



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
PROGRAMA DE MAESTRÍA Y DOCTORADO EN INGENIERÍA  
INGENIERÍA EN SISTEMAS – INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**PROPUESTA DE UN SISTEMA DE CLASIFICACIÓN DE CAFETERÍAS**

**TESIS**

**QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:  
MAESTRA EN INGENIERÍA**

**PRESENTA:  
ING. DIANA VILLAVICENCIO SANDOVAL**

**TUTORA:  
M.I. FRANCISCA IRENE SOLER ANGUIANO  
FACULTAD DE INGENIERÍA**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX.**

**JUNIO DE 2016**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**JURADO ASIGNADO:**

Presidente: M. I. Arturo Fuentes Zenón  
Secretario: M. I. Ann Godelieve Wellens Purnal  
Vocal: M. I. Francisca Irene Soler Anguiano  
1<sup>er.</sup> Suplente: M. C. Manuel Del Moral Dávila  
2<sup>d o.</sup> Suplente: M. A. Víctor Damián Pinilla Morán

Ciudad Universitaria, México, D.F.

**TUTOR DE TESIS:**

M.I. FRANCISCA IRENE SOLER ANGUIANO

-----  
**FIRMA**

# ***AGRADECIMIENTOS***

## **Agradezco:**

- ❖ A Dios por darme la oportunidad de realizar este viaje.
- ❖ A mi mamá, mi papá y mis hermanos que siempre han estado a mi lado para apoyarme incondicionalmente.
- ❖ A Fabián por confiar en mí y escucharme.
- ❖ A mis amigas que han estado presentes para apoyarme, escucharme, pelear y reír.
- ❖ A la UNAM por brindarme la oportunidad de cursar una maestría y superarme.
- ❖ A mi tutora Francis por su cariño, dedicación, regaños y sobre todo por no dejar de apoyarme para terminar esta tesis.
- ❖ Al profesor Victor Pinilla por el tiempo que me dedico en esta tesis, su paciencia, por guiarme y creer en mí.
- ❖ A Ann Wellens por su profesionalismo, honestidad y apoyo.
- ❖ Al profesor Arturo Fuentes Zenón por su disposición para guiar, por brindarme un poco de su conocimiento y por sus palabras siempre francas.
- ❖ Al profesor Manuel del Moral por sus enseñanzas brindadas, la comprensión y el compromiso.

**¡Muchas gracias!**

# ÍNDICE

---

---

ÍNDICE.....	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
<b>RESUMEN.....</b>	<b>9</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
OBJETIVO GENERAL.....	11
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
<b>I.    MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>12</b>
I.1. Mercado y entorno de una cafetería.....	12
I.1.1. Mercado.....	12
I.1.2. Definición de cafetería.....	13
I.1.3. La importancia de las cafeterías en el mercado.....	14
I.1.4. Microentorno de la cafetería.....	19
I.2. Problemática entorno a la cafetería.....	26
I.2.1. Promoción de ventas.....	26
I.2.2. Fidelización de clientes.....	27
I.2.3. Proveedores.....	27
I.2.4. Inflación.....	27
I.2.5. Depreciación de la moneda.....	28
I.2.6. Competencia.....	28
I.2.7. Orientación del negocio.....	28
I.2.8. La ubicación del negocio.....	29
I.2.9. Requerimientos y permisos necesarios.....	30
I.2.10. Manejo de recursos humanos.....	30
I.3. Clasificación.....	31
I.3.1. Descripción de clasificación.....	31

I.3.2. Distintivo.....	31
I.3.3. La clasificación en el sector hotelero .....	32
I.3.4. La clasificación en el sector restaurantero.....	33
I.3.5. Problemática hotelera por falta de clasificación.....	34
I.3.6. Ventajas de la clasificación.....	35
I.4. Clasificación de cafeterías .....	36
I.4.1. Caso de clasificación de cafeterías en España .....	36
I.4.2. Razones por las que debe haber una clasificación de cafeterías .....	38
I.5. Herramienta de análisis .....	38
I.5.1. Análisis factorial .....	38
<b>II. DESARROLLO.....</b>	<b>40</b>
II.1. Metodología.....	40
II.2. Análisis factorial de cafeterías en la Ciudad de México .....	42
II.3. Elaboración de cuestionario para clasificación de cafeterías ....	47
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>56</b>
III.1. Cafeterías con distintivo “1 Taza” ☕.....	59
III.2. Cafeterías con distintivo “2 Tazas” ☕☕.....	60
III.3. Cafeterías con distintivo “3 Tazas” ☕☕☕.....	62
III.4. Análisis del factor Productos.....	63
Evaluación de los resultados y recomendaciones.....	64
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>66</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>73</b>

# ÍNDICE DE TABLAS

---

Tabla 1. Comparativo de cifras de cafeterías en México.....	25
Tabla 2. Análisis factorial de cafeterías .....	46
Tabla 3. Factores a estudiar para elaboración de cuestionario.....	47
Tabla 4. Cuestionario cafeterías.....	54
Tabla 5. Cafeterías en la Ciudad de México. ....	55
Tabla 6. Puntaje por categorías.....	56

# ÍNDICE DE FIGURAS

---

Figura 1. Vista de las unidades de la clase de actividad (722515) en la Cd. de México con tamaño del establecimiento de más de 6 personas .....	16
Figura 2. Vista de las unidades de la clase de actividad (722515) en la delegación Coyoacán.....	17
Figura 3. Vista de las unidades de la clase de actividad (722515) en la Ciudad de México .....	18
Figura 4. Actores en el microentorno de las cafeterías.....	19
Figura 5. Zonas productoras de café .....	20
Figura 6. Estados productores de café en México .....	21
Figura 7. Producción y consumo de café en México .....	22
Figura 8. Canales de consumo de café en México .....	23
Figura 9. Consumo por tipo de café en México .....	24
Figura 10. Significado del número de estrellas con que se califica.....	32
Figura 11. Metodología .....	40
Figura 12. Categorías de cafeterías.....	56
Figura 13. Promedio de puntaje por categorías.....	57
Figura 14. Promedio de factores por categoría.....	57
Figura 15. Puntuación promedio vs puntuación máxima .....	58
Figura 16. Puntuación promedio “1 taza” vs puntuación máxima.....	60
Figura 17. Puntuación promedio “2 tazas” vs puntuación máxima.....	61
Figura 18. Puntuación promedio “3 tazas” vs puntuación máxima.....	63
Figura 19. Puntaje promedio vs puntaje máximo para el factor Productos.....	64



# RESUMEN

---

Actualmente, en México el sector de las cafeterías representa un gran valor económico y está en constante crecimiento, a pesar de esto, el sector presenta una falta de información y estudio para poder desarrollar un negocio de este tipo, también no se le ha dado suficiente empuje para brindarle mayor importancia; por lo que este trabajo plantea realizar un análisis para conocer las características que identifican a las cafeterías, así como desarrollar una propuesta inicial de clasificación de las mismas que asigne distintivos, lo que servirá de apoyo para instalar un negocio de este tipo de forma más enfocada, impulsar este sector brindándole mayor relevancia, además de ofrecer mayor certeza de las instalaciones y el servicio a los clientes.

Esta propuesta se basa en el análisis factorial que permite descomponer un objeto de estudio para su estudio, posteriormente se elabora un cuestionario el cual se aplica a una selección de cafeterías, de la información recopilada se elabora una clasificación de las cafeterías y finalmente se realiza un análisis de los datos obtenidos, de los cuales se puede elaborar una descripción del negocio y de cómo se conforman las cafeterías de las diferentes categorías. Así mismo, se puede emplear esta herramienta a modo de diagnóstico individual para una cafetería y ver cuáles son sus fortalezas y sus áreas de oportunidad, lo que permite tomar acciones para poder mejorar.

# INTRODUCCIÓN

---

En México la cadena productiva del café es una actividad de gran importancia, ya que de acuerdo con la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) el café emplea alrededor de 3 millones de personas de forma directa e indirecta, y genera un valor en el mercado de alrededor de 20 mil millones de pesos por año, y de acuerdo con la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva de Café (AMECAFE) el valor anual de la producción primaria es de más de 5 mil millones de pesos lo que equivale al 1.1% del PIB Agropecuario Nacional; siendo el 62% de la producción destinada a la exportación conforme lo indica la PROFECO.

Por otro lado en el valor del consumo en México de café en venta en anaquel, barras, cafeterías y restaurantes, incluyendo servicios asociados tales como venta de máquinas y suplementos, se estima en más de 20 mil millones de pesos, de acuerdo con datos del Plan de Promoción del Café de México de 2012; de los cuales, la consultoría Euromonitor International Latin America indica que el mercado de las barras de café tuvo un valor estimado de 546.6 millones de dólares en 2013, con un crecimiento del 102% respecto de 2008. Estos datos muestran que el mercado de las cafeterías es muy importante y ha mostrado un gran crecimiento en los últimos años.

Además de la importancia económica que representa el café en México, este es reconocido por ser de gran calidad, por lo que se ha tratado de elevar el reconocimiento del café mediante distintivos de la calidad del café, como son café orgánico, sembrado bajo sombra, de altura, certificado Q, etc., además en México existen apoyos a los productores, se realizan exposiciones y ferias de café, que han buscado promover la comercialización del café; sin embargo estas acciones están enfocadas al cultivo, mayoristas y a la exportación, pero no se le ha dado el enfoque a cafeterías, el cual es un segmento que ha aumentado en los últimos años debido a un cambio de costumbres, a la entrada de nuevas cafeterías, conocimiento de los beneficios del café, innovación y variedad en las preparaciones, así como la percepción entre los consumidores.

A pesar del valor del consumo de café en el sector de las cafeterías y barras en México, este no ha sido estudiado a fondo, no existe información específica sobre las cafeterías en México; el INEGI lo clasifica junto con las neverías, fuentes de sodas, refresquerías, etc., los cuales son segmentos diferentes, razón por la cual las cifras pueden variar.

Los nuevos jugadores que han incursionado o están por incursionar en este sector incluyen a empresas como Femsá, McDonalds, Santa Clara, El Globo, Nestlé, Coca-Cola, entre otras; la talla de estas compañías brinda una idea de la relevancia y atractivo de este mercado.

Como no se encontraron datos concisos sobre las cafeterías en México, se propone realizar un análisis para conocer y tener una idea más clara de las características que identifican a las cafeterías y proponer una clasificación, la cual puede apoyar en la instalación de un negocio de este tipo de forma más enfocada, y además permita impulsar este sector brindándole mayor relevancia, así como ofrecer mayor certeza del servicio a los clientes, por lo que el objetivo de este trabajo es:

## **OBJETIVO GENERAL**

Proponer un sistema de distintivos para clasificar cafeterías mediante un análisis inductivo a partir de una selección aleatoria de cafeterías en la Ciudad de México.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar los factores que caracterizan a las cafeterías.
- Diseñar un instrumento que permita clasificar las cafeterías y asignar distintivos.
- Aplicar el instrumento en una selección aleatoria de cafeterías en la Ciudad de México.

El presente trabajo sigue un método inductivo, ya que parte de conceptos generales a particulares para diseñar el análisis de las cafeterías. Tiene como alcance plantear un instrumento que permita conocer las cafeterías, aplicarlo y hacer una primera clasificación de las cafeterías de acuerdo con sus características y servicio.

En el Capítulo I. Marco Teórico se da una serie de conceptos e información relevante a este estudio, que permitirá ser un preámbulo al tema, con el fin de poder entender este trabajo. En el Capítulo II. Desarrollo se señala el proceso de identificación de las características que tienen en común las cafeterías y la elaboración del instrumento que se aplicará para clasificar las cafeterías. En el Capítulo III. Resultados se especifican los datos obtenidos de la aplicación del instrumento y se indican las observaciones del análisis realizado. Y finalmente se presentan las conclusiones del trabajo.

# I. MARCO TEÓRICO

---

## I.1. Mercado y entorno de una cafetería

### I.1.1. Mercado

Existen diferentes definiciones de mercado como indica el Diccionario de la Lengua Española (2015), el cual lo define como “el conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio, y al estado y evolución de la oferta y la demanda en un sector económico dado”.

De igual forma, Baca Urbina (2010) define mercado como “el área donde confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.

Mankiw (2004) precisa que un mercado es "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta".

La Secretaría de Economía en su curso en línea para elaborar un estudio de mercado (2015) dice que “el concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales:

Por una parte se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios. Aquí el mercado es un lugar físico”.

Por otra parte, el mercado también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de dichos bienes o servicios. La concepción de ese mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos a la alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar. Aparece así la delimitación de un mercado de productos, un mercado regional, o un mercado sectorial. En función de un área geográfica, se puede hablar de un mercado local, de un mercado regional, de un mercado nacional o del mercado mundial. De acuerdo con la oferta, los mercados pueden ser de mercancías o de servicios.

### **I.1.2. Definición de cafetería**

Existen algunos conceptos de cafetería como el del Texto Refundido de la Ordenación de Cafeterías según la O.M. 17-Mar-65 modificado por las O.M 19-Jun-70 y 29-jun-78, de España, que establece en el apartado I. DISPOSICIONES GENERALES, Art. 1º:

“En el Concepto de Cafeterías, a los efectos de la presente Ordenación, quedan comprendidos aquellos establecimientos, cualquiera que sea su denominación que, además de helados, batidos, refrescos, infusiones y bebidas en general, sirven al público, mediante precio principalmente en la barra o mostrador y a cualquier hora, dentro de las que permanezca abierto el establecimiento, platos fríos y calientes, simples o combinados, confeccionados de ordinario a la plancha para refrigerio rápido.”

Además en España se clasifican las cafeterías de acuerdo con sus características como se menciona en el apartado II. DE LAS CATEGORÍAS, Art. 15º: “Las cafeterías se clasificarán en las categorías de “Especial”, “Primera” y “Segunda”, cuyos distintivos serán, respectivamente, tres tazas, dos tazas y una taza.”

En México existe una conceptualización de las cafeterías a través del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN 2013 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, la cual indica que las cafeterías se encuentran dentro del:

**Sector 72-** Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas

**Subsector 722-** Servicios de preparación de alimentos y bebidas

**Rama 7225-** Servicios de preparación de alimentos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas

**Subrama 72251-** Servicios de preparación de alimentos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas

**Clase de actividad 722515-** Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares. Esta actividad comprende:

u.e.d.p. “unidades económicas (cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares) dedicadas principalmente a la preparación de café, nieves, jugos, licuados y otras bebidas no alcohólicas, así como a preparar y servir alimentos para su consumo inmediato en las instalaciones de la unidad económica. Los alimentos y bebidas le son servidos al cliente por personal de la unidad económica. Incluye también: u.e.d.p. a la preparación de café para llevar o de autoservicio; a la preparación de bebidas no alcohólicas (café, té, chocolate) para consumo inmediato en combinación con la elaboración de pan, y a preparar y servir café para consumo inmediato en combinación con el tostado y la molienda del mismo. Excluye: u.e.d.p. a la preparación de

alimentos y bebidas a la carta o de comida corrida para su consumo inmediato en las instalaciones del restaurante (722511, Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida); a la preparación de alimentos como gelatinas, tamales, pasteles y pan casero, frituras y elotes, así como bebidas, para su consumo inmediato en el mismo lugar o para llevar (722519, Servicios de preparación de otros alimentos para consumo inmediato); bares, cantinas y similares (722412, Bares, cantinas y similares), y restaurantes de autoservicio (722516, Restaurantes de autoservicio)”.

Por otro lado, de acuerdo con un artículo del boletín electrónico “Brújula de compra” realizado por la PROFECO en 2009 se menciona que de acuerdo con el Ing. Arturo Hernández, el entonces Presidente de la Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad, A.C. (AMCCE), las cafeterías están representadas por:

Las **cafeterías gourmet**, un concepto que consiste en las características siguientes:

- La venta de bebidas a base de café como producto principal.
- Café de buena calidad para la preparación de las bebidas o para venta en grano.
- Bebidas individuales y personalizadas por el cliente.
- El menú de alimentos (pasteles, galletas, baguetes o ensaladas) es limitado, toda vez que el café se contamina con otros olores.
- El lugar es con ambientación relajada y agradable para que el cliente disfrute su bebida.
- El personal tiene conocimiento del grano, de las técnicas de preparación y las características de las bebidas que ofrecen, pues el buen sabor de una bebida depende en 80% de quien la prepara.

Y las denominadas **barras de café**, los cuales son establecimientos más pequeños con un servicio más dinámico en el cual la venta de café es principalmente para llevar, pues no cuentan con mesas, o en su caso son pocas.

Por lo anterior, se puede decir que una cafetería es un establecimiento en el que se preparan bebidas a base de café, no alcohólicas y algunos alimentos rápidos para consumo inmediato, que en algunos casos se consumen en el establecimiento. Se dividen en cafeterías y barras de café, las cuales se diferencian por el tamaño, ya que esta última es más pequeña y es principalmente servicio para llevar y en algunos casos cuenta con una menor variedad de productos, en contraste con una cafetería que cuenta con mesas para poder degustar la bebida.

### **I.1.3. La importancia de las cafeterías en el mercado**

De acuerdo a la consultoría Euromonitor International Latin America (2012), el mercado en México de la barras de café reportará un crecimiento sostenido los años

venideros. Al cierre del 2008, el valor estimado de ese subsector era de 269.5 millones de dólares, pero hacia 2013, el valor estimado era de 546.6 millones de dólares, es decir un crecimiento del 102%.

El valor de mercado en países no productores se calcula en más de 80 mil millones de dólares, mientras que el valor del consumo interno incluida la venta en anaquel, barras, cafeterías y restaurantes, así como el valor generado por servicios asociados tales como venta de máquinas, suplementos, se estima en más de 20 mil millones de pesos; es decir poco más de 1500 millones de dólares. (AMECAFE, 2012)

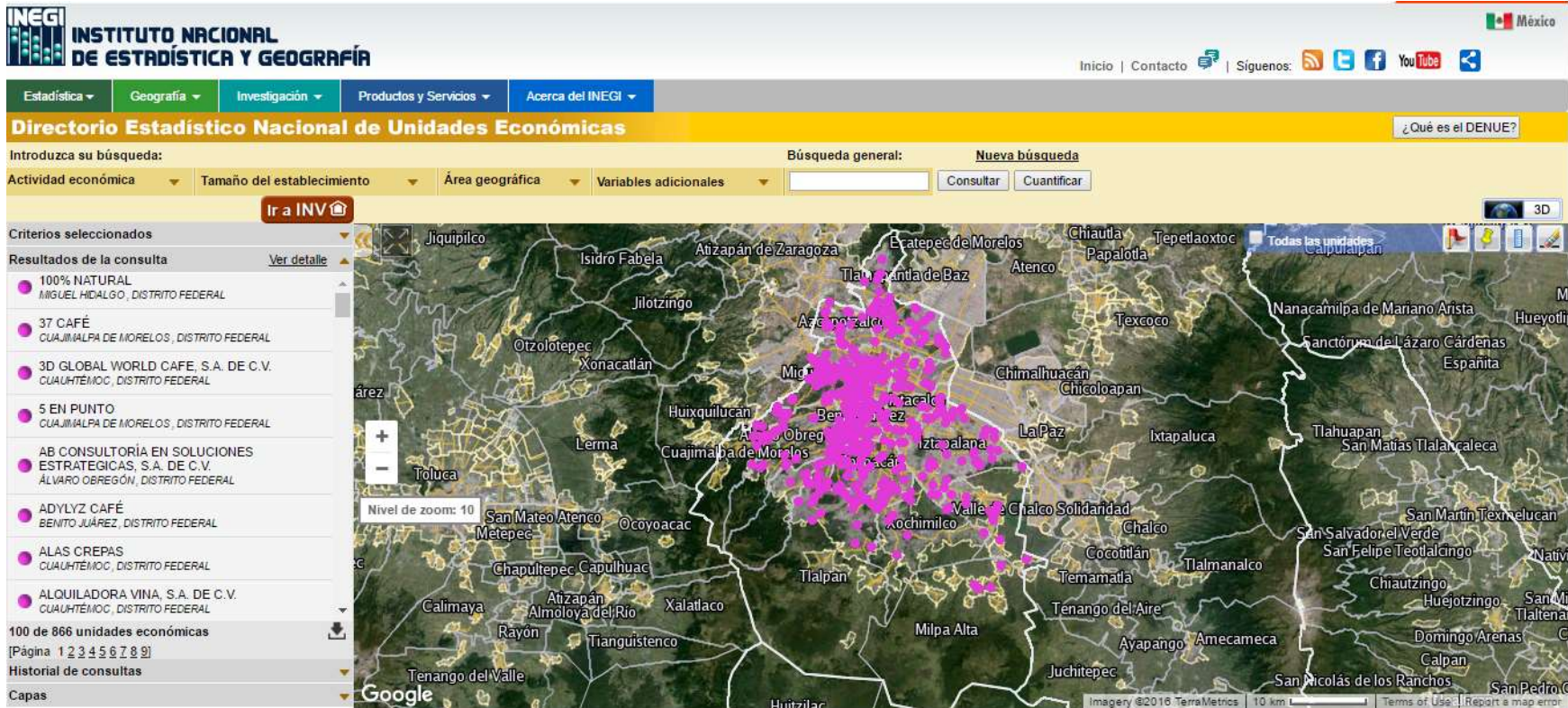
Según un artículo de CNEXPANSIÓN (2015) el mercado de cafeterías en México, incluyendo establecimientos independientes y de cadena, genera ventas anuales de casi 625.8 millones de dólares, de acuerdo con los datos más recientes de la agencia de investigación de mercados Euromonitor International al cierre de 2013. Esta cifra representó un crecimiento de 13.6% con respecto a lo vendido el año previo.

Estos datos revelan la importancia económica de este sector, así como su elevado crecimiento en México en los últimos años.

No existe un mapeo estadístico específico del mercado de las cafeterías en la Ciudad de México; sin embargo, el INEGI cuenta con un Directorio Estadístico de Unidades Económicas el cual presenta de forma gráfica la ubicación de las unidades económicas de acuerdo a la actividad y las cuantifica.

En consulta con el Directorio Estadístico de Unidades Económicas del INEGI, en la Clase de actividad (722515) Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares, existen en el país 59,054 unidades, de las cuales hay 7,990 en la Ciudad de México, esta actividad se comenzó a estudiar de manera independiente a partir de los Censos económicos de 2014.

A continuación en la Figura 1 se puede ver la perspectiva de las unidades de esta clasificación en la Ciudad de México que tienen un tamaño de establecimiento mayor a 6 personas, en la Figura 2 se muestran todas las unidades económicas que se encuentran en la delegación Coyoacán y en la Figura 3 se puede ver todas las unidades que pertenecen a esta clasificación en la Ciudad de México, en estas figuras se puede ver que hay cafeterías en toda la Ciudad.



**Figura 1. Vista de las unidades de la clase de actividad (722515) en la Cd. de México con tamaño del establecimiento de más de 6 personas**  
**Fuente: Directorio Estadístico de Unidades Económicas del INEGI**



Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

¿Qué es el DENUE?

