,31	7.278,30	146.997,49
PAGOS A PRESTAMO	68.208,95	76.859,56	86.607,27	97.591,24	109.968,25	439.235,27
TOTAL FLUJOS de CAJA	117.246,55	117.246,55	117.246,55	117.246,55	117.246,55	586.232,76
<b>Prestamo</b>						
INICIAL	439.235,27	371.026,32	294.166,76	207.559,49	109.968,25	
Pago Año	68.208,95	76.859,56	86.607,27	97.591,24	109.968,25	
Saldo Final Balance	371.026,32	294.166,76	207.559,49	109.968,25	0,00	

Fuente: Elaboración propia

## 4.9.8. ESTADOS DE RESULTADOS

Tabla 51 Estados de resultados

PROYECTO ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE UN SERVICIO DIFERENCIA POR RISCATTO COFFEE SHOP

		<b>Estado de Resultados</b>				
Ventas Año 1	L	2.368.800,00				
Crecimiento de ventas x año (%)		1,5%				
Precio unitario Año 1	L	150,00				
Inflación anual (%)		5,4%				
Depreciación de los Equipos (años)		5				
Imp sobre la renta		25%				
Costo de Oportunidad rec propios		16,50%				
Tasa de interés financiamiento		12,0%				
CCPP		14,3%				
Plazo del Préstamo (años)		5				
Vida Útil del Proyecto		5				
Descripción	Ratio de Aumento	Proyectado				
	0	1	2	3	4	5
<b>Ingreso</b>		L 2.368.800	L 2.533.925	L 2.710.562	L 2.899.511	L 3.101.631
(-) Costo Variable		L 1.750.456	L 1.742.456	L 1.742.456	L 1.742.456	L 1.742.456
<b>Margen de Contribución</b>		L 618.344	L 791.470	L 968.106	L 1.157.055	L 1.359.176
(-) Costos y Gastos fijos		L 435.600	L 435.600	L 435.600	L 435.600	L 435.600
(-) Depreciaciones		L 70.311	L 70.311	L 70.311	L 70.311	L 70.311
(-) Amortización de GP		L 11.804	L 11.804	L 11.804	L 11.804	L 11.804
<b>Utilidad de Operación</b>		L 100.630	L 273.755	L 450.391	L 639.340	L 841.461
(-) Gasto Financiero		L 49.038	L 40.387	L 30.639	L 19.655	L 7.278
<b>Utilidad Antes de Impuesto</b>		L 51.592	L 233.368	L 419.752	L 619.685	L 834.183
(-) ISR	25%	L 12.898	L 58.342	L 104.938	L 154.921	L 208.546
(-) Aportación Solidaria	0%	L -	L -	L -	L -	L -
<b>Utilidad Neta</b>		L 38.694	L 175.026	L 314.814	L 464.764	L 625.637

Fuente: Elaboración propia

En la proyección del estado de resultado para el primer año muestra una utilidad de L.38,694.00 incrementando para el siguiente año 4.5 veces su utilidad.

Tabla 52 Estados de resultados proyectado

<b>Estado de Resultados Proyectado</b>						
Descripción	0	Proyectado				
		1	2	3	4	5
<b>Ventas</b>		L 2.368.800	L 2.533.925	L 2.710.562	L 2.899.511	L 3.101.631
(-) Costo Variable		L 1.750.456	L 1.742.456	L 1.742.456	L 1.742.456	L 1.742.456
<b>Margen de Contribución</b>		L 618.344	L 791.470	L 968.106	L 1.157.055	L 1.359.176
(-) Costos y Gastos fijos		L 435.600				
(-) Depreciaciones		L 70.311				
(-) Amortizaciones		L 11.804				
<b>Utilidad de Operación</b>		L 100.630	L 273.755	L 450.391	L 639.340	L 841.461
(-) Gasto Financiero		L 49.038	L 40.387	L 30.639	L 19.655	L 7.278
<b>Utilidad antes de Impuesto</b>		L 51.592	L 233.368	L 419.752	L 619.685	L 834.183
(-) ISR 25%		L 12.898	L 58.342	L 104.938	L 154.921	L 208.546
(-) Aportación Solidaria 5%		L -	L -	L -	L -	L -
<b>Utilidad Neta</b>		L 38.694	L 175.026	L 314.814	L 464.764	L 625.637

Fuente: Elaboración propia

#### 4.9.9. PRESUPUESTO DE EFECTIVO

Tabla 53 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
Descripción	0	Proyectado				
		1	2	3	4	5
Ingresos Por ventas	L 1.477.496,97	L 2.368.800	L 2.533.925	L 2.710.562	L 2.899.511	L 3.101.631
Inversiones en Activos fijos	L 861.703,67					
Inversiones en Capital de Trabajo						
Gastos de Constitución	L 59.020,00					
Materia Prima		L 145.473,60	L 145.473,60	L 145.473,60	L 145.473,60	L 145.473,60
Gastos Fijos		L 435.600,00	L 435.600,00	L 435.600,00	L 435.600,00	L 435.600,00
Salarios		L 1.351.000,00	L 1.351.000,00	L 1.351.000,00	L 1.351.000,00	L 1.351.000,00
IHSS	L -	L 46.320	L 46.320	L 46.320	L 46.320	L 46.320
RAP	L -	L 28.950	L 28.950	L 28.950	L 28.950	L 28.950
Agua, Luz e Internet		L 102.000,00	L 102.000,00	L 102.000,00	L 102.000,00	L 102.000,00
Publicidad		L 55.200,00	L 55.200,00	L 55.200,00	L 55.200,00	L 55.200,00
Gastos de inauguración		L 8.000,00	L -	L -	L -	L -
Pago de Impuestos		L 12.898,00	L 58.342,03	L 104.937,99	L 154.921,28	L 208.545,67
Material de Limpieza		L 13.512,00	L 13.512,00	L 13.512,00	L 13.512,00	L 13.512,00
Pago Intereses	L -	L 49.037,60	L 40.387,00	L 30.639,28	L 19.655,31	L 7.278,30
Pagos a Capital	L -	L 68.208,95	L 76.859,56	L 86.607,27	L 97.591,24	L 109.968,25
TOTAL EGRESOS	L 920.723,67	L 2.316.200,15	L 2.353.644,18	L 2.400.240,14	L 2.450.223,43	L 2.503.847,82
<b>Flujos Netos del Periodo</b>	<b>L 556.773,30</b>	<b>L 52.599,85</b>	<b>L 180.281,32</b>	<b>L 310.321,50</b>	<b>L 449.287,39</b>	<b>L 597.783,55</b>
Saldo Inicial	L -	L 556.773,30	L 609.373,15	L 789.654,46	L 1.099.975,96	L 1.549.263,35
<b>Saldo Final</b>	<b>L 556.773,30</b>	<b>L 609.373,15</b>	<b>L 789.654,46</b>	<b>L 1.099.975,96</b>	<b>L 1.549.263,35</b>	<b>L 2.147.046,90</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.9.10. BALANCE GENERAL

Tabla 54 Balance General proyectado

Balance General Proyectado		Proyectado				
Descripción	0	1	2	3	4	5
Efectivo	L 556.773,30	L 609.373,15	L 789.654,46	L 1.099.975,96	L 1.549.263,35	L 2.147.046,90
Inventario	L -	L -	L -	L -	L -	L -
<b>Activo Circulante</b>		<b>L 609.373,15</b>	<b>L 789.654,46</b>	<b>L 1.099.975,96</b>	<b>L 1.549.263,35</b>	<b>L 2.147.046,90</b>
Maquinaria y equipo	L 861.703,67					
Depreciación Acumulada	L -	L 70.310,79	L 140.621,58	L 210.932,37	L 281.243,16	L 351.553,95
<b>Maquinaria y Equipo Neto</b>		<b>L 791.392,88</b>	<b>L 721.082,09</b>	<b>L 650.771,30</b>	<b>L 580.460,51</b>	<b>L 510.149,72</b>
Gastos de Organización	L 59.020,00					
Amortización Acumulada		-L 11.804,00	-L 23.608,00	-L 35.412,00	-L 47.216,00	-L 59.020,00
<b>Activo Total</b>	<b>L 1.477.496,97</b>	<b>L 1.447.982,03</b>	<b>L 1.546.148,55</b>	<b>L 1.774.355,26</b>	<b>L 2.141.527,86</b>	<b>L 2.657.196,62</b>
Cuentas x Pagar	L -	L -	L -	L -	L -	L -
<b>Pasivo Circulante</b>	<b>L -</b>					
Prestamos x Pagar largo plazo	439.235,27	L 371.026,32	L 294.166,76	L 207.559,49	L 109.968,25	L 0,00
<b>Pasivo Total</b>	<b>439.235,27</b>	<b>L 371.026,32</b>	<b>L 294.166,76</b>	<b>L 207.559,49</b>	<b>L 109.968,25</b>	<b>L 0,00</b>
Patrimonio	1.038.261,70	L 1.038.261,70	L 1.038.261,70	L 1.038.261,70	L 1.038.261,70	L 1.038.261,70
Utilidades del año		L 38.694,01	L 175.026,08	L 314.813,98	L 464.763,84	L 625.637,02
Utilidades Acumuladas			L 38.694,01	L 213.720,09	L 528.534,07	L 993.297,91
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>1.038.261,70</b>	<b>L 1.076.955,71</b>	<b>L 1.251.981,79</b>	<b>L 1.566.795,77</b>	<b>L 2.031.559,61</b>	<b>L 2.657.196,62</b>
<b>Pasivo + Patrimonio</b>	<b>L 1.477.496,97</b>	<b>L 1.447.982,03</b>	<b>L 1.546.148,55</b>	<b>L 1.774.355,26</b>	<b>L 2.141.527,86</b>	<b>L 2.657.196,62</b>
	L -	L -	L -	L -	L -	L -
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Inventario		L -	L -	L -	L -	L -
Cuentas x Pagar		L -	L -	L -	L -	L -
<b>CAPITAL NETO</b>	<b>556.773,30</b>	<b>L -</b>				
<b>CAMBIO EN CAPITAL NETO DE TRABAJO.</b>		<b>-556.773,30</b>	<b>L -</b>	<b>L -</b>	<b>L -</b>	<b>L -</b>
<b>VALORES PARA LOS FLUJOS DEL CT</b>	<b>-556.773,30</b>	<b>556.773,30</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.9.11. FLUJOS DE EFECTIVO DEL PROYECTO

Tabla 55 Flujos de efectivo del proyecto

FLUJOS DEL PROYECTO		INVERSIONES		Proyectado				
Descripción	0	1	2	3	4	5		
<b>Utilidad Operativa</b>		L 100.630	L 273.755	L 450.391	L 639.340	L 841.461		
(+) Deprecaciones y Amortizaciones		L 82.115	L 82.115	L 82.115	L 82.115	L 82.115		
(-) Impuestos		-L 12.898	-L 58.342	-L 104.938	-L 154.921	-L 208.546		
<b>Inversiones</b>								
(-) Maquinaria y equipo								
(-) Equipo de oficina	-L 861.703,67							
(-) Capital de Trabajo	-L 556.773,30	L 556.773,30	L -	L -	L -	L -		
(-) Gastos de Constitución	-L 59.020,00							
<b>Recuperación del Capital de Trabajo</b>							-L 0,00	
Valor de Rescate							L 3.551,05	
<b>Flujo de la Empresa</b>	-L 1.477.496,97	L 726.619,70	L 297.527,87	L 427.568,05	L 566.533,95	L 718.581,15		
<b>TIR</b>	<b>24,36%</b>							
<b>CCPP (WACC)</b>	<b>14,27%</b>	10,09%	Margen de Seguridad					
<b>NPV</b>	<b>L 373.873</b>							

Fuente: Elaboración propia

El análisis financiero para el proyecto es aceptable considerando una tasa interna de Retorno del 24.36% sobre un costo de capital promedio ponderado del 14.27% y un valor actual neto VAN de L.373,873.

Tabla 56 Flujos del inversionista

FLUJOS DEL INVERSIONISTA		Proyectado				
Descripción	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo de la Empresa</b>		L 726.620	L 297.528	L 427.568	L 566.534	L 718.581
(-) Flujos de Financiamiento		L 117.247				
<b>Flujos del Inversionista</b>	-L 1.038.261,70	L 609.373,15	L 180.281,32	L 310.321,50	L 449.287,39	L 601.334,60
<b>TIR</b>	<b>29,88%</b>					
<b>Costo de Capital</b>	<b>16,5%</b>					
<b>NPV</b>	<b>338.014</b>					

Fuente: Elaboración propia

En el análisis financiero para los inversionistas refleja tasa interna de Retorno del 29.88% sobre un costo de capital del 16.50% y un valor actual neto VAN de L.338,014.

#### 4.9.12. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se realizó el cálculo de las unidades necesarias que cubran los costos fijos y costos variables, que se logre alcanzar un punto de equilibrio sin utilidades ni pérdidas.

El Punto de equilibrio resultante en unidades es de 14,929 unidades anual.

**Tabla 57 Punto de Equilibrio**

<b>Punto de Equilibrio</b>	
<b>Formula</b>	
CF	$= \frac{2.101.910}{150-9.21} = 14,929$
PV-CV	
Costos Fijos	2.101.910
Precio de Venta	150,00
Costos Variables	9.21
	<b>14,929</b>
Ventas	2.368.800,00
Costo de Venta	266.890
Utilidad Bruta	2.101.910
Costos Fijos	2.101.910
<b>Utilidad/Perdidas</b>	<b>0,00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### **Punto de Equilibrio Financiero (tabla 57)**

El punto de equilibrio Financiero en base a las unidades muestra que el proyecto puede tolerar una reducción hasta un 5.5% que representan 14,929 unidades anuales de lo proyectado 15,792 asimismo, el precio promedio puede bajar de L.150.00 a L.141.80 que representa un 5.5% y nuestro proyecto no presentará rentabilidad negativa.

**Tabla 58 Flujo del Punto de Equilibrio Financiero**

FLUJOS DEL PROYECTO Descripción	INVERSIONES 0	Proyectado				
		1	2	3	4	5
<b>Utilidad Operativa</b>		-L 28.812	L 135.291	L 302.275	L 480.899	L 671.975
(+) Deprecaciones y Amortizaciones		L 82.115	L 82.115	L 82.115	L 82.115	L 82.115
(-) Impuestos		L 19.462	-L 23.726	-L 67.909	-L 115.311	-L 166.174
<b>Inversiones</b>						
(-) Maquinaria y equipo						
(-) Equipo de oficina	-L 861.703,67					
(-) Capital de Trabajo	-L 556.773,30	L 556.773,30	L -	L -	L -	L -
(-) Gastos de Constitución	-L 59.020,00					
Recuperación del Capital de Trabajo						-L 0,00
Valor de Rescate						L 3.551,05
<b>Flujo de la Empresa</b>	<b>-L 1.477.496,97</b>	<b>L 629.538,75</b>	<b>L 193.679,56</b>	<b>L 316.480,63</b>	<b>L 447.702,79</b>	<b>L 591.466,45</b>
TIR	14,27%					
<b>CCPP (WACC)</b>	<b>14,27%</b>	0,00%	<b>Margen de Seguridad</b>			
NPV	-L 0					

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 59 Punto de Equilibrio Financiero**

PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO					
UNIDADES VENDIDAS	15.792	16.029	16.269	16.513	16.761
	14.929	15.153	1.538	15.611	15.845
	863	876	14.731	902	916
	5,5%	5,5%	90,5%	5,5%	5,5%
PRECIO PROMEDIO	150,00	158,09	166,61	175,59	185,05
	141,8	149,45	157,5	165,99	174,94
	8,20	8,64	9,11	9,60	10,11
	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%

Fuente: Elaboración propia

#### 4.9.13. PERIODO DE RECUPERACION DEL PROYECTO

El periodo de recuperación de la empresa será en 3 años 0 meses y 16 días

**Tabla 60 Periodo de recuperación del Proyecto**

	<b>Año</b>	<b>Flujo</b>	<b>Acumulado</b>	
Inversion Inicial	0	-1,477,496.9	-1,477,496.97	
Flujo de caja anual 1	1	726.619,70	750.877,27	
Flujo de caja anual 2	2	297.527,87	453.349,40	
Flujo de caja anual 3	3	427.568,05	25.781,36	0,045507171
Flujo de caja anual 4	4	566.533,95	-540.752,59	
Flujo de caja anual 5	5	718.581,15	-1.259.333,74	
<b>3.045 Equivale a :</b>				
	<b>Años</b>	<b>3</b>		
	<b>Meses</b>	<b>0</b>	0.045 X 12 meses/1 año= 0.54	
	<b>Días</b>	<b>16</b>	0.54 X 30 dias/ 1 mes= 16	

Fuente: Elaboración propia

#### 4.9.14. APALANCAMIENTO FINANCIERO CON SOCIO

La inyección de capital adicional mediante el aporte del socio, combinada con el apalancamiento financiero, puede permitir la ejecución de actividades más ambiciosas, ampliando el alcance del proyecto y mejorando su viabilidad.

Al diversificar las fuentes de financiamiento, el proyecto puede ganar flexibilidad financiera. Esto puede ser especialmente beneficioso en situaciones en las que se requiere adaptabilidad para enfrentar cambios en las condiciones económicas o del mercado.

Integrar el aporte del socio con el apalancamiento financiero puede contribuir a crear una estructura de capital más equilibrada y diversificada, lo que podría ser atractivo para inversionistas y mejorar la posición financiera del proyecto.

Determinar el porcentaje de apalancamiento financiero futuro generado al invertir el aporte financiero de un socio y reducir la necesidad de préstamos bancarios implica evaluar la estructura

financiera del proyecto. El apalancamiento financiero se calcula como la proporción de deuda con respecto al capital propio. A continuación, se presenta un enfoque general para estimar este porcentaje:

**Fórmula del Apalancamiento Financiero:**

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Capital Propio}}$$

**Pasos para Estimar el Apalancamiento Financiero con Aporte de Socio:**

**1. Identificar la Deuda Total:**

- Incluye todos los préstamos bancarios y deudas contraídas por el proyecto.

**2. Calcular el Capital Propio:**

- Suma de todos los aportes de los accionistas y socios al capital del proyecto.

**3. Determinar el Aporte Financiero del Socio:**

- Cuantificar la inversión propuesta por el socio.

**4. Restar el Aporte del Socio de la Deuda Total:**

- Para evaluar el impacto directo de la inversión del socio en la necesidad de préstamos.

**5. Recalcular el Apalancamiento Financiero:**

- Utilizar la nueva deuda total (después de restar el aporte del socio) y el capital propio para calcular el apalancamiento financiero.

El proyecto tiene una deuda total Lps 439,235.00, un capital propio de Lps 1,038,261.70 y un aporte financiero del socio de Lps 350,000.

$$\text{Nuevo Apalancamiento Financiero} = \frac{\text{Deuda Total} - \text{Aporte del Socio}}{\text{Capital Propio}}$$

El nuevo apalancamiento financiero sería del 8.60%, lo que indica que el 8.60% de la estructura financiera del proyecto está respaldada por deuda después de considerar el aporte del socio.

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES**

A continuación, se presentan las conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación sobre un estudio de Prefactibilidad para un servicio diferenciado por Riscatto Coffee Shop en San Pedro sula, en el cual se darán respuestas a las preguntas de investigación.

### **5.1. CONCLUSIONES**

1. Al realizar las investigaciones concluimos que el segmento de mercado para el modelo de inversión son personas mayores a 18 años, activos económicamente empleados de empresas privadas, públicas y negocio propio. El nivel de aceptación es del 87% según los resultados de la encuesta aplicada, por lo tanto, se tiene un mercado meta potencial en la ciudad de San Pedro Sula.
2. Para la evaluación técnica se determina la importancia de la inversión inicial Lps. 1,477,496.97 en los equipos industriales necesarios y óptimos para lograr cubrir la demanda proyectada de 1,316 clientes mensuales. La selección del local que consta de 105 M2 con las dimensiones suficientes y ubicado en un punto estratégico de la ciudad de San Pedro sula en la Col. Universidad plaza Gold Team, nos permiten dar un servicio de calidad. Asimismo, obtener materia prima y cumplir con los estándares de calidad del producto. Brindar capacitaciones al personal sobre el servicio al cliente y nuevo menú. Se concluye también es necesario realizar un análisis de precios con el fin de reducir los costos sin sacrificar la calidad para ser competitivos y generar rentabilidad a la empresa.
3. Basado en los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas y los estudios efectuados, concluimos que los análisis financieros serán muy prometedores para el buen funcionamiento del negocio, de la inversión inicial el 70% será con fondos propios y el 30% a financiamiento. Se determina una tasa interna de retorno (TIR) del 24.36% y un valor neto actual (VAN) del Lps. 373,873 lo que representa un margen de seguridad del 10.09% para el proyecto.
4. En conclusión, la metodología a utilizar para aplicar las soluciones es diseñado bajo la administración de proyectos del PMI, se realizó la planificación de las actividades y la ejecución, cada actividad cumplió con los distintos procesos de las áreas de conocimiento que integran la metodología. La elaboración concreta el cronograma y el presupuesto, marcaron un objetivo claro para lograr el desarrollo del proyecto.