Introduzca su búsqueda:

Búsqueda general:

Nueva búsqueda

Actividad económica

Tamaño del establecimiento

Área geográfica

Variables adicionales

Consultar

Cuantificar

Ir a INV

Criterios seleccionados

Resultados de la consulta

Ver detalle

100 PORCIENTO NATURAL  
COYOACÁN, DISTRITO FEDERAL

4WAR'S COFFE  
COYOACÁN, DISTRITO FEDERAL

ADYLYZ  
COYOACÁN, DISTRITO FEDERAL

AGUAS FRESCAS SIN NOMBRE  
COYOACÁN, DISTRITO FEDERAL

AGUAS FRESCAS Y NIEVES SIN NOMBRE  
COYOACÁN, DISTRITO FEDERAL

ALIMENTOS PREPARADOS SIN NOMBRE  
COYOACÁN, DISTRITO FEDERAL

ALVERRE CAFÉ BISTRO  
COYOACÁN, DISTRITO FEDERAL

AMSTERDAM COFFEE  
COYOACÁN, DISTRITO FEDERAL

ANAHUACALLI COOPERATIVA  
COYOACÁN, DISTRITO FEDERAL

100 de 600 unidades económicas

[Página 1 2 3 4 5 6 7]

Historial de consultas

Capas

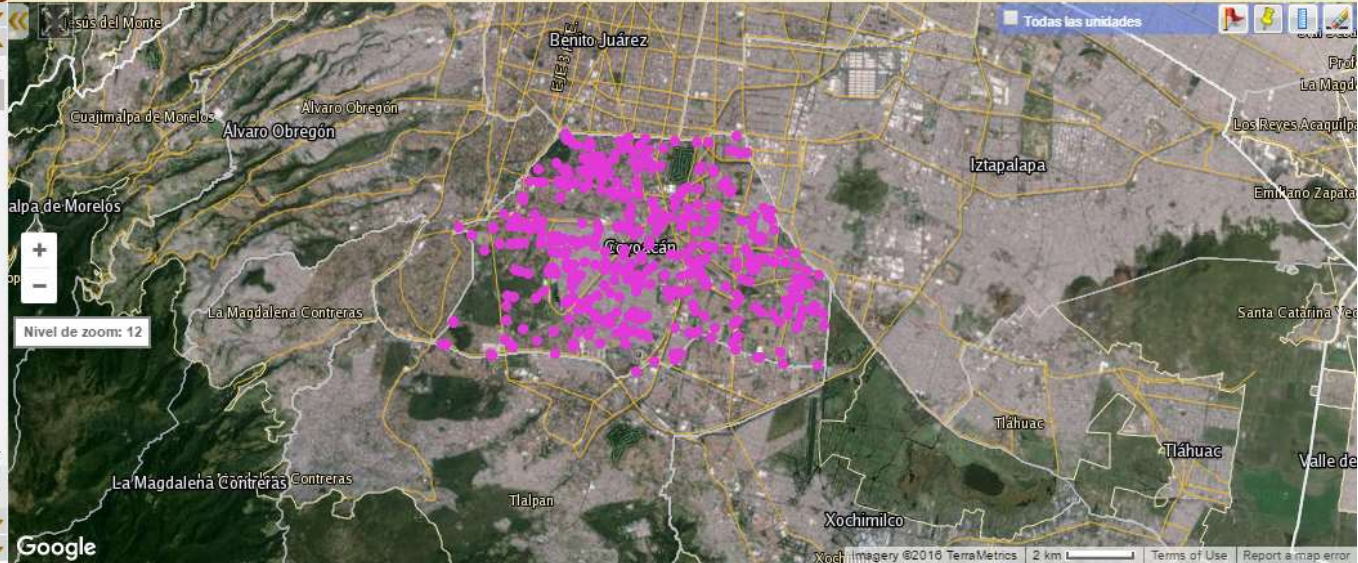
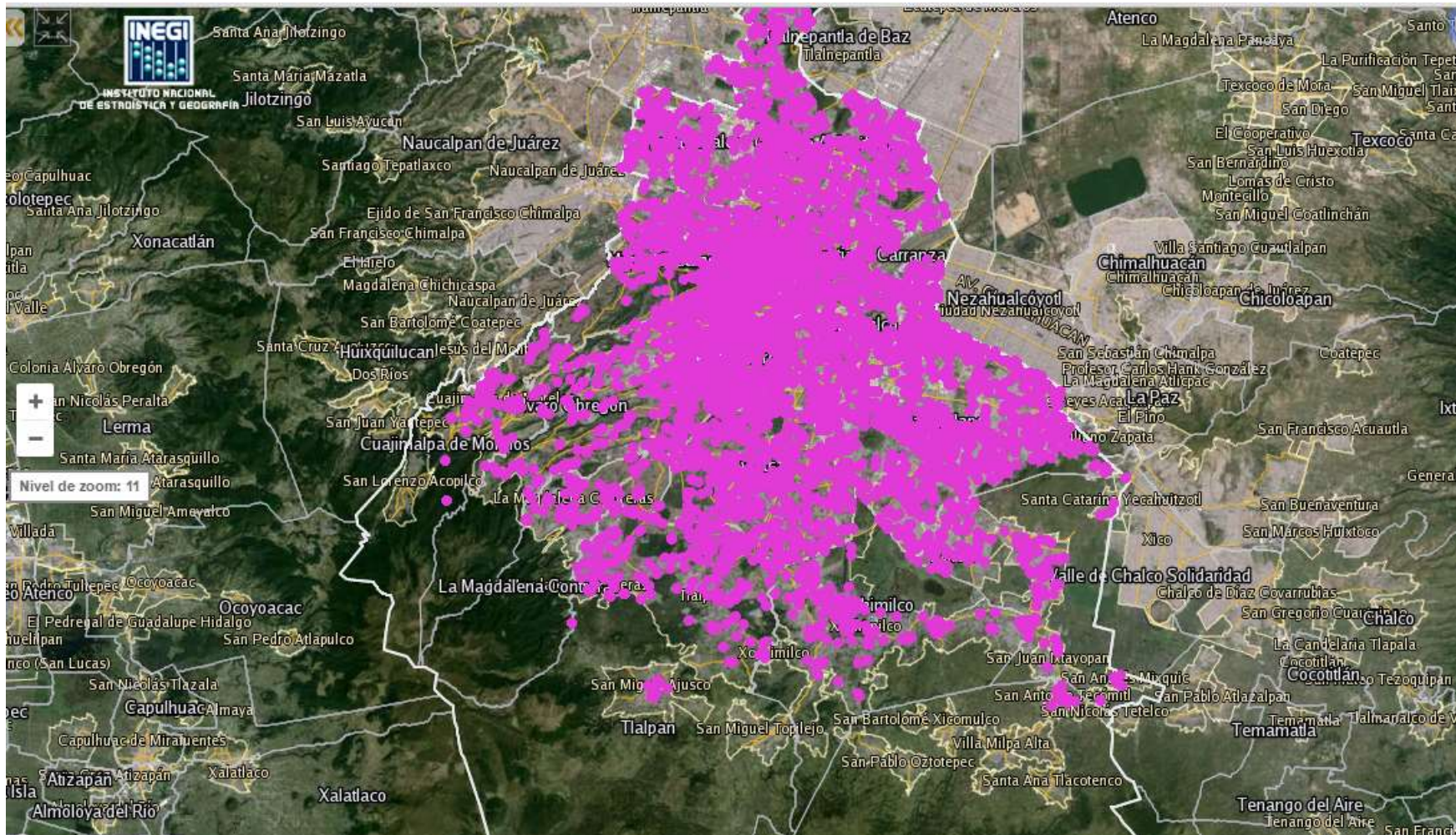


Figura 2. Vista de las unidades de la clase de actividad (722515) en la delegación Coyoacán  
Fuente: Directorio Estadístico de Unidades Económicas del INEGI



**Figura 3. Vista de las unidades de la clase de actividad (722515) en la Ciudad de México**  
**Fuente: Directorio Estadístico de Unidades Económicas del INEGI**

#### **I.1.4. Microentorno de la cafetería**

El microentorno abarca las fuerzas cercanas a la empresa: la compañía, proveedores, intermediarios, clientes, competidores y públicos que inciden en su capacidad de servir al cliente (Kotler & Armstrong, 2008).

Para el caso de las cafeterías se realizó un esquema basándose en los actores en el microentorno de Kotler (2008) y Santesmases (2012):



**Figura 4. Actores en el microentorno de las cafeterías**  
Elaboración propia.

##### ***I.1.4.1. Proveedores***

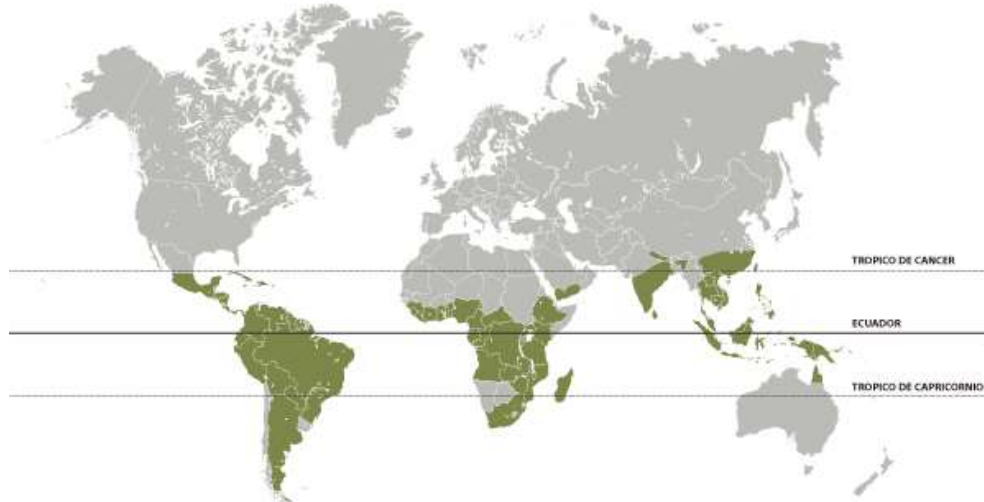
Son un eslabón importante del sistema global de entrega de valor a los clientes de la empresa. Proporcionan los recursos que la empresa necesita para producir sus bienes y servicios (Kotler, 2008).

##### **Lugares de producción del café**

El café prospera en grandes altitudes, no tolera los cambios bruscos de temperatura como las heladas y requiere tanto sol como sombra. Necesita mucha agua para su crecimiento, vientos y suelos apropiados de tipo poroso con buen drenaje.

Las zonas productoras alrededor del mundo se localizan entre los trópicos de cáncer y de capricornio.

## ZONAS PRODUCTORAS DE CAFÉ



**Figura 5. Zonas productoras de café**

**Fuente: Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad, A.C. (AMCCE).**

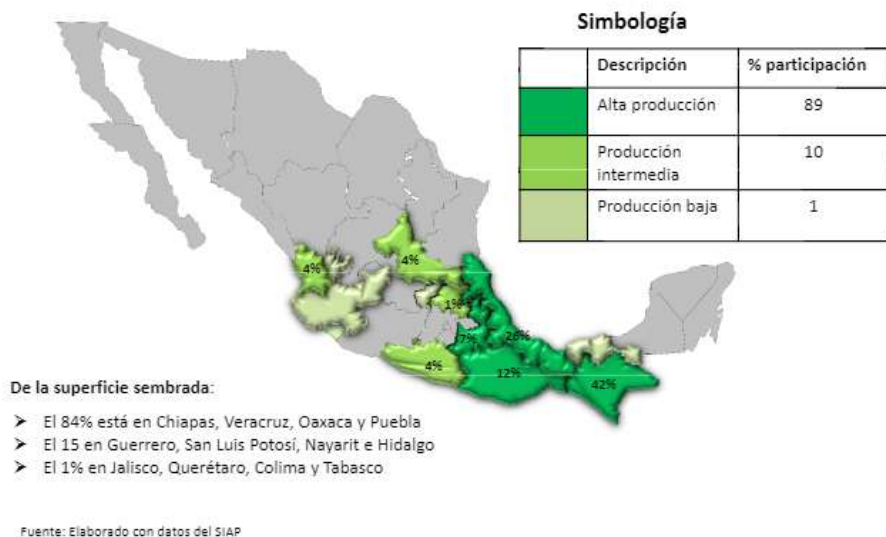
Los principales países productores que actualmente inundan el mercado con su aromático son: Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia, Etiopía, India y México. (AMCCE)

### **El café en México**

La cadena productiva del café es una actividad de gran importancia para México, ya que de acuerdo con la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) el café emplea a más de 500 mil productores, en cerca de 690 mil hectáreas de 12 estados del país y 391 municipios; en la cual participan alrededor de 3 millones de personas de forma directa e indirecta, y genera un valor en el mercado de alrededor de 20 mil millones de pesos por año. Además es el principal productor de café orgánico del mundo, destinando a esta el 10% de la superficie; e involucra exportaciones por 897 millones de dólares al año.

De acuerdo con la SAGARPA los principales estados productores del país son Chiapas, Veracruz, Oaxaca y Puebla con un 89% de participación, como se muestra en la **Figura 6**.

Distribución de la producción de Café Convencional 2011/12 por estado



**Figura 6. Estados productores de café en México**  
**Fuente: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).**

El 80% de la producción se encuentra en zona marginales y el 66% de los productores pertenecen a algún grupo indígena. El valor anual de la producción primaria es de más de 5 mil millones de pesos lo que equivale al 1.1% del PIB Agropecuario Nacional. (AMECAFE)

Según un estudio realizado por la PROFECO, la producción nacional en 2009 alcanzó los 4.6 millones de sacos en promedio por ciclo cafetalero, ocupando el séptimo lugar en producción mundial de café.

#### **1.1.4.2. Intermediarios**

Los intermediarios son empresas que ayudan a la compañía a promover, vender y distribuir sus productos a los compradores finales; incluyen distribuidores, empresas de distribución física, agencias de servicios de marketing e intermediarios financieros. (Kotler, 2008)

En el caso de las cafeterías los intermediarios no pueden faltar, tales como las empresas que brindan servicio de transporte de productos y suministros, de publicidad, mayoristas, despacho de abogados, contadores, etc.

### 1.1.4.3. Clientes

De acuerdo con Kotler (2008) existen cinco tipos de mercados de clientes:

- 1) **Los mercados de consumo**, que consisten en individuos y hogares que compran bienes y servicios de consumo personal.
- 2) **Los mercados industriales**, que compran bienes y servicios para procesarlos ulteriormente o usarlos en su proceso de producción
- 3) **Los mercados de distribuidores**, los cuales compran bienes y servicios para revenderlos y obtener una utilidad.
- 4) **Los mercados gubernamentales**, que están formados por dependencias del gobierno que adquieren bienes y servicios para producir servicios públicos o transferirlos a quienes los necesitan.
- 5) **Los mercados internacionales**, que comprenden todos los tipos de compradores mencionados, pero ubicados en distintos países, e incluyen consumidores, productores, distribuidores y gobiernos.

Para el caso de las cafeterías, estas en general están dirigidas a mercados de consumo, es decir individuos que compran café o bebidas a base de café para su consumo personal.

De acuerdo con un análisis realizado en 2012 por Euromonitor Internacional a solicitud de la Asociación Nacional de la Industria del Café (ANACAFÉ) para la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (AMECAFÉ), en 2010 México tuvo una producción de 4.1 millones de sacos de café verde, de los cuales 2.7 millones fueron de consumo interno, es decir que en 2010 hubo un consumo per cápita de 1.43 kg de café verde en México, lo cual representa un 35% de aumento en consumo de 2005 a 2010.

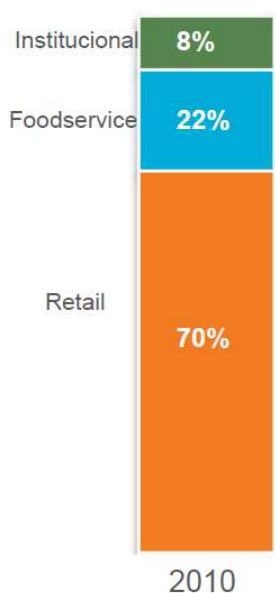
	2005	2010	2015
Millones de sacos de café verde (consumo)	2.0	2.7	3.6
Kg de café verde consumidos per capita	1.16	1.43	1.85
Millones de sacos de café verde (producción)	4.9	4.1	

**Figura 7. Producción y consumo de café en México**  
Fuente: AMECAFE con información de Euromonitor Internacional

Según SAGARPA, en 2004 el consumo anual de café por habitante en México alcanzó los 820 gramos por persona, muy por debajo de los tres principales consumidores: Finlandia (12.2 kg/hab), Suecia (11.4 kg/hab) y Holanda (10.7 kg/hab). En 2009 “el consumo de café por habitante es de 1.200 gr” de acuerdo con el presidente de la Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad, A.C.

De acuerdo con el Lic. Juan Camacho, Director de la revista Cafés de México en entrevista con PROFECO, reconoce que el mayor número de cafeterías que se han generado en la actualidad ha representado un incremento en el consumo de café.

Las zonas de la Condesa, Polanco y Coyoacán en la Ciudad de México son consideradas por la Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad, A. C., como los lugares donde hay mayor número de cafeterías.



**Figura 8. Canales de consumo de café en México**  
**Fuente: AMECAFE con información de Euromonitor Internacional**

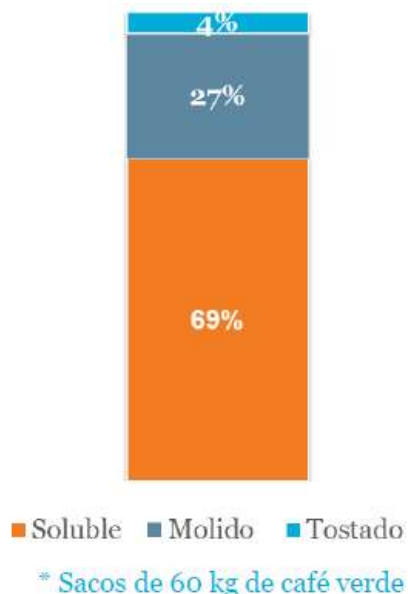
Los principales canales de venta de café en México en 2010 son Retail (Venta al detalle o minorista), Foodservice (Servicio de comida) e Institucional, dentro del Retail el tipo de café más común es el soluble, el de Foodservice está creciendo debido en parte al surgimiento de nuevas cafeterías, siendo el café molido el principal tipo de café consumido en este canal, y el institucional está perdiendo importancia y se llega a confundir con el Foodservice.

El canal Foodservice está conformado por Restaurantes, Cafeterías, Comida Rápida, entre otros, con una participación de 55%, 23%, 14 y 8% respectivamente. (AMECAFE)

El 62% de la producción se destina a la exportación, principalmente a los EU, Bélgica, Alemania, Japón y Suiza; siendo EU el principal destino (PROFECO, 2009). De acuerdo

al AMECAFE (2012) en el ciclo 2010-2011 México ocupó el octavo sitio con el 3% del volumen de exportaciones mundiales.

El café se puede consumir soluble o tostado y molido. Del total de 2.7 millones de sacos de café verde consumidos en México en 2012, el mayor consumo se da en café soluble con 69%.



**Figura 9. Consumo por tipo de café en México**  
Fuente: AMECAFE con información de Euromonitor Internacional

#### ***1.1.4.4. Competidores***

La competencia está integrada por las empresas que actúan en el mismo mercado y realizan la misma función dentro de un mismo grupo de clientes con independencia de la tecnología empleada para ello. Es competidor aquel que satisface las mismas necesidades que nosotros con respecto al mismo público objetivo o consumidor. (Muñiz)

De acuerdo con el Plan Integral de Promoción del Café de México, 2012, del AMECAFE y a la referencia del análisis de Ipsos Marketing sobre Hábitos de Consumo para 2010 y 2011, la venta de café al consumidor final se da en 59% a través de tiendas de autoservicio y departamentales, 20% a través de tiendas de abarrotes, 6% a través de tiendas de conveniencia (Oxxo, Extra, 7 Eleven, etc.), y un 14% a través de cafeterías, barras, restaurantes y otros.

El segmento de barras y cafeterías ha jugado un papel importante en los últimos años con el establecimiento de puntos de venta; sin embargo, no es ajeno a problemas principalmente relacionados con calidad y rentabilidad a nivel de unidades. Cabe destacar que en este rubro participan principalmente Pymes con inyección de capital propio.



No existen datos concisos del número de operadores de barras, cafeterías, restaurantes y estaciones de comida rápida en los cuales el café es el elemento primordial; sin embargo, las principales ciudades como la Ciudad de México, Guadalajara, Puebla y Monterrey han sido modelo para el desarrollo de estos negocios en otras ciudades del interior de la República. Marcas que van desde los segmentos Specialty o de Especialidad como Starbucks, Nespresso, Café Punta del Cielo e Italian Coffee, hasta mercados más amplios como Café Anddatti, Café Moretto, Finca Santa Veracruz y Café Las Truchas, entre otros, son sólo algunos ejemplos que han estado impulsados por empresas dedicadas al soporte, entrenamiento, venta de equipo, insumos y asesoría para el desarrollo de negocios de café.

Además de los canales de venta al detalle como las tiendas de autoservicio y tiendas de abarrotes, y de aquellos especializados como las barras de café, se están desarrollando lugares de compra como las tiendas de conveniencia, máquinas expendedoras o vending y puntos estratégicos en centros comerciales.

En lo que respecta al consumo interno, el valor del mercado nacional medido sólo por el costo de la materia prima destinada al mismo es de alrededor de 540 millones de dólares. De ahí que éste mercado ha resultado de particular interés para firmas como Nespresso, Starbucks, Mc Donalds, Dunkin Donuts e Illy (por mencionar algunas) de proyección internacional mientras que FEMSA ha comenzado la operación de un modelo de negocio que hace disponible el café en diversas presentaciones en misceláneas de todo el país. Dichas acciones sumadas al notable crecimiento de puntos de venta de firmas como Oxxo, Extra, Seven & Eleven, Andatti, entre otros reflejan la importancia y potencial del mercado interno.

En la Tabla 1 se tiene un comparativo de cifras de cafeterías en México, donde se puede apreciar que hay números muy diferentes entre sí, lo cual indica que no hay una congruencia y homologación de la información de las cafeterías.

<b>Fuente</b>	<b>Fecha de la información</b>	<b>Cantidad de cafeterías en México</b>
Procuraduría Federal del Consumidor. Brújula de compra. La vida en café: Cafeterías y barras. Beade Ruelas, Alma., con referencia a la Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad, A. C. (AMCCE)	Mayo de 2009	75,000
La Industria Restaurantera en México. Censos Económicos 2009. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).	2009	12,863
Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en referencia a los Censos Económicos de 2014, en la Clase de actividad (722515) Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares	2014	58,639
Forbes México. Sitio web. Sección Emprendedores. Meza Nayeli.	27 de noviembre de 2014	Ocho cadenas y más de 70,000 cafeterías
CNNEXPANSIÓN. Sitio web. Sección de empresas., con referencia a datos de Euromonitor Internacional.	2012	2,234
	2013	2,271

**Tabla 1. Comparativo de cifras de cafeterías en México**  
Elaboración propia.

### ***1.1.4.5. Público***

De acuerdo con Kotler & Armstrong (2008) “Público” es cualquier grupo que tiene un interés real o potencial en o un impacto sobre la capacidad de una organización para alcanzar sus objetivos. Hay 7 clases de público:

- 1) Los públicos financieros influyen en la capacidad de la empresa para obtener fondos (bancos, casas de inversión, accionistas etc.);
- 2) Los de medios de comunicación llevan noticias, artículos y opinión editorial (diarios, revistas estaciones de radio y televisión);
- 3) Los gubernamentales,
- 4) Los de acción ciudadana (grupos ecológicos organizaciones de consumidores, grupos minoritarios etc.);
- 5) Los locales (residentes y organizaciones de la comunidad);
- 6) General (la imagen que el público general tiene de la empresa),
- 7) Internos (trabajadores, directivos, voluntarios y la junta directiva).

Para las cafeterías algunos públicos importantes son la Secretaría de Economía, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, A.C. (AMECAFÉ), Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad (AMCCE), la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), el Centro de Comercio Internacional, la Secretaría de Turismo, el Instituto de Calidad del Café o Coffee Quality Institute (CQI), el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la Asociación de Café de Especialidad de America o Specialty Coffee Association of America (SCAA), revistas como CNNEXPANSIÓN y Forbes, entre otras.

## **I.2. Problemática entorno a la cafetería**

### **I.2.1. Promoción de ventas**

En el documento “Estrategias de promoción y ventas” de la Universidad del Tercer Milenio, S.C. (2010) se señala que la promoción consiste en informar, convencer y difundir en forma amplia, contundente y persuasiva, la existencia de un producto, de una marca de una idea, de una persona de una empresa o de una institución, hacia un mercado meta o target, en base a objetivos, estrategias y planes de acción bien definidos para el logro de los mismos en forma redituable.

Este punto puede ser problemático ya que muchas veces se desconoce cómo promocionarse con los clientes potenciales para poder generar ventas redituables, este punto es crítico ya que sin una buena promoción entre los clientes puede llevar a tener ventas bajas.

### **I.2.2. Fidelización de clientes**

De acuerdo con la agencia de Marketing Relacional, “Fidelización Clientes para PYMES”, la fidelización de clientes es el conjunto de motivos racionales, que son características objetivas del producto como la relación calidad menos precio, prestaciones, surtido, usabilidad, accesibilidad, proximidad, etc., y el conjunto de motivos emocionales, como la Confianza que es igual a la imagen de marca, valores de la marca, calidad de servicio, simpatía menos trato especial, privilegios, garantías, servicio posventa, etc., por los que un cliente está satisfecho y prefiere la compra de un producto o servicio de una marca o compañía de forma repetitiva, en vez de los productos o servicios de la competencia.

Es importante poder fidelizar a los clientes, ya que de esta forma los clientes regresan a comprar, lo cual asegura ventas recurrentes de los mismo clientes, garantizando ventas.

### **I.2.3. Proveedores**

En cuanto a los recursos requeridos para la operación de una cafetería en general existen distintos proveedores para elegir, por lo que es importante investigar varios proveedores para comparar características, precios y beneficios, y así elegir el que más se acomode a nuestros requerimientos. También se sugiere que se tengan al menos dos proveedores del mismo producto, para prevenir algún imprevisto.

### **I.2.4. Inflación**

De acuerdo con información de la Corporación Financiera Internacional (ICF) a través del Instituto PYME señala que la inflación es el aumento generalizado y sostenido en el nivel general de precios; es decir, la inflación es el aumento en términos porcentuales, de los precios experimentado en todos los productos en una economía de forma continua durante algún periodo; el aumento que sufre el precio de las galletas, de la gasolina, de los coches, de las casas, de la carne, de las verduras, del vestido, de los zapatos, de las materias primas, etc., de forma generalizada y sostenida.

Según Perera Rodríguez (2015) cuando decimos que está incrementando la inflación en un país, estamos indicado que el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) está incrementando y la población está perdiendo poder adquisitivo a nivel general.

Una empresa que produce bienes esenciales es escasamente sustituible, como las pertenecientes a los ramos de alimentos, bebidas, tabaco y transporte; por lo que ante la pérdida de poder adquisitivo de la población, las ventas de estos sectores son las menos afectadas, debido que la gente tiene que consumirlas a pesar de los precios, pues son de primera necesidad o generan cierta dependencia.

Al haber inflación los consumidores pierden poder adquisitivo y tienen una capacidad de compra menor, por lo que restringen su consumo a productos principales, lo cual

puede llegar a afectar a las cafeterías, dado que pueden llegar a prescindir de los productos ofrecidos en estas.

### **I.2.5. Depreciación de la moneda**

El alza del dólar provoca que haya un aumento de costos y precios en ciertos productos, especialmente a aquellos que requieren materia o productos importados, como son zapatos, ropa, bicicletas, celulares, perfumes, etc. (El Financiero)

En el caso de las cafeterías no se verían directamente afectadas, siempre y cuando sus insumos sean nacionales, aunque al haber un aumento de precios en otros productos eso implica que los consumidores pueden comprar menos cosas.

### **I.2.6. Competencia**

Información del Programa de Capacitación y Modernización Empresarial (PROMODE) indica que para poder superar a su competencia, es necesario conocer quiénes son los competidores y qué están haciendo. Recomienda que se identifique el área geográfica que cubren y la principal ventaja que les ha permitido ganar mercado, ya que con esta información podrán determinarse, con mayor facilidad, las estrategias de posicionamiento que se deberá seguir para entrar y desarrollarse en el mercado. También indica que se deben responder preguntas como:

- ¿Qué tantos competidores existen y quiénes son?
- ¿Cuál es el tamaño de la empresa competidora y su fortaleza financiera?
- ¿Cuál es el importe de las ventas de los competidores?
- ¿Cuál es la calidad del producto, mercancía o servicios ofrecidos por sus competidores actuales y potenciales?

El no conocer esta información puede hacer vulnerable al negocio ante los competidores ya que no se tienen estrategias para poder ofrecer mejoras o ventajas sobre los productos de la competencia que busquen ganarse a los clientes, así como poder incursionar en el mercado de forma enfocada.