## 5.2. RECOMENDACIONES

1. En el contexto del estudio de prefactibilidad para establecer una cafetería, se destaca la importancia de una estrategia de mercado integral que aborde los dinámicos aspectos de la demanda y oferta en la industria cafetera local. La publicidad emerge como un pilar fundamental para destacar en un mercado competitivo, y se recomienda una cuidadosa selección de canales publicitarios que se alineen con las preferencias y comportamientos de los consumidores objetivo. Además, para garantizar la viabilidad y éxito a largo plazo, se subraya la necesidad de priorizar la satisfacción del cliente. Un enfoque centrado en el cliente, desde la calidad del servicio hasta la creación de experiencias positivas, no solo fomentará la lealtad del cliente, sino que también contribuirá a la boca a boca positivo, crucial para el establecimiento y crecimiento sostenible de la cafetería. Este enfoque integrado en mercado, publicidad y satisfacción del cliente será fundamental para el desarrollo y consolidación de la cafetería en un entorno empresarial dinámico.
2. En el ámbito del producto y servicio, se destaca la importancia de un enfoque meticuloso para asegurar la calidad y eficiencia en todos los aspectos operativos de la cafetería propuesta. El hallazgo clave en la parte técnica radica en la necesidad de implementar prácticas que optimicen tanto la producción de bebidas como la experiencia del cliente. Esto implica la selección cuidadosa de equipos de última generación que maximicen la eficiencia energética y garanticen estándares consistentes de calidad en la preparación de bebidas. Además, se recomienda la incorporación de tecnologías que faciliten la gestión de pedidos y la interacción cliente-empleado, contribuyendo así a una experiencia fluida y satisfactoria. La ingeniería del producto y servicio, en este contexto, no solo se trata de la eficiencia operativa, sino también de la creación de una experiencia global que eleve la propuesta de valor de la cafetería en el mercado.
3. Basándonos en los resultados obtenidos tras un análisis exhaustivo, se recomienda con confianza llevar a cabo el proyecto de expandir el servicio diferenciado, ya que los hallazgos indican que la iniciativa es altamente rentable. Tanto el estudio de mercado como el análisis financiero han revelado un potencial significativo de demanda en el área de ubicación, respaldado por la identificación de segmentos de mercado claves. Además, las estrategias publicitarias propuestas han demostrado ser efectivas en la generación de interés y atracción de clientes potenciales. En términos financieros, los cálculos muestran un

retorno de inversión sólido y proyecciones de ingresos que respaldan la viabilidad económica a corto y largo plazo. En este contexto, la recomendación de llevar a cabo el proyecto se fundamenta en la convicción de que no solo es una inversión segura, sino que también promete un retorno significativo y sostenible.

## **CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD**

En este capítulo, se presenta un detallado plan que sirve como propuesta para la aplicación práctica de la investigación, con el fin de asegurar una administración eficiente y exitosa del proyecto. Este plan se enfoca en las áreas de conocimiento definidas por el Project Management Institute (PMI) para la gestión de proyectos, así como en sus mejores prácticas. El propósito es ofrecer una guía clara y estructurada que aborde las diez áreas de conocimiento clave: integración, alcance, tiempo, costos, calidad, recursos humanos, comunicaciones, riesgos, adquisiciones y gestión de interesados.

### **6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA**

*“SERVICIO DIFERENCIADO POR RISCATTO COFFEE SHOP”*

Ofrecer un servicio diferenciado implica ir más allá de las expectativas convencionales, personalizando la experiencia para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente.

La cafetería cuenta con servicio diferenciado, de menú vegano y Keto, área familiar, para amigos, temático y al aire libre, así como un código QR por medio de Table Card que direccionara a pedidos, autoservicio, Pick Up y delivery, así como parqueo amplio.

### **6.2. ÁREAS DE CONOCIMIENTO DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS**

La sección siguiente está enfocada a la aplicación de las herramientas y técnicas de la Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (PMBOK) en el conjunto de procesos de inicio y planificación del proyecto. Estas fases son esenciales, ya que establecen los cimientos que asegurarán el éxito en las fases subsiguientes del ciclo de vida de un proyecto, sin importar su naturaleza.

#### **6.2.1. GESTIÓN DE LA INTEGRACIÓN**

De acuerdo con el PMBOK (Project Management Institute, 2017), la Gestión de la Integración del Proyecto engloba los procedimientos y tareas esenciales para identificar, definir, fusionar, unificar y coordinar los distintos procesos y actividades

de dirección del proyecto que tienen lugar en los Grupos de Procesos de la Dirección de Proyectos. En el contexto de la gestión de proyectos, la integración implica la unificación, consolidación, comunicación y conexión de diversos elementos. Estas acciones deben implementarse desde el inicio hasta la conclusión del proyecto. Durante los procesos de inicio y planificación, se toman en consideración el Acta de Constitución y el Plan para la dirección del Proyecto.

### 6.2.1.1. ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO

Según el PMBOK (2017), se describe el Acta de Constitución del Proyecto como un "documento proporcionado por el patrocinador del proyecto, que otorga oficialmente la existencia de un proyecto y concede al director del proyecto la autoridad para asignar los recursos de la organización a las actividades del proyecto" (pág. 34). En concordancia con esta definición, se presenta a continuación el acta correspondiente a este proyecto.

**Tabla 61 Acta de Constitución del Proyecto**

CONTROL DE VERSIONES					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Lilian García	Xiomara Mejia	Lilian y Xiomara	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

## ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:
<p>El proyecto: Servicio diferenciado por Riscatto Coffee Shop, ofrecerá un lugar de estancia para el cliente con horario de lunes a jueves de 7.00 a.m. A 7.00 p.m., viernes y sábado de 7.00 a.m. a 8.00 p.m., Domingo estará cerrado, en el cual pueda consumir un amplio menú de productos tradicionales que posee la cafetería como ser; bebidas, cocteles, café, postres y aperitivos, Además de un nuevo menú segmentado para personas que son intolerantes a la proteína, se ofrece postres “veganos”, y para las personas diabéticas, los postres “Keto”. Las nuevas instalaciones tendrán áreas exclusivas y acondicionadas para ambientes “Bussines Coffee” y “Área social y Familiar”.</p> <p>Los clientes de Riscatto Coffee Shop, podrán realizar sus reservaciones a través de una APP y en cada mesa estará disponible un código QR para que el cliente pueda realizar sus pedidos, contarán con meseros y área al exterior Pet Friendly. Ubicados en colonia universidad 22 calle 9ave NO, SPS.</p>
FINALIDAD DEL PROYECTO:

La visión de Riscatto Coffee Shop es potenciar su marca para que ésta sea reconocida como un espacio en el cual se pueda disfrutar de una buena taza de café en áreas de trabajo, familiar o de amigos. Buscando un proyecto viable y ejecutable.

<b>OBJETIVOS DEL PROYECTO:</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>CRITERIO DE ÉXITO</b>
<b>1. ALCANCE</b>	La implementación del servicio diferenciado abarcará todos los aspectos de la operación de la cafetería, desde la selección de productos hasta la atención al cliente y la creación de un ambiente distintivo.	Se medirá mediante el logro integral de los objetivos establecidos, abarcando todos los aspectos de la operación de la cafetería.
<b>2. CRONOGRAMA</b>	Establecer un cronograma detallado que incluya las fechas de inicio y finalización de cada fase del plan de implementación, con hitos específicos y revisiones periódicas.	Se medirá por la ejecución puntual de cada fase del plan de implementación, con el logro de hitos específicos y revisiones periódicas.
<b>3. COSTO</b>	Definir un presupuesto que cubra los costos asociados con la implementación, incluyendo la capacitación del personal, la adquisición de nuevos productos y las actividades de marketing.	Se medirá por la administración eficiente de los recursos financieros asignados para la implementación del servicio diferenciado.

**DEFINICIÓN DE REQUISITOS DEL PROYECTO:**

Clarificar y detallar los elementos que constituirán el servicio diferenciado ofrecido por Riscatto Coffee Shop.

Realizar un estudio detallado sobre la viabilidad económica del servicio diferenciado, considerando costos, ingresos y posibles retornos de inversión.

Establecer un presupuesto detallado que incluya costos de investigación, ajustes de infraestructura, marketing

Investigar y asegurar que la implementación del servicio diferenciado cumple con todas las regulaciones y normativas locales y nacionales.

Establecer estándares de calidad para asegurar que el servicio diferenciado cumple con las expectativas de los clientes y la reputación de Riscatto Coffee Shop.

Establecer un cronograma detallado que incluya todas las fases del estudio de prefactibilidad, desde la investigación hasta la implementación del servicio diferenciado.

Desarrollar un plan de comunicación claro y efectivo tanto para el equipo interno de Riscatto Coffee Shop como para los clientes potenciales, destacando el nuevo servicio diferenciado.

Establecer indicadores clave de rendimiento que permitan evaluar el éxito del proyecto, tanto en términos financieros como en la aceptación del servicio diferenciado por parte de los clientes.

**DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO, LÍMITES Y ENTREGABLES CLAVE:**

Este proyecto tiene como objetivo principal evaluar la viabilidad económica, técnica y operativa de la introducción de un servicio diferenciado en el establecimiento.

El proyecto se enfocará en la identificación y diseño de un servicio diferenciado para Riscatto Coffee Shop, abarcando aspectos como la selección de productos, la atención al cliente y la creación de un ambiente distintivo.

El proyecto estará limitado por el presupuesto asignado específicamente para el estudio de prefactibilidad.

**Entregables Clave:**

1. **Modelo Conceptual del Servicio Diferenciado**
2. **Cronograma**
3. **Presupuesto del Proyecto**
4. **Informe de Viabilidad Económica**

**RIESGOS GENERALES DEL PROYECTO:**

-Riesgo de fluctuaciones inesperadas en los costos de investigación, ajustes de infraestructura y tecnología, lo que podría afectar el presupuesto asignado para el proyecto.

-Posibilidad de cambios en las preferencias del cliente durante el estudio de prefactibilidad, lo que podría afectar la relevancia y aceptación del servicio diferenciado.

- Riesgo de respuestas competitivas inesperadas ante la introducción del servicio diferenciado por parte de competidores locales, afectando la cuota de mercado.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Problemas potenciales con la infraestructura actual o adquisición de nuevos equipamientos, afectando la calidad de la implementación del servicio diferenciado.</li> <li>- Riesgo de demoras en la obtención de las licencias y permisos necesarios para la implementación del servicio diferenciado.</li> <li>- Riesgo de que el servicio diferenciado no cumpla con las expectativas del cliente, lo que podría afectar la percepción de la marca.</li> </ul>		
<b>CRONOGRAMA DE HITOS DEL PROYECTO:</b>		
<i>HITOS</i>	<i>FECHAS PROGRAMADAS</i>	
Evaluación y Mejora de las Áreas de la Cafetería	15-enero-2024	
Tecnología de Pedidos y Servicio al Cliente	18-marzo-2024	
Implementación de Menús Especiales	15-abril-2024	
Gestión Financiera y Contable	17-junio-2024	
Cierre y Entrega del Proyecto	15-julio-2024	
<b>Duración total</b>	<b>6 meses</b>	
<b>RECURSOS FINANCIEROS DEL PROYECTO:</b>		
<i>CONCEPTO</i>	<i>MONTO</i>	
Costos de Materiales y Mobiliario	Lps 457,611.25	
Gastos para Mejoras en Áreas Sociales	Lps 150,000.00	
Gastos para Implementación	Lps 370,209.50	
Costos de Insumos Especiales	Lps 12,122.75	
Gastos de Marketing y Publicidad	Lps 97,220.00	
Reserva	Lps 147,160.92	
<b>LISTA DE INTERESADOS CLAVE:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Personal de Riscatto Coffee Shop</li> <li>-Clientes Actuales y potenciales</li> <li>-Autoridades Regulatorias y Municipales</li> <li>-Entidades financieras</li> <li>-Proveedores</li> </ul>		
<b>REQUISITOS DE APROBACIÓN DEL PROYECTO:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>-La introducción del nuevo servicio debe generar una respuesta positiva por parte de los clientes actuales y potenciales, reflejada en un aumento en la satisfacción del cliente y la retención.</li> <li>-Se espera que el proyecto contribuya positivamente a los resultados financieros, con un retorno de inversión alcanzado dentro del marco temporal establecido.</li> </ul>		
<b>CRITERIOS DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO:</b>		
Todos los aspectos del servicio diferenciado, desde la infraestructura hasta la operación diaria, deben estar implementados según las especificaciones del plan del proyecto.		
Se debe realizar una evaluación de la satisfacción del cliente, y los resultados deben indicar un nivel satisfactorio de aceptación del nuevo servicio.		
Se debe realizar una revisión de los resultados financieros del proyecto, asegurándose de que estén en línea con las proyecciones y expectativas establecidas.		
<b>DESIGNACIÓN DEL DIRECTOR DE PROYECTO:</b>		
<i>NOMBRE</i>	Xiomara Mejia	<i>NIVEL DE AUTORIDAD</i>
<i>REPORTA A</i>	Inversionista	Liderar la planificación, ejecución y cierre exitoso del proyecto de implementación del servicio diferenciado en Riscatto Coffee Shop.
<i>SUPERVISA A</i>	Todo el equipo	Coordinar con los equipos relevantes, garantizar el cumplimiento de los objetivos del proyecto y gestionar los recursos asignados de manera eficiente.

Fuente: Elaboración propia

### 6.2.1.2. PLAN PARA LA DIRECCIÓN DEL PROYECTO

Elaborar el Plan de Dirección del Proyecto, de acuerdo con el PMBOK (2017), implica "el proceso de definir, organizar y coordinar todos los elementos del plan y unificarlos en un plan integral para la dirección del proyecto" (página 70).

**Tabla 62 Plan para la Dirección del Proyecto**

<b>CONTROL DE VERSIONES</b>					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Lilian García	Xiomara Mejia	Lilian y Xiomara	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

## ***PLAN PARA LA DIRECCIÓN DEL PROYECTO***

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	<b>SIGLAS DEL PROYECTO</b>
<b>Servicio diferenciado por Riscatto Coffee</b>	<b>SDPRCS</b>

<b>CICLO DE VIDA DEL PROYECTO Y ENFOQUE MULTIFASE:</b>					
<b><i>CICLO DE VIDA DEL PROYECTO</i></b>		<b><i>ENFOQUES MULTIFASE</i></b>			
<b><i>FASE DEL PROYECTO (1º NIVEL DE LA EDT)</i></b>	<b><i>ENTREGABLE PRINCIPAL DE LA FASE</i></b>	<b><i>CONSIDERACIONES PARA LA INICIACIÓN DE ESTA FASE</i></b>	<b><i>CONSIDERACIONES PARA EL CIERRE DE ESTA FASE</i></b>		
1.Evaluación y Mejora de las Áreas de la Cafetería	Definición clara de objetivos y alcance del rediseño.	Identificación clara de áreas a modificar.	Confirmación de la eficacia de las mejoras implementadas.		
2.Tecnología de Pedidos y Servicio al Cliente	Implementación exitosa de tecnología y servicios al cliente.	Selección de tecnologías para implementar.	Implementación exitosa de tecnologías de pedidos y servicios al cliente.		
3. Implementación de Menús Especiales	Lanzamiento exitoso de menús especiales.	Desarrollo de menús especiales.	Evaluación positiva del interés y aceptación por parte de los clientes.		
4.Gestión Financiera y Contable	Establecimiento y seguimiento efectivo de la gestión financiera y contable.	Establecimiento de objetivos financieros y presupuesto.	Cumplimiento del presupuesto establecido.		
<b>PROCESOS DE LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS:</b>					
<b><i>PROCESO</i></b>	<b><i>NIVEL DE IMPLEMENTACIÓN</i></b>	<b><i>HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS</i></b>	<b><i>INPUTS</i></b>	<b><i>MODO DE TRABAJO</i></b>	<b><i>OUTPUTS</i></b>

Evaluación y Mejora de las Áreas de la Cafetería	Alto	Análisis de Viabilidad, Juicio de Expertos, Herramientas Analíticas.	Acta de Constitución del Proyecto, Enunciado del Alcance del Proyecto, Activos de los Procesos de la Organización.	Reuniones Iniciales, Análisis de Documentación, Aprobación del Proyecto.	Acta de Constitución del Proyecto Aprobada.
Tecnología de Pedidos y Servicio al Cliente	Alto	Sistema de Información de Proyecto, Sistema de Autorización de Trabajo, Reuniones de Trabajo.	Plan para la Dirección del Proyecto, Documentos de Proyecto, Información sobre el Desempeño del Trabajo, Factores Ambientales de la Empresa, Activos de los Procesos de la Organización.	Implementación de Acciones Planificadas, Entregables del Proyecto, Actualizaciones al Plan para la Dirección del Proyecto.	Sistema funcional de pedidos mediante Código QR, Despliegue efectivo del servicio de mesero, Implementación exitosa de opciones de autoservicio, pick up y delivery.
Implementación de Menús Especiales	Alto	Método de Evaluación y Selección de Proyectos, Juicio de Expertos, Herramientas Analíticas, Reuniones de Planificación.	Plan para la Dirección del Proyecto, Documentos de Proyecto, Información sobre el Desempeño del Trabajo	Desarrollo del Plan para la Dirección del Proyecto, Aprobación del Plan para la Dirección del Proyecto, Documentación del Plan del Proyecto.	Lanzamiento exitoso de menús especiales, Estrategias efectivas de promoción y publicidad para los menús especiales.
Gestión Financiera y Contable	Alto	Sistema de Medición del Desempeño, Técnicas Analíticas, Sistema de Información de Proyecto, Sistema de Pronóstico, Sistema de Control del Cambio.	Plan para la Dirección del Proyecto, Documentos de Proyecto, Información sobre el Desempeño del Trabajo, Solicitudes de Cambio	Mediciones del Desempeño del Proyecto, Actualizaciones al Plan para la Dirección del Proyecto, Solicitudes de Cambio Aprobadas, Informes de Desempeño del Proyecto.	Cumplimiento del presupuesto establecido, Sistema eficiente de monitoreo de ingresos y gastos implementado, Registros contables al día y cumplimiento de obligaciones tributarias, Análisis financiero completo y planificación estratégica exitosa a corto y largo plazo.

**ENFOQUE DE TRABAJO:**

Las mejoras en el diseño y decoración interior se ejecutarán de manera coordinada, asegurando la coherencia con la identidad visual de la marca.

La implementación de pedidos mediante código QR se realizará mediante el desarrollo de un sistema eficiente y fácil de usar.

El servicio de mesero se implementará con un enfoque en la mejora de la atención al cliente y la eficiencia operativa.

Se establecerán opciones de autoservicio, pick up y delivery para ofrecer una experiencia conveniente y versátil a los clientes.
Se desarrollarán menús especiales, como opciones vegano y keto, con atención a la calidad y variedad de los productos.
El monitoreo de ingresos y gastos se llevará a cabo de manera regular, permitiendo ajustes según sea necesario
Se realizará un análisis financiero exhaustivo y se planificará a corto y largo plazo para garantizar la sostenibilidad financiera del proyecto.
<b>GESTIÓN DE LÍNEAS BASE:</b>
Se utilizarán herramientas como el enunciado del alcance del proyecto y la EDT (Estructura de Desglose de Trabajo) para documentar y comunicar la línea base de alcance.
La línea base de tiempo se establecerá durante la fase de planificación y se revisará regularmente durante las reuniones de monitoreo y control del proyecto.
La línea base de costo se establecerá durante la fase de planificación y se actualizará según sea necesario durante las revisiones financieras regulares.
La línea base de calidad se establecerá durante la fase de planificación y se revisará durante las auditorías y revisiones de calidad programadas.