### **I.2.7. Orientación del negocio**

Arturo Fuentes Zenón (2003) en sus apuntes de “Diseño de la Estrategia Competitiva”, indica que debido a que los requerimientos de los compradores no son uniformes es que se realiza la segmentación de mercados, la cual marca espacios en los que la demanda guarda cierta similitud. La segmentación del mercado es importante ya que permite:

- Identificar cuáles son los espacios más atractivos
- Detectar que espacios están mal atendidos
- Afinar o rediseñar el producto acorde a los requerimientos de cada espacio
- Establecer donde la rivalidad es menor

- Ajustar las operaciones de la firma ligadas al mercado (Distribución, promoción, ventas y servicio)

Entre los métodos de segmentación se encuentra el Método Analítico por Tipologías de comprador y por Grupos de productos.

Es importante saber a qué tipo de mercado se dirigirá el negocio, así podrá ser estudiado para conocerlo, saber cómo se comporta y así poder establecer una estrategia que busque satisfacer sus necesidades de la mejor manera.

### **1.2.8. La ubicación del negocio**

De acuerdo con EMPRENDEPYME la ubicación de un negocio determina en gran medida su clientela, su duración y, en resumen, su éxito.

Un buen local es aquel que maximiza la capacidad de un negocio para atraer clientes. Los puntos básicos a considerar al momento de buscar son:

- **La clientela.** La clientela potencial debe moverse en las inmediaciones. Además, aspectos como una constante afluencia peatonal y de vehículos, así como las facilidades de acceso al establecimiento serán decisivos.

- **La competencia.** No conviene descartar de antemano un local por el simple hecho de que cuente ya con un competidor cercano. Existen comercios que, debido a su propia naturaleza, son más productivos cuando se encuentran rodeados de competidores.

La Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, España, plantea que la ubicación es un factor decisivo para el éxito de un negocio, indica que se debe hacer 3 decisiones importantes a la hora de seleccionar una ubicación, estas son: La localización geográfica, elección de zona, y la ubicación concreta.

La localización geográfica de la empresa en una determinada localidad, municipio, zona o región es una decisión de tipo estratégico. Dicha decisión dependerá de ciertos factores que pueden favorecer o perjudicar la actividad económica presente y futura de la empresa como son la proximidad al mercado y a los clientes, la distancia a las áreas de influencia tales como zonas comerciales, la densidad de la población, la pirámide de población por edades, el nivel de renta de los residentes así como el nivel de formación o educación, servicios e infraestructura necesaria, las posibilidades de acceso a las materias primas y compradores, disponibilidad de mano de obra cualificada, etc.

Después de determinar la ciudad, se debe elegir la zona donde se va a ubicar la empresa. Para lo que es necesario estudiar aspectos como la intensidad de la competencia y número de competidores. Además, se debe valorar factores como las posibles reacciones de los competidores ante la entrada de un nuevo negocio, así como las estrategias de negocios desarrolladas por los establecimientos de la zona. Es

decir, valorar si se compite vía precios o vía diferenciación y comprobar que la estrategia que se plantee puede hacer frente a estas.

A la hora de elegir la ubicación concreta del local se debe tener en cuenta el tipo de ubicación entre las tres opciones existentes: Local aislado, zona comercial o centro comercial, la superficie, su distribución en planta, su coste y forma de adquisición (alquiler, compra, leasing), accesibilidad, tráfico peatonal y rodado, la reglamentación que puede afectarle, competidores y no competidores, así como posibilidades de una futura ampliación.

### **I.2.9. Requerimientos y permisos necesarios**

Al iniciar un negocio, no siempre se tienen en mente los permisos y requerimientos necesarios para la apertura y para cumplir con la normatividad, lo puede llegar a traer problemas con las autoridades como Protección Civil, Hacienda, Salubridad, etc.

Es importante realizar una investigación de los trámites, permisos y aspectos legales necesarios para la operación en la zona deseada, cabe señalar que los permisos y trámites pueden variar de acuerdo a la zona, delegación, estado y país. Algunos aspectos básicos que se deben revisar son:

- Alta ante Hacienda, es decir realizar la constitución legal de la empresa, puede ser como persona física o moral.
- Uso de suelo y/o construcción
- Aviso de apertura o licencia de funcionamiento
- Permiso de operación en caso de requerirse por el giro
- Pago de Impuestos
- Alta ante Salubridad
- Requisitos de Protección Civil
- Uso de suelo y/o construcción
- Inscripción de Seguridad Social
- Registro de marca y/o patente
- Investigar sobre la legislación ambiental
- Etc.

Se puede obtener información al respecto en oficinas delegacionales o de gobierno locales, así como en las instalaciones de las diferentes instituciones. De igual forma es importante conocer los costos de cada trámite, así como la duración del proceso.

### **I.2.10. Manejo de recursos humanos**

Las actividades del área de recursos humanos abarcan la captación, selección, contratación y retención del personal, dichas actividades no siempre se tienen claras al iniciar un negocio, por lo cual es importante adentrarse en estas para tener un mejor desarrollo de las operaciones.

Este punto es de vital importancia ya que en el caso de las cafeterías el personal es el que hace posible la operación de estas, y es importante contar con personal adecuado, ya que se desconocen las formas de dar a conocer las vacantes disponibles a los posibles candidatos adecuados, elegir a las personas idóneas para el puesto, retener al personal y considerar la rotación de este mismo.

### **I.3. Clasificación**

#### **I.3.1. Descripción de clasificación**

De acuerdo con la Oficina Central de Estadísticas (CSO) de Irlanda, una clasificación es un conjunto ordenado de categorías relacionadas que se utilizan para agrupar los datos de acuerdo a sus similitudes. Se compone de códigos y descripciones y permite que las respuestas de una encuesta sean puestas en categorías significativas con el fin de producir datos útiles.

Una clasificación es una herramienta útil para cualquier persona desarrollando encuestas estadísticas. Es un marco que simplifica tanto el tema que se está estudiando y hace que sea fácil de clasificar todos los datos o respuestas recibidas.

Durante esta investigación se encontró que en otros mercados se cuenta con mayor información, como son los restaurantes y hoteles; ambos sectores cuentan con distintos tipos de clasificaciones, en hoteles se cuenta con una clasificación con estrellas (SECTUR, 2012) y los restaurantes cuentan con una clasificación con tenedores (Morfín, 2007).

Existen distintos tipos de clasificaciones, siendo los más comunes, por tipo de servicio y por categoría.

#### **I.3.2. Distintivo**






El Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española define un distintivo como una cualidad “Que distingue o caracteriza esencialmente algo” y como “Insignia, señal, marca”.

La Universidad Oxford a través de su portal Oxford Dictionaries define distintivo como “Que distingue, diferencia o caracteriza a una persona o a una cosa”, “Señal u objeto que distingue o identifica a una persona o a una cosa” y “Característica o cualidad que distingue, diferencia o caracteriza esencialmente a una persona o a una cosa”.

### **I.3.3. La clasificación en el sector hotelero**

Un sistema de clasificación para el sector hotelero permite al turista conocer con anticipación las condiciones de su hospedaje y al sector hotelero dar garantías en cuanto al alojamiento que ofrece a sus huéspedes, desarrollar su calidad y generar confianza, cubrir requisitos y generar diferenciación competitiva para atraer más huéspedes. (SECTUR, 2012)

En México, el Sistema de Clasificación Hotelera (SCH) es el conjunto de instrumentos, métodos, procedimientos y herramientas informáticas desarrollado a petición de la Secretaría de Turismo para medir, de manera estandarizada, confiable y objetiva, las variables relacionadas con la categoría de los establecimientos hoteleros del país, así como la experiencia de intermediarios de viaje y turistas. Este sistema genera certeza para el turista en cuanto a las cualidades del hotel en que se alojará, al tiempo que provee a la industria del sector una herramienta de medición que refleja con precisión la demanda de los huéspedes y permite una comparación objetiva, incluyente y equitativa entre diversos tipos de espacios e instalaciones. Permitiendo maximizar la claridad y simplicidad comunicativa al hacer uso del código más común en hotelería: la clasificación de hoteles en un rango de una a cinco estrellas. El número de estrellas refleja de modo intuitivo el tipo de oferta que el hotel ofrece a sus huéspedes, de modo que hoteles con cualidades superiores obtienen también mayor número de estrellas al ser evaluados.

	Una estrella: solo ofrece lo indispensable.
	Dos estrellas: servicios e infraestructura básicos
	Tres estrellas: instalaciones adecuadas, servicio completo y estandarizado, sin grandes lujos.
	Cuatro estrellas: instalaciones de lujo y servicio superior.
	Cinco estrellas: instalaciones y servicios excepcionales

**Figura 10. Significado del número de estrellas con que se califica.**

**Fuente: Sistema de Clasificación Hotelera Mexicano. Análisis de mejores prácticas y generación de una metodología para la clasificación hotelera en México, 2012**

Las 50 variables que integran el sistema se estructuran en 5 grupos que responden a la infraestructura y servicios de los establecimientos de hospedaje, éstos son:

- Entorno y recepción
- Habitación
- Alimentos y bebidas,
- Instalaciones y mantenimiento de las mismas
- Integralidad en el servicio.



Entre los beneficios de una clasificación hotelera están el asegurar que los usuarios reciban un servicio acorde a la categoría contratada, permitiendo que los turistas tengan certeza de los servicios que van a recibir sin importar que se trate de un establecimiento independiente con administración profesional o familiar o de un hotel de gran cadena nacional e internacional, permite a los operadores turísticos configurar ofertas homogéneas para los visitantes, conocer las características y condiciones instaladas de los establecimientos de hospedaje para actividades de promoción, desarrollo y política pública municipal, estatal y federal, representa un marco de referencia con el cual comparar la calidad de la oferta, los requisitos mínimos a atender para permanecer en cierta clase y la ruta de desarrollo a seguir en caso de que aspire a mejorar su clasificación, permite detectar las áreas de debilidad y tomar acciones que les permitan dar un mejor servicio y por ende incrementar la categoría o número de estrellas asignadas a su establecimiento.

#### **I.3.4. La clasificación en el sector restaurantero**

De forma similar al sector hotelero, en el sector restaurantero existen clasificaciones por el tipo de comida, por la variedad del servicio y por categorías.

Morffin (2007) brinda la clasificación de categorías por 5 grupos: de lujo, primera clase, comercial, rango medio y económico o limitado, las cuales se distinguen por un rango de 5 tenedores.

En España, el Gobierno de Navarra en 2013 aprobó un reglamento de ordenación en el que los restaurantes navarros se clasifican en cuatro categorías en función de sus servicios e instalaciones.

Las principales novedades respecto de la normativa son la creación de una nueva distinción, denominada 'restaurante especializado en gastronomía Navarra', con el fin de potenciar la cocina y los productos navarros; e incorporación como restaurantes de los servicios de comida en alojamientos turísticos (hoteles) que están abiertos a todo tipo de público, no sólo a los clientes alojados.

El reglamento define los restaurantes como aquellos establecimientos que disponen de cocina y comedor y ofrecen al público, mediante precio, servicio de comidas para ser consumidas en el propio local, en horarios determinados y, preferentemente, en zonas de comedor independiente.

Los restaurantes, se clasifican en las siguientes categorías: de lujo, primera, segunda y tercera, cuyos distintivos serán cuatro, tres, dos y un tenedor. El establecimiento deberá exhibir, junto a la entrada principal, una placa con el distintivo que le corresponda. Igualmente, este distintivo aparecerá en la publicidad y en los documentos y facturas que expida.

El reglamento establece una serie de requisitos técnicos relativos al personal y a las instalaciones, así como los servicios que debe ofrecer cada establecimiento para pertenecer a una u otra categoría.

En los restaurantes se analizan 23 elementos. Éstos tienen en cuenta cuestiones como las características del local (existencia o no de vestíbulo, guardarropía, comedores independientes, ascensor, servicios higiénicos, climatización, servicio de teléfono), menaje (tipo de mantelería, vajilla y cristalería), así como de las instalaciones internas (presencia o no de almacén, bodega, tipos de cámaras frigoríficas, vestuario y aseo para el personal), de los productos (existencia de carta, oferta o no de variedad gastronómica, vinos y licores con denominación de origen), y de los servicios al cliente (reserva de mesa, cambios de cubertería o admisión de tarjetas de crédito). En lo que se refiere al personal se tiene en cuenta si existe sumiller o jefe de sala, si el personal va uniformado, y si tiene o no conocimiento de idiomas. Además indica los servicios que debe prestar cada establecimiento, destacando la importancia de ofrecer un trato amable y cortés, así como una atención rápida y eficaz. También aboga por el adecuado mantenimiento de los locales, mobiliario y menaje.

Un restaurante de lujo deberá disponer de entrada de clientes independiente del servicio y proveedores, además de vestíbulo y guardarropía, y comedores independientes. Los aseos deberán ser como mínimo dos, totalmente independientes, y contará con ascensor cuando el comedor esté en una primera planta o más.

En lo que se refiere a las instalaciones internas, deberá tener bodega con control de temperatura y cámaras frigoríficas independientes para carnes y pescados. En cuanto a los servicios, ofrecerá carta de platos y vinos en castellano, inglés e idiomas comunitarios; dispondrá de mantelería de lujo y de cristalería y vajilla de primera calidad, y se renovará a los clientes la cubertería con cada cambio de plato. Además, dispondrá de sumiller, de personal uniformado y de trabajadores con conocimiento de idiomas.

En el otro extremo, a los restaurantes de tercera categoría se les exigirá un comedor con superficie adecuada, que tenga calefacción, la existencia de aseos, y el disponer de cámaras frigoríficas independientes. También deberán presentar el menú del día y el personal deberá portar algún elemento identificativo común. La vajilla y cristalería deberán ser de buena calidad.

### **I.3.5. Problemática hotelera por falta de clasificación**

De acuerdo con el “Análisis de mejores prácticas y generación de una metodología para la clasificación hotelera en México” realizado para la Secretaria de Turismo (2012) el sector de servicios de hospedaje reconoce el valor de dar garantías en el alojamiento que ofrece a sus huéspedes por lo que se han generado diversas iniciativas para desarrollar su calidad y generar confianza entre las que destacan los programas de desarrollo de marca, las certificaciones de servicio y también la clasificación de su oferta dentro de ciertos estándares de servicio.

Las prácticas anteriores, si son homogéneamente instrumentadas, resultan en un sano desarrollo del mercado pues responden a la dinámica de oferta y demanda cubriendo requisitos y generando diferenciación competitiva para atraer más huéspedes. Sin

embargo, debido a criterios comunes insuficientes, falta de alineación en puntos de vista y mediciones y falta de homologación de clasificación, se provocó una sobreestimación de capacidades (inflación de estrellas), surgimiento de categorías especiales, uso de sistemas de clasificación alternativos (creados para otros mercados y con otros propósitos) y eventualmente también disminución en el uso del propio sistema de clasificación original.

De igual forma, falta de continuidad y seguimiento por parte de la autoridad competente o algún organismo oficial, así como el obtener la clasificación de forma voluntaria, resultó en que las categorías no fueran veraces ni objetivas.

A inicios de 2011 existían ya en el país hoteles con categorías como Gran Turismo, Categoría especial, Business Class, First Class, etcétera ya que cada inmueble decidía su tipología y cuantas estrellas debía asignarse, sin importar la cantidad y calidad de sus servicios, la atención, el tipo de instalaciones, condiciones de mantenimiento, limpieza y seguridad, entre otros. Por otro lado, los sistemas de clasificación foráneos y operados en línea, como Expedia, Michelin y otros, habían tomado el lugar de referentes para medir la calidad de servicios de alojamiento, provocando que el sistema nacional estuviera, para efectos prácticos, en desuso.

La falta de un sólido y confiable sistema de clasificación en primera instancia hace que los turistas reserven sólo en lugares que les hayan sido recomendados por una fuente de información para ellos confiable (experiencia previa, amigos, familiares, agencias de viaje, cadenas hoteleras y/o brokers – intermediarios- internacionales de servicios de hospedaje), esto provoca que los turistas se hospeden primordialmente en hoteles de marcas reconocidas, sin considerar siquiera establecimientos locales independientes que podrían ofrecer una extraordinaria experiencia si tuvieran un certificado o un “aval” que diera información fidedigna del tipo de servicios que ofrecen y se recibe en dichos establecimientos, garantizando a los turistas el cumplimiento de sus expectativas de hospedaje.

### **I.3.6. Ventajas de la clasificación**

En función de la información consultada y el análisis del caso del sector hotelero y restaurantero, se podría decir que algunas de las posibles ventajas de la clasificación identificadas durante esta investigación son:

- Contar con conocimiento organizado
- Permite planear el comportamiento del mercado
- Permite segmentar la información
- Ayuda a definir mejor la orientación
- El conocimiento permite detallar estrategias
- Permite ordenar la información
- Mayor certeza del servicio que se brinda
- Permite conocer deficiencias y en que se puede mejorar
- La información permite conocer el mercado, los tipos de clientes, la competencia, proveedores, etc.

- Hay menor incertidumbre del éxito del negocio, así como el desarrollo y crecimiento del mismo.

## **I.4. Clasificación de cafeterías**

### **I.4.1. Caso de clasificación de cafeterías en España**

De acuerdo con la Cámara de Castellón (2015), en España existen normativas de ordenación turística de las cafeterías, en esta ordenación clasifican a las cafeterías en las categorías de especial, primera y segunda, cuyos distintivos son respectivamente, tres tazas, dos tazas y una taza; el cual debe colocarse en el exterior de los establecimientos, en la propaganda impresa, en las cartas y en las facturas.

#### **Cafeterías de Categoría Especial**

Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio; guardarropa, teléfono, calefacción y refrigeración, servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos, decoración y mobiliario en armonía con el rango del establecimiento, cubertería, vajilla y cristalería de gran calidad, cafetera “express”, fuente de soda, plancha, cámara frigorífica, fregaderos y local para el almacén, menaje de primera calidad, barra o mostrador adecuado, tanto para la categoría como a la capacidad del establecimiento, vestuarios y aseos independientes para el personal masculino y femenino. El personal, debidamente uniformado de acuerdo con el rango del establecimiento, será adecuado para garantizar un servicio rápido y eficiente.

#### **Cafeterías de Primera Categoría**

Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio, o en su defecto, en las horas en que esté abierto el establecimiento a la clientela, los proveedores de mercancías no utilizarán el mismo acceso; guardarropa, teléfono, calefacción y refrigeración, servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros, con agua caliente y fría en los lavabos, decoración y mobiliario en armonía con el rango del establecimiento, cubertería, vajilla y cristalería de gran calidad, cafetera “express”, fuente de soda, plancha, cámara frigorífica, fregaderos y local para el almacén, menaje de primera calidad, barra o mostrador adecuado, tanto para la categoría como a la capacidad del establecimiento, vestuarios y aseos independientes para el personal masculino y femenino. El personal, debidamente uniformado de acuerdo con el rango del establecimiento, será adecuado para garantizar un servicio rápido y eficiente.

#### **Cafeterías de Segunda Categoría**

Teléfono, servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros, cubertería inoxidable, vajilla y cristalería en buen estado de conservación, cafetera “express”, plancha, cámara frigorífica, fregaderos y menaje de calidad, barra o mostrador

adecuado a la capacidad del establecimiento. El personal, uniformado, será adecuado para un servicio rápido y eficiente.

Al igual que los restaurantes, mencionado anteriormente en el apartado I.3.3., en España el Gobierno de Navarra en el reglamento de ordenación de restaurantes y cafeterías se clasifica a las cafeterías en dos categorías en función de sus servicios e instalaciones.

Según se señala en la norma, la regulación es necesaria teniendo en cuenta que los restaurantes y cafeterías constituyen una oferta indispensable para el desarrollo social y el ocio de la población local y un factor primordial también para la atracción de los turistas.

El reglamento entiende por cafeterías los locales en los que la prestación de servicios de restauración ofrece platos simples o combinados de elaboración sencilla y rápida, en barra y mesa, durante todo el horario de apertura.

La clasificación de las cafeterías son de primera y segunda, identificándose con dos y una taza, respectivamente. El establecimiento deberá exhibir, junto a la entrada principal, una placa con el distintivo que le corresponda. Igualmente, este distintivo aparecerá en la publicidad y en los documentos y facturas que expida.

El reglamento establece una serie de requisitos técnicos relativos al personal y a las instalaciones, así como los servicios que debe ofrecer cada establecimiento para pertenecer a una u otra categoría.

Para las cafeterías se analizan 12 aspectos. Éstos tienen en cuenta cuestiones como las características del local (existencia o no de vestíbulo, guardarropía, comedores independientes, ascensor, servicios higiénicos, climatización, servicio de teléfono), menaje (tipo de mantelería, vajilla y cristalería), así como de las instalaciones internas (presencia o no de almacén, bodega, tipos de cámaras frigoríficas, vestuario y aseo para el personal), de los productos (existencia de carta, oferta o no de variedad gastronómica, vinos y licores con denominación de origen), y de los servicios al cliente (reserva de mesa, cambios de cubertería o admisión de tarjetas de crédito). En lo que se refiere al personal se tiene en cuenta si existe sumiller o jefe de sala, si el personal va uniformado, y si tiene o no conocimiento de idiomas. Además indica los servicios que debe prestar cada establecimiento, destacando la importancia de ofrecer un trato amable y cortés, así como una atención rápida y eficaz. También aboga por el adecuado mantenimiento de los locales, mobiliario y menaje.

Una cafetería de primera deberá cumplir los mismos requisitos que un restaurante de lujo en lo que se refiere a la entrada de clientes y proveedores, climatización, servicios, personal uniformado y admisión de tarjetas de crédito. Además, ofrecerá carta de platos y de vinos, incluyendo entre estas últimas denominaciones de origen navarra y españolas.

#### **I.4.2. Razones por las que debe haber una clasificación de cafeterías**

Basándose en la información estudiada del caso de los sectores hotelero y restaurantero, así como la clasificación existente en España se podría decir que algunas de las razones por las que debe haber una clasificación de cafeterías son:

- Permite atacar mejor a un mercado específico o nicho por categorías
- Comparación objetiva
- Permite conocer deficiencias,
- Y mejorar el establecimiento
- Homologar información
- Contar con conocimiento organizado
- Permite contar con información confiable y actualizada
- La información permite conocer el mercado, los tipos de clientes, la competencia, proveedores, etc.
- Permite planear el comportamiento del mercado
- El conocimiento permite detallar estrategias
- Mayor certeza del servicio que se brinda
- Hay menor incertidumbre del éxito del negocio, así como el desarrollo y crecimiento del mismo.

#### **I.5. Herramienta de análisis**

Existen diferentes herramientas de análisis, como son:

El análisis FODA que tiene como objetivo el identificar y analizar las Fuerzas y Debilidades de la institución u organización, así como también las Oportunidades y Amenazas, que presenta la información que se ha recolectado. Se utilizará para desarrollar un plan que tome en consideración muchos y diferentes factores internos y externos para así maximizar el potencial de las fuerzas y oportunidades minimizando así el impacto de las debilidades y amenazas (Secretaría de Salud, 2016).

El análisis del árbol de problemas, llamado también análisis situacional o simplemente análisis de problemas, ayuda a encontrar soluciones a través del mapeo del problema. Identifica en la vertiente superior, las causas o determinantes y la vertiente inferior las consecuencias o efectos. (Silva, 2003)

Sin embargo, se elige utilizar la herramienta del Análisis Factorial, ya que esta herramienta permite descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes, y ser estudiadas de forma individual, conociendo las diferentes variables que intervienen en una empresa, organización o sector.

##### **I.5.1. Análisis factorial**

El análisis factorial es una técnica de evaluación que tiene sus inicios en los años 50's. (Pinilla, 2005)

El análisis factorial es parte de la investigación industrial que busca el “análisis de potencialidad de la productividad”, que trata de incrementar la eficiencia de operación ya se empresa o en una rama industrial.

Esta herramienta brinda un método científico que permite proveer bases cuantitativas que permitan adoptar decisiones respecto de las operaciones.

Trata de descubrir fuerzas que actúan en un ámbito en el cual el resultado final de un esfuerzo depende de gran variedad de parámetros operativos, que es preciso interpretar justamente para poderlos modificar con vistas al mejor resultado. Este método es útil para transformar los datos de operación en una teoría que se aplicara como sigue:

- a) Analizar la operación total con el propósito de determinar los factores que en ella intervienen.
- b) Definir las funciones de esos factores que operan con relación al resultado esperado de la operación en su conjunto.
- c) Determinar el grado en que el desempleo real y objetivo de estas funciones contribuye, con su participación específica y necesaria, al esfuerzo total.
- d) Investigar que factor o parámetro ejerce, en condiciones determinadas una influencia decisiva, favorable o adversa, en la operación. (Grabinsky)

Los factores de operación constituyen aspectos vitales del funcionamiento de la empresa, estos factores propuestos por esta herramienta son:

- 1) Medio ambiente
- 2) Política y dirección
- 3) Productos y procesos
- 4) Financiamiento
- 5) Medios de Producción
- 6) Fuerza de Trabajo
- 7) Suministros
- 8) Actividad productora
- 9) Mercadeo
- 10) Contabilidad y estadística.

Cada uno de estos factores tiene una o varias funciones que se detallan en el análisis.

El objetivo principal de este método consiste en describir las causas de la baja productividad y, conociéndolas, establecer las bases para aumentarla. Por lo tanto, la expresión correcta para caracterizar la metodología aplicada puede ser “auditoria de la productividad”. (Grabinsky)

Aquí se encuentran todos los elementos teóricos necesarios para poder cumplir con los objetivos.

## II. DESARROLLO

### II.1. Metodología

Para poder cumplir con los objetivos propuestos y poder realizar la clasificación de las cafeterías se llevara a cabo la siguiente metodología:



Figura 11. Metodología  
Elaboración propia



#### **a) Revisión bibliográfica**

Inicialmente se realizará una revisión bibliográfica en la cual se consultan libros, páginas web, así como los gremios, es decir, a las asociaciones y cámaras pertenecientes al sector de cafeterías.

#### **b) Selección del método de análisis**

Se realizará una búsqueda de técnicas y métodos para poder llevar a cabo el estudio que se requiere para poder estudiar las cafeterías.

#### **c) Análisis factorial**

Para poder realizar el análisis factorial, primeramente se realizará observación de campo en varias cafeterías para poder observar las características que estas tienen en común, posteriormente se realizará una consulta de opiniones de clientes y dueños de cafeterías para conocer qué factores considerar para este estudio; y finalmente se seleccionan los factores en base a esta información recabada. Una vez identificados los factores generales que caracterizan a las cafeterías, se proseguirá a identificar y describir los elementos y componentes que intervienen en cada factor.

#### **d) Toma de datos**

Una vez identificados los factores a estudiar se proseguirá a elaborar el cuestionario en base a estos; con el cuestionario listo se realizará la ponderación, es decir, dar un puntaje a cada pregunta del cuestionario, este puntaje se determinará en base al criterio y experiencia del autor como punto de partida, esperando que posteriormente se realicen mejoras con el apoyo de los actores de este sector. A continuación se determina el tamaño de la muestra a la que se le aplicará el cuestionario, el cual será proporcional por delegación de la Ciudad de México; en base a esta proporción, se asignará una delegación a una persona, la cual asistirá al número de cafeterías designada y mediante observación realizará los cuestionarios necesarios.

#### **e) Clasificación**

En base a la información recabada de los cuestionarios se realizará una clasificación de las cafeterías, esta clasificación se basará en el análisis ABC designando el mayor distintivo, 3 tazas, de acuerdo con aproximadamente el 75 a 80 % de cumplimiento del cuestionario total, es decir puntaje máximo de 1000 puntos; el distintivo 2 tazas con el cumplimiento de aproximadamente del 80% del puntaje restante del cuestionario, es decir, se toma como nuevo máximo 800 puntos; y para el distintivo 1 taza con el cumplimiento de

aproximadamente el 80% del puntaje restante, es decir, se toma como nuevo máximo 640 puntos.

## f) Resultados

Una vez obtenidos los resultados de los cuestionarios, estos se analizarán para conocer las características en común de cada tipo de categoría de cafeterías; y finalmente se redactarán las recomendaciones y conclusiones.

## II.2. Análisis factorial de cafeterías en la Ciudad de México

Como se comentó con anterioridad el análisis factorial se eligió ya que permite descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes, y ser estudiadas de forma individual; a pesar de que Grabinsky considera 10 factores para el análisis factorial, en base a información consultada y a observaciones de campo se determinó analizar solo 5 factores generales, ya que se consideró que son las variables más relevantes, porque son aquellas en las que se puede influir directamente y que son observables por los clientes; dichos factores identificados se muestran en la Tabla 2. A su vez se identifican los elementos que intervienen en cada Factor, continuando con la descripción de cada componente que se encuentra dentro de cada elemento.

Factor de operación	Elemento	Componente	Descripción
Medio Ambiente	Localización	Recursos Humanos	Es la población económicamente activa con capacidad de trabajar
		Acceso	Son los medios de acceso para llegar a los clientes, así como de obtener suministros
		Servicios	Capacidad de contar con suministro de energía eléctrica, agua, y línea telefónica
	Político	Fomento	Fomento existente para la actividad de cafeterías y promoción del café
	Económico	Consumidores	Son aquellas personas que tienen capacidad de compra y que demandan café para su consumo
		Competencia	Son aquellas empresas que rivalizan en el mercado ofreciendo café
		Fiscal	Se refiere al conjunto de normas y reglamentos en materia fiscal y al cumplimiento del pago de impuestos (IVA, ISR, IEPS)
		Sindicatos	Son aquellas asociaciones de trabajadores constituidas para la defensa y promoción de

			intereses profesionales, económicos o sociales de sus miembros
	Social	Cultura	Es la atmósfera social construida alrededor de beber café
		Gremios	Son aquellas agrupaciones que están relacionadas con el café, como son la Asociación Nacional de la Industria del Café, A.C., Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de especialidad, A.C., y la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, A.C.
		Responsabilidad Social	Implica todas aquellas acciones o actividades que busquen promover y proteger el medio ambiente, la salud y las comunidades, como puede son el Comercio Justo, Producción o uso de productos orgánicos, sustentabilidad, apoyo de programas comunitarios, y disposición adecuada de residuos. También se considera la regulación ambiental.
Dirección	Filosoffa	Misión	Es la razón de ser de la organización; implica a las necesidades que se cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización. Es la respuesta a la pregunta ¿Para qué existe la organización? (Pinilla, 2009)
		Visión	Define y describe la situación futura que desea tener la empresa, el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización. La visión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿Qué se quiere que sea la organización en los próximos años? (Pinilla, 2009)
		Valores	Los valores definen el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional. El objetivo básico de la definición de valores corporativos es el de tener un marco de referencia que inspire y regule la vida de la organización. Los valores son la respuesta a la pregunta, ¿En que se cree y como se es? (Pinilla, 2009)
	Tecnología	De proceso	Es el conocimiento científico básico producto del trabajo teórico encaminado a obtener el bien o servicio (Pinilla, 2009)
		De operación	Es la experiencia necesaria en el desarrollo del proceso. Esta experiencia es el producto de la puesta en marcha durante el tiempo del proceso y conforma un activo de vital importancia para la organización. A estas técnicas se les conoce como administración del conocimiento o asimilación tecnológica (entre otros) y se fundamentan en la

			documentación constante y total de la actividad de la organización (Pinilla, 2009)
		Equipo	Se refiere a la infraestructura y el herramental necesario para obtener el producto
	Estructura Organizacional	Junta General de Accionistas	Son los propietarios, cofundadores o accionistas
		Consejo de Administración	También llamada Junta Directiva, es el máximo órgano de gobierno de la sociedad, en el que los accionistas y propietarios de las empresas delegan su responsabilidad. Es el lugar en el que se toman las decisiones que afectarán a todos los ámbitos de la empresa. Estas decisiones conformarán la pauta de funcionamiento de los ejecutivos de la compañía. Se encarga de aprobar planes y cuentas anuales, además decide qué persona desarrollará las labores ejecutivas de gerente o "CEO"
		Contabilidad y Finanzas	Determina las fuerzas y debilidades financieras de la organización para formular debidamente estrategias. La liquidez de una empresa, su apalancamiento, capital de trabajo, rentabilidad, aprovechamiento de activos, su flujo de efectivo y el capital contable pueden impedir que algunas estrategias sean alternativas factibles.
		Producción	Es el área que lleva a cabo la transformación de insumos, a través de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores.
		Compras	Este departamento adquiere buenas materias primas a buen precio siempre cuando es necesario.
		Recursos humanos	Este departamento gestiona el reclutamiento, la selección, y la contratación del personal.
		Mercadotecnia	Es el conjunto de actividades que le permiten a una empresa encontrar un mercado al cual dirigirse y atenderlo de la mejor manera posible. Algunas de estas actividades son la búsqueda de oportunidades de negocios, el análisis de los consumidores, el análisis de la competencia, el diseño de productos, la promoción de productos y la distribución de productos.
		Legal	Tiene como propósito principal proveer soporte legal (o jurídico) a la empresa como entidad y a sus operaciones. (planeación, control, asesoramiento y defensa)
		Mantenimiento	Este departamento coordina los servicios de limpieza general, así como el mantenimiento preventivo, predictivo y correctivo de las instalaciones y equipo
		Vigilancia	Se encarga de ver por la seguridad de las personas, instalaciones y equipo
Productos	Bebidas	Extracto de café	Bebidas hechas a base de extracto de café como

			son el café americano y express
		Extracto de café con leche	Bebidas elaboradas a base de extracto de café y leche, como son el latte, capuchino, capuchino de sabores, café con leche, vienes, y algunos frappes y bebidas frías.
		Tradicionales	Bebidas como el chocolate, frappes, malteada.
		Infusiones	Té, infusiones y chai
		Sodas	Soda italiana, smoothies, refrescos, agua, jugos.
	Alimentos	Pre-elaborados	Productos que se elaboraron previamente y en ocasiones se encuentran empacados, como son productos de panadería, botanas, sándwiches, repostería y ensaladas
		Elaborados en el sitio	Productos elaborados al momento en el sitio, como son sándwiches, Croissants, baguettes, crepas y ensaladas
	Café	A granel	Venta de café por gramaje especificado por el consumidor, puede ser en grano, molido.
		Empacado	Venta de café previamente empacado en cantidades específicas, puede ser en grano, molido o soluble.
	Otros	Artículos promocionales o convenientes	Artículos como termos, tazas, cafeteras, revistas, periódicos, cigarrillos y música
Instalaciones y equipo	Local	Sanitarios	Si cuenta con servicio de sanitario, ya sea unisex o diferenciado
		Agua	Suministro de agua potable
		Luz	Suministro de energía eléctrica
		Wi-Fi	Servicio de internet inalámbrico para los clientes
		Estacionamiento	Espacio para estacionamiento de automóviles, bicicletas, motocicletas, y servicio de valet parking
		Música	Música ambiental
	Mobiliario	Mesas	El lugar cuenta con mesas para consumir los productos
		Mostrador	Mueble que permite exhibir ciertos productos
		Barra	Mueble similar a una mesa alta en la que se preparan las bebidas y alimentos
		Sillas	Asientos para los clientes
		Sillones	Asientos de mayor comodidad para los clientes
	Equipo e instrumental	Cafetera	Cafetera americana, cafetera express o profesional, encapsulado, preparaciones especiales (prensa francesa, cafetera de vacío, Kyoto Style, etc.)
		Molino	La función principal de los molinos para moler café es la de transformar el grano de café en polvo. El objetivo es ampliar la superficie de contacto del café cuando el agua pasa a través de él y así extraer todas sus propiedades. Para que este proceso sea del todo efectivo, el molino debe dispensar la cantidad justa para un express, cappuccino, etc. (entre 7-8 g) de forma repetible

			y el café en ningún caso debe alcanzar elevadas temperaturas durante la molturación. ( <a href="http://www.forumdelcafe.com/pdf/F-46_Molinos_cafe.pdf">http://www.forumdelcafe.com/pdf/F-46_Molinos_cafe.pdf</a> )
		Tostador	El tostador tiene como función el proceso de tostar los granos del café verde, sometiéndolos durante un tiempo limitado a una alta temperatura, logrando que los granos pierdan peso, ganen volumen, cambien de color y generen cientos de fragancias.
		Cocina	Equipo de cocina para preparación de alimentos como son licuadora, horno de convección, horno de microondas y crepera
		Refrigeración	Equipo de enfriamiento como el refrigerador, congelador, vitrina refrigerada, fabricadora de hielo y granizadora
		Caja	Equipo para cobro como son la caja registradora o terminal punto de venta, así como terminal bancaria.
		Vajilla	Platos y/o tazas de cerámica, plástico o cristal, así como cubiertos
Suministros	Materia Prima	Bebidas	Todos aquellos productos necesarios para la elaboración en el lugar de las diferentes bebidas, como son jarabes, leche, café, agua, etc.
		Alimentos Preparados en el sitio	Todos aquellos productos necesarios para la elaboración en el lugar de los diferentes alimentos como son pan, jamón, verdura, aderezos, queso, etc.
	Productos terminados	Alimentos pre-elaborados	Aquellos productos que se elaboraron previamente y en ocasiones se encuentran empacados, como son productos de panadería, botanas, sándwiches, repostería y ensaladas
	Consumibles	Materia Prima	Productos que se consumen junto con los productos principales como son servilletas, agitadores, popotes, vasos, sobres de azúcar y bolsas
		Limpieza	Productos de limpieza como el jabón, cloro, fibras, y guantes
		Repuestos y refacciones	Productos para mantenimiento y de reposición como rollos para terminal y caja, rollos de papel de baño, refacciones, focos, y pintura

**Tabla 2. Análisis factorial de cafeterías  
Elaboración propia.**

Estos son las características en común identificadas de las cafeterías, divididas por Factores que a su vez se subdividen en Elementos y estos en Componentes con su respectiva descripción, de tal forma que se pueda realizar un análisis más detallado.

### II.3. Elaboración de cuestionario para clasificación de cafeterías

Los elementos seleccionados para poder llevar cabo el cuestionario y realizar la clasificación son las siguientes:

<b>Factor de operación (FDO)</b>	<b>Elemento</b>
Medio Ambiente	Localización
	Económico
	Social
Dirección	Filosofía
	Tecnología
	Estructura Organizacional
Productos	Bebidas
	Alimentos
	Café
	Otros
	Servicios
Instalaciones y equipo	Local
	Mobiliario
	Equipo e instrumental
Suministros	Materia Prima
	Productos terminados
	Consumibles

**Tabla 3. Factores a estudiar para elaboración de cuestionario  
Elaboración propia.**

Estos factores y elementos a estudiar para elaborar el cuestionario fueron seleccionados ya que son aquellos en los que tiene injerencia un dueño de cafetería y son observables por el cliente.

### II.3.1. Cuestionario

Para analizar el grado de cumplimiento de cada uno de los elementos de la Tabla 3, se determino realizar y aplicar un cuestionario; dicho cuestionario elaborado se muestra a continuación en la Tabla 4.

FDO	Elemento	Componente	Variables	Tipo de respuesta
Medio Ambiente	Localización	Acceso	Se encuentra ubicado cerca de calles principales y otros medios de acceso como metro, etc.	SI/NO
			Sencillo de llegar	Seleccionar una opción
			Moderadamente fácil de llegar	
			Complicado de llegar	
		Ubicación	Cuenta con letrero con nombre visible del establecimiento	SI/NO
			Tipo de zona (Comercial, oficinas, habitacional, escolar, industrial, turística, etc.)	Seleccionar una opción
	Tipo de ubicación (Centro comercial, local, edificio corporativo, escuela, etc.)		Seleccionar una opción	
	Económico	Consumidores	Tipo de personas que consumen en el establecimiento (oficinistas, empresarios, estudiantes, locales, etc.)	Seleccionar una opción
		Competencia	¿Existen otras cafeterías en las cercanías a este establecimiento?	SI/NO
	Social	Cultura	¿El establecimiento promueve el consumo de café?	SI/NO
		Responsabilidad social	¿Cuentan con programas de protección del medio ambiente?	SI/NO
			¿Cuentan con programas de apoyo a la salud?	SI/NO
			¿Cuentan con programas de apoyo a las comunidades?	SI/NO
			¿Cuenta con productos de Comercio Justo?	SI/NO
			¿Cuenta con productos orgánicos?	SI/NO
Dirección	Filosofía	Misión	¿La organización cuenta con Misión?	SI/NO
		Visión	¿La empresa tiene Visión?	SI/NO
		Valores	¿Se tiene valores definidos?	SI/NO
	Tecnología	De proceso	¿Se cuenta con procedimientos bien definidos para la elaboración de los productos y servicios?	SI/NO
		De operación	¿El personal cuenta con la experiencia necesaria en el	SI/NO



		desarrollo del proceso?	
Estructura Organizacional	Recursos humanos	¿Considera que el personal tiene conocimiento de sus procesos y actividades?	SI/NO
		¿El personal del establecimiento es suficiente para la atención?	SI/NO
		¿El establecimiento cuenta con baristas certificados?	SI/NO
		¿El personal se encuentra uniformado?	SI/NO
		¿El personal cuenta con buena presentación? (uniforme limpio, etc.)	SI/NO
		¿El personal brinda servicio de forma atenta y amable?	SI/NO
		Número de personas en la operación del establecimiento	Escribir número
	Mercadotecnia	¿El establecimiento cuenta con anuncios, letreros o algún medio vistoso que dé a conocer sus productos?	SI/NO
		Cuenta con página web	SI/NO
		Cuenta con participación en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)	SI/NO
		¿El establecimiento cuenta con promociones u ofertas de los productos?	SI/NO
	Limpieza	¿El mostrador se encontraba limpio?	SI/NO
		¿Los exhibidores se encontraban limpios?	SI/NO
		¿El baño se encontraba limpio?	SI/NO
		¿El piso estaba limpio?	SI/NO
		¿Las mesas se encontraban limpias?	SI/NO
		¿De forma general considera que el establecimiento se encuentra muy limpio?	Seleccionar una opción
		¿De forma general considera que el establecimiento se encuentra con limpieza adecuada?	
		¿De forma general considera que el establecimiento se encuentra sucio?	
	Mantenimiento	¿Considera que el mobiliario (mesas, silla, muebles, exhibidores, etc.) del establecimiento se encuentra en excelente estado, casi como nuevo?	Seleccionar una opción

			¿Considera que el mobiliario (mesas, silla, muebles, exhibidores, etc.) del establecimiento se encuentra en buen estado?	Seleccionar una opción		
			¿Considera que el mobiliario (mesas, silla, muebles, exhibidores, etc.) del establecimiento se encuentra en mal estado?			
			¿Considera que las instalaciones (lámparas, piso, techo, paredes, baño, etc.) del establecimiento se encuentran en excelente estado, casi como nuevo?			
			¿Considera que las instalaciones (lámparas, piso, techo, paredes, baño, etc.) del establecimiento se encuentran en buen estado?			
			¿Considera que las instalaciones (lámparas, piso, techo, paredes, baño, etc.) del establecimiento se encuentran en mal estado?			
			¿Se realizan actividades de mantenimiento preventivo, predictivo y correctivo de las instalaciones de forma regular y programada?		SI/NO	
		Vigilancia	¿Cuenta con equipo de videovigilancia?	SI/NO		
			¿Cuenta con personal de seguridad?	SI/NO		
		Productos	Bebidas	Extracto de café	Venta de café americano	SI/NO
					Venta de café express	SI/NO
Extracto de café con leche	Venta de café latte			SI/NO		
	Venta de café capuchino			SI/NO		
	Venta de café capuchino de sabores			SI/NO		
	Venta de café con leche			SI/NO		
	Venta de café vienes (chocolate con café)			SI/NO		
	Venta de Frappes con café (hielo molido con sabor capuchino o moka)			SI/NO		
Venta de bebidas frías con café (Frío o con hielo, pero liquido con sabor capuchino o moka)	SI/NO					
Tradicionales	Venta de bebidas con chocolate			SI/NO		
	Venta de Frappes de sabores	SI/NO				
	Venta de malteadas	SI/NO				

		Venta de esquimos	SI/NO
	Infusiones	Venta de Té	SI/NO
		Venta de infusiones	SI/NO
		Venta de chai	SI/NO
	Sodas	Venta de sodas italianas	SI/NO
		Venta de smoothies	SI/NO
		Venta de refrescos	SI/NO
		Venta de agua	SI/NO
		Venta de jugos	SI/NO
Alimentos	Pre-elaborados	Venta de panadería	SI/NO
		Venta de botanas	SI/NO
		Venta de sándwiches	SI/NO
		Venta de repostería	SI/NO
		Venta de ensaladas	SI/NO
	Elaborados en el sitio	Venta de sándwiches	SI/NO
		Venta de croissants	SI/NO
		Venta de baguettes	SI/NO
		Venta de crepas	SI/NO
		Venta de ensaladas	SI/NO
Café	Variedad	¿El establecimiento cuenta con al menos dos tipos de café nacionales? (Veracruz, Oaxaca, Chiapas, etc.)	SI/NO
		¿El establecimiento cuenta con al menos dos tipos de café importados? (Colombia, Brasil, Indonesia, India, Etiopia, etc.)	SI/NO
	A granel	Venta de café en grano por peso especificado por el consumidor	SI/NO
		Venta de café molido por peso especificado por el consumidor	SI/NO
		Venta de café descafeinado por peso especificado por el consumidor	SI/NO
	Empacado	Venta de café en grano previamente empacado	SI/NO
		Venta de café molido previamente empacado	SI/NO
		Venta de café soluble previamente empacado	SI/NO
		Venta de café descafeinado previamente empacado	SI/NO
	Otros	Artículos promocionales	Venta de termos
Venta de tazas			SI/NO

	convenientes	Venta de vasos	SI/NO	
		Venta de cafeteras	SI/NO	
		Venta de refacciones o aditamentos para cafeteras	SI/NO	
		Venta de revistas	SI/NO	
		Venta de libros	SI/NO	
		Venta de periódicos	SI/NO	
		Venta de cigarros	SI/NO	
		Venta de música	SI/NO	
	Servicios	De mostrador	Atención por parte del personal directamente en el mostrador o barra	SI/NO
		De mesa	Atención directa en la mesa por parte del personal	SI/NO
		Pago	Acepta pago con tarjeta de débito o crédito	SI/NO
			Acepta pago en efectivo	SI/NO
			Acepta pago con algún otro medio	SI/NO
		Extras	Cuenta con percheros para las prendas de los clientes	SI/NO
A domicilio	El establecimiento cuenta con servicio de envió a domicilio	SI/NO		
Instalaciones y equipo	Sanitarios	Cuenta con servicio de sanitario propio	SI/NO	
		Los sanitarios se encuentran diferenciados (Mujeres y Hombres)	SI/NO	
	Agua	Cuenta con suministro de agua potable	SI/NO	
	Energía Eléctrica	¿El establecimiento cuenta con suministro de energía eléctrica?	SI/NO	
		¿El establecimiento cuenta con tomacorrientes para los clientes?	SI/NO	
	Teléfono	Cuenta con línea telefónica	SI/NO	
	Wi-Fi	Cuenta con internet inalámbrico para los clientes	SI/NO	
	Estacionamiento	El establecimiento cuenta con espacios de estacionamiento propio	SI/NO	
		El establecimiento cuenta con servicio de valet parking	SI/NO	
		El establecimiento cuenta con servicio de venta para automovilistas (servicio conocido como auto-café, drive-thru, etc.)	SI/NO	
	Calefacción/Refrigeración	El establecimiento cuenta con aparatos que permitan suministrar aire caliente o frio al	SI/NO	

		ambiente para mantener un clima agradable	
	Acceso	El establecimiento cuenta con acceso único	SI/NO
		El establecimiento cuenta con acceso para clientes y otro acceso para personal y proveedores	SI/NO
	Música	El lugar cuenta con música ambiental acorde al establecimiento	SI/NO
Mobiliario	Mesas	El lugar cuenta con mesas para consumir los productos	SI/NO
		Número de mesas con las que cuenta	Escribir número
	Mostrador	Se tiene mostrador, que es un mueble que permite exhibir ciertos productos y en algunos casos incluye la zona de cobro	SI/NO
	Barra	Se cuenta con barra, que es un mueble similar a una mesa alta en la que se preparan las bebidas y alimentos	SI/NO
	Sillas	Se cuenta con sillas para los clientes	SI/NO
		Número de sillas para clientes	Escribir número
	Sillones	Se cuenta con sillones para los clientes	SI/NO
		Número de sillones para clientes	Escribir número
Decoración	Cuenta con elementos integrados, estéticos, agradables y vistosos, creando un ambiente adecuado y armónico al establecimiento	SI/NO	
Equipo e instrumental	Cafetera	Cuenta con cafetera americana o de filtro	SI/NO
		Cuenta con cafetera express o profesional	SI/NO
		Cuenta con máquina de café encapsulado	SI/NO
		Cuenta con preparaciones especiales (prensa francesa, cafetera de vacío, Kyoto Style, etc.)	SI/NO
	Molino	Cuenta con molino para moler café en el momento de la preparación de bebidas	SI/NO
	Tostador	En el establecimiento se cuenta con su propio tostador de café	SI/NO
	Cocina	Tiene licuadora	SI/NO
		Tiene horno de convección	SI/NO
		Tiene horno de microondas	SI/NO

		Refrigeración	Tiene crepera	SI/NO
			Cuenta con refrigerador	SI/NO
			Cuenta con congelador	SI/NO
			Cuenta con vitrina refrigerada	SI/NO
			Cuenta con fabricadora de hielo	SI/NO
		Caja	Cuenta con granizadora	SI/NO
			Cuenta con caja registradora	SI/NO
			Cuenta con terminal punto de venta	SI/NO
		Vajilla	Cuenta con terminal bancaria	SI/NO
			Cuenta con platos, tazas y vasos de cerámica o cristal	SI/NO
		Carta	Cuenta con platos, tazas y vasos de plástico	SI/NO
			El establecimiento cuenta con carta para ver el menú y los productos que se ofrecen.	SI/NO
		Suministros	Consumibles	Materia Prima
Agitadores	SI/NO			
Popotes	SI/NO			
Vasos	SI/NO			
Sobres de azúcar	SI/NO			
Limpieza	¿El sanitario cuenta con papel de baño?		SI/NO	
	¿El sanitario cuenta con toallas de papel para secar las manos?		SI/NO	
	¿El sanitario cuenta con jabón para las manos?		SI/NO	

**Tabla 4. Cuestionario cafeterías  
Elaboración propia.**

A continuación se realizó una ponderación de los datos del cuestionario, la cual es el peso que se le da a cada variable específica, teniendo 1000 puntos totales como base (Consulte Anexo 1), dicha ponderación se propone en base al criterio y experiencia de la autora, la cual se plantea como una propuesta inicial no definitiva, la cual podrá ser modificada y mejorada en futuras aplicaciones.

Posteriormente con ayuda de la aplicación Google Forms se realizó el cuestionario en línea, permitiendo que este cuestionario se pueda enviar por correo o a través de un link, además de que recopila la información permitiendo descargarla en el programa de Excel para su manejo (Consulte Anexo 2).

Para el tamaño de la muestra a la que se le aplicará el cuestionario, siguiendo el Teorema del Limite Central, se decidió tomar  $n \geq 30$ , es decir 30 o más cafeterías distribuidas por delegación respecto de la proporción de cafeterías registradas en cada delegación de la Ciudad de México en base a datos del INEGI como se muestra en la Tabla 5.