<b>REVISIONES DE GESTIÓN:</b>			
<i>TIPO DE REVISIÓN DE GESTIÓN</i>	<i>CONTENIDO</i>	<i>EXTENSIÓN O ALCANCE</i>	<i>OPORTUNIDAD</i>
Revisión de Alcance	Evaluación de la planificación del espacio y diseño interior, mejoras en el diseño y decoración, y potenciación de áreas sociales. Identificación de cambios en el alcance y ajustes necesarios en la EDT.	Incluye todas las actividades relacionadas con la evaluación y mejora de las áreas de la cafetería.	Se realizará al finalizar la fase de evaluación y mejora, y en respuesta a cambios significativos en los requisitos o en la identificación de nuevas oportunidades.
Revisión de Tiempo	Evaluación de la implementación de pedidos mediante código QR, servicio de mesero, autoservicio, pick up y delivery. Identificación de posibles retrasos y ajustes en el cronograma.	Involucra todas las actividades programadas en las fases de tecnología de pedidos y servicio al cliente.	Se realizará regularmente durante la ejecución de las fases
Revisión de Costo	Análisis del establecimiento de presupuesto, monitoreo de ingresos y gastos, registro contable y pago de impuestos, análisis financiero y planificación a corto y largo plazo. Identificación de desviaciones y ajustes en el presupuesto.	Incluye todas las actividades financieras relacionadas con la gestión financiera y contable del proyecto.	Se llevará a cabo durante las revisiones financieras regulares y en respuesta a cambios significativos en los costos del proyecto.
Revisión de Calidad	Evaluación del menú vegano y Keto, promoción y publicidad de menús especiales. Identificación de no conformidades y ajustes en el plan de gestión de calidad.	Involucra todas las actividades relacionadas con la implementación de menús especiales.	Se realizará durante la fase de implementación de menús especiales y en respuesta a resultados de auditorías o inspecciones de calidad.
<b>PLAN PARA LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS:</b>			

<i>PLAN PARA LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS</i>	<i>ADJUNTO (SÍ/NO)</i>
1. <i>PLAN DE GESTIÓN DEL ALCANCE</i>	Sí
2. <i>PLAN DE GESTIÓN DE REQUISITOS</i>	No
3. <i>PLAN DE GESTIÓN DEL CRONOGRAMA</i>	Sí
4. <i>PLAN DE GESTIÓN DE COSTOS</i>	Sí
5. <i>PLAN DE GESTIÓN DE LA CALIDAD</i>	Sí
6. <i>PLAN DE GESTIÓN DE LOS RECURSOS</i>	Sí
7. <i>PLAN DE GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES</i>	Sí
8. <i>PLAN DE GESTIÓN DE LOS RIESGOS</i>	Sí
9. <i>PLAN DE GESTIÓN DE LAS ADQUISICIONES</i>	Sí
10. <i>PLAN DE INVOLUCRAMIENTO DE LOS INTERESADOS</i>	No
11. <i>PLAN DE GESTIÓN DE CAMBIOS</i>	No
12. <i>PLAN DE GESTIÓN DE LA CONFIGURACIÓN</i>	No
13. <i>LÍNEA BASE DEL ALCANCE</i>	Sí
14. <i>LÍNEA BASE DEL CRONOGRAMA</i>	Sí
15. <i>LÍNEA BASE DE COSTO</i>	Sí
16. <i>LÍNEA BASE PARA LA MEDICIÓN DE DESEMPEÑO</i>	No
17. <i>DESCRIPCIÓN DEL CICLO DE VIDA DEL PROYECTO</i>	No
18. <i>ENFOQUE DE DESARROLLO</i>	No

Fuente: Elaboración propia

## 6.2.2. GESTIÓN DEL ALCANCE DEL PROYECTO

El Plan de Gestión del Alcance, de acuerdo con el PMBOK (2017), “describe la manera en que se llevará a cabo la definición, desarrollo, monitoreo, control y validación del alcance del proyecto” (página 70).

### 6.2.2.1. DEFINIR EL ALCANCE

El proceso de Definir el Alcance implica elaborar una descripción exhaustiva tanto del proyecto como del producto, según lo establecido por el Project Management Institute en 2017 (página 70).

**Tabla 63 Enunciado del Alcance**

<b>CONTROL DE VERSIONES</b>					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Lilian García	Xiomara Mejia	Lilian y Xiomara	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

## ENUNCIADO DEL ALCANCE DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

DESCRIPCIÓN DEL ALCANCE DEL PRODUCTO:
1. La disposición del espacio se ajustará para proporcionar zonas distintas para amigos, reuniones de negocios, eventos familiares y áreas al aire libre.
2. Se implementará un sistema de pedidos eficiente mediante el uso de códigos QR para agilizar el proceso.
3. Ofrecerá un servicio de mesero para proporcionar una experiencia personalizada.
4. Se introducirá la opción de autoservicio, así como servicios de pick up y delivery para mayor conveniencia.
5. Se ofrecerán menús especiales, como opciones veganas y Keto, para satisfacer diversas preferencias dietéticas.
6. Se establecerá un presupuesto detallado que cubrirá todos los aspectos de la implementación del servicio diferenciado.
7. Se realizará un monitoreo constante de ingresos y gastos para garantizar la eficiencia financiera.
8. Se realizará un análisis financiero regular con una planificación a corto y largo plazo para garantizar la sostenibilidad económica.

ENTREGABLES DEL PROYECTO:	
FASE DEL PROYECTO	ENTREGABLES
1.0 Evaluación y Mejora de las Áreas de la Cafetería	1.1 Planificación del Espacio y Diseño Interior 1.2 Mejoras en el Diseño y Decoración Interior 1.3 Evaluación y Potenciación de Áreas sociales de amigos, Bussines, familiar y al aire libre
2.0 Tecnología de Pedidos y Servicio al Cliente	2.1 Implementación de Pedidos mediante Código QR 2.2 Servicio de Mesero 2.3 Autoservicio, Pick Up y Delivery
3.0 Implementación de Menús Especiales	3.1 Menú Vegano y Keto 3.2 Promoción y Publicidad de Menús Especiales
4.0 Gestión Financiera y Contable	4.1 Establecimiento de Presupuesto 4.2 Monitoreo de Ingresos y Gastos 4.3 Registro Contable y Pago de Impuestos 4.4 Análisis Financiero y Planificación a Corto y Largo Plazo
5.0 Cierre del proyecto	5.1 Fin

CRITERIOS DE ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO:	
CONCEPTOS	CRITERIOS DE ACEPTACIÓN
1. TÉCNICOS	El sistema de pedidos mediante Código QR debe ser funcional y permitir a los clientes realizar pedidos de manera eficiente
2. DE CALIDAD	Las mejoras en el diseño y decoración interior deben reflejar una mejora perceptible en la estética y comodidad del espacio.
3. ADMINISTRATIVOS	La gestión financiera y contable debe cumplir con todas las regulaciones fiscales y los pagos de impuestos deben realizarse puntualmente.
4. COMERCIALES	La implementación de menús especiales, como vegano y Keto, debe resultar en un aumento de las ventas y la satisfacción del cliente.
5. SOCIALES	Las áreas sociales mejoradas deben ser utilizadas activamente por clientes, ya sea para reuniones sociales, de negocios o eventos familiares.

<b>EXCLUSIONES DEL PROYECTO:</b>
1. No se realizarán cambios que involucren la estructura principal del edificio que alberga la cafetería.
2. Cambios significativos en la oferta principal de productos de la cafetería no están contemplados.
3. No se llevará a cabo un rediseño completo del logo y la marca de la cafetería como parte de este proyecto.
4. No se contempla una expansión significativa del personal más allá de los requisitos operativos normales.
5. La expansión mediante la adquisición de propiedades adicionales no está contemplada en este proyecto.

Fuente: Elaboración propia

### 6.2.2.2. ESTRUCTURA DE DESGLOSE DEL TRABAJO

La estructura de desglose del trabajo, conforme al PMBOK (2017), "define las interrelaciones entre todos los productos entregables del proyecto y sus distintos elementos" (página 242).

**Tabla 64 EDT**

<b>CONTROL DE VERSIONES</b>					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Lilian García	Xiomara Mejia	Lilian y Xiomara	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

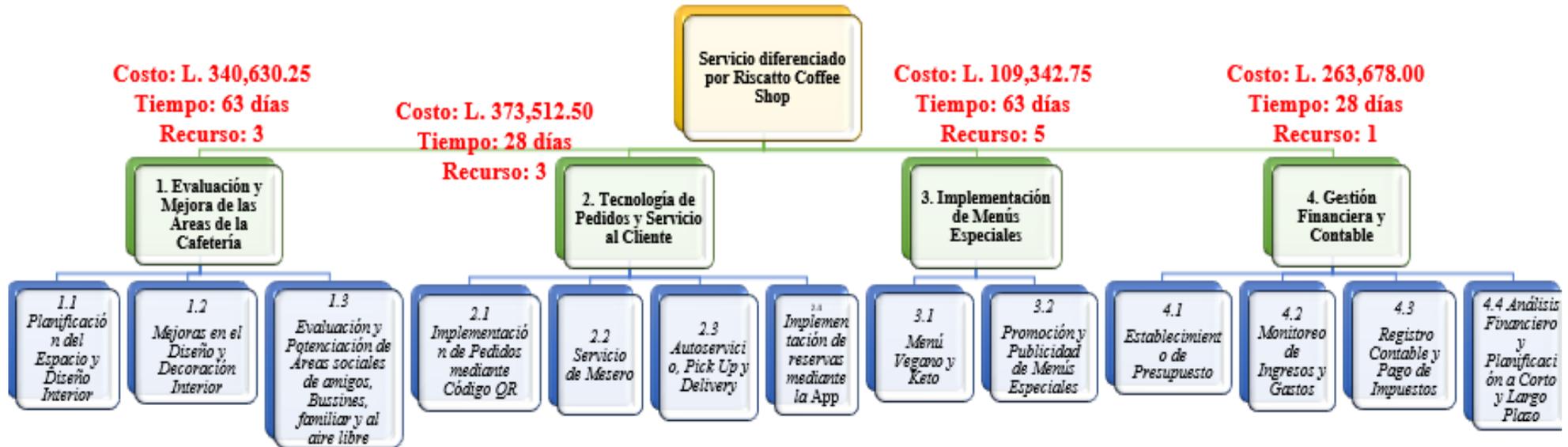
### ***ESTRUCTURA DE DESGLOSE DEL TRABAJO (EDT)***

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	<b>SIGLAS DEL PROYECTO</b>
<b>Servicio diferenciado por Riscatto Coffee</b>	<b>SDPRCS</b>

**Costo: L. 1,234,724.42 incluyendo reserva 5% L. 147,560.92**

**Tiempo total: 182 días**

**Recurso: 12**



**Figura 113 EDT**

Fuente: Elaboración propia

### 6.2.3. GESTIÓN DEL CRONOGRAMA DEL PROYECTO

El PMBOK (2017) describe el Plan de Gestión del Cronograma como el conjunto de directrices y tareas necesarias para elaborar, supervisar y regular el cronograma del proyecto" (página 87).

**Tabla 65 Plan de Gestión del Cronograma**

<b>CONTROL DE VERSIONES</b>					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Lilian García	Xiomara Mejia	Lilian y Xiomara	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

## ***PLAN DE GESTIÓN DEL CRONOGRAMA***

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	<b>SIGLAS DEL PROYECTO</b>
<b>Servicio diferenciado por Riscatto Coffee</b>	<b>SDPRCS</b>

<b>DESARROLLO DEL MODELO DE PROGRAMACIÓN DEL PROYECTO:</b>	
Definir las tareas clave del proyecto y subdividir las en actividades más detalladas.	
Determinar la secuencia lógica de las actividades, identificando las relaciones de dependencia entre ellas.	
Realizar estimaciones de la duración de cada actividad, basándose en la experiencia previa y consultando con el equipo de proyecto.	
Elaborar un Cronograma de Actividades que represente visualmente la planificación temporal del proyecto, utilizando herramientas como el Diagrama de Gantt.	
Monitorear y actualizar continuamente el modelo de programación, ajustando las fechas según el progreso real del proyecto.	
<b>PERIODO DE LANZAMIENTO E ITERACIÓN:</b>	
Lanzamiento Inicial del Proyecto: Este periodo marca el inicio del proyecto, donde se establecen los objetivos iniciales, se define el alcance general y se identifican las características clave a desarrollar.	
Iteraciones del Proyecto: Durante el desarrollo del proyecto, se llevarán a cabo iteraciones sucesivas para refinamiento continuo y ajustes. Cada iteración representa un ciclo completo de planificación, diseño, implementación y evaluación.	
Periodo de Lanzamiento Incremental: En este periodo, se lanzan incrementos significativos del producto a medida que se completan las iteraciones. Cada lanzamiento incremental agrega funcionalidades y mejoras al producto.	
Evaluación y Reajuste: Después de cada periodo de lanzamiento incremental, se lleva a cabo una evaluación detallada para medir el desempeño, recopilar retroalimentación y realizar ajustes en la planificación según sea necesario.	
<b>NIVEL DE EXACTITUD:</b>	
Estimación Original: La duración inicial estimada de la actividad se considera como el punto de referencia.	
Rango de Tolerancia: Se permite un rango de variación del $\pm 10\%$ con respecto a la estimación original.	
Ejemplo Práctico: Si la estimación original para una actividad es de 10 días, el rango aceptable para la duración real de la actividad será de 9 a 11 días ( $\pm 10\%$ ). Esto permite adaptaciones a posibles cambios en el entorno del proyecto sin comprometer significativamente la planificación.	
Importancia del Nivel de Exactitud: -Proporciona una guía clara para el equipo de proyecto al realizar estimaciones. - Permite una gestión efectiva de riesgos al contemplar contingencias dentro de un margen aceptable.	
<b>UNIDADES DE MEDIDA:</b>	
<i>RECURSO</i>	<i>UNIDAD DE MEDIDA</i>

<p><i>Evaluación y Mejora de Áreas de la Cafetería:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Servicios de Consultoría en Diseño Interior</li> <li>-Personal de Construcción y Decoradores</li> <li>-Consultores en Desarrollo de Áreas Sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Horas de Consultoría (Diseño Interior)</li> <li>-Horas de Trabajo (Construcción y Decoración)</li> <li>-Días de Consultoría (Desarrollo de Áreas Sociales)</li> </ul>
<p><i>Tecnología de Pedidos y Servicio al Cliente:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Equipo de Desarrollo de Software</li> <li>-Personal de Servicio al Cliente</li> <li>-Personal de Entrega y Logística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Horas de Desarrollo (Implementación de Pedidos)</li> <li>-Horas de Trabajo (Servicio de Mesero)</li> <li>-Entregas (Autoservicio, Pick Up y Delivery)</li> </ul>
<p><i>Implementación de Menús Especiales:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Chef Especializado en Dietas Especiales</li> <li>-Equipo de Marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Menús Elaborados (Menú Vegano y Keto)</li> <li>-Campañas Publicitarias (Promoción y Publicidad)</li> </ul>
<p><i>Gestión Financiera y Contable:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Contadores y Analistas Financieros</li> <li>-Personal de Contabilidad</li> <li>-Especialistas en Impuestos</li> <li>-Analistas Financieros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Horas de Asesoramiento (Establecimiento de Presupuesto)</li> <li>-Días de Seguimiento (Monitoreo de Ingresos y Gastos)</li> <li>-Transacciones Registradas (Registro Contable y Pago de Impuestos)</li> <li>-Informes Financieros Generados (Análisis Financiero y Planificación a Corto y Largo Plazo)</li> </ul>
<b>ENLACES CON LOS PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN:</b>	
<p><i>Procedimientos Precedentes:</i></p> <p><b>Acta de Constitución del Proyecto:</b> Este plan se basa en la información y directrices establecidas en el acta de constitución, definiendo claramente el alcance, los objetivos y las restricciones del proyecto.</p> <p><b>Procesos de Inicio del Proyecto:</b> Se sigue el marco y los procesos de inicio del proyecto de la organización para asegurar una transición fluida desde la fase de planificación.</p>	
<p><i>Procedimientos Subsecuentes:</i></p> <p><b>Procesos de Ejecución y Control:</b> Las actividades y enfoques delineados en este plan se implementarán y controlarán conforme a los procesos establecidos por la organización durante la ejecución del proyecto.</p> <p><b>Procedimientos de Monitoreo y Evaluación:</b> Se establece una conexión directa con los procedimientos de monitoreo y evaluación de la organización para asegurar una supervisión efectiva y la toma de decisiones basada en datos.</p> <p><b>Procesos de Cierre del Proyecto:</b> Los criterios de cierre del proyecto se alinean con los procedimientos de cierre de la organización, facilitando una conclusión ordenada y documentada.</p>	
<b>MANTENIMIENTO DEL MODELO DE PROGRAMACIÓN DEL PROYECTO:</b>	
<p><b>Recolección de Datos de Avance:</b></p> <p>El equipo de proyecto recopilará datos de avance para cada actividad identificada en la EDT. Estos datos se obtendrán de informes de estado, registros de tiempo, actualizaciones del equipo y otras fuentes pertinentes que permitan evaluar el progreso real.</p>	
<p><b>Actualización del Modelo:</b></p> <p>La información recopilada se incorporará al modelo de programación. Se realizarán ajustes en las fechas de inicio y finalización, y se actualizarán las dependencias según sea necesario para reflejar con precisión la situación actual del proyecto.</p>	
<p><b>Revisión y Aprobación:</b></p> <p>El equipo de proyecto llevará a cabo revisiones periódicas del modelo actualizado. Posteriormente, se obtendrá la aprobación formal antes de compartir el modelo revisado con las partes interesadas y aplicar cualquier modificación.</p>	
<b>UMBRALES DE CONTROL:</b>	
<p><b>Retraso en Actividades Críticas:</b></p> <p><i>Umbral Superior:</i> Cualquier retraso en las actividades críticas que supere el 10% de la duración original se considerará una alerta temprana.</p> <p><i>Umbral Inferior:</i> Se establece un umbral del 5% para evaluar cualquier adelanto inesperado en las actividades críticas.</p>	

<b>Superación de Duración Planeada:</b> <i>Umbral de Extensión:</i> Si la duración acumulativa de las actividades supera el 110% de la duración planificada, se activará una alerta.	
<b>Cambios Significativos en la Secuencia de Actividades:</b> <i>Umbral de Alteración:</i> Cualquier cambio en la secuencia de actividades críticas que no esté alineado con el plan original y supere el 10% será objeto de revisión.	
<b>FORMATOS DE LOS INFORMES:</b>	
<b>INFORME</b>	<b>FRECUENCIA DE PRESENTACIÓN</b>
<b>Informe de Avance Semanal:</b> Detalle de actividades completadas, en progreso y pendientes. Comparación del progreso actual con el planificado. Desviaciones y medidas correctivas tomadas.	Semanalmente, cada viernes.
<b>Informe de Variaciones Significativas:</b> Detalle de variaciones importantes en el cronograma. Análisis de causas y estrategias de mitigación.	Cuando se detecten desviaciones significativas.