De acuerdo con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del INEGI, con información de los Censos Económicos de 2014	(722515) Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares	Proporción respecto al total del Ciudad de México	Tamaño de muestra teórico	Tamaño de muestra práctico
(09015) CUAUHTÉMOC	1251	15.9%	4.8	5
(09007) IZTAPALAPA	1205	15.3%	4.6	5
(09005) GUSTAVO A. MADERO	881	11.2%	3.4	4
(09014) BENITO JUÁREZ	647	8.2%	2.5	3
(09017) VENUSTIANO CARRANZA	643	8.2%	2.5	3
(09003) COYOACÁN	590	7.5%	2.3	3
(09016) MIGUEL HIDALGO	498	6.3%	1.9	2
(09012) TLALPAN	420	5.3%	1.6	2
(09006) IZTACALCO	386	4.9%	1.5	2
(09002) AZCAPOTZALCO	346	4.4%	1.3	2
(09010) ÁLVARO OBREGÓN	344	4.4%	1.3	2
(09013) XOCHIMILCO	205	2.6%	0.8	1
(09011) TLÁHUAC	189	2.4%	0.7	1
(09004) CUAJIMALPA DE MORELOS	117	1.5%	0.4	1
(09009) MILPA ALTA	71	0.9%	0.3	0
(09008) LA MAGDALENA CONTRERAS	71	0.9%	0.3	0
(09) DISTRITO FEDERAL	7864	100.0%	30	34




**Tabla 5. Cafeterías en la Ciudad de México.**  
**Elaboración propia. Información obtenida del Directorio Estadístico de Unidades Económicas del INEGI.**

Utilizando la teoría del análisis factorial se pudo realizar un instrumento que permitirá analizar el mercado de las cafeterías.

### III. RESULTADOS

El cuestionario se aplicó a 41 cafeterías de la Ciudad de México con apoyo de diferentes personas, las cuales asistieron al establecimiento, consumieron algún producto y en base a observación y preguntas se llenaron dichos cuestionarios.

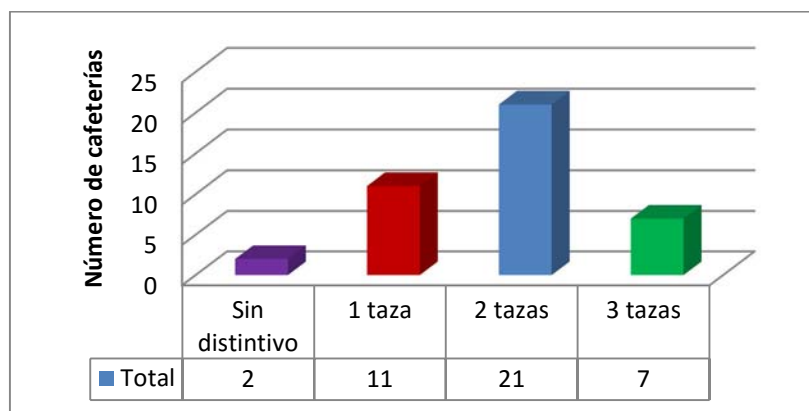
En base a la información recopilada de los cuestionarios aplicados se prosigue a realizar un primer acercamiento de una clasificación de cafeterías, para la cual se proponen 3 categorías o distintivos de acuerdo al puntaje obtenido en el cuestionario y en base al 45%, 60% y 75% de cumplimiento del cuestionario; es decir, un puntaje menor a 450 no alcanza los requerimientos mínimos para ser considerado dentro de esta clasificación, una cafetería calificada con puntos mayores a 450 y menores a 600 puntos se le otorga el distintivo “1 taza”, con un puntaje mayor a 601 puntos y menor a 750 puntos se le otorga el distintivo “2 tazas” y una con más de 751 puntos se le otorga el distintivo “3 tazas” como se muestra en la Tabla 6.

Categoría	Puntaje por categoría
Sin distintivo	$\geq 450$
	$450 \geq 600$
	$600 \geq 750$
	$< 750$

**Tabla 6. Puntaje por categorías**  
Elaboración propia.

Con base en el cuestionario elaborado y aplicado a 41 cafeterías de la Ciudad de México, se obtuvieron los siguientes resultados:

Como se muestra en la Figura 12, de las 31 cafeterías a las que se aplicó el cuestionario diseñado, se obtuvo dos cafeterías Sin distintivo, 11 cafeterías de “1 taza”, 21 cafeterías de “2 tazas” y 7 cafeterías de “3 tazas”.

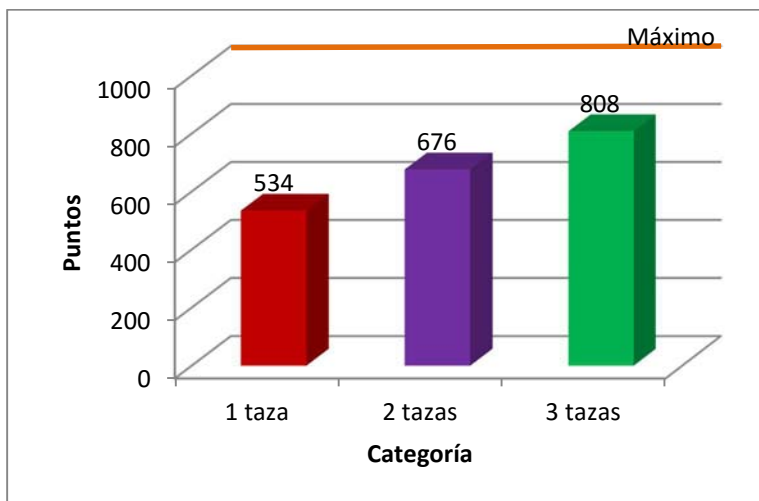


**Figura 12. Categorías de cafeterías**  
Elaboración Propia.



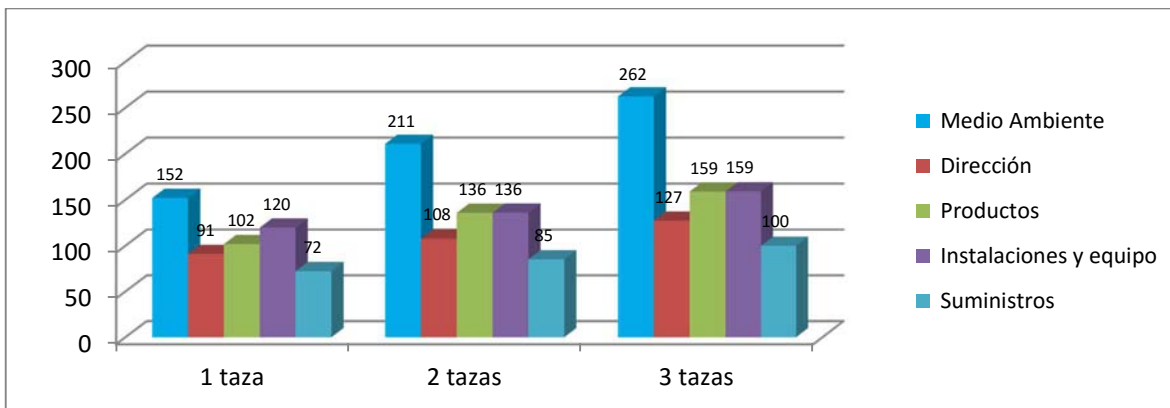
La distribución de cafeterías con base en los puntos es la siguiente:

Las dos cafeterías sin distintivo obtuvieron en promedio 415 puntos, las cafeterías de “1 taza” obtienen en promedio 534 puntos, las de “2 tazas” tienen un puntaje promedio de 676 y las de “3 tazas” de 808 puntos, como se muestra en la Figura 13.



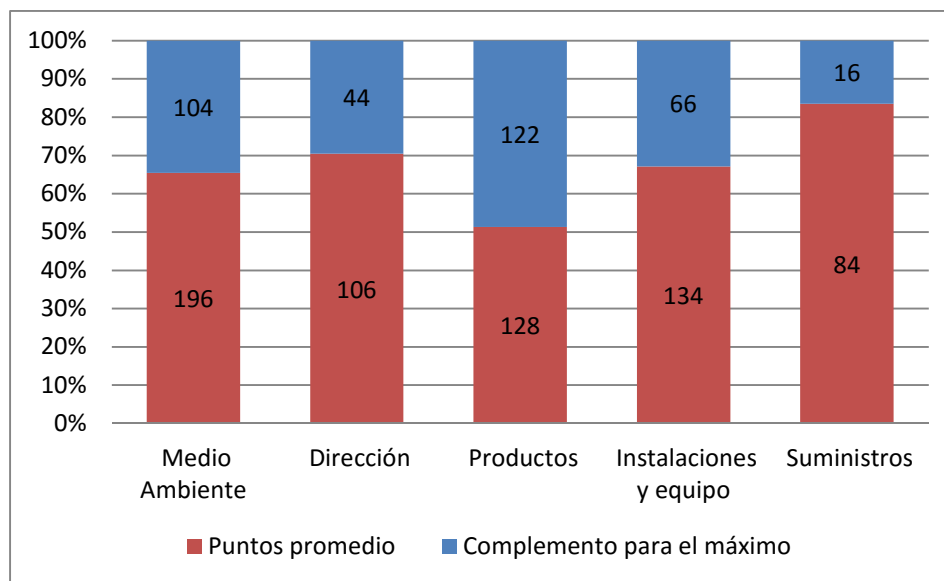
**Figura 13. Promedio de puntaje por categorías**  
Elaboración propia.

De forma general, este análisis detectó que el comportamiento de las 3 categorías es similar; es decir, los factores en cada categoría cumplen con características proporcionalmente casi de la misma forma, sólo variando en mayor puntaje a mayor categoría. Se observa en la Figura 14 que el factor más importante en todas las categorías de cafeterías es el Medio Ambiente, seguido por Instalaciones y en tercer lugar por Productos.



**Figura 14. Promedio de factores por categoría**  
Elaboración propia.

Con el fin de observar las oportunidades de mejora en cada uno de los factores, se toma el promedio de puntos general de cada uno de ellos y se compara porcentualmente con el puntaje total y el resultado fue este:



**Figura 15. Puntuación promedio vs puntuación máxima**  
Elaboración propia.

De la Figura 15 se puede observar que las cafeterías en la Ciudad de México tienen un buen cumplimiento en los factores Dirección y Suministros, y por otro lado se nota que los factores más bajos son Productos, Medio Ambiente e Instalaciones y equipo, siendo Productos el que mayor oportunidad de mejora tiene es el factor Productos, por lo que es posible afirmar que si las cafeterías mejoran en estos tres factores pueden mejorar el distintivo otorgado.

Del estudio general se puede observar lo siguiente:

- El 70% de las cafeterías no cuentan con una Filosofía de empresa bien definida
- Solo el 22% cuentan con personal que tiene algún tipo de certificación como barista
- El 83% de las cafeterías tienen participación en las redes sociales
- Pero solo el 73% tiene alguna puntuación o comentarios en las redes sociales
- El 70% de las cafeterías no maneja ningún tipo de promoción u oferta
- Solo 32% de las cafeterías son consideradas muy limpias
- El 85% de las cafeterías cuentan con la mayoría de las bebidas a base de café comúnmente relacionadas a este tipo de establecimientos
- El 80% cuenta con alguna variedad de alimentos

- El 37% de las cafeterías cuentan con venta de café con variedad de origen nacionales
- Solo el 12% cuenta con venta de café importado
- El 34 % de las cafeterías venden algún tipo de café a granel o empacado
- 20% de las cafeterías cuentan con venta de algún artículo promocional o conveniente
- El 30% de las cafeterías cuentan con servicio a domicilio
- El 80% de las cafeterías cuentan con servicio de baño, de los cuales el 30% se encuentran diferenciados
- El 71% de las cafeterías cuentan con servicio de wi-fi
- Solo el 4% de las cafeterías cuentan con estacionamiento propio
- 17% de las cafeterías cuentan con aparatos que permitan mantener un clima agradable
- El 93% de las cafeterías cuentan con mesas
- El 68% cuenta con terminal bancaria.
- Todas las cafeterías cuentan con cafetera express y molino
- 22% tienen preparaciones especiales de café
- 12% cuentan con su propio tostador de café

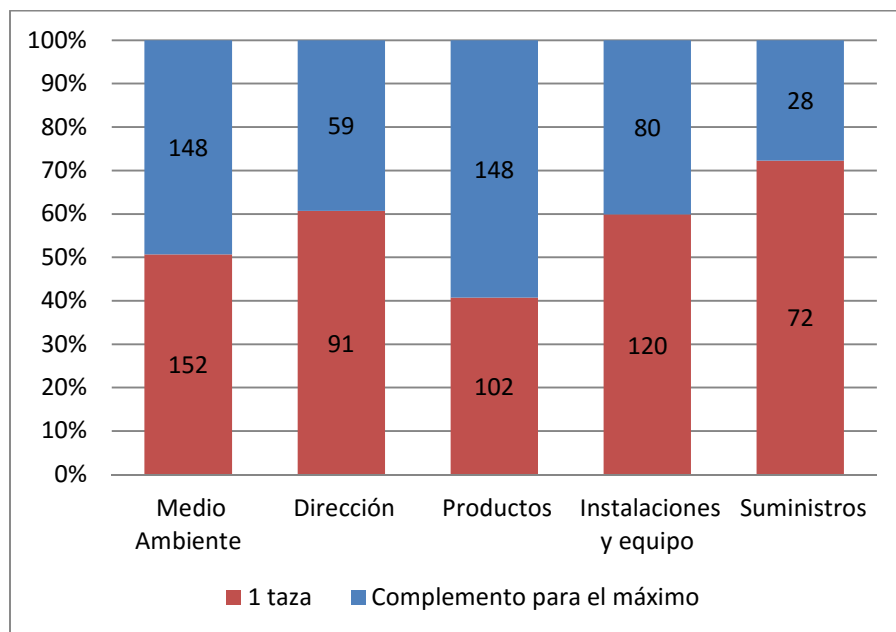
### **III.1. Cafeterías con distintivo “1 Taza” ☕**

Para las cafeterías con distintivo “1 taza” se observó que:

- No tienen una filosofía bien definida
- El personal no cuenta con alguna certificación como barista,
- Y no se encuentra uniformado
- El 36% no cuenta con página web
- No se realiza mantenimiento
- No cuentan con seguridad
- Cuentan con las bebidas a base de café comúnmente ofertadas en este tipo de establecimientos
- Poca variedad de alimentos
- No venden café de diferentes orígenes
- No tienen café empacado o a granel
- No cuentan con venta de artículos promocionales o convenientes
- La mitad no cuenta con terminal bancaria
- No cuentan con servicio a domicilio
- La mitad no tienen baño
- La mitad no cuentan con tomacorriente para los clientes ni wi-fi

- No tienen lugares de estacionamiento
- Cuentan con cafetera express
- No tienen preparaciones especiales
- Tienen molino
- No tienen tostador
- El 36% cuenta con puntuaciones u opiniones en redes sociales.

En general, estas cafeterías tienen la posibilidad de mejorar en prácticamente todas las áreas para poder ascender de distintivo, ya que en todos los factores se encuentra entre el 40 y 70% del puntaje total por factor como se muestra en la Figura 16, siendo el más bajo Productos.



**Figura 16. Puntuación promedio “1 taza” vs puntuación máxima**  
Elaboración propia.

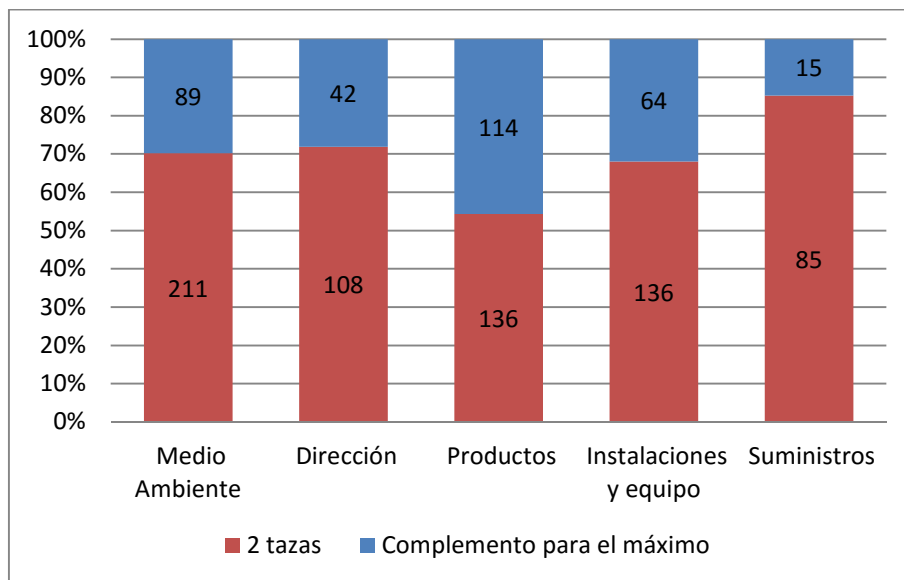
### III.2. Cafeterías con distintivo “2 Tazas” ☕☕

Para las cafeterías con distintivo de “2 tazas” se observó que:

- Tienen una buena localización
- Cuentan con algún programa de responsabilidad social
- No tienen una filosofía bien definida
- El 33% cuenta con personal con alguna certificación como barista
- 67% cuenta con personal uniformado
- El 62% cuenta con página web

- 90% cuentan con participación en redes sociales
- Todas tienen buena limpieza
- La mitad realiza actividades de mantenimiento
- La mitad cuenta con videovigilancia
- Cuentan con las bebidas a base de café comúnmente ofertadas en este tipo de establecimientos, entre otras
- Cuentan con variedad de alimentos
- El 43% de estas cafeterías venden café a granel o empaçado
- 62% venden café de diferentes orígenes nacionales
- 10% tiene a la venta café importado
- Solo el 24% cuentan con venta de algún artículo promocional o conveniente
- El 76% cuenta con terminal bancaria
- El 33% cuentan con servicio a domicilio
- El 81% tienen baño
- 43% cuenta con tomacorriente para los clientes
- El 71% cuentan con wi-fi
- No tienen lugares de estacionamiento
- Cuentan con cafetera express
- El 24% cuenta con preparaciones especiales
- Tienen molino
- El 90% cuenta con puntuaciones u opiniones en redes sociales.

Como se puede observar en la Figura 17 el factor con mayor oportunidad de mejora para las cafeterías con distintivo de “2 tazas” es el de Productos.



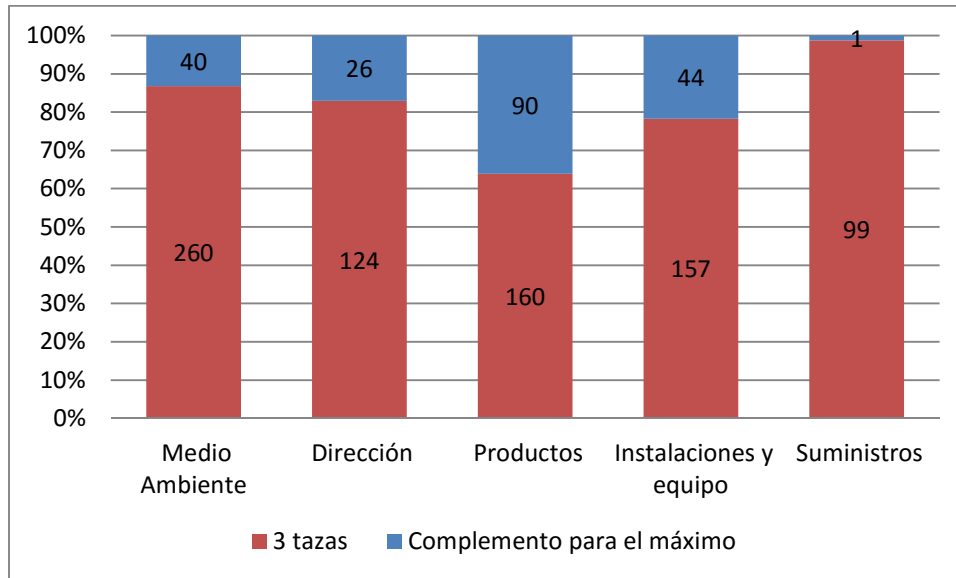
**Figura 17. Puntuación promedio “2 tazas” vs puntuación máxima  
Elaboración propia.**

### III.3. Cafeterías con distintivo “3 Tazas”

Para las cafeterías con distintivo de “3 tazas” se observó que:

- Tienen una buena localización
- Cuentan con programas de responsabilidad social
- El 75% tiene una filosofía organizacional definida
- Cuenta con personal uniformado, buena presentación y atención
- Cuentan con página web y participación en redes sociales
- Tienen buena limpieza
- Realizan actividades de mantenimiento
- Cuentan con videovigilancia
- La mitad cuenta con personal de seguridad
- Cuentan con las bebidas a base de café comúnmente ofertadas en este tipo de establecimientos, además de otra variedad de bebidas
- Cuentan con variedad de alimentos
- El 25% de estas cafeterías venden café de diferentes orígenes nacionales
- El 88% venden café empacado o a granel
- La mitad cuentan con venta de artículos promocionales o convenientes
- Todos cuentan con terminal bancaria
- El 37% cuentan con servicio a domicilio
- El 100% tienen baño, tomacorriente y wi-fi para los clientes
- El 25% tienen lugares de estacionamiento
- Cuentan con cafetera express
- El 25% cuenta con preparaciones especiales
- Tienen molino
- El 100% cuenta con puntuaciones u opiniones en redes sociales.

En la Figura 18 se puede observar que las cafeterías con distintivo “3 tazas” tienen un puntaje alto y queda poco por mejorar; a pesar de esto aún se puede mejorar especialmente en el factor de Productos.



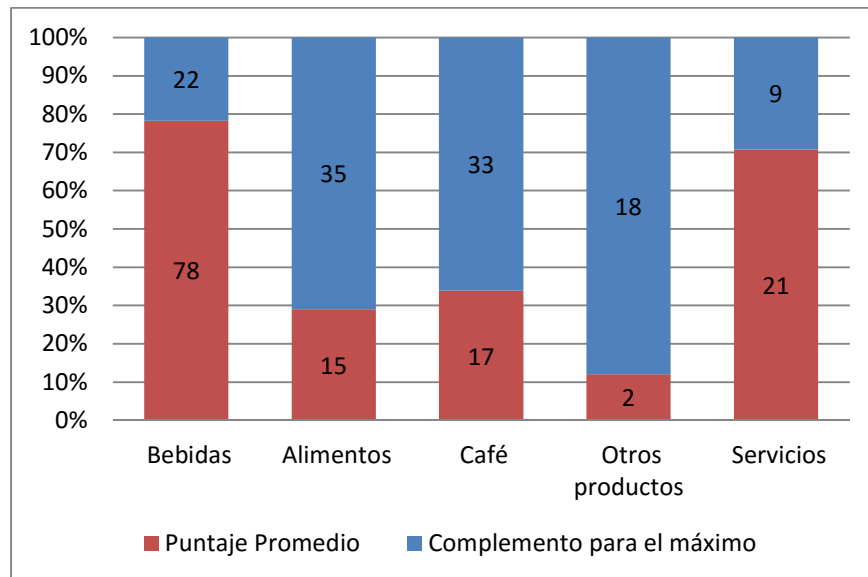
**Figura 18. Puntuación promedio “3 tazas” vs puntuación máxima  
Elaboración propia.**

### **III.4. Análisis del factor Productos**

Como se observó anteriormente, el factor más bajo en puntos o de mayor oportunidad de mejora en todas las categorías es el de Productos, por lo que se analizará con mayor detalle en este apartado.

Como se puede observar de forma general, en la Figura 19 del promedio de los elementos dentro del factor Productos, todas las cafeterías sin importar su categoría pueden mejorar, con mayor oportunidad en los elementos de Otros Productos, Alimentos y Café, los cuales tienen un cumplimiento más bajo que los demás, y se puede ver que en Bebidas y Servicios las cafeterías se encuentran a niveles más elevados.

Se puede afirmar que si se realizan acciones como poner a la venta artículos promocionales o convenientes, tener una mayor variedad de alimentos, y tener a la venta café empacado o a granel en diferentes variedades se puede mejorar considerablemente en este rubro.



**Figura 19. Puntaje promedio vs puntaje máximo para el factor Productos Elaboración propia.**

Para determinar las áreas de mejora de una cafetería en específico se debe hacer un análisis individual para esa cafetería en concreto con base en el cuestionario y sus puntuaciones.

Para conocer mayor detalle de los otros factores consulte los Anexos 5 al 10.

## **Evaluación de los resultados y recomendaciones**

Se afirma que se puede elaborar un diagnóstico con una gran aproximación a partir del instrumento propuesto, se tiene claro en las Figura 14, Figura 15, Figura 16, Figura 17, y Figura 18 como se conforman las cafeterías de las diferentes categorías.

Al aplicar este modelo se obtuvo una descripción del negocio, posteriormente se analizó el factor más bajo en puntuación obteniendo un resultado apropiado, lo que permite afirmar que la solución cumple con los objetivos propuestos. Sin embargo, se tiene claro que pueden realizarse mejoras como incluir otros factores y la modificación de la ponderación propuesta.

En relación a lo mencionado anteriormente, se sabe que existe un sistema internacional para evaluar la calidad de taza de café, formulado por el Instituto de Calidad del Café con el uso de normas desarrolladas por la Asociación Americana del Café de Especialidad (SCAA), el cual se realiza mediante una catación de café con una escala de 0 a 100 puntos, dentro de la cual los cafés arriba de los 80 puntos son café de alta calidad o de especialidad; estos parámetros de la calidad del café son prácticamente desconocidos en la práctica actual de las cafeterías en México, sin



embargo este puede ser una variable adicional a ser considerada en futuras aplicaciones de esta propuesta.

Así mismo, se puede emplear esta herramienta a modo de diagnóstico individual para una cafetería y ver cuáles son sus fortalezas y sus áreas de oportunidad, lo que permite tomar acciones para poder aspirar a una categoría mayor.

Se sugiere que una institución como la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, la Secretaría de Economía o la Secretaría de Turismo funja como organismo regulador, y utilice esta propuesta para clasificar las cafeterías.

Esta es una propuesta inicial y no definitiva, la cual podría ser modificada y mejorada con información actualizada y con la participación de los actores de este sector.

# CONCLUSIONES

---

Se elaboró un estudio de análisis factorial, el cual permitió identificar factores que caracterizan a las cafeterías; sin embargo, se recomienda que este análisis se realice con apoyo y participación de los diferentes actores del sector de las cafeterías, y a través del uso de técnicas heurísticas se realice un análisis que busque obtener una ponderación más acertada.

Se diseñó e implementó un instrumento a partir de los factores obtenidos con el análisis factorial, el cual permitió clasificar el mercado de las cafeterías.