Fuente: Elaboración propia

### 6.2.3.1. DESARROLLO DEL CRONOGRAMA

Elaborar el calendario conforme al PMBOK (2017) implica examinar las secuencias de actividades, las duraciones, los requisitos de recursos y las limitaciones del cronograma con el fin de construir el modelo temporal del proyecto. Este modelo se utiliza para llevar a cabo, monitorear y controlar el desarrollo del proyecto. (Referencia: PMBOK 2017, pág. 173)

**Tabla 66 Cronograma, ruta crítica e hitos del Proyecto**

CONTROL DE VERSIONES					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Lilian García	Xiomara Mejia	Lilian y Xiomara	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

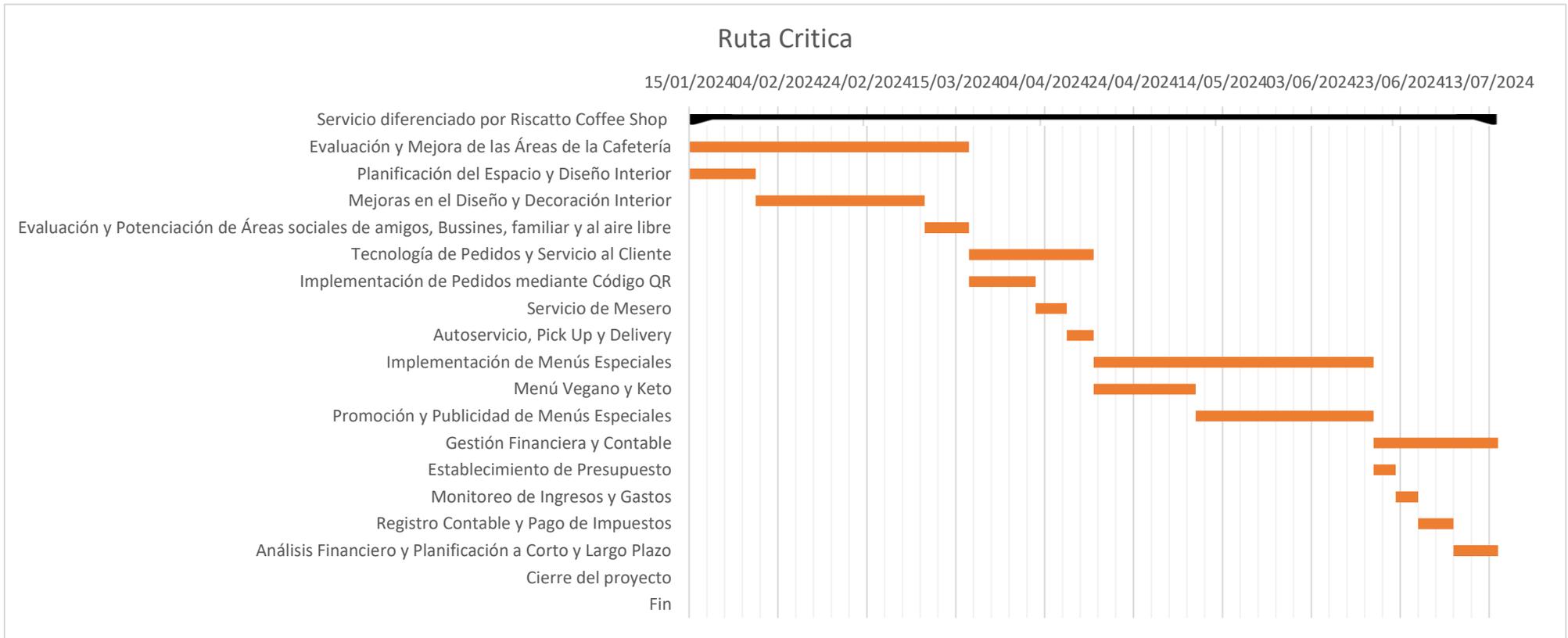
## *CRONOGRAMA DEL PROYECTO*

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

ID	TAKS NAME	DURATION	START	FINISH	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7
<b>0</b>	<b>Servicio diferenciado por Riscatto Coffee Shop</b>	<b>182 Días</b>	<b>15/01/2024</b>	<b>15/07/2024</b>							
<b>1</b>	<b>Evaluación y Mejora de las Áreas de la Cafetería</b>	<b>63 Días</b>	<b>15/01/2024</b>	<b>18/03/2024</b>							
1.1	Planificación del Espacio y Diseño Interior	15 Días	15/01/2024	30/01/2024							
1.2	Mejoras en el Diseño y Decoración Interior	38 Días	30/01/2024	08/03/2024							
1.3	Evaluación y Potenciación de Áreas sociales de amigos, Bussines, familiar y al aire libre	10 Días	08/03/2024	18/03/2024							
<b>2</b>	<b>Tecnología de Pedidos y Servicio al Cliente</b>	<b>28 Días</b>	<b>18/03/2024</b>	<b>15/04/2024</b>							
2.1	Implementación de Pedidos mediante Código QR	15 Días	18/03/2024	02/04/2024							
2.2	Servicio de Mesero	7 Días	02/04/2024	09/04/2024							
2.3	Autoservicio, Pick Up y Delivery	6 Días	09/04/2024	15/04/2024							
<b>3</b>	<b>Implementación de Menús Especiales</b>	<b>63 Días</b>	<b>15/04/2024</b>	<b>17/06/2024</b>							
3.1	Menú Vegano y Keto	23 Días	15/04/2024	08/05/2024							
3.2	Promoción y Publicidad de Menús Especiales	40 Días	08/05/2024	17/06/2024							
<b>4</b>	<b>Gestión Financiera y Contable</b>	<b>28 Días</b>	<b>17/06/2024</b>	<b>15/07/2024</b>							
4.1	Establecimiento de Presupuesto	5 Días	17/06/2024	22/06/2024							
4.2	Monitoreo de Ingresos y Gastos	5 Días	22/06/2024	27/06/2024							
4.3	Registro Contable y Pago de Impuestos	8 Días	27/06/2024	05/07/2024							
4.4	Análisis Financiero y Planificación a Corto y Largo Plazo	10 Días	05/07/2024	15/07/2024							
<b>5</b>	<b>Cierre del proyecto</b>	<b>0 Días</b>	<b>15/07/2024</b>	<b>15/07/2024</b>							
5.1	Fin	0 Días	15/07/2024	15/07/2024							

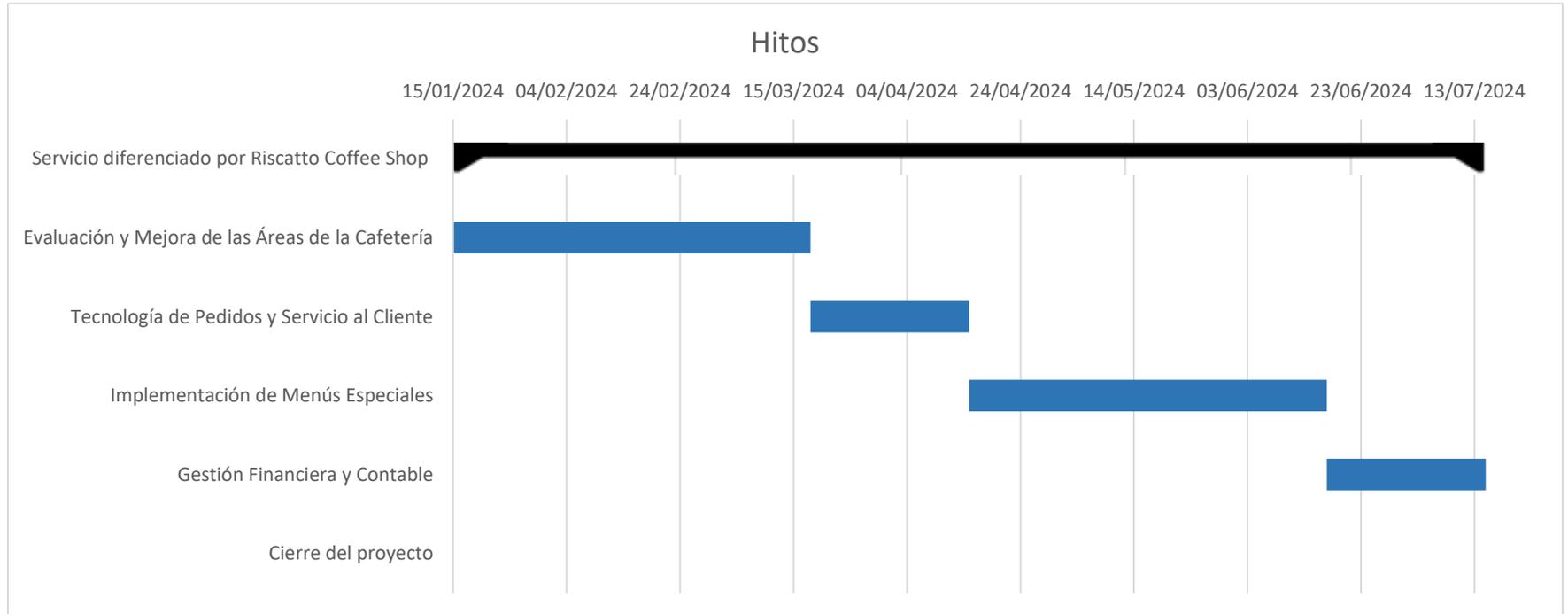
Fuente: Elaboración propia

*RUTA CRITICA*



Fuente: Elaboración propia

## HITOS



Fuente: Elaboración propia

## 6.2.4. GESTIÓN DE LOS COSTOS DEL PROYECTO

El PMBOK (2017) describe el Plan de Gestión de Costos como la guía que "define la manera en que se llevará a cabo la planificación, estructuración y supervisión de los costos" (página 87).

**Tabla 67 Plan de Gestión de los Costos**

CONTROL DE VERSIONES					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Xiomara Mejía	Xiomara Mejía	Lilian García	04/12/2023	SERVICIO DIFERENCIADO RCS

## PLAN DE GESTIÓN DE LOS COSTOS

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

UNIDADES DE MEDIDA:		
<i>TIPO DE RECURSO</i>	<i>UNIDADES DE MEDIDA</i>	
Materiales	Unidad	
Equipo	Diario / horas	
Personal	Diario de Lunes a viernes 8 horas	
NIVEL DE PRECISIÓN:		
<i>TIPO DE ESTIMACIÓN</i>	<i>MODO DE FORMULACIÓN</i>	<i>NIVEL DE PRECISIÓN</i>
PRESUPUESTO	Desglose de actividades del proyecto, valor en cada actividad y suma total.	Redondeo 2 decimales
PRODUCTIVIDAD	Evaluación de las actividades a desarrollar conforme al tiempo y valor estimado	Redondeo 2 decimales, Calendario en horario hábil Lunes a Viernes 8 horas diarias
NIVEL DE EXACTITUD:		
<i>TIPO DE ESTIMACIÓN</i>	<i>MODO DE FORMULACIÓN</i>	<i>NIVEL DE EXACTITUD:</i>
Presupuesto	Estimación proyectada	+/- 5% a 10%
Productividad	Estimación proyectada	+/- 5% a 10%
ENLACES CON LOS PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN:		
<b>Elaboración de presupuesto:</b> Uso de formatos de control, conocimiento de los materiales necesarios por experto y aprobación por el responsable de la empresa.		
<b>Estimación del costo:</b> Recopilación de datos históricos, Método Ascendente y experiencia de experto.		
<b>Seguimiento y control de los costó:</b> Evaluación del método valor ganado por la empresa		
UMBRALES DE CONTROL		
<i>ALCANCE</i>	<i>VARIACIÓN PERMITIDA</i>	<i>ACCIÓN A TOMAR SI LA VARIACIÓN EXCEDE LO PERMITIDO</i>
Variación de los Recursos y equipo	Desviación hasta un 5% para la categoría de mano de obra, equipo y materiales	Evaluación del perfil del empleado y de los proveedores para optar a cambios emergentes en lo planeado.

Variación en las actividades	Monitoreo de cada actividad según su importancia e impacto	Revisión del tiempo en las actividades que requieren mayor importancia asimismo evaluar el impacto en los costos para determinar ajustes rápidamente.
Variación de los costos	Variación aceptable del $\pm 5\%$ en relación con el presupuesto planificado.	Monitoreo de los costos y revisión de las cotizaciones que estén dentro de parámetros establecido de compra.
Limite en la desviación	Para la desviación en cualquier etapa del proyecto que supere el 10% del presupuesto total requerirá una revisión y aprobación formal por parte del comité de control del proyecto	Revisión a detalle del impacto con la debida justificación y casusa.

<b>REGLAS PARA LA MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO</b>		
<i>ALCANCE</i>	<i>MÉTODO DE MEDICIÓN</i>	<i>MODO DE MEDICIÓN</i>
Desarrollo del proyecto	Valor Ganado	Mensual
<b>FORMATOS DE GESTIÓN DE COSTOS:</b>		
<i>FORMATO DE GESTIÓN DE COSTOS</i>	<i>DESCRIPCIÓN: QUÉ, QUIÉN, CÓMO, CUÁNDO, DÓNDE, CON QUÉ</i>	
Presupuesto	Se considera el costo total del proyecto sobre la estimación ascendente en cada actividad tomando en cuenta costos directos e indirectos, se presenta los valores generales al cliente para su aprobación.	
Detalle de Actividades	Específica a detalle toda la información de rendimientos, cantidad de costos directos e indirectos de cada actividad. La información contenida servirá para control interno de la ejecución del proyecto.	
Control del costo	Monitoreo del desempeño de los costos mensualmente. Los cambios técnicos son aprobados por el director del proyecto y cambios en el alcance son aprobados solamente por el patrocinador.	

Fuente: Elaboración propia

### 6.2.4.1. DESARROLLO DEL PRESUPUESTO

El PMBOK (2017) explica que el desarrollo del presupuesto es el procedimiento que implica agregar las estimaciones de costos de actividades individuales o paquetes de trabajo para establecer una línea base de costos autorizada (página 173).

**Tabla 68 Desarrollo del Presupuesto**

<b>CONTROL DE VERSIONES</b>					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Xiomara Mejía	Xiomara Mejía	Lilian García	04/12/2023	SERVICIO DIFERENCIADO <b>RCS</b>

## PRESUPUESTO

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

PRESUPUESTO DEL PROYECTO			
Actividad	Unidad	Precio	Presupuesto Base
<b>1. Evaluación y Mejora de las Áreas de la Cafetería</b>			<b>340,630.25</b>
1.1 Planificación del Espacio y Diseño Interior	1	General	54,861.25
1.2 Mejoras en el Diseño y Decoración Interior	105	Mts	150,000.00
1.3 Evaluación y Potenciación de Áreas sociales de amigos, Bussines, familiar y al aire libre	1	General	135,769.00
<b>2. Tecnología de Pedidos y Servicio al Cliente</b>			<b>373,512.50</b>
2.1 Implementación de Pedidos mediante Código QR	1.00	General	18,407.50
2.2 Servicio de Mesero	7.00	General	106,531.50
2.3 Autoservicio, Pick Up y Delivery	Varios	General	248,573.50
<b>3. Implementación de Menús Especiales</b>			<b>109,342.75</b>
3.1 Menú Vegano y Keto	Varios	General	12,122.75
3.2 Promoción y Publicidad de Menús Especiales	1.00	General	97,220.00
<b>4. Gestión Financiera y Contable</b>			<b>263,678.00</b>
4.1 Establecimiento de Presupuesto	2.00	8,500	17,000.00
4.2 Monitoreo de Ingresos y Gastos	2.00	General	3,378.00
4.3 Registro Contable y Pago de Impuestos	2.00	General	25,500.00
4.4 Análisis Financiero y Planificación a Corto y Largo Plazo	1.00	General	217,800.00
			<b>1,087,163.50</b>
Reserva de imprevisto (Contingencia)			<b>147,560.92</b>
<b>Presupuesto Total del proyecto</b>			<b>1,234,724.42</b>

**Figura 114 Presupuesto**

Fuente: Elaboración propia

### 6.2.5. GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL PROYECTO

Según el PMBOK (2017), el Plan de Gestión de la Calidad se define como el plan que "prescribe cómo se llevarán a cabo en el proyecto las políticas, metodologías y estándares de calidad de una organización" (página 87).

**Tabla 69 Plan de Gestión de la Calidad**

CONTROL DE VERSIONES					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Lilian García	Xiomara Mejia	Lilian y Xiomara	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

## PLAN DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

OBJETIVOS DE LA CALIDAD
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Satisfacción del Cliente:</b> Lograr un índice de satisfacción del cliente del 90% o superior mediante encuestas y comentarios directos.</li> <li>2. <b>Consistencia en el Servicio:</b> Mantener la consistencia en la calidad del servicio diferenciado para que cumpla con las expectativas del cliente en cada visita.</li> <li>3. <b>Calidad de los Productos:</b> Garantizar que todos los productos ofrecidos en el menú diferenciado cumplan con estándares de frescura y calidad establecidos.</li> <li>4. <b>Ambiente Agradable:</b> Mantener un ambiente acogedor y limpio en las áreas sociales, contribuyendo a la experiencia positiva del cliente.</li> <li>5. <b>Código QR Eficiente:</b> Asegurar que el sistema de pedidos mediante Código QR funcione eficientemente, reduciendo los errores en un 10%.</li> <li>6. <b>Gestión Financiera Transparente:</b> Garantizar la transparencia y precisión en la gestión financiera y contable, cumpliendo con todas las obligaciones fiscales y contables.</li> </ol>
REQUISITOS DE CALIDAD
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Ingredientes Frescos y de Calidad:</b> Garantizar que todos los ingredientes utilizados en la preparación de los alimentos sean frescos y cumplan con altos estándares de calidad.</li> <li>2. <b>Tiempo de Entrega Rápido y Preciso:</b> En el caso de servicios como pick up y delivery, asegurar que los pedidos se preparen y entreguen en el tiempo establecido, manteniendo la calidad de los alimentos.</li> <li>3. <b>Atención al Cliente Personalizada:</b> Proporcionar un servicio al cliente excepcional, incluyendo la atención personalizada a las necesidades y preferencias individuales de los clientes.</li> <li>4. <b>Innovación en el Menú:</b> Introducir nuevas y creativas opciones en el menú especial para ofrecer variedad y mantener el interés de los clientes.</li> <li>5. <b>Sistema de Pedidos Eficiente:</b> Garantizar que el sistema de pedidos mediante Código QR funcione de manera eficiente y sin errores, facilitando una experiencia sin contratiempos.</li> </ol>
PRUEBAS DE CALIDAD:

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>ETAPA DE CONSTRUCCIÓN</b>	<b>PERSONAS RESPONSABLES</b>
Prueba de Sabor de los Alimentos	Preparación de los alimentos.	Personal de cocina
Inspección de Ingredientes	Recepción y almacenamiento de ingredientes.	Asistente Administrativo Personal de cocina Personal Barismo
Simulacro de Tiempo de Entrega	Proceso de preparación y entrega.	Personal de cocina Personal Barismo
Simulación de Atención al Cliente	Atención al cliente en el mostrador y durante la entrega.	Personal Barismo Mesero/cajero
Inspección del Ambiente y Limpieza	Mantenimiento de las áreas comunes y sociales.	Personal de limpieza
Pruebas del Sistema de Pedidos mediante Código QR	Implementación y prueba del sistema.	Todo el personal
<b>RESPONSABILIDADES DEL EQUIPO DE PROYECTO:</b>		
<b>MIEMBRO DEL EQUIPO</b>	<b>TAREA ESPECÍFICA</b>	
Director del Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar la planificación y ejecución general del proyecto.</li> <li>• Coordinar las actividades de los diversos equipos.</li> <li>• Tomar decisiones estratégicas para asegurar el éxito del proyecto.</li> </ul>	
Personal de Cocina	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar y planificar el menú diferenciado.</li> <li>• Supervisar la preparación y presentación de alimentos.</li> <li>• Garantizar la calidad y consistencia de los platillos.</li> </ul>	
Asistente Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar y probar el sistema de pedidos mediante Código QR</li> <li>• Gestionar las interacciones con los clientes.</li> <li>• Resolver problemas y asegurar la satisfacción del cliente.</li> </ul>	
Contador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer y monitorear el presupuesto del proyecto.</li> <li>• Supervisar el registro contable y el pago de impuestos.</li> <li>• Realizar análisis financiero y planificación a corto y largo plazo.</li> </ul>	
Encargado de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar estrategias de promoción y publicidad.</li> <li>• Diseñar campañas para los menús especiales y eventos.</li> </ul>	
Coordinador de Diseño Interior	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar y diseñar las mejoras en el espacio y decoración interior.</li> <li>• Potenciar las áreas sociales de amigos, negocios, familiares y al aire libre.</li> </ul>	
Personal de Logística y Entrega	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar la logística de autoservicio, pick up y delivery.</li> <li>• Asegurar la eficiente entrega de pedidos a los clientes.</li> </ul>	
Equipo de Mejora Continua	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar comentarios de clientes y proponer mejoras.</li> <li>• Identificar oportunidades de optimización en los procesos.</li> <li>• Implementar cambios para mejorar continuamente el servicio.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS DE RECURSOS DE LAS PRUEBAS</b>		
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TAREA ESPECÍFICA</b>	
Pruebas del Sistema de Pedidos mediante Código QR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simular el proceso de pedidos utilizando el sistema implementado de códigos QR.</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar la eficacia y velocidad del escaneo de códigos QR en dispositivos móviles.</li> <li>• Evaluar la precisión en la toma de pedidos a través del sistema.</li> </ul>
Pruebas del Servicio de Mesero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar la eficacia del servicio de mesero implementado.</li> <li>• Simular diversas situaciones para probar la capacidad de respuesta y la atención al cliente.</li> <li>• Verificar la precisión en la toma y entrega de pedidos por parte de los meseros.</li> <li>• Evaluar la interacción general del cliente con el servicio de mesero.</li> </ul>
Pruebas de Autoservicio, Pick Up y Delivery	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar la eficacia de las opciones de autoservicio, pick up y delivery implementadas.</li> <li>• Simular escenarios de clientes utilizando estas opciones.</li> <li>• Verificar la precisión en la preparación de pedidos y su entrega.</li> </ul>
Pruebas del Menú Vegano y Keto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar la precisión y exhaustividad del menú Vegano y Keto.</li> <li>• Verificar la disponibilidad y presentación correcta de los elementos del menú.</li> <li>• Probar la funcionalidad de recomendaciones y ajustes en función de las preferencias dietéticas.</li> </ul>
Pruebas de Promoción y Publicidad de Menús Especiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar la efectividad de las estrategias de promoción y publicidad.</li> <li>• Verificar la visibilidad de los menús especiales en los canales de marketing.</li> <li>• Probar la precisión de cualquier descuento o beneficio promocional.</li> </ul>
Pruebas de Análisis Financiero y Planificación a Corto y Largo Plazo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar informes financieros utilizando datos de prueba.</li> <li>• Evaluar la precisión de los informes en comparación con los resultados esperados.</li> <li>• Probar las herramientas de análisis financiero para identificar tendencias y patrones.</li> </ul>

#### **GESTIÓN DE NO CONFORMIDADES:**

- **Identificación de No Conformidades:**

**Actividad:** Monitoreo constante de actividades y entregables, Revisiones regulares de cumplimiento de requisitos.

**Responsables:** Equipos de proyecto y calidad.

- **Registro de No Conformidades:**

**Actividad:** Documentar detalladamente cada no conformidad, Registrar la fecha, la descripción y la ubicación.

**Responsables:** Encargados de calidad y equipos relacionados.

- **Análisis de Causas:**

**Actividad:** Investigar las causas subyacentes de cada no conformidad, Identificar si es un problema único o sistémico.

**Responsables:** Equipos de calidad y expertos relevantes.

- **Acciones Correctivas:**

**Actividad:** Desarrollar un plan para abordar las causas raíces, Implementar acciones correctivas de manera oportuna.

**Responsables:** Equipos de proyecto, calidad y partes interesadas.

#### **MEJORA CONTINUA:**

- **Recolección de Datos:**

**Actividad:** Recopilar datos relevantes sobre el rendimiento del proyecto, Utilizar métricas clave y comentarios del equipo y clientes.

**Responsables:** Equipos de proyecto y calidad.

- **Análisis de Desempeño:**

**Actividad:** Evaluar los datos recopilados para identificar áreas de mejora, Analizar tendencias y patrones de rendimiento.

**Responsables:** Equipos de calidad y análisis de datos.

- **Generación de Ideas:**

**Actividad:** Facilitar sesiones de lluvia de ideas para proponer mejoras, Fomentar la participación de todo el equipo y las partes interesadas.

**Responsables:** Equipos de proyecto y calidad.

- **Priorización de Mejoras:**

**Actividad:** Clasificar las ideas de mejora según su impacto y viabilidad. Consultar a partes interesadas para la evaluación.

**Responsables:** Equipos de calidad y gestión de proyectos.

- **Implementación de Cambios:**

**Actividad:** Desarrollar un plan para la implementación de mejoras, Asignar roles y responsabilidades para la ejecución.

**Responsables:** Equipos de proyecto y partes interesadas.

- **Evaluación de Resultados:**

**Actividad:** Evaluar el impacto de los cambios implementados, Medir nuevamente las métricas clave para comparación.

**Responsables:** Equipos de calidad y análisis de datos.

- **Aprendizaje y Documentación:**

**Actividad:** Documentar lecciones aprendidas y buenas prácticas, Crear un registro para futuras referencias.

**Responsables:** Equipos de calidad y gestión de conocimientos.

- **Retroalimentación Continua:**

**Actividad:** Establecer canales para recibir retroalimentación continua, Fomentar una cultura abierta y receptiva al cambio.

**Responsables:** Equipos de proyecto y gestión de calidad.

Fuente: Elaboración Propia

## 6.2.6. GESTIÓN DE LOS RECURSOS DEL PROYECTO

El PMBOK (2017) describe el Plan de gestión de los Recursos como la estrategia que "ofrece orientación sobre la categorización, asignación, gestión y liberación de los recursos del proyecto" (pág. 87).

**Tabla 70 Plan de Gestión de los Recursos**

CONTROL DE VERSIONES					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Lilian García	Xiomara Mejia	Lilian y Xiomara	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

## PLAN DE GESTIÓN DE LOS RECURSOS

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

IDENTIFICACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS:	
RECURSOS	CANTIDAD
Gerente de Proyecto	1
Diseñador de Interiores	1
Especialista en Códigos QR	1
Personal de Servicio de Mesero, Autoservicio, Pick Up y Delivery, Cajero (Los Baristas y asistente de cocina cubren estos puestos)	3
Cocinero	1
Contador	1
Asistente de cocina	1
Personal de Promoción y Publicidad	1
Barista	2

## ESTIMACIÓN DE LOS RECURSOS:

### 1. Evaluación y Mejora de las Áreas de la Cafetería

- Gerente de Proyecto: 2 meses
- Diseñador de Interiores: 1 mes
- Personal de Potenciación de Áreas Sociales: 3 meses

### 2. Tecnología de Pedidos y Servicio al Cliente

- Especialista en Códigos QR: 1 mes
- Personal de Servicio de Mesero: 3 meses
- Personal de Autoservicio, Pick Up y Delivery: 2 meses

### 3. Implementación de Menús Especiales

- Cocinero: 2 meses
- Asistente de cocina: 2 meses
- Barista: 1 mes
- Personal de Promoción y Publicidad: 1 mes

### 4. Gestión Financiera y Contable

- Contador: 6 meses

## ADQUISICIÓN DE RECURSOS HUMANOS:

### 1. Evaluación y Mejora de las Áreas de la Cafetería

- *Descripción del Rol:* Gerente de Proyecto
- *Perfil:* Profesional con experiencia en gestión de proyectos de diseño de interiores y evaluación de espacios.
- *Proceso de Selección:* Entrevistas, revisión de portafolio.
- *Descripción del Rol:* Diseñador de Interiores
- *Perfil:* Profesional creativo con experiencia en diseño de espacios interiores.
- *Proceso de Selección:* Revisión de portafolio, prueba de diseño.
- *Descripción del Rol:* Personal de Potenciación de Áreas Sociales
- *Perfil:* Personal con habilidades para mejorar y potenciar áreas sociales en entornos de negocios, amigos y familiares.
- *Proceso de Selección:* Entrevistas, revisión de experiencia.

### 2. Tecnología de Pedidos y Servicio al Cliente

- *Descripción del Rol:* Especialista en Códigos QR
- *Perfil:* Experto en tecnología de códigos QR y sistemas de pedidos electrónicos.
- *Proceso de Selección:* Evaluación técnica, entrevista.
- *Descripción del Rol:* Personal de Servicio de Mesero
- *Perfil:* Personal con experiencia en servicio al cliente y manejo de pedidos en entornos de cafetería.
- *Proceso de Selección:* Entrevistas, simulaciones de servicio.
- *Descripción del Rol:* Personal de Autoservicio, Pick Up y Delivery
- *Perfil:* Personal capacitado para gestionar el autoservicio y el proceso de recogida y entrega.
- *Proceso de Selección:* Entrevistas, revisión de habilidades logísticas.

### 3. Implementación de Menús Especiales

- *Descripción del Rol:* Cocinero

- *Perfil:* Cocinero con experiencia en cocina vegana y Keto.
  - *Proceso de Selección:* Degustación, entrevista.
  - *Descripción del Rol:* Personal de Promoción y Publicidad
  - *Perfil:* Profesional en marketing con experiencia en la promoción de menús especiales.
  - *Proceso de Selección:* Revisión de experiencia, presentación de propuestas.
- 4. Gestión Financiera y Contable**
- *Descripción del Rol:* Contador
  - Perfil: Contador con experiencia en la industria de servicios de alimentos.
  - Proceso de Selección: Evaluación de habilidades contables, entrevista.

## **ADQUISICIÓN DE RECURSOS FÍSICOS:**

### **1. Evaluación y Mejora de las Áreas de la Cafetería**

Recursos Físicos:

- Mobiliario de oficina y cafetería.
- Materiales de construcción y decoración.
- Equipamiento para áreas sociales.

Proceso de Adquisición:

- Identificación de proveedores de mobiliario y materiales de construcción.
- Obtención de cotizaciones y propuestas.
- Evaluación de calidad y durabilidad de los productos.
- Negociación de precios y condiciones de entrega.
- Adquisición y entrega de los recursos físicos.

### **2. Tecnología de Pedidos y Servicio al Cliente**

Recursos Físicos:

- Dispositivos para implementación de códigos QR.
- Tecnología para el sistema de pedidos electrónico.
- Equipamiento para el servicio de mesero.

Proceso de Adquisición:

- Investigación de proveedores de tecnología de códigos QR y sistemas de pedidos.
- Evaluación de dispositivos y software disponibles en el mercado.
- Selección de proveedores basada en requisitos técnicos y presupuesto.
- Negociación de contratos y términos de servicio.
- Adquisición e implementación de la tecnología.

### **3. Implementación de Menús Especiales**

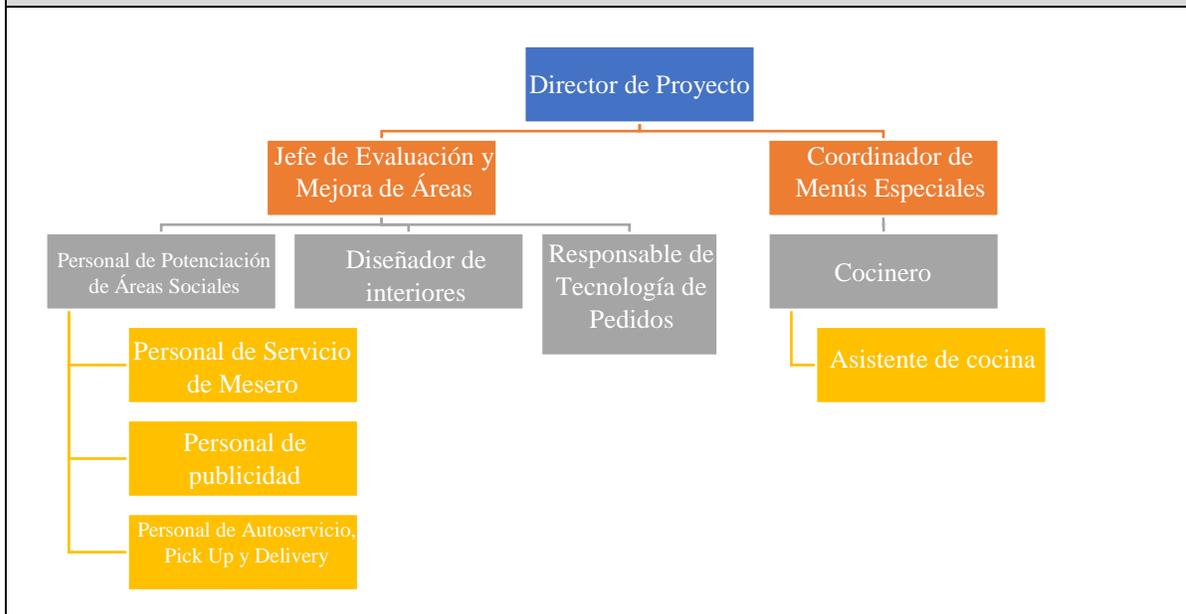
Recursos Físicos:

- Utensilios de cocina especializados para menú vegano y Keto.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipamiento para la promoción y publicidad.</li> </ul> <p>Proceso de Adquisición:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de proveedores de utensilios de cocina especializados.</li> <li>• Evaluación de la calidad y funcionalidad de los equipos.</li> <li>• Obtención de cotizaciones y propuestas para equipos de promoción.</li> <li>• Negociación de precios y condiciones de entrega.</li> <li>• Adquisición y preparación de los recursos físicos.</li> </ul> <p><b>4. Gestión Financiera y Contable</b></p> <p>Recursos Físicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Software de contabilidad y gestión financiera.</li> <li>• Equipos de cómputo y dispositivos de oficina.</li> </ul> <p>Proceso de Adquisición:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de proveedores de software contable y financiero.</li> <li>• Evaluación de opciones según requisitos de la organización.</li> </ul>
--

<b>ROLES Y RESPONSABILIDADES:</b>			
<b>ROL</b>	<b>NIVEL DE AUTORIDAD</b>	<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>COMPETENCIA</b>
Director del Proyecto	Alto	Liderar la planificación y ejecución del proyecto, tomar decisiones estratégicas, gestionar recursos y resolver problemas.	Experiencia en gestión de proyectos, habilidades de liderazgo, conocimiento técnico del proyecto.
Jefe de Evaluación y Mejora de Áreas	Medio	Supervisar la planificación del espacio y diseño interior, mejoras en la decoración y evaluación de áreas sociales.	Experiencia en diseño de interiores, capacidad para evaluar espacios sociales.
Responsable de Tecnología de Pedidos	Medio	Coordinar la implementación de pedidos mediante códigos QR, servicio de mesero y sistemas de autoservicio.	Conocimiento en tecnologías de pedidos, coordinación de servicios.
Coordinador de Menús Especiales	Bajo	Dirigir la implementación de menús vegano y Keto, así como la promoción de estos menús.	Conocimiento en gastronomía, capacidad para planificar y promover menús especiales.
Gerente Financiero y Contable	Medio	Establecer presupuestos, monitorear ingresos y gastos, gestionar registros contables y realizar análisis financiero.	Experiencia en contabilidad y finanzas, habilidades analíticas.

## ORGANIGRAMA DEL PROYECTO:



**Figura 115 Organigrama del proyecto**

Fuente: Elaboración propia

## GESTIÓN DE LOS MIEMBROS DEL EQUIPO DE PROYECTO:

### Comunicación Abierta:

- Establecer canales de comunicación claros y abiertos.
- Fomentar la retroalimentación constante entre los miembros del equipo.

### Desarrollo de Habilidades:

- Identificar las habilidades y fortalezas de cada miembro del equipo.
- Ofrecer oportunidades de formación y desarrollo profesional.

### Motivación y Reconocimiento:

- Reconocer y recompensar los logros y contribuciones individuales y del equipo.
- Mantener un ambiente de trabajo positivo y motivador.

### Gestión de Conflictos:

- Abordar los conflictos de manera proactiva y resolver disputas de manera justa.
- Facilitar sesiones de resolución de conflictos cuando sea necesario.

### Asignación de Tareas Equitativa:

- Distribuir las tareas de manera equitativa, teniendo en cuenta las habilidades y cargas de trabajo de cada miembro.

- Asegurar que todos los miembros del equipo participen y se sientan valorados.

**Seguimiento del Rendimiento:**

- Establecer métricas de rendimiento claras y medibles.
- Realizar revisiones periódicas del rendimiento y proporcionar retroalimentación constructiva.

**Desarrollo de un Espíritu de Equipo:**

- Organizar actividades y eventos que fomenten la cohesión y el trabajo en equipo.
- Crear un sentido de pertenencia y compromiso con los objetivos del proyecto.

**Flexibilidad y Adaptabilidad:**

- Ser flexible en la gestión de horarios y enfoques de trabajo.
- Adaptarse a cambios inesperados y reevaluar estrategias según sea necesario.

**Liderazgo Inspirador:**

- Inspirar a los miembros del equipo a través de un liderazgo positivo.
- Proporcionar orientación y apoyo para superar desafíos.

**CAPACITACIÓN:****Identificación de Necesidades:**

- Evaluar las habilidades actuales del equipo.
- Identificar las brechas de conocimiento y competencias.

**Diseño del Programa:**

- Desarrollar un plan de capacitación basado en las necesidades identificadas.
- Estructurar el programa de manera que sea relevante y específico para el proyecto.

**Metodologías de Capacitación:**

- Utilizar enfoques variados, como sesiones presenciales, cursos en línea, talleres prácticos, entre otros.
- Adaptar las metodologías a las preferencias y estilos de aprendizaje del equipo.

**Recursos Educativos:**

- Proporcionar material de capacitación de calidad, como manuales, videos, presentaciones y documentos.
- Asegurar que los recursos sean accesibles y fáciles de entender.

**Instructores Calificados:**

- Seleccionar instructores con experiencia en el tema y habilidades de enseñanza.
- Fomentar la interacción y el diálogo durante las sesiones de capacitación.

**Evaluación Continua:**

- Realizar evaluaciones periódicas para medir la efectividad de la capacitación.
- Obtener retroalimentación del equipo para realizar ajustes según sea necesario.

**Aplicación Práctica:**

- Facilitar oportunidades para aplicar lo aprendido en situaciones prácticas.
- Integrar ejercicios y proyectos relacionados con el trabajo real del proyecto.

**Programa de Desarrollo Profesional:**

- Establecer un programa continuo de desarrollo profesional.
- Brindar oportunidades para el crecimiento y la actualización constante.

**Flexibilidad y Adaptabilidad:**

- Ser flexible en la programación de las sesiones de capacitación.
- Adaptar el programa según las necesidades cambiantes del proyecto.

**Seguimiento y Evaluación:**

- Realizar seguimientos posteriores a la capacitación para evaluar la retención del conocimiento.
- Identificar áreas que requieran refuerzo o formación adicional.

**DESARROLLO DEL EQUIPO:**

**Evaluación de Habilidades y Fortalezas:**

- Realizar evaluaciones periódicas de las habilidades y fortalezas individuales de los miembros del equipo.
- Identificar áreas de mejora y oportunidades para potenciar las fortalezas.

**Establecimiento de Objetivos de Desarrollo:**

- Colaborar con cada miembro del equipo para establecer metas y objetivos de desarrollo personal y profesional.
- Alinear los objetivos individuales con los objetivos del proyecto.

**Programas de Formación y Desarrollo:**

- Implementar programas de formación específicos para abordar las necesidades identificadas.
- Ofrecer oportunidades de aprendizaje continuo y desarrollo de habilidades.

**Mentoría y Coaching:**

- Facilitar programas de mentoría para fomentar la transferencia de conocimientos y la orientación.
- Proporcionar sesiones de coaching individualizado para el crecimiento profesional.

**Promoción de la Colaboración:**

- Fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y de apoyo mutuo.
- Establecer plataformas para la compartición de conocimientos y la resolución colaborativa de problemas.

**CONTROL DE RECURSOS FÍSICOS:**

**Inventario y Registro:**

- Establecer un sistema de inventario detallado que incluya todos los recursos físicos necesarios para el servicio diferenciado.
- Registrar la cantidad inicial, movimientos de entrada y salida, y el estado de los recursos.

**Programación y Asignación:**

- Crear un programa de asignación que especifique cuándo y cómo se utilizarán los recursos físicos.
- Asignar responsablemente los recursos a las tareas y actividades planificadas.

**Monitoreo de Utilización:**

- Implementar un sistema de seguimiento para evaluar la utilización real de los recursos físicos.
- Registrar y analizar cómo se están utilizando los recursos en comparación con las planificaciones.

**Mantenimiento Preventivo:**

- Establecer programas de mantenimiento preventivo para asegurar que los recursos físicos estén en óptimas condiciones.
- Programar revisiones periódicas y realizar reparaciones o actualizaciones según sea necesario.

**Resolución de Problemas:**

- Establecer un protocolo para abordar problemas o malfuncionamientos de los recursos físicos de manera rápida y eficaz.
- Designar un equipo responsable de resolver problemas emergentes.

**Optimización de Recursos:**

- Identificar oportunidades para optimizar el uso de recursos físicos sin comprometer la calidad del servicio.
- Explorar nuevas tecnologías o prácticas que puedan mejorar la eficiencia.

**PLAN DE RECONOCIMIENTO:****Reconocimiento Individual:**

- Establecer un sistema de reconocimiento individual basado en el rendimiento y logros sobresalientes.
- Otorgar premios o menciones especiales a aquellos miembros del equipo que hayan contribuido significativamente al proyecto.