El identificar los factores que caracterizan a las cafeterías en la Ciudad de México permitió clasificar dicho mercado y poder analizarlo, logrando reconocer cuales son las variables más importantes a considerar en este sector.

Este análisis muestra las características de las cafeterías en la Ciudad de México, el tenerlas identificadas permite saber los requerimientos necesarios y ponerles atención a la hora de instalar nuevos establecimientos de este tipo, o bien mejorar aquellos que ya se encuentran operando.

El asignar distintivos a las cafeterías podría ayudar a promover el segmento de las cafeterías brindando mayor certidumbre de las características y servicio del establecimiento a los clientes.

Se reconoce que el instrumento propuesto es susceptible de mejora, pero que para lograrlo deben participar los actores del mercado y las autoridades en la materia.

# BIBLIOGRAFÍA

---

Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad, A.C. (AMCCE). "Historia del Café". [http://www.amcce.org.mx/historia\\_del\\_cafe.html](http://www.amcce.org.mx/historia_del_cafe.html). Consultada el 24 de julio de 2015.

Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, A.C. (AMECAFE). "Plan Integral de Promoción del Café de México". Febrero 2012. <http://amecafe.org.mx/backup/pcm2012.pdf>. Consultada el 28 de julio de 2015.

"CQI y el Sistema de Café Q". Coffee Quality Institute. <http://amecafe.org.mx/backup/2011/documentos/normas/presseminario/CQI%20y%20el%20Sistema%20Q.pdf>. Consultada el 17 de Enero de 2016.

Baca Urbina, Gabriel. "Evaluación de Proyectos". 6ª edición. McGraw Hill. 2010. Pág. 12.

Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife. Servicio Creación de Empresas. "La ubicación de la empresa". España. <http://www.creacionempresas.com/index.php/planteamientos-previos-a-la-eleccion-de-negocio/la-ubicacion-de-la-empresa>. Consultada el 4 de Octubre de 2015.

Cámara de Comercio de Castellón. Servicios Generales. PROP Emprendedores. "Dossier Informativo 13. Restaurantes, Bares y Cafeterías". España. <http://www.camaracastellon.com/creacion-de-empresas/documentacion/13restaurantescafeterias.pdf>. Consultada el 6 de Octubre de 2015.

Casas Jiménez, José, Et. al. "Guía técnica para la construcción de cuestionarios". Odiseo, Revista Electrónica de Pedagogía. Año 3, núm. 6. 24 de abril de 2006. [http://www.odiseo.com.mx/2006/01/casas\\_garcia\\_gonzalez-guia.htm](http://www.odiseo.com.mx/2006/01/casas_garcia_gonzalez-guia.htm). Consultado el 4 de Octubre de 2015.

Centro de Comercio Internacional, "La Guía del Café". <http://www.laguiadelcafe.org/guia-del-cafe/cuestiones-del-control-de-calidad/Panorama-general-del-sistema-Q/>. Consultada el 13 de Diciembre de 2015.

Centro de Documentación Turística de la Secretaría de Turismo. [http://www.sectur.gob.mx/ictur/servicios/#prettyPhoto\[iframes\]/0/](http://www.sectur.gob.mx/ictur/servicios/#prettyPhoto[iframes]/0/). Consultada el 5 de Octubre de 2015.

CNNEXPANSIÓN. Sitio web. Sección de empresas. “Una nueva tienda al mes, el reto de Cielito Querido Café”. <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2015/03/04/cielito-querido-cafe-invertira-40-mdp-en-2015-para-crecer>. Consultada el 23 de Agosto de 2015.

Coffee Quality Institute (CQI). “The Q Coffee System”. <http://www.coffeeinstitute.org/our-work/q-coffee-system/>. Consultada el 17 de Enero de 2016.

Consulta interactiva de tabulados. Censos Económicos 2014. Sistema Automatizado de Información Censal. INEGI. <http://www3.inegi.org.mx/olap/olap.aspx?server=2&db=Serie Censal Economicos&cube=Censos+Econ%u00f3micos&fp=1>. Consultada el 29 de julio de 2015.

Corporación Financiera Internacional. International Finance Corporation (ICF) a través del Instituto PYME. <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3566/La-inflaci%C3%B3n-y-la-tasa-de-inter%C3%A9s>. Consultada el 4 de Octubre de 2015.

Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. <http://www.rae.es/>. Consultada el 19 de julio de 2015.

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>. Consultada el 30 de Julio de 2015.

El Financiero. “Dólar caro afecta precios de bienes de consumo y capital”. Economía. 13/01/2015. <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/dolar-carro-afecta-precios-de-bienes-de-consumo-y-capital.html>. Consultada el 4 de Octubre de 2015.

EmprendePYME. Sitio web. “La importancia de la buena localización de un negocio”. <http://www.emprendepyme.net/la-importancia-de-la-buena-localizacion-de-un-negocio.html>. Consultada el 4 de Octubre de 2015.

“Las claves para elegir un local adecuado”. <http://www.emprendepyme.net/las-claves-para-elegir-un-local-adecuado.html>. Consultada el 4 de Octubre de 2015.

Euromonitor Internacional Latin America. “Análisis del Mercado Nacional y Regional del Café en México”. AMECAFE. 2012.

<http://amecafe.org.mx/downloads/pagina/Estudio%20de%20Cafe%20en%20M%C3%A9xico.pdf>. Consultada el 25 de julio de 2015.

Fernández Núñez, Lissette. “¿Cómo se elabora un cuestionario?”. Universitat de Barcelona, Institut de Ciències de l'Educació, Secció de Recerca. <http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha8-cast.pdf>. Consultada el 6 de Octubre de 2015.

Fidelización Clientes Para PYMES. Agencia de Marketing. “La fidelización de los clientes. Los principios básicos”. <https://fidelizacion-clientes-pymes.com/wp-content/uploads/fidelizacion-de-clientes.pdf>. Consultada el 22 de Octubre de 2015.

Forbes México. Sitio web. Sección Emprendedores. “La cafetería tapatía que quiere conquistar la Ciudad de México”. Meza Nayeli. 27 de Noviembre de 2014. <http://www.forbes.com.mx/la-cafeteria-tapatia-que-quiere-conquistar-la-ciudad-de-mexico>. Consultada el 23 de Agosto de 2015.

Fuentes Zenón Arturo. “Diseño de la Estrategia Competitiva”. 2003. [http://www.academia.edu/4090551/Diseno\\_de\\_la\\_Estrategia\\_Competitiva](http://www.academia.edu/4090551/Diseno_de_la_Estrategia_Competitiva). Consultada el 18 de Noviembre de 2015.

Gobierno de Navarra. Actualidad. Sala de Prensa. “Los restaurantes navarros se clasificarán en cuatro categorías y las cafeterías en dos, en función de sus servicios e instalaciones”. España. [http://www.navarra.es/home\\_es/Actualidad/Sala+de+prensa/Noticias/2013/08/28/reglamentos+restaurantes+y+cafeterias.htm](http://www.navarra.es/home_es/Actualidad/Sala+de+prensa/Noticias/2013/08/28/reglamentos+restaurantes+y+cafeterias.htm). Consultada el 6 de Octubre de 2015.

Hernández Sampieri, Roberto, et al. “Metodología de la Investigación”. Editorial MacGraw Hill. Cuarta edición. México, Abril de 2006.

Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). Contacto PYME. Guías Empresariales. <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/>. Consultada el 20 de Agosto de 2015.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). “La Industria Restaurantera en México”. Censos Económicos 2009. [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2009/servicios/restaurant/Mono\\_Restaurantera.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2009/servicios/restaurant/Mono_Restaurantera.pdf). Consultada el 29 de julio de 2015.

Klein, Grabinsky. “El Análisis Factorial. Guía para Estudios de Economía Industrial”. Tercera Edición. Banco de México. 1965.

Kotler & Armstrong. “Fundamentos de Marketing”. Editorial Prentice Hall. Octava edición. 2008. Pág. 62-68.

- López Alma, Piedra Cueva Enrique. “Manejo de los recursos humanos. Una guía práctica para organizaciones no gubernamentales”. Serie Recursos para el Éxito. Volumen 1. The Nature Conservancy. Arlington, Virginia, USA. 2001. <https://www.cbd.int/doc/pa/tools/Manejo%20de%20los%20recursos%20humanos.pdf>. Consultada el 25 de Noviembre de 2015.
- Mankiw, Gregory. “Principios de Economía”. Tercera Edición. Mc Graw Hill. 2004. Pág. 41.
- Martín Herrera, María del Carmen. “Administración de comedor y bar”. Editorial Trillas. México. 2006.
- Muñiz González, Rafael. “Marketing en el siglo XXI”. Ediciones CEF. 5ª edición. España. <http://www.marketing-xxi.com/analisis-competitivo-17.htm>. Consultado el 27 de Septiembre de 2015.
- Organización Mundial del Turismo. OMT. “Un informe de la OMT identifica criterios comunes para la clasificación de hoteles de 4 y 5 estrellas”. <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-26/un-informe-de-la-omt-identifica-criterios-comunes-para-la-clasificacion-de->. Consultada el 8 de Agosto de 2015.
- Oficina Central de Estadísticas. Central Statistics Office (CSO). “¿Qué es una clasificación?” Irlanda. <http://www.cso.ie/en/surveysandmethodology/classifications/whatisaclassification/>. Consultado el 11 de Febrero de 2016.
- Oxford University. Oxford University Press. Oxford Dictionaries. United Kingdom. 2016. <http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/espanol/distintivo>. Consultada el 8 de Mayo de 2016.
- Perera Rodríguez Francisco Herminio. “La inflación y su impacto en la Pequeña y Mediana Empresa (PYME)”. Universidad Autónoma de Yucatán. [http://www.academia.edu/2077216/Inflaci%C3%B3n\\_y\\_Peque%C3%B1as\\_y\\_Mediana\\_Empresas](http://www.academia.edu/2077216/Inflaci%C3%B3n_y_Peque%C3%B1as_y_Mediana_Empresas). Consultada el 4 de Octubre de 2015.
- Pinilla Morán, Víctor Damián. “Prospectiva. Un enfoque estratégico”. Cuadernillo de divulgación 4. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ingeniería. 2009.
- Procuraduría Federal del Consumidor. Brújula de compra. “La vida en café: Cafeterías y barras”. Beade Ruelas, Alma. Mayo 2009. [http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj\\_2009/bol123\\_cafeterias\\_y\\_barras.asp](http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2009/bol123_cafeterias_y_barras.asp). Consultada el 25 de julio de 2015.
- Brújula de compra. “¿Un cafecito? El precio en cafeterías y barras”. Beade Ruelas, Alma. Mayo 2009.

[http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj\\_2009/bol123\\_barras\\_de\\_cafe.asp](http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2009/bol123_barras_de_cafe.asp). Consultada el 25 de julio de 2015.

Santesmases Mestre, Miguel. "Marketing Conceptos y estrategias". Editorial Pirámide. 6ª edición. Madrid. 2012.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). "Impactos Café". <http://www.sagarpa.gob.mx/agricultura/Documents/Cultivos%20Agroindustriales/Impactos%20Caf%C3%A9.pdf>. Consultada el 25 de Julio de 2015.

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI). Programa de Capacitación y Modernización Empresarial (PROMODE). Programa de Capacitación y Modernización del Comercio Detallista. "Análisis de la Competencia". <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/compe.asp>. Consultada el 20 de Octubre de 2015.

Secretaría de Economía. "Curso en línea para elaborar un estudio de mercado". Guías Empresariales. Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa. <http://segob.guanajuato.gob.mx/sil/docs/capacitacion/guiasEmpresariales/GuiaEstudioMercado.pdf>. Consultada el 27 de Septiembre de 2015.

Secretaria de Salud. Subsecretaria de Innovación y calidad. "Análisis FODA". <http://www.cca.org.mx/funcionarios/cursos/ap089/apoyos/m3/analisis.pdf>. Consultada el 15 de Febrero de 2016.

Secretaría de Turismo (SECTUR). "Sistema de Clasificación Hotelera Mexicano. Análisis de mejores prácticas y generación de una metodología para la clasificación hotelera en México". Factor Delta. 2012.

Silva Lira, Iván. "Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local". Chile. 2003.

Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN 2013. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). [http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/clasificadores/SCIAN/SCIAN\\_2013/scian2013.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/clasificadores/SCIAN/SCIAN_2013/scian2013.pdf). Consultada el 24 de julio de 2015.

Specialty Coffee Association of America (SCAA). <http://www.scaa.org/>. Consultada el 17 de Enero de 2016.

Texto Refundido de la Ordenación de Cafeterías según la O.M. 17-Mar-65 modificado por las O.M 19-Jun-70 y 29-jun-78. B.O.E.:29 de marzo de 1965. [http://www.coam.org/pls/portal/docs/PAGE/COAM/COAM\\_AYUDA\\_PROFESIONAL/PDF/29-03-1965.pdf](http://www.coam.org/pls/portal/docs/PAGE/COAM/COAM_AYUDA_PROFESIONAL/PDF/29-03-1965.pdf). Consultada el 24 de julio de 2015.

Universidad del Tercer Milenio, S.C. "Estrategias de promoción y ventas". 1a edición.  
Tlalnepantla. Estado de México. 2010.  
[http://www.academia.edu/5502809/Estrategias de promocion y ventas PDF](http://www.academia.edu/5502809/Estrategias_de_promocion_y_ventas_PDF)  
. Consultada el 26 de Julio de 2015.



# **ANEXOS**

---

# **ANEXO 1**

## **Matriz de ponderación**

A continuación se presenta una tabla en la cual se muestran los FDO o Factor de Operación a estudiar en las cafeterías; cada FDO se encuentra dividido en Elementos, y cada Elemento se encuentra conformado por diferentes Componentes, los cuales a su vez se dividen en Variables, estas Variables están formuladas en forma de preguntas para poder realizar un cuestionario y poder obtener información. También se detalla la puntuación asignada a cada Factor, Elemento, Componente y Variable, esta puntuación se diseño de acuerdo al criterio y experiencia de la autora de este trabajo.

FDO		Elemento		Componente		Variables	Ptos	Comentarios	
Ptos		Ptos		Ptos					
Medio Ambiente	Localización	100	Acceso	70	Se encuentra ubicado cerca de calles principales y otros medios de acceso como metro, etc.	30			
					Sencillo de llegar	40			
					Moderadamente fácil de llegar	20			
					Complicado de llegar	0			
		Económico	150	Consumidores	150	Percepción de los clientes respecto al establecimiento (en base a redes sociales)		150	
						Social		50	Cultura y Responsabilidad Social
		¿Cuentan con programas de protección del medio ambiente?	50	Al menos 3 de 6					
		¿Cuentan con programas de apoyo a la salud?							
		¿Cuentan con programas de apoyo a las comunidades?							
		¿Cuenta con productos de Comercio Justo?							
	¿Cuenta con productos orgánicos?								
	Dirección	Filosofía	20	Misión	7	¿La organización cuenta con Misión?		7	
						Visión		7	¿La empresa tiene Visión?

		Tecnología					
		De operación	De proceso	Valores			
		15	15	6			
					¿Se tiene valores definidos?		
				6			
					¿Se cuenta con procedimientos bien definidos para la elaboración de los productos y servicios?		
				15			
					¿El personal cuenta con la experiencia necesaria en el desarrollo del proceso?		
				15			
Estructura Organizacional		Recursos humanos		35	¿Considera que el personal tiene conocimiento de sus procesos y actividades?	7	
					¿El establecimiento cuenta con baristas certificados?	9	
					¿El personal se encuentra uniformado?	5	
					¿El personal cuenta con buena presentación? (uniforme limpio, etc.)	5	
					¿El personal brinda servicio de forma atenta y amable?	9	
		Mercadotecnia		20	¿El establecimiento cuenta con anuncios, letreros o algún medio vistoso que dé a conocer sus productos?	3	
					Cuenta con página web	5	
					Cuenta con participación en redes sociales (facebook, instagram, twitter, etc.)	10	
					¿El establecimiento cuenta con promociones u ofertas de los productos?	2	
		Limpieza		30	¿El mostrador se encontraba limpio?	10	2 DE 5
					¿Los exhibidores se encontraban limpios?	15	3 DE 5
					¿El baño se encontraba limpio?	20	4 DE 5
					¿El piso estaba limpio?		
					¿Las mesas se encontraban limpias?		
					¿De forma general considera que el establecimiento se encuentra muy limpio?	10	
¿De forma general considera que el establecimiento se encuentra con limpieza adecuada?	5						
¿De forma general considera que el establecimiento se encuentra sucio?	0						
Mantenimiento		10	¿Considera que el mobiliario (mesas, silla, muebles, exhibidores, etc.) del establecimiento se encuentra en excelente estado, casi como nuevo?	4			
			¿Considera que el mobiliario (mesas, silla, muebles, exhibidores, etc.) del establecimiento se encuentra en buen estado?	2			

Productos					
250					
Bebidas					
100					
Vigilancia	5	¿Considera que el mobiliario (mesas, silla, muebles, exhibidores, etc.) del establecimiento se encuentra en mal estado?		0	
		¿Considera que las instalaciones (lámparas, piso, techo, paredes, baño, etc.) del establecimiento se encuentran en excelente estado, casi como nuevo?		4	
		¿Considera que las instalaciones (lámparas, piso, techo, paredes, baño, etc.) del establecimiento se encuentran en buen estado?		2	
		¿Considera que las instalaciones (lámparas, piso, techo, paredes, baño, etc.) del establecimiento se encuentran en mal estado?		0	
		¿Se realizan actividades de mantenimiento preventivo, predictivo y correctivo de las instalaciones de forma regular y programada?		2	
		¿Cuenta con equipo de videovigilancia?		2	
		¿Cuenta con personal de seguridad?		3	
Extracto de café	30	Venta de café americano		18	Al menos 3
		Venta de café express		37	Al menos 5
Extracto de café con leche	25	Venta de café latte		55	Al menos 7
		Venta de café capuchino			
		Venta de café capuchino de sabores			
		Venta de café con leche			
		Venta de café vienes (chocolate con café)			
		Venta de Frappes con café (hielo molido con sabor capuchino o moka)			
		Venta de bebidas frías con café (Frío o con hielo, pero liquido con sabor capuchino o moka)			
Tradicionales	20	Venta de bebidas con chocolate		15	Al menos 5
		Venta de Frappes de sabores		30	Al menos 7
		Venta de malteadas		45	Al menos 10
		Venta de esquimos			
Infusiones	15	Venta de Té			
		Venta de infusiones			
		Venta de chai			
Sodas	10	Venta de sodas italianas			
		Venta de smoothies			
		Venta de refrescos			

						Venta de agua		
						Venta de jugos		
						Venta de helado		
Alimentos	50	Pre-elaborados	20	Venta de panadería	17	Al menos 3		
				Venta de botanas	25	Al menos 6		
				Venta de sándwiches	50	Al menos 8		
				Venta de repostería				
				Venta de ensaladas				
	Elaborados en el sitio	30	Venta de sándwiches					
			Venta de croissants					
			Venta de baguettes					
			Venta de crepas					
			Venta de ensaladas					
Café	50	Variedad	15	¿El establecimiento cuenta con al menos dos tipos de café nacionales? (Veracruz, Oaxaca, Chiapas, etc.)	6			
				¿El establecimiento cuenta con al menos dos tipos de café importados? (Colombia, Brasil, Indonesia, India, Etiopía, etc.)	9			
	A granel	15	Venta de café en grano por peso especificado por el consumidor	12	Al menos 2			
			Venta de café molido por peso especificado por el consumidor	23	Al menos 3			
			Venta de café descafeinado por peso especificado por el consumidor	35	Al menos 5			
	Empacado	20	Venta de café en grano previamente empacado					
			Venta de café molido previamente empacado					
			Venta de café soluble previamente empacado					
			Venta de café descafeinado previamente empacado					
	Otros	20	Artículos promocionales o convenientes	20	Venta de termos	5	Al menos 2	
Venta de tazas					10	Al menos 4		
Venta de vasos					20	Al menos 6		
Venta de cafeteras								
Venta de refacciones o aditamentos para cafeteras								
Venta de revistas								
Venta de libros								
Venta de periódicos								
Venta de cigarros								
Venta de música								

Instalaciones y equipo					
200					
Local					
70					
Estacionamiento	10	El establecimiento cuenta con espacios de estacionamiento propio		5	
		El establecimiento cuenta con servicio de valet		3	
Televisión	2	Cuenta con televisión		2	
Wi-Fi	10	Cuenta con internet inalámbrico para los clientes		10	
Teléfono	6	Cuenta con línea telefónica		6	
Energía Eléctrica	10	¿El establecimiento cuenta con suministro de energía eléctrica?		6	
		¿El establecimiento cuenta con tomacorrientes para los clientes?		4	
Agua	10	Cuenta con suministro de agua potable		10	
Sanitarios	10	Cuenta con servicio de sanitario propio		6	
		Los sanitarios se encuentran diferenciados (Mujeres y Hombres)		4	
A domicilio	5	El establecimiento cuenta con servicio de envió a domicilio		5	
Extras	2	Cuenta con percheros para las prendas de los clientes		2	
Pago	10	Acepta pago con tarjeta de débito o crédito		8	
		Acepta pago en efectivo		2	
		Acepta pago con algún otro medio			
De mesa	8	Atención directa en la mesa por parte del personal		8	
De mostrador	5	Atención por parte del personal directamente en el mostrador o barra		5	
30					
Servicios					





Suministros	100	Consumibles	100	Materia Prima	60	Servilletas	20
						Agitadores	15
Limpieza	40					¿El sanitario cuenta con popotes?	10
						¿El sanitario cuenta con sobres de azúcar?	15
						¿El sanitario cuenta con toallas de papel para secar las manos?	10
Materia Prima	60					¿El sanitario cuenta con jabón para las manos?	15
						¿El sanitario cuenta con papel de baño?	15
Carta	5					El establecimiento cuenta con carta para ver el menú y los productos que se ofrecen.	5
Vajilla	5					Cuenta con platos, tazas y vasos de cerámica o cristal	3
						Cuenta con platos, tazas y vasos de plástico	2
Caja	5					Cuenta con caja registradora	1
						Cuenta con terminal punto de venta	3
						Cuenta con terminal bancaria	1
Refrigeración	10					Cuenta con refrigerador	3
						Cuenta con congelador	2
						Cuenta con vitrina refrigerada	3
						Cuenta con fabricadora de hielo	1
						Cuenta con granizadora	1
Cocina	15					Tiene licuadora	5
						Tiene horno de convección	4
						Tiene horno de microondas	4
						Tiene crepera	2
Tostador	5					En el establecimiento se cuenta con su propio tostador de café	5
Molino	10					Cuenta con molino para moler café en el momento de la preparación de bebidas	10

# **ANEXO 2**

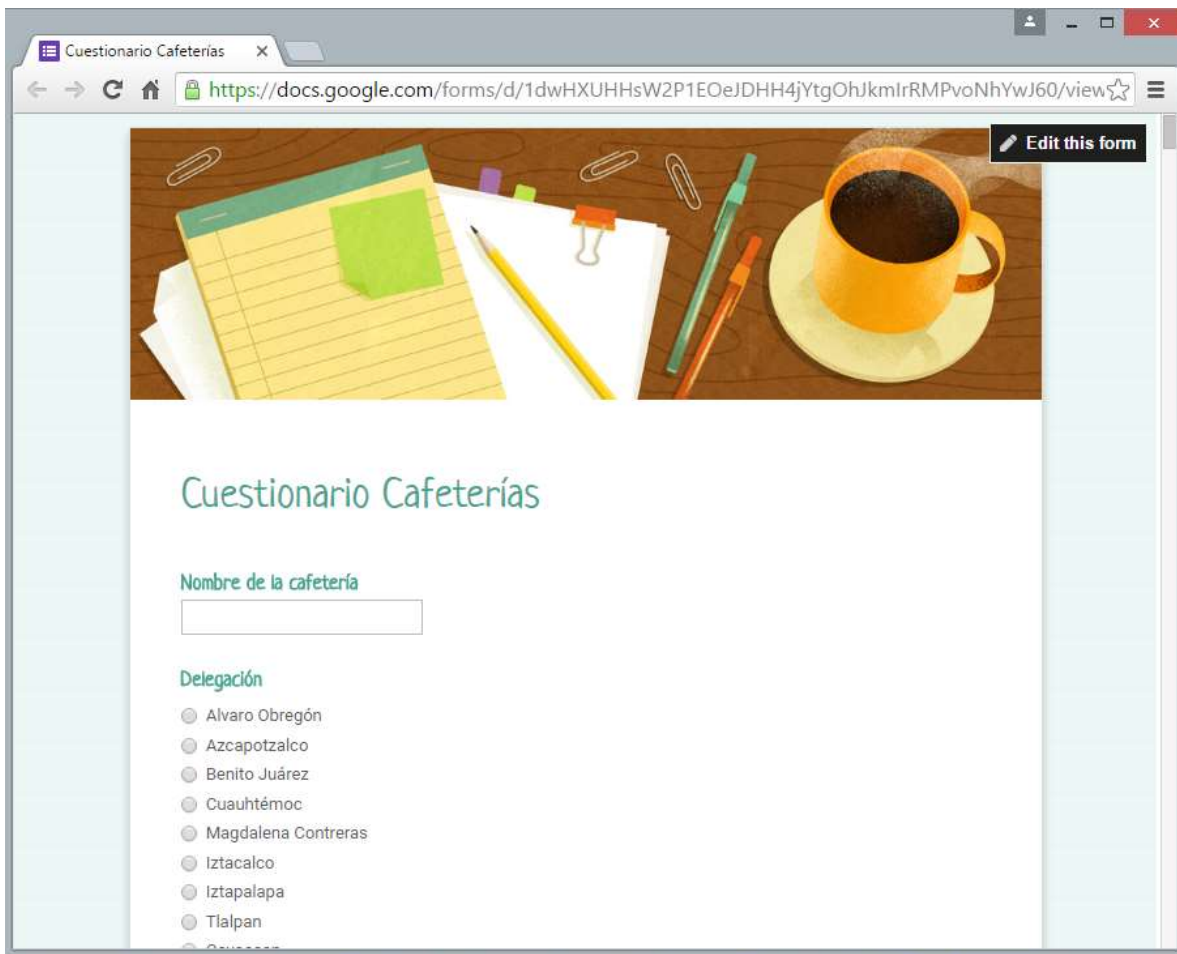
## **Cuestionario en línea**

El cuestionario en línea que se elaboró para este estudio puede ser consultado en el siguiente link:

<https://docs.google.com/forms/d/1dwHXUHHsW2P1EOeJDHH4jYtgOhJkmIrRMPvoNhYwJ60/viewform?c=0&w=1>

El cual se llena en línea a través de la plataforma Google Forms disponible en internet y que permite que dicho cuestionario se pueda enviar por correo o a través de un link, el cual se puede llenar en una computadora o bien desde un teléfono celular con internet; esta plataforma recopila la información y permite descargarla en el programa de Microsoft Excel para su manejo y análisis.