**Reconocimiento de Equipos:**

- Celebrar los logros colectivos del equipo mediante eventos o ceremonias.
- Otorgar certificados o trofeos al equipo en su conjunto por alcanzar metas clave.

**Programas de Incentivos:**

- Implementar programas de incentivos que recompensen el esfuerzo y el desempeño excepcional.

- Ofrecer bonificaciones, días libres adicionales o beneficios adicionales para aquellos que superen expectativas.

Fuente: Elaboración Propia

**6.2.6.1. ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE RECURSOS (EDR)**

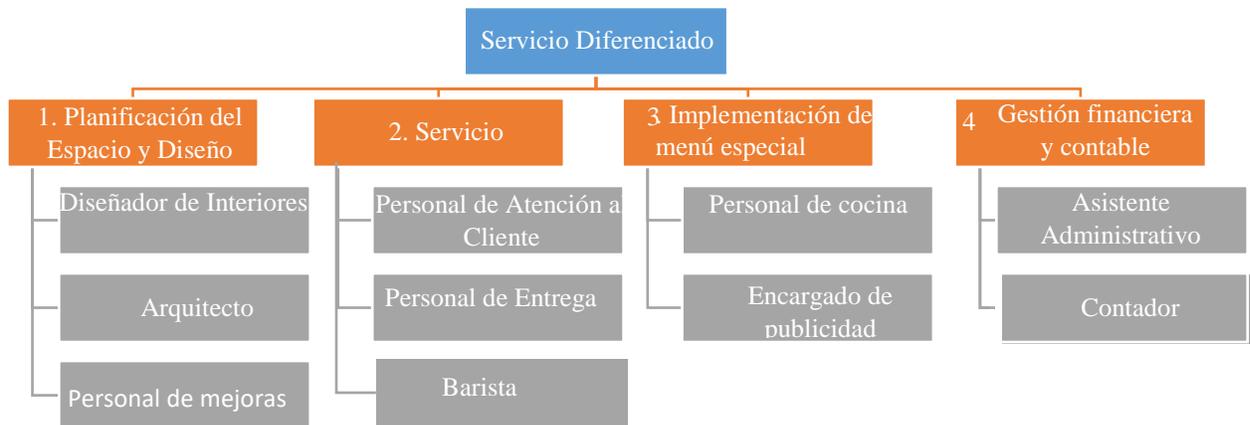
Conforme al PMBOK (2017), la estructura de desglose de recursos se describe como una jerarquía que presenta los recursos identificados, organizados por categoría y tipo de recurso (página 198).

**Tabla 71 Estructura de Desglose de Recursos**

<b>CONTROL DE VERSIONES</b>					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Lilian García	Xiomara Mejia	Lilian y Xiomara	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

**ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE RECURSOS**

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	<b>SIGLAS DEL PROYECTO</b>
<b>Servicio diferenciado por Riscatto Coffee</b>	<b>SDPRCS</b>



**Figura 116 Estructura de desglose de Recursos**

Fuente: Elaboración propia

Cabe mencionar, que el personal de servicio son parte del equipo del proyecto, del EDR, ya que el personal de servicio desempeña un papel fundamental en el éxito del proyecto de Servicio Diferenciado en Riscatto Coffee Shop. Su interacción directa con los clientes contribuye significativamente a la experiencia general del cliente. La atención al cliente, la eficiencia en el servicio y la capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes son elementos cruciales para el posicionamiento exitoso del servicio diferenciado. Contar con un personal de servicio capacitado y comprometido no solo garantiza un servicio de alta calidad, sino que también contribuye a la fidelización del cliente y al fortalecimiento de la reputación del establecimiento. Además, el personal de servicio actúa como representante directo de la marca, siendo esencial para transmitir los valores y la identidad del proyecto a los clientes.

## 6.2.7. GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES

Según el PMBOK (2017), el Plan de Gestión de las Comunicaciones se caracteriza como la planificación que "determina la manera, el momento y las personas responsables de gestionar y divulgar la información del proyecto" (página 87).

**Tabla 72 Plan de Gestión de las Comunicaciones**

CONTROL DE VERSIONES					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Lilian García	Xiomara Mejia	Lilian y Xiomara	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

## PLAN DE GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN:
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Transparencia y Claridad:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar que la comunicación sea transparente y clara para todos los miembros del equipo y partes interesadas.</li> </ul> </li> <li>2. <b>Retroalimentación Constructiva:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer canales para recibir retroalimentación constructiva, tanto interna como externa, con el objetivo de mejorar continuamente.</li> </ul> </li> <li>3. <b>Coordinación Eficiente:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitar una comunicación eficiente y coordinación entre los diferentes equipos y áreas funcionales del proyecto.</li> </ul> </li> <li>4. <b>Gestión de Problemas y Soluciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer un protocolo claro para la comunicación de problemas y la propuesta de soluciones, promoviendo la resolución efectiva de desafíos.</li> </ul> </li> <li>5. <b>Involucramiento de Partes Interesadas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener informadas a las partes interesadas, incluidos clientes y proveedores, sobre los avances y cambios en el proyecto.</li> </ul> </li> <li>6. <b>Canales de Comunicación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir y utilizar eficientemente los canales de comunicación, incluyendo reuniones regulares, correos electrónicos, informes y herramientas colaborativas.</li> </ul> </li> <li>7. <b>Adaptabilidad en la Comunicación:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptar el enfoque de comunicación según las necesidades de las diferentes audiencias y las etapas del proyecto.</li> </ul> </li> <li>8. <b>Resolución de Conflictos:</b></li> </ol>

- Facilitar una comunicación efectiva en situaciones de conflicto, promoviendo la resolución colaborativa y el entendimiento mutuo.

#### REQUISITOS DE COMUNICACIÓN:

- 1. Frecuencia de Actualizaciones:**
  - Se requiere una actualización semanal por parte de cada equipo sobre el progreso, desafíos y logros.
- 2. Canales de Comunicación:**
  - Utilizar correo electrónico para comunicaciones formales y reuniones virtuales para discusiones más interactivas.
- 3. Información sobre Cambios:**
  - Cualquier cambio en los requisitos, plazos o recursos debe comunicarse de inmediato a todos los miembros del equipo.
- 4. Reuniones de Equipo:**
  - Programar reuniones de equipo regulares, al menos dos veces al mes, para abordar problemas, discutir estrategias y compartir actualizaciones.
- 5. Feedback Continuo:**
  - Establecer un mecanismo continuo para recibir Feedback de los miembros del equipo y partes interesadas.
- 6. Protocolo de Comunicación en Crisis:**
  - Establecer un protocolo de comunicación claro para situaciones de crisis, asegurando una respuesta rápida y coordinada.
- 7. Registro de Comunicaciones:**
  - Mantener un registro detallado de todas las comunicaciones clave, incluyendo decisiones tomadas y acciones acordadas.

#### REQUISITOS DE COMUNICACIÓN DE LOS INTERESADOS:

##### EQUIPO DEL PROYECTO:

INTERESADO	OBJETIVO DE COMUNICACIÓN	REQUISITOS DE INFORMACIÓN	MÉTODOS DE COMUNICACIÓN
Miembros del Equipo del Proyecto	Mantener a todos los miembros del equipo informados sobre las tareas asignadas, cambios en el plan y actualizaciones relevantes.	Detalles de las tareas asignadas, cambios en los plazos, actualizaciones semanales.	Reuniones semanales, correo electrónico, plataforma colaborativa en línea.
Líder del Proyecto	Proporcionar orientación, asignar tareas y asegurar la alineación con los objetivos del proyecto.	Resumen del progreso, problemas identificados, necesidades de recursos.	Reuniones individuales regulares, informes de estado, comunicación directa.

Miembros del Equipo de Desarrollo (Tecnología, Diseño, etc.)	Coordinar esfuerzos, discutir requisitos técnicos y resolver problemas específicos de sus áreas.	Actualizaciones técnicas, problemas de implementación, necesidades de colaboración.	Reuniones técnicas, foros en línea, canales especializados.
Proveedores	Coordinar entregas, discutir cambios en los requisitos y resolver problemas logísticos.	Fechas de entrega, cambios en requisitos, problemas de calidad.	Reuniones con proveedores, correo electrónico, plataformas colaborativas.
Clientes/Usuarios Finales	Mantener informados a los clientes sobre el progreso del proyecto y recibir Feedback.	Fechas de implementación, demostraciones, solicitudes de Feedback.	Reuniones de revisión, demostraciones, encuestas.

Fuente: Elaboración Propia

### 6.2.7.1. MATRIZ DE LAS COMUNICACIONES

Una matriz de comunicación es una herramienta que identifica y organiza la información clave que debe ser compartida entre diferentes partes interesadas en un proyecto. Esta herramienta documenta diversos elementos, como los entregables de comunicación, las audiencias específicas, las descripciones de la información a comunicar, los resultados esperados, los medios de entrega, los autores, los responsables de revisión y aprobación, los emisores y la periodicidad de la comunicación.

**Tabla 73 Matriz de las Comunicaciones**

<b>CONTROL DE VERSIONES</b>					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Lilian García	Xiomara Mejia	Lilian y Xiomara	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

## ***MATRIZ DE COMUNICACIONES DEL PROYECTO***

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	<b>SIGLAS DEL PROYECTO</b>
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

<b>MATRIZ DE COMUNICACIONES:</b>								
<b>ENTREGABLE DE COMUNICACIÓN</b>	<b>AUDIENCIA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>RESULTADO ESPERADO</b>	<b>MEDIO DE ENTREGA</b>	<b>AUTOR</b>	<b>REVISIÓN Y APROBACIÓN</b>	<b>EMISOR</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Informe de Estado Semanal	Miembros del Equipo de Proyecto	Resumen de progreso, problemas y próximas tareas.	Comprensión clara del estado actual del proyecto y áreas de enfoque.	Correo Electrónico	Líder del Proyecto	Líder del Proyecto	Líder del Proyecto	Semanal
Actualizaciones Técnicas	Miembros del Equipo de Desarrollo	Detalles sobre desarrollos técnicos, problemas y soluciones.	Comprensión de los aspectos técnicos y resolución de problemas específicos.	Reuniones Técnicas, Foros en Línea	Especialistas Técnicos	Líder del Proyecto	Especialistas Técnicos	Según necesidad
Informe Ejecutivo Mensual	Alta Dirección, Gerente de Proyecto	Resumen ejecutivo del progreso, problemas críticos y alineación estratégica.	Visión clara del estado del proyecto y alineación con objetivos estratégicos.	Presentación Ejecutiva	Gerente de Proyecto	Alta Dirección	Gerente de Proyecto	Mensual
Reuniones con Proveedores	Proveedores	Coordinación de entregas, discusión de cambios y resolución de problemas.	Entregas coordinadas, solución de problemas y actualización de requisitos.	Reuniones Presenciales o Virtuales	Gerente de Adquisiciones	Gerente de Adquisiciones	Gerente de Proyecto	Según necesidad
Revisiones de Implementación	Clientes/Usuarios Finales	Demostraciones y solicitudes de Feedback sobre nuevas implementaciones	Feedback claro sobre la satisfacción del cliente y correcciones necesarias.	Reuniones de Revisión	Equipo de Desarrollo, Líder del Proyecto	Gerente de Proyecto	Líder del Proyecto	Tras cada implementación

Fuente: Elaboración Propia

## 6.2.8. GESTIÓN DE LOS RIESGOS

Según el PMBOK (2017), el Plan de Gestión de Riesgos se define como la estrategia que "determina la forma en que se organizarán y ejecutarán las acciones relacionadas con la gestión de riesgos" (página 87).

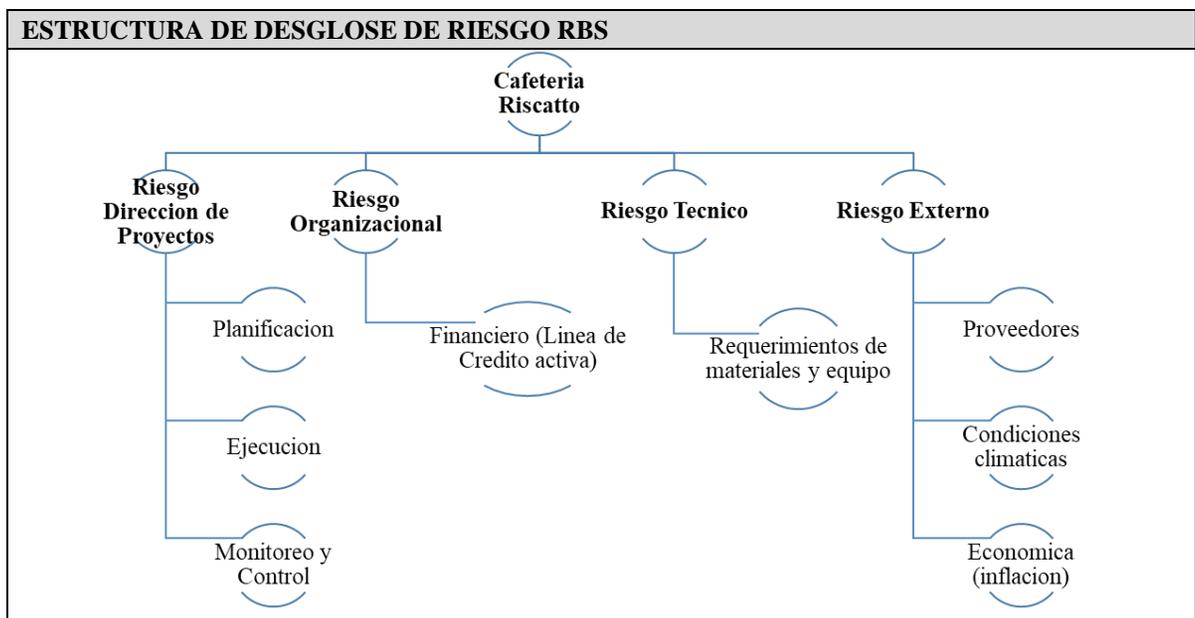
**Tabla 74 Plan de Gestión de Riesgos**

CONTROL DE VERSIONES					
Versión	Hecha por	Revisada por	Aprobada por	Fecha	Motivo
1	Xiomara Mejía	Xiomara Mejía	Lilian García	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

## PLAN DE GESTIÓN DE LOS RIESGOS

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

CATEGORIAS DE RIESGOS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>PLANIFICACIÓN:</b> Todo riesgo relacionado con permisos o trámites legales y aprobaciones en general.</li> <li>2. <b>ADECUACIÓN DEL LOCAL:</b> Problemas de coordinación de equipos, retrasos en la entrega de materiales, conflictos laborales, condiciones climáticas adversas.</li> <li>3. <b>FINANCIERO Y ECONÓMICO:</b> Cambios en tasas de interés, Fluctuaciones en los costos de materiales, variaciones en los tipos de cambio, problemas de financiamiento.</li> <li>4. <b>SEGURIDAD LABORAL:</b> Riesgos que afectan la seguridad y salud de los trabajadores y terceros, accidentes.</li> </ol>



<b>DEFINICION DE PROBABILIDAD E IMPACTOS DE RIESGOS</b>		
<b>ESCALA DE PROBABILIDAD</b>		
Alto	5	Un evento con Alta probabilidad de ocurrencia
Media Alto	4	Un evento con una Media Alta probabilidad de ocurrencia
Media	3	Un evento con Media probabilidad de ocurrencia
Media Baja	2	Un evento con Media Baja probabilidad de ocurrencia
Baja	1	Un evento con Baja probabilidad de ocurrencia
<b>ESCALA DE IMPACTO</b>		
Alto	5	Un evento de Impacto Alto en Cronograma, Costo y Calidad
Media Alto	4	Un evento de Impacto Medio Alto en Cronograma, Costo y Calidad
Media	3	Un evento de Impacto Medio en Cronograma, Costo y Calidad
Media Baja	2	Un evento de Impacto Medio Bajo en Cronograma, Costo y Calidad
Baja	1	Un evento de Impacto Bajo en Cronograma, Costo y Calidad

**MATRIZ DE PROBABILIDAD E IMPACTOS**

		AMENAZAS/OPORTUNIDADES				
		1	2	3	4	5
P r o b a b i l i d a d	Alto	5	10	15	20	25
	Media Alto	4	8	12	16	20
	Media	3	6	9	12	15
	Media Baja	2	4	6	8	10
	Baja	1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		Baja	Media Baja	Media	Media Alto	Alto
IMPACTO						

PROBABILIDAD	
Alto	5
Media Alto	4
Media	3
Media Baja	2
Baja	1

IMPACTO	
Alto	5
Media Alto	4
Media	3
Media Baja	2
Baja	1

AMENAZAS	
<b>Alta</b>	Evitar, Escalar, Transferir
<b>Media</b>	Escalar, Transferir, Mitigar
<b>Baja</b>	Transferir, Mitigar, Aceptar

OPOTUNIDADES	
<b>Alta</b>	Potenciar, Escalar, Compartir
<b>Media</b>	Escalar, Compartir, Mejorar
<b>Baja</b>	Compartir, Mejorar, Aceptar

**REVISION DE TOLERANCIAS DE LOS INTERESADOS**

- Determinar los Niveles de Tolerancia y analizar cuándo se requieren acciones de evitar, escalar, mitigar, transferir o aceptar.
- Evaluar la tolerancia al riesgo de cada interesado en función de su capacidad y disposición para asumir riesgos en base de criterios financieros, legales u operativos.
- Revisar con los interesados cuales son las expectativas y preocupaciones con respecto a los riesgos del proyecto para establecer límites y criterios en la gestión de los riesgos.

### FORMATOS DE LOS INFORMES

- Evaluación de Riesgos: mide la evaluación cuantitativa o cualitativa de los riesgos identificados.
- Identificación de Riesgos: brinda a detalle una lista completa de riesgos identificados en el proyecto, la descripción y probabilidad de ocurrencia e impacto.
- Plan de acción mitigadora: detalla un plan de actividades específicas para gestionar los riesgos identificados en el proyecto, describe la responsabilidad, plazos y recursos necesarios para implementar desarrollar cada actividad. Asimismo, se monitorea y mide la efectividad de las actividades bajo los indicadores de rendimiento (KPIs).

### SEGUIMIENTO

Realizar cada tres meses una evaluación de tolerancias e informe de seguimiento de los riesgos asociados al proyecto.

Fuente: Elaboración Propia

## 6.2.8.1. ANÁLISIS CUALITATIVO DE RIESGOS

Conforme al PMBOK (2017), el análisis cualitativo de riesgos se describe como la acción de dar prioridad a los riesgos específicos del proyecto para un análisis o intervención posterior. Este proceso implica evaluar la probabilidad de que ocurran los riesgos, su impacto, junto con otras características relevantes (página 395).

**Tabla 75 Análisis Cualitativo de Riesgos**

CONTROL DE VERSIONES					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Xiomara Mejía	Xiomara Mejía	Lilian García	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

## ANÁLISIS CUALITATIVO DE RIESGOS

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

Fase	Paquete de trabajo	Riesgo Identificado	Categoría de Riesgo	Subcategoría	Tipo de Riesgo	Probabilidad	Impacto	P*I	Calificación	Respuesta preliminar	Responsable	Plan de contingencia
1-Evaluación y mejora de las áreas de la Cafetería	1.1 Planificación del espacio y diseño interior	Diferencia en el costos relacionado al permiso de operaciones	Dirección de Proyecto	Planificación	Amenaza	1	3	3	Baja	Aceptar	Equipo experto en financiamiento	Monitorear y evaluar continuamente los costos asociados con los permisos
1-Evaluación y mejora de las áreas de la Cafetería	1.1 Planificación del espacio y diseño interior	Retraso en la entrega del permiso de operación	Dirección de Proyecto	Planificación	Amenaza	3	4	12	Media	Mitigar	Equipo de Proyectos	Realizar seguimiento constante del proceso de obtención de permisos
1-Evaluación y mejora de las áreas de la Cafetería	1.2 Mejoras en el diseño y decoración interior	Capacidad Instalada Limitada	Dirección de Proyecto	Planificación	Amenaza	1	3	3	Baja	Mitigar	Equipo de Proyectos	Determinar mensualmente la demanda y los días de mayor afluencia de clientes
1-Evaluación y mejora de las áreas de la Cafetería	1.3 Evaluación y potenciación de áreas sociales de amigos, Bussines, familiar y al aire libre	Estimaciones inexactas de tiempo y recursos	Dirección de Proyecto	Planificación	Amenaza	3	5	15	Alta	Evitar	Equipo de Proyectos	Realizar un análisis detallado de los requisitos y recursos, utilizar herramientas de estimación confiables
2. Tecnología de pedidos y servicio al cliente	2.1 Implementación de pedidos mediante código QR	Error en el sistema de pedidos	Técnico	Requerimientos	Amenaza	2	3	6	Baja	Transferir	Equipo de Adquisición	Realizar inspecciones de funcionalidad regularmente
2. Tecnología de pedidos y servicio al cliente	2.2. Servicio de Meseros	Personal Inexperto o poco capacitado	Dirección de Proyectos	Ejecución	Amenaza	3	3	9	Media	Mitigar	Equipo de Recurso Humano	Realizar periódicamente Benchmarking en las redes sociales sobre la calidad del servicio brindado
2. Tecnología de pedidos y servicio al cliente	2.3. Autoservicio, Pick up y Delivery	Competencia directa e indirecta	Externo	Subcontratistas	Amenaza	3	3	9	Media	Escalar	Equipo de Administracion	Realizar investigaciones de nuestros competidores cercanos sobre el producto y servicio

3.Implementación de Menus especiales	3.1 Menu Vegano y Keto	Calidad de la materia prima afectada por fenómenos naturales	Externo	Condiciones Climáticas	Amenaza	2	3	6	Baja	Aceptar	Equipo de Adquisición	Compra selectiva de los productos de amplio vencimiento que garantice un estándar alto de calidad
3.Implementación de Menus especiales	3.2 Promoción y publicidad de menús especiales	Falta de inversión en innovación culinaria	Organización	Financiero	Amenaza	2	3	6	Baja	Aceptar	Equipo experto en financiamiento	Realizar investigaciones constantes sobre la evolución del ámbito culinario en los diferentes países de la región
4. Gestiones Financieras y Contables	4.1 Establecimiento de presupuesto	Variaciones en los costos previstos debido a cambios en las condiciones económicas.	Organización	Financiero	Amenaza	2	4	8	Media	Escalar	Equipo experto en financiamiento	Monitorear las condiciones económicas, realizar ajustes presupuestarios según sea necesario
4. Gestiones Financieras y Contables	4.2 Monitoreo de ingresos y Gastos	Inflación de los Precios	Organización	Financiero	Amenaza	3	4	12	Media	Escalar	Equipo experto en financiamiento	Control en las compras anticipadas de los productos para obtener los beneficios y mantener un rango de tiempo en los precios bajos
4. Gestiones Financieras y Contables	4.2 Monitoreo de ingresos y Gastos	Incumplimiento de los Proveedores	Externo	Proveedores	Amenaza	3	5	15	Alta	Evitar	Equipo de Adquisición	Monitorear los tiempos de entrega del producto, investigar al proveedor sobre las condiciones económicas y el comportamiento del rubro en el mercado
4. Gestiones Financieras y Contables	4.4 Análisis Financiero y planificación a corto y largo plazo	Recursos Financieros Limitados	Organización	Financiero	Amenaza	2	5	10	Media	Mitigar	Equipo experto en financiamiento	Mantener una línea de crédito resolvente, para capital de trabajo, optar por 2 instituciones financieras en ser clientes vinculados

Fuente: Elaboración Propia

<b>RECOMENDACIONES BASADOS EN LOS RIESGOS:</b>
<p><b>Diferencia en el Costo del Permiso de Operaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un análisis detallado de los costos asociados al permiso de operaciones. Establecer reservas presupuestarias específicas para hacer frente a posibles variaciones. Mantener una comunicación clara con las autoridades reguladoras para comprender los requisitos y evitar sorpresas.</li> </ul>
<p><b>Retraso en la Entrega del Permiso de Operación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Iniciar el proceso de solicitud de permisos temprano. Establecer una línea de comunicación constante con las autoridades responsables y gestionar proactivamente cualquier problema que pueda surgir durante el proceso.</li> </ul>
<p><b>Capacidad Instalada Limitada:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluar la capacidad instalada existente y realizar ajustes o expansiones según sea necesario. Mantener un monitoreo continuo de la demanda para anticipar cualquier necesidad adicional de capacidad.</li> </ul>
<p><b>Estimaciones Inexactas de Tiempo y Recursos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizar métodos de estimación robustos y basados en datos históricos siempre que sea posible. Incorporar márgenes de contingencia en las estimaciones para abordar posibles imprecisiones.</li> </ul>
<p><b>Error en el Sistema de Pedidos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar pruebas exhaustivas del sistema de pedidos antes del lanzamiento. Realizar pruebas piloto para identificar y corregir posibles errores. Proporcionar capacitación adecuada al personal sobre el uso del sistema.</li> </ul>
<p><b>Personal Inexperto o Poco Capacitado:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Invertir en programas de capacitación para el personal. Contratar personal con experiencia cuando sea posible. Establecer un programa de mentoría para acelerar la curva de aprendizaje.</li> </ul>
<p><b>Competencia Directa e Indirecta:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar análisis competitivos periódicos y ajustar estrategias según sea necesario. Diferenciar claramente el servicio para destacar frente a la competencia.</li> </ul>
<p><b>Calidad de la Materia Prima Afectada por Fenómenos Naturales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Diversificar las fuentes de suministro y establecer acuerdos con proveedores confiables. Monitorizar las condiciones climáticas y tener un plan de contingencia para posibles interrupciones.</li> </ul>
<p><b>Falta de Inversión en Innovación Culinaria:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Destinar recursos específicos para la innovación culinaria. Mantenerse al tanto de las tendencias del mercado y actualizar regularmente el menú para ofrecer opciones atractivas.</li> </ul>
<p><b>Inflación de los Precios:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer contratos a largo plazo con proveedores cuando sea posible. Monitorear los cambios en los costos y ajustar estrategias de precios de manera proactiva.</li> </ul>
<p><b>Incumplimiento de los Proveedores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar una evaluación exhaustiva de la confiabilidad de los proveedores antes de la contratación. Establecer cláusulas contractuales claras y monitorear el desempeño continuamente.</li> </ul>
<p><b>Recursos Financieros Limitados:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Explorar opciones de financiamiento adicionales. Optimizar el uso de los recursos disponibles y priorizar las inversiones críticas. Mantener una gestión financiera sólida y revisar periódicamente el presupuesto.</li> </ul>

### 6.2.8.2. ANÁLISIS CUANTITATIVO DE RIESGOS

Según el PMBOK (2017), el análisis cuantitativo de riesgos se define como la acción de examinar de manera numérica el impacto conjunto de los riesgos específicos identificados en el proyecto y otras fuentes de incertidumbre en relación con los objetivos generales del proyecto (página 87).

**Tabla 76 Análisis Cuantitativo de Riesgos**

CONTROL DE VERSIONES					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Xiomara Mejía	Xiomara Mejía	Lilian García	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

### ANÁLISIS CUANTITATIVO DE RIESGOS

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

PRESUPUESTO DEL PROYECTO							
Actividad	Unidad	Precio	Presupuesto Base	Costo Maximo	Riesgo Maximo	% probabilidad	Riesgo Neto esperado
<b>1. Evaluación y Mejora de las Áreas de la Cafetería</b>			<b>340,630.25</b>				
1.1 Planificación del Espacio y Diseño Interior	1	General	54,861.25	60,347.38	5,486.13	1.9%	2,743.06
1.2 Mejoras en el Diseño y Decoración Interior	105	Mts	150,000.00	165,000.00	15,000.00	5.1%	7,500.00
1.3 Evaluación y Potenciación de Áreas sociales de amigos, Bussines, familiar y al aire libre	1	General	135,769.00	149,345.90	13,576.90	4.6%	6,788.45
<b>2. Tecnología de Pedidos y Servicio al Cliente</b>			<b>373,512.50</b>				
2.1 Implementación de Pedidos mediante Código QR	1.00	General	18,407.50	20,248.25	1,840.75	0.6%	920.38
2.2 Servicio de Mesero	7.00	General	106,531.50	117,184.65	10,653.15	3.6%	5,326.58
2.3 Autoservicio, Pick Up y Delivery	Varios	General	248,573.50	273,430.85	24,857.35	8.4%	12,428.68
<b>3. Implementación de Menús Especiales</b>			<b>109,342.75</b>				
3.1 Menú Vegano y Keto	Varios	General	12,122.75	13,335.03	1,212.28	0.4%	606.14
3.2 Promoción y Publicidad de Menús Especiales	1.00	General	97,220.00	106,942.00	9,722.00	3.3%	4,861.00
<b>4. Gestión Financiera y Contable</b>			<b>263,678.00</b>				
4.1 Establecimiento de Presupuesto	2.00	8,500	17,000.00	18,700.00	1,700.00	0.6%	850.00
4.2 Monitoreo de Ingresos y Gastos	2.00	General	3,378.00	3,715.80	337.80	0.1%	168.90
4.3 Registro Contable y Pago de Impuestos	2.00	General	25,500.00	28,050.00	2,550.00	0.9%	1,275.00
4.4 Análisis Financiero y Planificación a Corto y Largo Plaz	1.00	General	217,800.00	239,580.00	21,780.00	7.4%	10,890.00
			<b>1,087,163.50</b>				
Reserva de imprevisto (Contingencia)			<b>147,560.92</b>				<b>147,560.92</b>
<b>Presupuesto Total del proyecto</b>			<b>1,234,724.42</b>				

Fuente: Elaboración Propia

## 6.2.9. GESTIÓN DE LAS ADQUISICIONES

Según el PMBOK (2017), el Plan de Gestión de Adquisiciones se caracteriza como la estrategia que "determina la manera en que el equipo del proyecto obtendrá bienes y servicios externos a la organización ejecutante" (página 87).

**Tabla 77 Plan de Gestión de Adquisiciones**

CONTROL DE VERSIONES					
<i>Versión</i>	<i>Hecha por</i>	<i>Revisada por</i>	<i>Aprobada por</i>	<i>Fecha</i>	<i>Motivo</i>
1	Xiomara Mejía	Xiomara Mejía	Lilian García	01/12/23	Planificación proyecto servicio diferenciado por Riscatto Coffee

### PLAN DE GESTIÓN DE ADQUISICIONES

NOMBRE DEL PROYECTO	SIGLAS DEL PROYECTO
Servicio diferenciado por Riscatto Coffee	SDPRCS

COORDINACIÓN CON OTROS ASPECTOS DEL PROYECTO:
<p><b>Integración con el Cronograma:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar las fechas clave del cronograma del proyecto.</li> <li>• Alinear las actividades de adquisición con los hitos y entregables del cronograma.</li> <li>• Asegurar que la entrega de productos o servicios adquiridos se ajuste a las necesidades del proyecto.</li> </ul>
<p><b>Comunicación Continua:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer canales de comunicación efectivos con los responsables del cronograma y los equipos de control del proyecto.</li> <li>• Informar regularmente sobre el progreso de las adquisiciones y posibles desviaciones en los plazos previstos.</li> </ul>
<p><b>Monitoreo y Control:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar un sistema de monitoreo constante de las actividades de adquisición.</li> <li>• Identificar y abordar de manera proactiva cualquier desviación en los plazos.</li> <li>• Coordinar revisiones regulares con los equipos de control del proyecto para evaluar el impacto de las adquisiciones en los objetivos generales.</li> </ul>
CALENDARIO DE ACTIVIDADES:

<b>Semana</b>	<b>Actividad</b>	
1	Identificación de Requerimientos y Especificaciones	
2	Desarrollo de Documentación de Adquisiciones	
3	Evaluación y Selección de Proveedores	
4	Lanzamiento de Solicitudes de Propuestas (RFP)	
6	Recepción de Propuestas y Evaluación de Ofertas	
8	Negociaciones y Ajustes de Contratos	
10	Adjudicación de Contratos y Emisión de Órdenes de Compra	
12	Seguimiento de Entregas y Cumplimiento de Contratos	
14	Recepción y Aceptación de Productos/Servicios	
16	Pago a Proveedores y Cierre del Proceso de Adquisiciones	
18	Evaluación Posterior y Lecciones Aprendidas	
<b>MÉTRICAS:</b>		
<b>Índice de Cumplimiento de Plazos:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fórmula: <math>(\text{Número de entregas realizadas a tiempo} / \text{Número total de entregas}) * 100\%</math></li> <li>Objetivo: 95% o superior</li> </ul>		
<b>Índice de Cumplimiento de Calidad:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fórmula: <math>(\text{Número de entregas que cumplen con los estándares de calidad} / \text{Número total de entregas}) * 100\%</math></li> <li>Objetivo: 90% o superior</li> </ul>		
<b>Costo Real vs. Presupuesto:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fórmula: <math>(\text{Costo real de la adquisición} / \text{Presupuesto asignado}) * 100\%</math></li> <li>Objetivo: Dentro del 5% del presupuesto asignado</li> </ul>		
<b>Nivel de Satisfacción del Cliente Interno:</b>		
Encuestas y retroalimentación del equipo interno sobre la calidad y el rendimiento de los productos/servicios adquiridos.		
<b>Tiempo de Respuesta del Proveedor:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fórmula: Tiempo promedio para responder a consultas o problemas.</li> <li>Objetivo: Menos de 24 horas</li> </ul>		
<b>Índice de Innovación del Proveedor:</b>		
Evaluación de la capacidad del proveedor para ofrecer soluciones innovadoras y mejoras continuas.		
<b>ROLES Y RESPONSABILIDADES:</b>		
<b>Director del Proyecto:</b>		
<i>Responsabilidades:</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprobación de estrategias de adquisición.</li> <li>Supervisión del proceso de selección de proveedores.</li> <li>Validación de contratos y acuerdos.</li> </ul>		
<b>Gerente de Adquisiciones:</b>		
<i>Responsabilidades:</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo y ejecución del plan de adquisiciones.</li> <li>Coordinación con el equipo de proyecto para identificar necesidades de adquisición.</li> <li>Evaluación y selección de proveedores.</li> <li>Negociación de contratos y términos.</li> </ul>		

<p><b>Equipo de Proyecto:</b>  <i>Responsabilidades:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de necesidades de productos o servicios.</li> <li>• Colaboración con el Gerente de Adquisiciones en la definición de requisitos.</li> <li>• Participación en la evaluación de proveedores.</li> </ul>
<p><b>Proveedor Seleccionado:</b>  <i>Responsabilidades:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de los términos y condiciones del contrato.</li> <li>• Entrega oportuna de productos o servicios.</li> <li>• Colaboración en la resolución de problemas y gestión de cambios.</li> </ul>
<p><b>RESTRICCIONES Y SUPUESTOS:</b></p>
<p><i>Restricciones:</i>  <b>Presupuestarias:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción: Los fondos asignados para adquisiciones son limitados.</li> <li>• Impacto: Restricciones en la capacidad para seleccionar proveedores con tarifas más altas.</li> </ul>
<p><b>Temporalidad:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción: Plazos estrictos para la entrega de productos o servicios.</li> <li>• Impacto: La entrega tardía puede afectar negativamente el cronograma general del proyecto.</li> </ul>
<p><i>Supuestos:</i>  <b>Estabilidad del Mercado:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción: La estabilidad del mercado de proveedores se mantiene durante la duración del proyecto.</li> <li>• Impacto: Cambios inesperados en el mercado podrían afectar la disponibilidad y costos de los proveedores.</li> </ul>
<p><b>Disponibilidad de Recursos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción: Los recursos internos para la gestión de adquisiciones estarán disponibles según lo previsto.</li> <li>• Impacto: La falta de recursos podría afectar la eficiencia del proceso de adquisición.</li> </ul>
<p><b>Rendimiento de Proveedores:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción: Los proveedores seleccionados cumplirán con los estándares de rendimiento esperados.</li> <li>• Impacto: Rendimiento deficiente podría afectar la calidad y el éxito del proyecto.</li> </ul>
<p><b>JURISDICCIÓN LEGAL:</b></p>
<p><u><i>Jurisdicción Legal:</i></u>  <i>País Principal de Operación:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jurisdicción: Honduras</li> <li>• Descripción: La jurisdicción legal principal para las adquisiciones será el país en el que se llevará a cabo la operación principal del proyecto.</li> </ul> <p><i>Requisitos Legales Locales:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jurisdicción: Honduras</li> <li>• Descripción: Se seguirán y cumplirán todos los requisitos legales locales y regulaciones relacionadas con las adquisiciones en el país específico.</li> </ul>

<p><b><u>Moneda de Pagos:</u></b>  <b>Moneda Principal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Moneda: Honduras</li> <li>• Descripción: La moneda principal utilizada para los pagos relacionados con las adquisiciones será la moneda oficial del país en el que se realiza la operación principal del proyecto.</li> </ul> <p><b>Consideraciones de Conversión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso de Conversión: Se utilizarán tasas de cambio actuales para la conversión de monedas, y cualquier fluctuación significativa será monitoreada para realizar ajustes según sea necesario.</li> </ul> <p><b>Moneda para Contratos Internacionales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Moneda: Honduras</li> <li>• Descripción: En el caso de contratos con proveedores internacionales, la moneda acordada en los contratos será establecida de manera clara y acorde a los términos negociados.</li> </ul>
<p><b>ESTIMACIONES INDEPENDIENTES:</b></p> <p><b>Uso de Estimaciones Independientes:</b>  Decisión: Se determinará la utilización de estimaciones independientes en el proceso de adquisiciones cuando sea necesario obtener una evaluación imparcial y objetiva de costos, plazos u otros aspectos relevantes</p>
<p><b>Criterios de Evaluación:</b>  Áreas de Aplicación: Las estimaciones independientes se aplicarán en áreas específicas, como costos de bienes y servicios, plazos de entrega, calidad de productos, entre otros, según lo que sea más relevante para cada adquisición.</p>
<p><b>Razones para la Utilización:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetividad: Las estimaciones independientes se utilizarán para garantizar la objetividad en la evaluación de propuestas y la toma de decisiones en el proceso de adquisiciones.</li> <li>• Reducción de Sesgos: Permitirán reducir sesgos y conflictos de interés que puedan surgir al depender exclusivamente de estimaciones internas.</li> </ul>
<p><b>Proceso de Obtención:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección de Estimadores: Se seleccionarán expertos o entidades independientes con experiencia en el tipo de bienes o servicios a adquirir para realizar las estimaciones.</li> <li>• Evaluación de Propuestas: Las estimaciones independientes se utilizarán como referencia durante la evaluación de propuestas, proporcionando una perspectiva imparcial.</li> </ul>
<p><b>Integración con Procesos de Evaluación:</b>  Alcance de Aplicación: Las estimaciones independientes se aplicarán en aquellos casos críticos donde se busca una validación externa, complementando las estimaciones internas del equipo de adquisiciones.</p>
<p><b>GESTIÓN DE RIESGOS:</b></p> <p><b>Identificación de Riesgos:</b>  Se llevará a cabo un proceso exhaustivo de identificación de riesgos asociados a las adquisiciones, considerando factores como cambios en el mercado, fluctuaciones en los precios, demoras en la entrega, variaciones en la calidad del producto o servicio, entre otros.</p>
<p><b>Evaluación de Riesgos:</b>  Se evaluará la probabilidad e impacto de cada riesgo identificado, priorizando aquellos que podrían tener consecuencias significativas en las adquisiciones y, por ende, en el éxito del proyecto.</p>
<p><b>Seguimiento y Control:</b>  Se implementará un sistema de seguimiento continuo para monitorear el cumplimiento de los requisitos de bonos de rendimiento y contratos de seguros a lo largo de la ejecución del proyecto.</p>

Fuente: Elaboración Propia

# ANEXOS

## Maestría en Administración de Proyectos

Esta encuesta es aplicada por estudiantes de maestría en Administración de proyectos de la Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC.

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y seleccione una respuesta según su criterio

### ANEXO 1-ENCUESTA

1. ¿Sueles tomar café?
  1. Si, Siempre (1 a 2 tazas por día)
  2. Si, Siempre (2 o más tazas por día)
  3. Raramente
  4. No, Nada
  
2. ¿Asiste usted a alguna Cafetería?
  1. Siempre
  2. Con frecuencia
  3. Regularmente
  4. A veces
  5. Nunca
  
3. ¿Indique la frecuencia en que asiste a una cafetería?
  1. A diario
  2. Varias veces a la semana
  3. Una vez al mes
  4. Varias veces al mes
  5. Una vez al año
  6. Varias veces al año
  7. Nunca
  
4. ¿Cuál es el momento preferido del día para asistir a una cafetería?
  1. Desayuno (Mañana) (7:00AM-11:00 AM)
  2. Almuerzo (11:00AM-3:00PM)
  3. Tarde (Hora del café) (3:00PM-6:00PM)
  4. Cena (Noche) (6:00PM-9:00PM)
  5. En cualquier momento

5. ¿Cuáles son los días de su preferencia para asistir a una cafetería? (Puedes marcar más de una opción)

1. Lunes
2. Martes
3. Miércoles
4. Jueves
5. Viernes
6. Sábado
7. Domingo

6. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Nada conocida, 2 Poco conocida y 3 Muy conocido. ¿Cuál de las siguientes Cafetería son las más conocidas por usted?

<b>Cafetería</b>	<b>1. Nada conocida</b>	<b>2.Poco conocida</b>	<b>3.Muy conocida</b>
1.Espresso Americano			
2.Versailles Café			
3.Welchez Café			
4.La Tarta			
5.Cafeteo			
6.L´art du pain			
7.Callejón Literario HN			
8.Incanta Café			
9.Café Costello			
10.Caobas Café			

7. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Preferencia Baja, 2 Preferencia Media y 3 Preferencia Alta. ¿Cuál de las siguientes Cafetería son de su preferencia?

<b>Cafetería</b>	<b>1. Preferencia Baja</b>	<b>2.Preferencia Media</b>	<b>3.Preferencia Alta</b>
1.Espresso Americano			
2.Versailles Café			
3.Welchez Café			
4.La Tarta			
5.Cafeteo			
6.L´art du pain			
7.Callejón Literario HN			
8.Incanta Café			
9.Café Costello			

10.Caobas Café			
----------------	--	--	--

8. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Ninguna Asistencia, 2 Poca Asistencia y 3 Mucha Asistencia ¿A qué tipo de cafetería le gusta asistir?

<b>Tipo de cafetería</b>	<b>1.Ninguna Asistencia</b>	<b>2.Poca Asistencia</b>	<b>3.Mucha Asistencia</b>
1.Tradicional			
2.Temática			
3.Moderna			
4.Vintage			

9. En una escala del 1 al 3, siendo 1 Nada preferido, 2 Poco preferido y 3 Muy preferido, ¿cuáles de estos servicios prefieres que contenga una cafetería?

<b>Servicios</b>	<b>1.Ninguna Asistencia</b>	<b>2.Poca Asistencia</b>	<b>3.Mucha Asistencia</b>
1.Productos de calidad			
2.Buen ambiente			
3.Bajos precios			
4.Acceso a Wifi			
5.Estacionamiento			
6.Delivery			
7.Autoservicio			
8.Buen Servicio			

10. ¿Cuál es la atención al cliente que usted prefiere en una cafetería?

1. Personalizado, mesero va a su mesa
2. Pedir en caja y recoger su pedido

11. ¿Cuál o cuáles son los principales motivos por los que vas a una cafetería? (Puedes marcar más de una opción)

1. Tomar un buen café
2. Punto de reunión
3. Trabajar
4. Comer algo
5. Compartir con alguien
6. Leer
7. Distraerme

12. Cuando se dirigen a una cafetería, ¿Cómo lo hacen? (Pueden marcar más de una opción).

1. Solo
2. En familia
3. Con amigos
4. Compañeros de trabajo
5. Enamorado(a)/novio(a)/esposa(o)

13. ¿Cuál es la mejor ubicación que usted prefiere para visitar una cafetería?

1. Dentro de un centro comercial
2. Local Independiente
3. Plaza comercial

14. ¿Cuándo te diriges a una cafetería, a cuál vas?

1. Cerca de mi trabajo
2. Cerca de mi casa
3. Por donde yo esté en ese momento
4. Voy hasta mi cafetería favorita, sin importar distancia

15. ¿Cuánto es el tiempo aproximado de su permanencia en una cafetería?

1. Menos de 20 minutos (Solo compro para llevar)
2. 20 a 30 minutos
3. 30 minutos a 1 hora
4. 1 a 2 hora
5. 2 a 4 horas
6. Más de 4 horas

16. ¿Qué tipo de menú degustaría en una cafetería?

1. Tradicional
2. Keto
3. Vegano

17. ¿Estaría Interesado en consumir un café y repostería en un ambiente diferenciado en comparación a las cafeterías que conoce?

1. Muy desinteresado
2. Algo desinteresado
3. Ni desinteresado ni interesado
4. Algo interesado
5. Muy interesado

18. Cuando se dirigen a una cafetería, ¿qué productos adquiere? (Puede marcar más de una opción)

1. Sándwich/Panini
2. Postres normales
3. Postres Keto/vegano
4. Ensaladas
5. Platos de comida
6. Jugos de frutas
7. Smoothie de frutas a base de agua
8. Smoothie de frutas a base de leche
9. Bebidas frías/Granizados a base de café
10. Bebidas calientes (Chocolate caliente/Mocca)
11. Café americano/latte/cappuccino
12. Otras bebidas (Chai/Tisanas)

19. Del 1 al 8 ¿Cuál de los siguientes productos son de su preferencia? Siendo 1 Menos preferido y 8 De Mayor preferencia

<b>Producto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
1.Chicken Fingers/Alitas								
2.Panini/Club Sándwich								
3.Torta de zanahoria/Pastel de chocolate								
4.Cheesecake								
5. Smoothie de frutas								
6. Bebidas frías/Granizados a base de café								
7.Café americano/latte/cappuccino								
8.Chocolate Caliente								

20. ¿Cuánto sueles gastar en una visita a una cafetería?

1. Menos de 100lps
2. Entre 100lps a 200lps
3. Entre 200lps a 500lps
4. Entre 500lps a 800lps
5. Más de 800lps

21. ¿Qué precio considera razonable pagar por un café americano en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)

1. 35lps en presentación de 8onz
2. 50lps en presentación de 8onz
3. 45lps en presentación de 12nz

4. 60lps en presentación de 12onz
- 
22. ¿Qué precio considera razonable pagar por un café latte/cappuccino, en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)
    1. 50lps en presentación de 8onz
    2. 55lps en presentación de 8onz
    3. 60lps en presentación de 12onz
    4. 70lps en presentación de 12onz
- 
23. ¿Qué precio considera razonable pagar por un Smoothie de frutas, en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)
    1. 80lps en presentación de 10onz
    2. 85lps en presentación de 10onz
    3. 90lps en presentación de 12onz
    4. 95lps en presentación de 12onz
- 
24. ¿Qué precio considera razonable pagar por una Bebida Fría a base de café (Ice Latte/Ice Caramel Latte/Ice Mocca Latte), en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)
    1. 65lps en presentación de 10onz
    2. 70lps en presentación de 10onz
    3. 75lps en presentación de 12onz
    4. 80lps en presentación de 12onz
- 
25. ¿Qué precio considera razonable pagar por un Granizado a base de café (Frappé/Mocca Oreo Supreme), en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)
    1. 75lps en presentación de 10onz
    2. 80lps en presentación de 10onz
    3. 85lps en presentación de 12onz
    4. 90lps en presentación de 12onz
- 
26. ¿Qué precio considera razonable pagar por un Chocolate caliente, en las diferentes presentaciones? (Favor marcar 1 opción por cada presentación)
    1. 60lps en presentación de 10onz
    2. 65lps en presentación de 10onz

3. 70lps en presentación de 12onz
  4. 75lps en presentación de 12onz
- 
27. ¿Qué precio considera razonable pagar por una porción de Pastel de zanahoria/Chocolate?
    1. 90lps
    2. 95lps
  
  28. ¿Qué precio considera razonable pagar por una porción de Cheesecake (Fresa/limón/coco)?
    1. 85lps
    2. 90lps
  
  29. ¿Qué precio considera razonable pagar por Panini entero con papas?
    1. 205lps
    2. 185lps
  
  30. ¿Qué precio considera razonable pagar por Club Sándwich con papas?
    1. 200lps
    2. 180lps
  
  31. ¿Qué precio considera razonable pagar por Chicken Fingers con papas?
    1. 215lps
    2. 195ps
  
  32. ¿Qué precio considera razonable pagar por Alitas con papas?
    1. 235lps
    2. 285ps
  
  33. ¿Estaría Interesado en consumir comida y postres Keto?
    1. Muy desinteresado
    2. Ni desinteresado ni interesado
    3. Muy interesado
  
  34. ¿Estaría Interesado en consumir comida y postres Vegano?
    1. Muy desinteresado
    2. Ni desinteresado ni interesado

3. Muy interesado
35. ¿Cuál de los diferentes ambientes le gustaría que contara la cafetería Riscatto Coffee Shop?
1. Social para amigos
  2. Bussines
  3. De los años 80
  4. Todos los anteriores
36. ¿Le gustaría hacer reservaciones por medio de una App para un espacio en la cafetería por reuniones especiales?
1. Definitivamente No
  2. Probablemente No
  3. Definitivamente No
  4. Probablemente No
37. ¿A través de que medio desea recibir información de los servicios ofrecidos en la cafetería Riscatto Coffee Shop? (Puede marcar más de una opción)
1. Publicidad por Redes Sociales /Canales y grupos de difusión (Instagram/Facebook)
  2. Medios de Comunicación (Radio y TV)
  3. WhatsApp (Mensaje personal y canal/grupo de difusión)
  4. Correo Electrónico
38. ¿Qué información y contenido considera valioso usted que debería de tener Riscatto Coffee Shop en sus redes sociales para poder visitar sus instalaciones? (Puede marcar más de una opción)
1. Fotos de los platillos y bebidas
  2. Fotos del establecimiento
  3. Ubicación
  4. Menú
  5. Horario
  6. Precios
  7. Eventos
  8. Otros: \_\_\_\_\_
39. Rango de Edad:
1. 18 a 21 años
  2. 22 a 30 años
  3. 31 a 40 años
  4. 41 años a 50 años
  5. 51 a 60 años

6. 60+

40. Genero:

1. Femenino
2. Masculino

## **ANEXO 2-ENTREVISTA**

1. ¿Mencione algunos factores importantes al momento de seleccionar un establecimiento de cafetería?

Ejemplo de posibles respuestas: Ambiente, precio, accesibilidad

2. ¿Sería de su agrado contar con una cafetería que brinde el servicio de reservaciones por una App?

Ejemplo de posibles respuestas: si, no, indistinto

3. ¿Cuéntenos cómo ha sido su experiencia en otras cafeterías?

Ejemplo de posibles respuestas: mal servicio, precio alto, muy lejos, espacio reducido.

4. ¿Le interesaría visitar una cafetería que cuente con un ambiente social para amigos o de negocios con un concepto de los 80's?

Ejemplo de posibles respuestas: si, no, talvez

5. ¿Qué tipo de menú degustaría, Tradicional, Keto o Vegano?

Ejemplo de posibles respuestas: Porque prefiere ese menú.

ANEXO 3-CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA



CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN

Nombre y apellido del Director o Gerente: Juan Carlo Amayo Claros  
Puesto Laboral: Gerente General  
Empresa o Institución: Inversiones Amgar S de RL / RISCATTO C.S.  
Dirección principal de la Empresa o Institución: Residencia Fontabella Sector Mackay casa 4 bloque 12B.  
Ciudad: S.P.S. Departamento: Cortés Día: 17 Mes: 5 Año: 2023

Estimado Señor(a): Riscatto Coffee Shop / Inv. Amgar

Reciba un cordial y atento saludo. Por medio de la presente deseamos solicitar su apoyo, dado que somos alumnos de UNITEC y nos encontramos desarrollando el Trabajo de Tesis previo a obtener nuestro título de maestría en Administración de Proyectos

Hemos seleccionado como tema Estudio de Prefactibilidad para servicio diferenciado por Riscatto Coffee Shop, en San Pedro Sula, por lo que estaríamos muy agradecidos de contar con el apoyo de la empresa que usted representa para poder desarrollar nuestra investigación. En particular, dicha solicitud se circunscribe a peticionar que se nos autorice a realizar: Entrevistas, encuestas, estudio de mercado, estudio de prefactibilidad, entre otros que involucren a la empresa (encuestas, sondeos, etc).

A la espera de su aprobación, me suscribo de Usted.

Atentamente,  
Lilian García M.

Firma, nombre y apellidos  
No. de cuenta: 22123006

Firma, nombre y apellidos  
No. de cuenta: \_\_\_\_\_

Por este medio, Riscatto Coffee Shop / Inversiones Amgar (empresa / institución),

Autoriza la realización dentro de sus instalaciones o del uso de información de la empresa en el proyecto de investigación de Tesis de Postgrado antes mencionado.

Juan Carlo Amayo  
(Nombre y sello del Director / Gerente)

[Signature]  
v.B.

lcaclaros@yahoo.com.mx

Correo electrónico de Director/Gerente

## ANEXO 4-CARTA ASESOR TEMÁTICO

# Carta de compromiso para asesoría temática

Señores Facultad de Postgrado UNITEC.

Por este medio yo, ALEX DOUGLAS BANEGAS LOBO

Identidad No. 0801-1965-05743, Licenciado en ING. INDUSTRIAL

Con Maestría en: MBA y MSC en DIRECCION DE OPERACIONES

Con Doctorado en GESTIÓN TECNOLÓGICA DE NEGOCIOS

Hago constar que asumo la responsabilidad de asesorar el trabajo de Tesis de Maestría denominado: Estudio de Prefactibilidad para servicio diferenciado por Riscatto Coffee Shop, en San Pedro Sula A ser desarrollado por el (los) estudiante(s): Xiomara Jacqueline Mejía Moreno 21443063 y Lilian María García Menjivar 22123068

Para lo cual me comprometo a realizar de manera oportuna las revisiones y facilitar las observaciones que considere pertinentes a fin de que se logre finalizar el trabajo de tesis en el plazo establecido por la Facultad de Postgrado.

Nombre: ALEX BANEGAS

Número de teléfono Cel.: 96879835

Correo electrónico: [alex.banegas@unitec.edu](mailto:alex.banegas@unitec.edu)

Firma:



## ANEXO 5-CONSTANCIA DE VALIDACIÓN #1

Quien suscribe, ALEX DOUGLAS BANEGAS LOBO, con documento de identidad No. 0801196505743, de profesión ING INDUSTRIAL con grado de MBA, MSc, PhD, ejerciendo actualmente como PROFESOR en la Institución UNITEC.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el Instrumento (Cuestionario) para fines de su aplicación para el proyecto de investigación denominado:

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA UN SERVICIO DIFERENCIADO POR “RISCATTO COFFEE SHOP” EN SAN PEDRO SULA.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, se formulan las siguientes apreciaciones:

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	ACEPTABLE	DEFICIENTE
Claridad y Presentación.	X			
Calidad de redacción de los ítems	X			
Congruencia de variables con indicadores	X			
Relevancia y Amplitud del Contenido		X		
Codificación de las respuestas		X		
Factibilidad de la aplicación	X			

Fecha: 10/30/2023



---

Firma

## ANEXO 6-CONSTANCIA DE VALIDACIÓN #2

Quien suscribe, Jose Miguel Velásquez Sánchez, con documento de identidad No. 0801-198505910, de profesión Ingeniero Electricista Industrial con grado de Maestría en Administración de Proyectos, ejerciendo actualmente como Docente en la Maestría en Administración de Proyectos en la Institución Unitec.

Por medio de la presenta hago constar que he revisado con fines de validación el Instrumento (Cuestionario) para fines de su aplicación para el proyecto de investigación denominado:

Estudio de Prefactibilidad para un servicio diferenciado por “Riscatto Coffee Shop.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, se formulan las siguientes apreciaciones:

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	ACEPTABLE	DEFICIENTE
Claridad y Presentación.	X			
Calidad de redacción de los ítems	X			
Congruencia de variables con indicadores	X			
Relevancia y Amplitud del Contenido	X			
Codificación de las respuestas	X			
Factibilidad de la aplicación	X			

Fecha: 20 de noviembre de 2023



Firma

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Academy, K. (2020). Obtenido de <https://es.khanacademy.org/economics-finance-domain/microeconomics/supply-demand-equilibrium/demand-curve-tutorial/a/lesson-summary-demand-and-the-determinants-of-demand#:~:text=La%20demanda%20es%20una%20descripci%C3%B3n,disminuci%C3%B3n%20de%20la%20canti>
- Aprende. (2023). Obtenido de <https://aprende.com/blog/gastronomia/reposteria/historia-de-la-reposteria/>
- Azkue, I. d. (2022). *Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de <https://humanidades.com/mercado/>
- BCH. (Abril de 2023). *Banco Central de Honduras*. Obtenido de <https://www.bch.hn/estadisticos/GIE/LIBIPC/%C3%8Dndice%20de%20Precios%20al%20Consumidor%20Abril%202023.pdf>
- Coelho, F. (2013). Obtenido de <https://www.significados.com/hipotesis/>
- Constanza, M. (2006). Obtenido de <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=ruls>
- Empresas. (2021). Obtenido de <https://negociosyempresa.com/proyecciones-financieras-pasos/>
- Enciclopedia. (2020). Obtenido de <https://enciclopedia.net/oferta/>
- Enee. (2021). Obtenido de <http://www.enee.hn/index.php/gobierno-central/156-periodistas/1362-cifras-halagadoras>
- Etecé, E. (5 de Agosto de 2021). Obtenido de <https://concepto.de/cliente/#:~:text=El%20origen%20de%20este%20t%C3%A9rmino,ran%20un%20importante%20prestigio%20social.>
- Euroinova. (2022). Obtenido de <https://www.euroinova.hn/blog/que-son-las-tecnicas-de-muestreo#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20muestreo%20o,conocer%20sus%20opiniones%20de%20manera>
- FRANQUICIAN. (2021). Obtenido de [https://www.franquician.com/noticias\\_franquicias/welchez-cafe-franquicia-de-tradicion-e-innovacion](https://www.franquician.com/noticias_franquicias/welchez-cafe-franquicia-de-tradicion-e-innovacion)
- Guzman, J. (2022). Obtenido de <https://juansguzman.com/blog/2021/07/29/que-es-google-forms-y-para-que-sirve/>

INE. (Octubre de 2021). Obtenido de <https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2022/03/Resumen-Ejecutivo.pdf>

Internacional, F. M. (abril de 2023). Obtenido de <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2023/04/11/world-economic-outlook-april-2023>

Masters, T. y. (2023). Obtenido de <https://tesisymasters.com.ar/que-es-una-muestra/>

Mugira, A. (2022). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/diseño-de-investigación/#:~:text=El%20diseño%20de%20investigación%20se,sea%20manejado%20de%20manera%20eficiente.>

MundoCafe. (2023). *Mundo del Cafe*. Obtenido de <https://mundodelcafe.es/historia-del-cafe/>

Municipalidad. (2022). *Directorio Turístico*. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Desktop/DOCUMENTOS%20LILIAN2/clases%20lilian%20TESIS/cafes\\_y\\_heladerias.pdf](file:///C:/Users/User/Desktop/DOCUMENTOS%20LILIAN2/clases%20lilian%20TESIS/cafes_y_heladerias.pdf)

OEE. (2022). Obtenido de <https://oee.unah.edu.hn/assets/Perfiles-Sociodemograficos/Cortes-05/Reporte-de-0501-Cortes-San-Pedro-Sula.pdf>

Ortega, C. (2021). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-de-prefactibilidad/>

Pedroza, S. (2022). Obtenido de <https://muytecnologicos.com/diccionario-tecnologico/tecnologia-dura>

PowerData. (2023). Obtenido de <https://www.powerdata.es/transformacion-digital>

QuestionPro. (2020). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-investigación/>

RAE. (2023). Obtenido de <https://dle.rae.es/diferenciación>

Sampieri, R. H. (2008). Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Significados. (2013). Obtenido de <https://www.significados.com/producto/>

Turismo. (2020). Obtenido de <http://honduraturismo5.blogspot.com/p/san-pedro-sula.html>

UNAH-VS. (2022). Obtenido de <https://oee.unah.edu.hn/assets/Perfiles-Sociodemograficos/Cortes-05/Reporte-de-0501-Cortes-San-Pedro-Sula.pdf>

Xubio. (2015). Obtenido de <https://blog.xubio.com/tecnologias-digitales/>