Este cuestionario se ve de la siguiente forma:



The image shows a screenshot of a Google Forms questionnaire titled "Cuestionario Cafeterías". The form is displayed in a web browser window. The header of the form features a decorative image of a wooden desk with a yellow notepad, a yellow pencil, a green pen, an orange pen, and a cup of coffee. Below the image, the title "Cuestionario Cafeterías" is displayed in a teal font. The first question is "Nombre de la cafetería", which is a text input field. The second question is "Delegación", which is a radio button selection. The options for "Delegación" are: Alvaro Obregón, Azcapotzalco, Benito Juárez, Cuauhtémoc, Magdalena Contreras, Iztacalco, Iztapalapa, Tlalpan, and Cuajalajara. The "Edit this form" button is visible in the top right corner of the form area.

Cuestionario Cafeterías

<https://docs.google.com/forms/d/1dwHXUHHsW2P1EOeJDHH4jYtgOhJkmlrRMPvoNhYwJ60/viewform>

Venta de café americano

Sí

No

Venta de café express

Sí

No

Venta de café latte

Sí

No

Venta de café capuchino

Sí

No

Venta de café capuchino de sabores

Sí

No

Venta de café con leche

Sí

No

Venta de café vienes (chocolate con café)

Sí

Cuestionario Cafeterías

https://docs.google.com/forms/d/1dwHXUHHsW2P1EOeJDHH4jYtgOhJkmlrRMPvoNhYwJ60/viewform

Cuentan con agitadores

Sí

No

Cuentan con popotes

Sí

No

Cuentan con sobres de azúcar

Sí

No


El establecimiento cuenta con servicio a domicilio

Sí

No

**Submit**

*Never submit passwords through Google Forms.*

Powered by  Google Forms

This content is neither created nor endorsed by Google.  
[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)

# **ANEXO 3**

## **Respuestas del cuestionario**

RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	2	3	4	5	6	7	8
No.	Nombre de la cafetería	Fecha	Delegación	Dirección del lugar y referencias	Se encuentra ubicado cerca de calles principales y otros medios de acceso como metro, etc.	La forma de llegar al establecimiento es	Cuenta con letrero con nombre visible del establecimiento	Tipo de zona
1	Cafe & sucre	10/27/2015 0:03:40	Alvaro Obregón	Calle rosa blanca col. Alfonso XIII	Si	Moderadamente fácil de llegar	Si	Escolar
2	Finca Santa Veracruz	11/11/2015 19:41:56	Miguel Hidalgo	José María Vigil esquina con Av. Patriotismo	Si	Sencillo de llegar	Si	Oficinas
3	Cafe en clave	11/1/2015 22:52:57	Azcapotzalco	Clavería casi esquina trapuato, colonia clavería	Si	Moderadamente fácil de llegar	Si	Comercial
4	A la taza	11/2/2015 13:55:37	Venustiano Carranza	Iglesias Calderón entre Eje 2 sur y Genaro García	NO	Moderadamente fácil de llegar	Si	Habitacional
5	Bistro café exprés	11/2/2015 19:03:52	Xochimilco	Guadalupe I Ramírez	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
6	Cafetería El Golpe	10/18/2015 22:10:21	Miguel Hidalgo	Comercio 86	Si	Sencillo de llegar	Si	Parque
7	NOPAL CON TUNAS	11/12/2015 20:20:05	Benito Juárez	DIAGONAL SAN ANTONIO ESQUINA XOCHICALCO	Si	Moderadamente fácil de llegar	Si	Habitacional
8	Juan Valdez Reforma	11/14/2015 13:39:04	Cuauhtémoc	Reforma casi esq four seasons	Si	Sencillo de llegar	NO	Oficinas
9	Rococo café	11/17/2015 18:34:41	Cuauhtémoc	Juan de la barrera, frente al parque España	Si	Sencillo de llegar	Si	Parque
10	Café Jekemir	11/19/2015 11:50:45	Cuauhtémoc	Isabel la católica 88	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
11	El ilusionista	11/20/2015 19:27:34	Miguel Hidalgo	Progreso esq carlos b zetina	NO	Sencillo de llegar	Si	Comercial
12	Cardinal casa de café	11/21/2015 15:30:38	Cuauhtémoc	Córdoba 123	NO	Sencillo de llegar	Si	Parque
13	Almanegra	11/22/2015 18:30:11	Benito Juárez	Universidad casi esquina eje 5	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
14	Cielito querido café	11/22/2015 19:25:14	Iztapalapa	Parque tezontle	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
15	Starbucks Tezontle	11/22/2015 19:57:55	Iztapalapa	Parque tezontle	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
16	PASSMAR	11/22/2015 20:18:16	Benito Juárez	ercado Lazaro Cardenas, Calle Adolfo Prieto S/N Local 237, Benito Juárez, Del Valle, 03100 Ciudad de México, D.F.	Si	Complicado de llegar	NO	Comercial
17	Starbucks xola	10/18/2015 17:47:41	Benito Juárez	Anaxagoras y xola, narva rte	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
18	Jarocho	11/23/2015 18:44:10	Coyoacan	Miguel Angel de quevedo, barrio niño Jesús	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
19	Cafetzalli	11/23/2015 18:58:36	Coyoacan	Miguel Angel de quevedo, villa coyoacan	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
20	Starbucks Coyoacan	11/23/2015 19:08:15	Coyoacan	Miguel Angel de quevedo, coyoacan	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
21	Central de autobuses del sur	11/23/2015 19:21:21	Coyoacan	Central de autobuses del sur Puerta 3-Llegadas	Si	Sencillo de llegar	NO	Turística
22	Deli cafe	11/25/2015 18:27:06	Cuajimalpa de Morelos	Guillermo gonzalez camarena, santa fe	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
23	Juan valdez Santa Fé	11/25/2015 18:32:51	Alvaro Obregón	Vasco de quiroga, santa fe	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
24	Café Gran premio	11/26/2015 17:25:49	Cuauhtémoc	Cerca del metrobus reforma	Si	Sencillo de llegar	Si	Oficinas
25	Sangre de mi alma	11/27/2015 11:38:26	Gustavo A. Madero	Bogotá 649 lindavista	Si	Sencillo de llegar	Si	Habitacional
26	Crepe& waffles	11/27/2015 12:28:48	Gustavo A. Madero	Parque lindavista	Si	Sencillo de llegar	Si	Comercial
27	Café de mis recuerdos	11/30/2015 19:08:40	Benito Juárez	Moras 621 col.Del Valle	Si	Sencillo de llegar	Si	Habitacional
28	Drip specialty coffee	12/01/2015 09:36	Cuauhtémoc	Río Lerma 45	NO	Moderadamente fácil de llegar	Si	Oficinas
29	Katsina	12/01/2015 22:46	Tlalpan	Francisco I Madero 15, Tlalpan centro I	NO	Moderadamente fácil de llegar	Si	Turística
30	La selva café	12/01/2015 23:23	Tlalpan	Plaza de la Constitución 17 local F, Tlalpan centro	NO	Moderadamente fácil de llegar	Si	Turística
31	Imbranato caffè	12/02/2015 00:00	Gustavo A. Madero	Ricarte 359-3, lindavista	Si	Sencillo de llegar	Si	Escolar
32	D`sharys	04/04/2016 15:59	Iztapalapa	Camino a Santa Cruz No.77	Si	Moderadamente fácil de llegar	Si	Habitacional
33	CAFE LuNa	04/06/2016 18:59	Iztapalapa	Villa del mar, barrio san antonio	Si	Moderadamente fácil de llegar	Si	Escolar
34	salamandra	4/26/2016 16:43:44	Tlahuac	fracisco jimenes	NO	Complicado de llegar	Si	Habitacional
35	Un cafecito pai frijol	4/26/2016 16:54:16	Azcapotzalco	Av maestros	Si	Sencillo de llegar	Si	Escolar
36	el cielo	05/03/2016 20:07	Iztapalapa	A una calle de plaza oriente	Si	Moderadamente fácil de llegar	Si	Turística
37	Queremos panqué	06/01/2016 10:41	Venustiano Carranza	Cucurpe 1418	Si	Moderadamente fácil de llegar	NO	Habitacional
38	El detalle	06/01/2016 11:50	Iztacalco	Playa roqueta 3, militar marte	Si	Sencillo de llegar	Si	Habitacional
39	Cafetería Vanilla Bakery	06/01/2016 12:42	Iztacalco	Plutarco Elias calles a una cuadra del parque de los patos Retorno 18 Fray Servando Teresa de Mier 3 Local B, Jardín Balbuena	Si	Sencillo de llegar	Si	Parque
40	Caffé Di Arezzo	06/01/2016 17:18	Venustiano Carranza		Si	Sencillo de llegar	Si	Habitacional
41	Cultura, ideas y café	06/02/2016 23:31	Gustavo A. Madero	Ing Carlos Daza 202	NO	Moderadamente fácil de llegar	Si	Parque

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	9	10	11	12	13	14
No.	Nombre de la cafetería	Tipo de ubicación	Tipo de personas que consumen en el establecimiento	¿Existen otras cafeterías en las cercanías a este establecimiento?	¿El establecimiento promueve el consumo de café?	¿Cuentan con programas de protección del medio ambiente?	¿Cuentan con programas de apoyo a la salud?
1	Cafe & sucre	Local en calle	Vecinos	NO	Si	NO	NO
2	Finca Santa Veracruz	Local en calle	Oficinistas	Si	Si	NO	NO
3	Cafe en clave	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	NO	NO
4	A la taza	Local en calle	Colonos	Si	Si	Si	NO
5	Bistro café exprés	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	NO	NO
6	Cafetería El Golpe	Local en calle	Vecinos	NO	NO	NO	NO
7	NOPAL CON TUNAS	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	NO	NO
8	Juan Valdez Reforma	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	Si	NO
9	Rococo café	Local en calle	Empresarios	Si	Si	NO	NO
10	Café Jekemir	Local en calle	Empresarios	Si	Si	NO	Si
11	El ilusionista	Local en calle	Oficinistas	Si	Si	NO	NO
12	Cardinal casa de café	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	NO	NO
13	Almanegra	Local en calle	Oficinistas	Si	Si	NO	NO
14	Cielito querido café	Centro comercial	Transeuntes	Si	Si	NO	NO
15	Starbucks Tezontle	Centro comercial	Transeuntes	Si	Si	Si	NO
16	PASSMAR	MERCADO PUBLICO	Transeuntes	Si	Si	Si	NO
17	Starbucks xola	Local en calle	Oficinistas	Si	NO	Si	Si
18	Jarocho	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	Si	Si
19	Cafetzalli	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	Si	Si
20	Starbucks Coyoacan	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	Central de autobuses	Oficinistas	Si	NO	NO	NO
22	Deli cafe	Centro comercial	Oficinistas	Si	Si	Si	NO
23	Juan valdez Santa Fé	Centro comercial	Oficinistas	Si	Si	Si	Si
24	Café Gran premio	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	NO	NO
25	Sangre de mi alma	Local en calle	Oficinistas	Si	Si	NO	NO
26	Crepe& waffles	Centro comercial	Oficinistas	Si	Si	NO	NO
27	Café de mis recuerdos	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	NO	NO
28	Drip specialty coffee	Local en calle	Estudiantes	Si	Si	NO	NO
29	Katsina	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	Si	NO
30	La selva café	Local en calle	Transeuntes	Si	Si	Si	NO
31	Imbranato coffe	Local en calle	Estudiantes	Si	NO	NO	NO
32	D'sharys	Local en calle	Estudiantes	NO	Si	NO	NO
33	CAFE LuNa	Local en calle	Estudiantes	NO	Si	NO	NO
34	salamandra	Local en calle	Estudiantes	NO	Si	NO	NO
35	Un cafecito pal frijol	Local en calle	Estudiantes	NO	NO	NO	NO
36	el cielo	Local en calle	Estudiantes	NO	Si	NO	NO
37	Queremos panqué	Local en calle	Transeuntes	Si	NO	NO	NO
38	El detalle	Local en calle	Transeuntes	NO	Si	NO	NO
39	Cafetería Vanilla Bakery	Local en calle	Transeuntes	NO	Si	NO	NO
40	Caffé Di Arezzo	Local en calle	Todos los anteriores	Si	Si	NO	NO
41	Cultura, ideas y café	Local en calle	Transeuntes	Si	NO	NO	NO



RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	15	16	17	18	19	20
No.	Nombre de la cafetería	¿Cuentan con programas de apoyo a las comunidades?	¿Cuenta con productos de Comercio Justo?	¿Cuenta con productos orgánicos?	¿La organización cuenta con Misión?	¿La empresa tiene Visión?	¿Se tiene valores definidos?
1	Cafe & sucre	NO	NO	NO	NO	NO	No
2	Finca Santa Veracruz	NO	NO	NO	NO	Si	No
3	Cafe en clave	NO	NO	NO	NO	NO	No
4	A la taza	NO	Si	NO	Si	Si	Si
5	Bistro café exprés	NO	NO	NO	Si	Si	Si
6	Cafetería El Golpe	NO	NO	NO	NO	NO	No
7	NOPAL CON TUNAS	NO	NO	NO	NO	NO	No
8	Juan Valdez Reforma	Si	NO	Si	NO	Si	Si
9	Rococo café	NO	NO	Si	Si	Si	Si
10	Café Jekemir	Si	NO	NO	NO	NO	No
11	El ilusionista	NO	NO	Si	NO	NO	No
12	Cardinal casa de café	Si	NO	NO	NO	NO	No
13	Almanegra	NO	NO	NO	NO	NO	No
14	Cielito querido café	Si	NO	NO	NO	NO	No
15	Starbucks Tezontle	Si	Si	NO	Si	Si	Si
16	PASSMAR	NO	NO	NO	NO	NO	No
17	Starbucks xola	Si	Si	NO	Si	Si	Si
18	Jarocho	Si	Si	NO	NO	NO	No
19	Cafetzalli	Si	Si	Si	NO	NO	No
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	NO	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	NO	NO	NO	NO	NO	No
22	Deli cafe	NO	Si	NO	Si	Si	Si
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	NO	Si	Si	Si
24	Café Gran premio	NO	NO	NO	NO	NO	No
25	Sangre de mi alma	NO	NO	NO	NO	NO	No
26	Crepe& waffles	NO	NO	NO	Si	Si	Si
27	Café de mis recuerdos	NO	NO	NO	NO	NO	No
28	Drip specialty coffee	NO	NO	NO	Si	Si	Si
29	Katsina	NO	NO	Si	NO	NO	No
30	La selva café	Si	Si	Si	Si	Si	Si
31	Imbranato caffe	NO	NO	NO	NO	NO	No
32	D`sharys	NO	Si	Si	NO	NO	No
33	CAFE LuNa	NO	Si	Si	NO	NO	No
34	salamandra	NO	NO	Si	NO	NO	No
35	Un cafecito pai frijol	NO	NO	NO	NO	NO	No
36	el cielo	NO	NO	Si	NO	NO	No
37	Queremos panqué	NO	NO	NO	NO	NO	No
38	El detalle	NO	NO	NO	NO	NO	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	NO	NO	NO	NO	NO	No
40	Caffé Di Arezzo	NO	NO	Si	NO	NO	No
41	Cultura, ideas y café	NO	NO	NO	NO	NO	No

RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	21	22	23	24	25	26
No.	Nombre de la cafetería	¿Se cuenta con procedimientos bien definidos para la elaboración de los productos y servicios?	¿El personal cuenta con la experiencia necesaria en el desarrollo de las actividades?	¿Considera que el personal tiene conocimiento de sus procesos y actividades?	¿El personal del establecimiento es suficiente para la atención?	¿El personal del establecimiento cuenta con baristas certificados?	¿El personal se encuentra uniformado?
1	Cafe & sucre	No	Si	Si	No	No	No
2	Finca Santa Veracruz	Si	Si	No	Si	No	Si
3	Cafe en clave	Si	Si	Si	Si	No	No
4	A la taza	Si	Si	Si	Si	No	Si
5	Bistro café exprés	Si	Si	Si	Si	No	No
6	Cafetería El Golpe	Si	Si	Si	Si	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	Si	Si	Si	Si	No	Si
8	Juan Valdez Reforma	Si	Si	Si	Si	No	Si
9	Rococo café	Si	Si	Si	Si	Si	No
10	Café Jekemir	Si	Si	Si	Si	No	Si
11	El ilusionista	Si	Si	Si	Si	No	Si
12	Cardinal casa de café	Si	Si	Si	Si	Si	Si
13	Almanegra	Si	Si	Si	Si	Si	No
14	Cielito querido café	Si	Si	Si	Si	Si	Si
15	Starbucks Tezontle	Si	Si	Si	Si	Si	Si
16	PASSMAR	Si	Si	Si	Si	Si	Si
17	Starbucks xola	Si	Si	Si	Si	No	Si
18	Jarocho	Si	Si	Si	Si	No	No
19	Cafetzalli	Si	Si	Si	Si	Si	Si
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si	Si	No	Si
21	Central de autobuses del sur	Si	Si	Si	Si	No	Si
22	Deli cafe	Si	Si	Si	Si	No	Si
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	Si	Si	No	Si
24	Café Gran premio	Si	Si	Si	Si	No	Si
25	Sangre de mi alma	Si	Si	Si	Si	No	No
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	Si	No	Si
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	Si	Si	No	Si
28	Drip specialty coffee	Si	Si	Si	Si	Si	No
29	Katsina	Si	Si	Si	Si	Si	Si
30	La selva café	Si	Si	Si	Si	No	Si
31	Imbranato coffe	Si	Si	Si	Si	No	No
32	D`sharys	No	Si	Si	Si	No	No
33	CAFE LuNa	Si	Si	Si	Si	No	No
34	salamandra	No	Si	Si	Si	No	No
35	Un cafecito pal frijol	Si	Si	Si	Si	No	No
36	el cielo	Si	Si	Si	Si	No	Si
37	Queremos panqué	Si	Si	Si	Si	No	No
38	El detalle	Si	Si	Si	Si	No	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	Si	Si	Si	No	No
40	Caffé Di Arezzo	Si	No	No	No	No	Si
41	Cultura, ideas y café	Si	Si	Si	Si	No	No

RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	27	28	29	30	31	32
No.	Nombre de la cafetería	¿El personal cuenta con buena presentación?	¿El personal brinda servicio de forma atenta y amable?	Número de personas en la operación del establecimiento	¿El establecimiento cuenta con anuncios, letreros o algún medio vistoso que dé a conocer sus productos?	Cuenta con pagina web	Cuenta con participación en redes sociales
1	Cafe & sucre	Si	Si	2	No	No	Si
2	Finca Santa Veracruz	Si	Si	2	No	Si	Si
3	Cafe en clave	Si	Si	4	No	Si	Si
4	A la taza	Si	Si	4	Si	Si	Si
5	Bistro café exprés	Si	Si	1	Si		Si
6	Cafetería El Golpe	Si	Si	2	Si	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	Si	Si	5	Si	No	Si
8	Juan Valdez Reforma	Si	Si	5	Si	Si	Si
9	Rococo café	Si	Si	3	Si	Si	Si
10	Café Jekemir	Si	Si	10	Si	Si	Si
11	El ilusionista	Si	Si	2	Si	Si	Si
12	Cardinal casa de café	No	Si	3	Si	No	Si
13	Almanegra	No	Si	3	Si	Si	Si
14	Cielito querido café	Si	Si	5	Si	Si	Si
15	Starbucks Tezontle	Si	Si	4	Si	Si	Si
16	PASSMAR	Si	Si	12	Si	Si	Si
17	Starbucks xola	Si	Si	5	Si	Si	Si
18	Jarocho	No	Si	6	Si	Si	Si
19	Cafetzalli	Si	Si	3	Si	Si	Si
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	6	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	Si	Si	1	Si	No	No
22	Deli cafe	Si	Si	4	Si	Si	Si
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	3	Si	Si	Si
24	Café Gran premio	Si	Si	10	Si	No	Si
25	Sangre de mi alma	Si	Si	3	Si	Si	Si
26	Crepe& waffles	Si	Si	15	Si	Si	Si
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	2	Si	Si	Si
28	Drip specialty coffee	No	Si	2	Si	Si	Si
29	Katsina	Si	Si	5	Si	Si	Si
30	La selva café	Si	Si	4	No	Si	Si
31	Imbranato coffe	Si	Si	2	Si	No	Si
32	D`sharys	Si	Si	2	No	No	No
33	CAFE LuNa	Si	Si	4	No	No	No
34	salamandra	Si	Si	3	Si	No	No
35	Un cafecito pal frijol	Si	Si	2	No	No	Si
36	el cielo	Si	Si	3	Si	Si	Si
37	Queremos panqué	Si	Si	3	No	No	Si
38	El detalle	Si	Si	1	Si	No	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	Si	1	Si	No	Si
40	Caffé Di Arezzo	Si	No	5	Si	No	No
41	Cultura, ideas y café	Si	Si	3	Si	No	Si

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	33	34	35	36	37	38
No.	Nombre de la cafetería	¿El establecimiento cuenta con promociones u ofertas de los productos?	¿El mostrador se encontraba limpio?	¿Los exhibidores se encontraban limpios?	¿El baño se encontraba limpio?	¿El piso se encontraba limpio?	¿Las mesas se encontraban limpias?
1	Cafe & sucre	Si	Si	Si	Si	Si	Si
2	Finca Santa Veracruz	No	Si	Si	Si	Si	Si
3	Cafe en clave	No	Si	Si	Si	Si	Si
4	A la taza	No	Si	Si	Si	Si	Si
5	Bistro café exprés	No	Si	Si		Si	Si
6	Cafetería El Golpe	No	Si	Si		Si	Si
7	NOPAL CON TUNAS	No	Si	Si	Si	Si	Si
8	Juan Valdez Reforma	No	Si	Si	Si	Si	Si
9	Rococo café	No	Si	Si	Si	Si	Si
10	Café Jekemir	No	Si	Si	Si	Si	Si
11	El ilusionista	No	Si	Si	No	Si	Si
12	Cardinal casa de café	No	Si	Si	Si	Si	Si
13	Almanegra	No	Si	Si	No	Si	Si
14	Cielito querido café	No	Si	Si	No	Si	Si
15	Starbucks Tezontle	No	Si	Si	No	No	No
16	PASSMAR	No	Si	Si	Si	Si	Si
17	Starbucks xola	No	Si	Si	Si	Si	Si
18	Jarocho	No	No	No	No	No	No
19	Cafetzalli	Si	Si	Si	No	Si	Si
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	No	Si	Si	No	Si	No
22	Deli cafe	Si	Si	Si	Si	Si	Si
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	Si	Si	Si	Si
24	Café Gran premio	No	Si	Si	No	Si	Si
25	Sangre de mi alma	Si	Si	Si	Si	Si	Si
26	Crepe& waffles	No	Si	Si	Si	Si	Si
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	Si	Si	Si	Si
28	Drip specialty coffee	No	Si	Si	No	No	No
29	Katsina	Si	Si	Si	Si	Si	Si
30	La selva café	No	Si	Si	Si	Si	Si
31	Imbranato coffe	No	No	No	No	Si	No
32	D`sharys	Si	Si	Si	Si	Si	No
33	CAFE LuNa	No	Si	Si	Si	Si	Si
34	salamandra	Si	Si	Si	Si	Si	Si
35	Un cafecito pai frijol	No	Si	Si	Si	Si	Si
36	el cielo	Si	Si	Si	Si	Si	Si
37	Queremos panqué	No	Si	Si	Si	No	Si
38	El detalle	No	Si	Si	No	Si	Si
39	Cafetería Vanilla Bakery	No	Si	Si	Si	Si	Si
40	Caffé Di Arezzo	Si	Si	Si	Si	Si	Si
41	Cultura, ideas y café	No	Si	Si	Si	Si	Si

RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	39	40	41	42	43	44
No.	Nombre de la cafetería	De forma general, considera que el establecimiento	Considera que el mobiliario del establecimiento (sillas, mesas, muebles, exhibidores, etc.) se encuentran	Considera que las instalaciones del establecimiento (lamparas, piso, techo, paredes, baño, etc.) se encuentran	¿Se realizan actividades de mantenimiento preventivo, predictivo y correctivo de las instalaciones de forma regular y programada?	¿Cuenta con equipo de videovigilancia?	¿Cuenta con personal de seguridad?
1	Cafe & sucre	Se encuentra muy limpio	Excelente estado, casi como nuevo	Excelente estado, casi como nuevo	No	No	No
2	Finca Santa Veracruz	Se encuentra con limpieza adecuada	Buen estado	Buen estado	No	Si	No
3	Cafe en clave	Se encuentra con limpieza adecuada	Buen estado	Buen estado	No	No	No
4	A la taza	Se encuentra muy limpio	Buen estado	Buen estado	Si	Si	No
5	Bistro café exprés	Se encuentra muy limpio	Buen estado	Buen estado	No	No	No
6	Cafetería El Golpe	Se encuentra con limpieza adecuada	Buen estado	Buen estado	No	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	Se encuentra con limpieza adecuada	Buen estado	Buen estado	Si	No	No
8	Juan Valdez Reforma	Se encuentra con limpieza adecuada	Buen estado	Excelente estado, casi como nuevo	Si	Si	Si
9	Rococo café	Se encuentra con limpieza adecuada	Buen estado	Buen estado	Si	No	No
10	Café Jekemir	adecuada	Buen estado	nuevo	Si	Si	Si
11	El ilusionista	adecuada	Buen estado	nuevo	Si	Si	No
12	Cardinal casa de café	adecuada	Buen estado	nuevo	Si	Si	No
13	Almanegra	Se encuentra muy limpio	Buen estado	nuevo	Si	Si	No
14	Cielito querido café	adecuada	nuevo	nuevo	Si	Si	No
15	Starbucks Tezontle	adecuada	Buen estado	nuevo	Si	Si	No
16	PASSMAR	Se encuentra con limpieza adecuada	Buen estado	Buen estado	Si	No	No
17	Starbucks xola	adecuada	Buen estado	Buen estado	Si	Si	Si
18	Jarocho	Se encuentra sucio	Buen estado	Mal estado	No	No	No
19	Cafetzalli	Se encuentra muy limpio	nuevo	nuevo	Si	No	No
20	Starbucks Coyoacan	adecuada	Buen estado	Buen estado	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	adecuada	Buen estado	nuevo	No	No	No
22	Deli cafe	Se encuentra muy limpio	nuevo	nuevo	Si	Si	No
23	Juan valdez Santa Fé	Se encuentra muy limpio	nuevo	nuevo	Si	No	No
24	Café Gran premio	adecuada	Buen estado	Buen estado	No	Si	No
25	Sangre de mi alma	Se encuentra muy limpio	nuevo	nuevo	No	Si	No
26	Crepe& waffles	adecuada	Buen estado	nuevo	Si	Si	No
27	Café de mis recuerdos	Se encuentra muy limpio	nuevo	nuevo	Si	No	No
28	Drip specialty coffee	Se encuentra muy limpio	nuevo	nuevo	No	No	No
29	Katsina	Se encuentra muy limpio	nuevo	nuevo	Si	Si	No
30	La selva café	adecuada	Buen estado	Buen estado	Si	Si	No
31	Imbranato caffe	Se encuentra sucio	Buen estado	Buen estado	No	No	No
32	D'sharys	adecuada	Buen estado	Buen estado	Si	No	No
33	CAFE LuNa	adecuada	Buen estado	Buen estado	Si	No	No
34	salamandra	Se encuentra muy limpio	Buen estado	nuevo	Si	No	No
35	Un cafecito pal frijol	adecuada	Buen estado	Buen estado	No	No	No
36	el cielo	Se encuentra muy limpio	Buen estado	Buen estado	Si	No	No
37	Queremos panqué	adecuada	Buen estado	Buen estado	No	No	No
38	El detalle	adecuada	Buen estado	Buen estado	No	No	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	Se encuentra con limpieza adecuada	Buen estado	Buen estado	No	No	No
40	Caffé Di Arezzo	Se encuentra con limpieza adecuada	Buen estado	Buen estado	No	No	No
41	Cultura, ideas y café	adecuada	Buen estado	Buen estado	No	No	No

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	45	46	47	48	49	50
No.	Nombre de la cafetería	Venta de café americano	Venta de café express	Venta de café latte	Venta de café capuchino	Venta de café capuchino de sabores	Venta de café con leche
1	Cafe & sucre	Si	Si	Si	Si	Si	Si
2	Finca Santa Veracruz	Si	Si	Si	Si	Si	Si
3	Cafe en clave	Si	Si	Si	Si	Si	Si
4	A la taza	Si	Si	Si	Si	Si	Si
5	Bistro café exprés	Si	Si	Si	Si	Si	No
6	Cafetería El Golpe	Si	Si	Si	Si	Si	Si
7	NOPAL CON TUNAS	Si	Si	Si	Si	Si	No
8	Juan Valdez Reforma	Si	Si	Si	Si	Si	Si
9	Rococo café	Si	Si	Si	Si	Si	No
10	Café Jekemir	Si	Si	Si	Si	Si	Si
11	El ilusionista	Si	Si	Si	Si	No	Si
12	Cardinal casa de café	Si	Si	Si	Si	No	Si
13	Almanegra	Si	Si	Si	Si	No	Si
14	Cielito querido café	Si	Si	Si	Si	Si	Si
15	Starbucks Tezontle	Si	Si	Si	Si	Si	No
16	PASSMAR	Si	Si	Si	Si	Si	No
17	Starbucks xola	Si	Si	Si	Si	Si	No
18	Jarocho	Si	Si	Si	Si	Si	Si
19	Cafetzalli	Si	Si	Si	Si	Si	Si
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	Si	Si	No	Si	Si	No
22	Deli cafe	Si	Si	Si	Si	Si	Si
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	Si	Si	Si	Si
24	Café Gran premio	Si	Si	No	Si	Si	No
25	Sangre de mi alma	Si	Si	Si	Si	Si	No
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	Si	Si	Si
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	Si	Si	Si	Si
28	Drip specialty coffee	Si	Si	Si	Si	Si	Si
29	Katsina	Si	Si	Si	Si	No	Si
30	La selva café	Si	Si	Si	Si	Si	Si
31	Imbranato coffe	Si	Si	Si	Si	Si	Si
32	D`sharys	Si	Si	Si	Si	Si	No
33	CAFE LuNa	Si	Si	Si	Si	Si	Si
34	salamandra	Si	No	Si	Si	Si	Si
35	Un cafecito pal frijol	Si	Si	Si	Si	Si	Si
36	el cielo	Si	Si	Si	Si	Si	Si
37	Queremos panqué	Si	Si	No	Si	Si	Si
38	El detalle	Si	Si	Si	Si	Si	Si
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	Si	Si	Si	Si	Si
40	Caffé Di Arezzo	Si	Si	Si	Si	Si	Si
41	Cultura, ideas y café	Si	Si	Si	Si	Si	No

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	51	52	53	54	55	56
No.	Nombre de la cafetería	Venta de café vienes (chocolate con café)	Venta de Frappes con café (hielo molido con sabor capuchino o moka)	Venta de Bebidas frías con café (Frio o con hielo, pero líquido con sabor capuchino o moka)	Venta de Bebidas con chocolate	Venta de Frappes de sabores	Venta de Malteadas
1	Cafe & sucre	Si	Si	Si	Si	No	Si
2	Finca Santa Veracruz	Si	Si	Si	Si	Si	No
3	Cafe en clave	Si	Si	Si	Si	Si	Si
4	A la taza	Si	Si	Si	Si	Si	Si
5	Bistro café exprés	No	Si	Si	Si	Si	Si
6	Cafetería El Golpe	Si	No	No	Si	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	No	Si	Si	Si	Si	No
8	Juan Valdez Reforma	Si	Si	Si	Si	Si	No
9	Rococo café	Si	No	No	Si	No	No
10	Café Jekemir	No	Si	Si	No	Si	No
11	El ilusionista	No	Si	Si	No	No	No
12	Cardinal casa de café	Si	Si	Si	Si	No	No
13	Almanegra	Si	No	Si	Si	No	No
14	Cielito querido café	Si	Si	Si	Si	Si	No
15	Starbucks Tezontle	No	Si	Si	Si	Si	No
16	PASSMAR	Si	Si	Si	Si	No	No
17	Starbucks xola	Si	Si	Si	Si	Si	No
18	Jarocho	Si	Si	Si	Si	Si	No
19	Cafetzalli	Si	Si	Si	Si	No	No
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	No	Si	Si	Si	Si	No
22	Deli cafe	Si	Si	Si	Si	Si	Si
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	Si	Si	Si	Si
24	Café Gran premio	No	Si	Si	No	Si	Si
25	Sangre de mi alma	No	Si	No	No	Si	No
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	Si	Si	Si
27	Café de mis recuerdos	No	No	Si	No	No	No
28	Drip specialty coffee	Si	No	No	Si	No	No
29	Katsina	Si	No	Si	Si	No	No
30	La selva café	Si	Si	Si	Si	No	No
31	Imbranato caffe	No	Si	Si	Si	Si	No
32	D`sharys	No	Si	No	Si	No	Si
33	CAFE LuNa	No	Si	No	Si	Si	No
34	salamandra	No	Si	No	Si	Si	No
35	Un cafecito pal frijol	No	Si	No	Si	Si	No
36	el cielo	Si	Si	Si	Si	Si	No
37	Queremos panqué	No	Si	Si	Si	No	No
38	El detalle	Si	Si	Si	Si	Si	Si
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	Si	Si	No	Si	No
40	Caffé Di Arezzo	Si	Si	Si	Si	Si	No
41	Cultura, ideas y café	No	Si	Si	Si	Si	No

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	57	58	59	60	61	62
No.	Nombre de la cafetería	Venta de Esquimos	Venta de Tés	Venta de Infusiones	Venta de Chai	Venta de Sodas italianas	Venta de Smoothies
1	Cafe & sucre	Si	No	No	No	Si	Si
2	Finca Santa Veracruz	No	Si	Si	Si	Si	Si
3	Cafe en clave	No	Si	Si	Si	Si	Si
4	A la taza	No	Si	Si	Si	No	Si
5	Bistro café exprés	No	Si	No	No	No	Si
6	Cafetería El Golpe	No	Si	No	No	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	No	Si	Si	Si	Si	Si
8	Juan Valdez Reforma	No	Si	Si	Si	No	Si
9	Rococo café	No	Si	Si	Si	No	No
10	Café Jekemir	No	Si	Si	Si	Si	Si
11	El ilusionista	No	Si	Si	Si	No	No
12	Cardinal casa de café	No	Si	Si	No	No	Si
13	Almanegra	No	No	Si	No	No	No
14	Cielito querido café	No	Si	Si	Si	No	Si
15	Starbucks Tezontle	No	Si	Si	Si	Si	Si
16	PASSMAR	No	Si	Si	Si	Si	Si
17	Starbucks xola	No	No	No	No	No	Si
18	Jarocho	No	Si	Si	No	No	No
19	Cafetzalli	No	Si	Si	Si	No	No
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	No	Si	No	No	No	Si
22	Deli cafe	No	Si	Si	Si	No	Si
23	Juan valdez Santa Fé	No	Si	Si	Si	No	Si
24	Café Gran premio	Si	Si	Si	No	Si	Si
25	Sangre de mi alma	No	Si	Si	Si	Si	Si
26	Crepe& waffles	No	Si	Si	Si	Si	Si
27	Café de mis recuerdos	No	No	No	No	No	No
28	Drip specialty coffee	No	No	No	No	No	No
29	Katsina	No	Si	Si	Si	No	No
30	La selva café	No	Si	Si	No	No	Si
31	Imbranato coffe	No	Si	No	No	No	No
32	D`sharys	No	Si	No	No	Si	Si
33	CAFE LuNa	No	Si	No	No	No	No
34	salamandra	No	No	No	No	No	No
35	Un cafecito pal frijol	No	Si	No	Si	Si	No
36	el cielo	No	Si	Si	Si	No	Si
37	Queremos panqué	No	Si	No	No	No	No
38	El detalle	Si	Si	Si	Si	Si	Si
39	Cafetería Vanilla Bakery	No	Si	Si	Si	Si	Si
40	Caffé Di Arezzo	No	Si	Si	No	No	No
41	Cultura, ideas y café	No	Si	Si	Si	Si	No



RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	63	64	65	66	67	68
No.	Nombre de la cafetería	Venta de Refrescos	Venta de Agua	Venta de Jugos	Venta de Helados	Venta de alguna otra bebida diferente a las mencionadas anteriormente	Venta de Botanas preempacadas
1	Cafe & sucre	Si	Si	No	No		No
2	Finca Santa Veracruz	Si	Si	No	No		Si
3	Cafe en clave	Si	Si	No	No		No
4	A la taza	Si	Si	Si	Si	no	No
5	Bistro café exprés	No	No	No	No	Sangria, limonada	No
6	Cafetería El Golpe	No	No	No	No	no	No
7	NOPAL CON TUNAS	Si	Si	No	No	NO	No
8	Juan Valdez Reforma	Si	Si	Si	No		No
9	Rococo café	No	Si	No	No	Ristreto	No
10	Café Jekemir	Si	Si	Si	No	Arabe	Si
11	El ilusionista	No	Si	No	No		No
12	Cardinal casa de café	Si	Si	Si	No		No
13	Almanegra	No	Si	No	No		No
14	Cielito querido café	Si	Si	Si	No	Horchata	Si
15	Starbucks Tezontle	Si	Si	Si	No		Si
16	PASSMAR	Si	Si	No	No	ESPECIALIDADES	No
17	Starbucks xola	Si	Si	No	No		Si
18	Jarocho	No	No	No	No		No
19	Cafetzalli	No	No	No	No		No
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si	Si		Si
21	Central de autobuses del sur	Si	Si	Si	No		Si
22	Deli cafe	Si	Si	Si	Si		Si
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	Si	No		No
24	Café Gran premio	Si	Si	Si	Si	Horchata	No
25	Sangre de mi alma	Si	Si	No	No		Si
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	Si		No
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	Si	No	No	No
28	Drip specialty coffee	No	No	No	No		No
29	Katsina	Si	Si	Si	Si		Si
30	La selva café	Si	Si	Si	No		No
31	Imbranato caffe	Si	Si	No	No		No
32	D`sharys	Si	No	Si	No		No
33	CAFE LuNa	Si	Si	Si	No		No
34	salamandra	Si	Si	No	No	no	No
35	Un cafecito pal frijol	Si	Si	No	No		No
36	el cielo	No	Si	Si	No		No
37	Queremos panqué	Si	Si	No	No		No
38	El detalle	Si	Si	No	No		Si
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	Si	Si	No		Si
40	Caffé Di Arezzo	Si	Si	No	No		No
41	Cultura, ideas y café	Si	Si	Si	No		Si

RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	69	70	71	72	73	74
No.	Nombre de la cafetería	Venta de Sandwiches preempacados	Venta de Repostería	Venta de Ensaladas preelaboradas o pre-empacadas	Venta de algun otro alimento preelaborado o pre-empacado además de los mencionados anteriormente	Venta de croissants elaborados en el sitio	Venta de Baguettes elaborados en el sitio
1	Cafe & sucre	No	Si	No		Si	Si
2	Finca Santa Veracruz	No	Si	No		Si	Si
3	Cafe en clave	No	Si	No		Si	Si
4	A la taza	No	No	No	no	Si	Si
5	Bistro café exprés	No	No	No		No	No
6	Cafetería El Golpe	Si	Si	No	no	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	No	Si	No	NO	Si	Si
8	Juan Valdez Reforma	No	Si	No		Si	No
9	Rococo café	No	Si	No		Si	No
10	Café Jekemir	No	Si	No		Si	Si
11	El ilusionista	No	Si	No		No	No
12	Cardinal casa de café	No	Si	No		No	No
13	Almanegra	No	Si	No		No	No
14	Cielito querido café	Si	Si	No	Palanqueta, pretzels	No	No
15	Starbucks Tezontle	Si	Si	No	Mentas, galletas	No	Si
16	PASSMAR	No	Si	No	NO	Si	Si
17	Starbucks xola	Si	Si	No		No	No
18	Jarocho	No	No	No		No	No
19	Cafetzalli	No	Si	No		No	No
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si		No	No
21	Central de autobuses del sur	Si	Si	Si	Papas	No	No
22	Deli cafe	Si	Si	Si		No	No
23	Juan valdez Santa Fé	No	Si	No		No	No
24	Café Gran premio	No	Si	No		Si	Si
25	Sangre de mi alma	No	Si	Si		No	No
26	Crepe& waffles	No	Si	No		No	No
27	Café de mis recuerdos	No	Si	No	Galletas	No	No
28	Drip specialty coffee	No	No	No		No	No
29	Katsina	No	Si	No		Si	Si
30	La selva café	No	Si	No		Si	Si
31	Imbranato coffe	No	Si	No		Si	No
32	D`sharys	No	Si	No		Si	Si
33	CAFE LuNa	No	Si	No		Si	Si
34	salamandra	No	Si	Si	no	Si	No
35	Un cafecito pal frijol	No	Si	No		Si	Si
36	el cielo	No	No	No		No	No
37	Queremos panqué	No	Si	No		No	No
38	El detalle	No	Si	No		Si	Si
39	Cafetería Vanilla Bakery	No	Si	No		Si	Si
40	Caffé Di Arezzo	No	Si	Si		Si	Si
41	Cultura, ideas y café	No	Si	No		Si	Si

RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	75	76	77	78	79	80
No.	Nombre de la cafetería	Venta de Crepas elaborados en el sitio	Venta de Ensaladas elaborados en el sitio	Venta de Sandwiches elaborados en el sitio	Venta de algun otro alimento elaborado en el sitio	¿El establecimiento cuenta con al menos dos tipos de café nacionales? (Veracruz, Oaxaca, Chiapas, etc.)	¿El establecimiento cuenta con al menos dos tipos de café importados? (Colombia, Brasil, India, Etiopia, etc.)
1	Cafe & sucre	Si	Si	Si	Hamburguesas, papas	No	No
2	Finca Santa Veracruz	No	Si	Si	Molletes y sincronizadas	No	No
3	Cafe en clave	Si	Si	Si		No	No
4	A la taza	Si	No	Si	no	Si	Si
5	Bistro café exprés	Si	Si	Si	Hamburguesas, papas, nugets	No	No
6	Cafetería El Golpe	No	No	Si	no	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	Si		Si	CREPAS	No	No
8	Juan Valdez Reforma	No	No	Si		No	Si
9	Rococo café	No	Si	Si	Quesadillas y fruta, lasaña	Si	No
10	Café Jekemir	No	No	Si	Chapata y hojaldra	Si	No
11	El ilusionista	No	No	No	Tartinas	Si	No
12	Cardinal casa de café	No	Si	Si		Si	No
13	Almanegra	No	No	No		Si	No
14	Cielito querido café	No	No	No		Si	No
15	Starbucks Tezontle	No	No	Si		Si	No
16	PASSMAR	No	Si	Si	CHILAQUILES	Si	Si
17	Starbucks xola	No	No	No		No	No
18	Jarocho	No	No	No		No	No
19	Cafetzalli	No	No	No		No	No
20	Starbucks Coyoacan	No	No	No		No	No
21	Central de autobuses del sur	No	No	No		No	No
22	Deli cafe	No	No	No		No	No
23	Juan valdez Santa Fé	No	No	No		No	No
24	Café Gran premio	No	No	No	Sincronizadas	Si	No
25	Sangre de mi alma	No	Si	Si	Enfrijolada, bagel	No	No
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	Huevos	No	No
27	Café de mis recuerdos	No	Si	Si	Tamales	Si	No
28	Drip specialty coffee	No	No	No		Si	Si
29	Katsina	No	Si	Si	Huevos, panini, fruta	Si	Si
30	La selva café	No	Si	Si		Si	No
31	Imbranato coffe	No	No	Si		No	No
32	D`sharys	Si	No	Si		No	No
33	CAFE LuNa	No	No	Si		No	No
34	salamandra	No	Si	Si	no	No	No
35	Un cafecito pai frijol	No	Si	Si		Si	No
36	el cielo	No	No	Si		No	No
37	Queremos panqué	No	No	Si		Si	No
38	El detalle	No	Si	Si	Chapatas	No	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	Si	Si		No	No
40	Caffé Di Arezzo	Si	Si	Si		Si	No
41	Cultura, ideas y café	Si	No	Si		No	No

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	81	82	83	84	85	86
No.	Nombre de la cafetería	Venta de café en grano por peso especificado por el consumidor	Venta de café molido por peso especificado por el consumidor	Venta de café descafeinado por peso especificado por el consumidor	Venta de café en grano previamente empacado	Venta de café molido previamente empacado	Venta de café soluble previamente empacado
1	Cafe & sucre	No	No	No	No	No	No
2	Finca Santa Veracruz	No	No	No	Si	Si	No
3	Cafe en clave	No	No	No	No	No	No
4	A la taza	No	No	No	Si	Si	No
5	Bistro café exprés	No	No	No	No	No	No
6	Cafetería El Golpe	No	No	No	No	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	No	No	No	No		No
8	Juan Valdez Reforma	No	No	No	Si	Si	Si
9	Rococo café	Si	Si	Si	Si	Si	Si
10	Café Jekemir	Si	Si	Si	Si	Si	Si
11	El ilusionista	No	No	No	No	No	No
12	Cardinal casa de café	No	No	No	No	No	No
13	Almanegra	No	No	No	No	No	No
14	Cielito querido café	No	No	No	Si	Si	No
15	Starbucks Tezontle	No	No	No	Si	No	No
16	PASSMAR	Si	Si	Si	No	No	No
17	Starbucks xola	No	No	No	No	Si	No
18	Jarocho	Si	Si	Si	Si	Si	Si
19	Cafetzalli	Si	Si	Si	Si	Si	Si
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	No	No	No	No	Si	No
22	Deli cafe	No	No	No	No	No	No
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	Si	Si	Si	Si
24	Café Gran premio	Si	Si	Si	No	No	No
25	Sangre de mi alma	No	No	No	No	No	No
26	Crepe& waffles	No	No	No	No	No	No
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	Si	No	No	No
28	Drip specialty coffee	No	No	No	No	No	No
29	Katsina	No	No	No	Si	Si	No
30	La selva café	Si	Si	No	Si	Si	No
31	Imbranato coffe	No	No	No	No	No	No
32	D`sharys	No	No	No	No	No	No
33	CAFE LuNa	No	No	No	No	No	No
34	salamandra	No	No	No	No	No	No
35	Un cafecito pai frijol	No	No	No	No	No	No
36	el cielo	No	No	No	No	No	No
37	Queremos panqué	No	No	No	No	No	No
38	El detalle	No	Si	No	No	No	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	No	No	No	No	No	No
40	Caffé Di Arezzo	No	No	No	No	No	No
41	Cultura, ideas y café	No	No	No	No	No	No

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	87	88	89	90	91	92
No.	Nombre de la cafetería	Venta de café descafeinado previamente empacado	Venta de café en alguna otra presentación diferente a las mencionadas anteriormente	Venta de Termos	Venta de Tazas	Venta de Vasos	Venta de Cafeteras
1	Cafe & sucre	No		No	No	No	No
2	Finca Santa Veracruz	No		No	No	No	No
3	Cafe en clave	No		No	No	No	No
4	A la taza	Si	no	No	No	No	No
5	Bistro café exprés	No		No	No	No	No
6	Cafetería El Golpe	No	no	No	No	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	No	NO	No	No	No	No
8	Juan Valdez Reforma	No		No	Si	No	No
9	Rococo café	Si		Si	Si	No	No
10	Café Jekemir	Si		Si	Si	No	Si
11	El ilusionista	No		No	No	No	No
12	Cardinal casa de café	No		No	No	No	No
13	Almanegra	No		No	Si	No	No
14	Cielito querido café	No		No	Si	Si	No
15	Starbucks Tezontle	No		Si	Si	Si	No
16	PASSMAR	No	NO	No	No	No	No
17	Starbucks xola	Si		Si	Si	Si	Si
18	Jarocho	Si		No	No	No	No
19	Cafetzalli	Si		No	No	No	No
20	Starbucks Coyoacan	Si		Si	Si	Si	No
21	Central de autobuses del sur	No		No	No	No	No
22	Deli cafe	No		No	No	No	No
23	Juan valdez Santa Fé	Si		Si	Si	Si	No
24	Café Gran premio	No		No	Si	No	No
25	Sangre de mi alma	No		No	No	No	No
26	Crepe& waffles	No		No	No	No	No
27	Café de mis recuerdos	No	No	No	No	No	No
28	Drip specialty coffee	No		No	No	No	No
29	Katsina	No		No	No	No	No
30	La selva café	No		No	No	No	No
31	Imbranato coffe	No		No	No	No	No
32	D`sharys	No		No	No	No	No
33	CAFE LuNa	No		No	No	No	No
34	salamandra	No	no	No	No	No	No
35	Un cafecito pai frijol	No		No	No	No	No
36	el cielo	No		No	No	No	
37	Queremos panqué	No		No	No	No	No
38	El detalle	No		No	No	No	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	No		Si	Si	No	Si
40	Caffé Di Arezzo	No		No	No	No	No
41	Cultura, ideas y café	No		No	No	No	No

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	93	94	95	96	97	98
No.	Nombre de la cafetería	Venta de refacciones y aditamentos para cafetera	Venta de revistas	Venta de libros	Venta de periódicos	Venta de Cigarros	Venta de Musica
1	Cafe & sucre	No	No	No	No	No	No
2	Finca Santa Veracruz	No	No	No	No	No	No
3	Cafe en clave	No	No	No	No	No	No
4	A la taza	No	No	No	No	No	No
5	Bistro café exprés	No	No	No	No	No	No
6	Cafetería El Golpe	No	No	No	No	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	No	No	No	No	No	No
8	Juan Valdez Reforma	No	No	No	No	No	No
9	Rococo café	Si	No	Si	No	No	No
10	Café Jekemir	Si	No	No	Si	No	No
11	El ilusionista	No	No	No	No	No	No
12	Cardinal casa de café	No	No	No	No	No	No
13	Almanegra	Si	No	No	No	No	No
14	Cielito querido café	Si	Si	No	No	No	No
15	Starbucks Tezontle	No	No	No	No	No	No
16	PASSMAR	No	No	No	No	No	No
17	Starbucks xola	No	Si		No	No	Si
18	Jarocho	No	No	No	No	No	No
19	Cafetzalli	No	No	No	No	No	No
20	Starbucks Coyoacan	No	No	No	No	No	No
21	Central de autobuses del sur	No	No	No	No	No	No
22	Deli cafe	No	No	No	No	No	No
23	Juan valdez Santa Fé	No	No	No	No	No	No
24	Café Gran premio	Si	No	No	No	No	No
25	Sangre de mi alma	No	No	No	No	No	No
26	Crepe& waffles	No	No	No	No	No	No
27	Café de mis recuerdos	No	No	No	No	No	No
28	Drip specialty coffee	No	No	No	No	No	No
29	Katsina	No	No	No	No	No	No
30	La selva café	No	No	No	No	No	No
31	Imbranato coffe	No	No	No	No	No	No
32	D`sharys	No	No	No	No	No	No
33	CAFE LuNa	No	No	No	No		No
34	salamandra	No	No	No	No	No	No
35	Un cafecito pal frijol	No	No	No	No	No	No
36	el cielo	No	No	No	No	No	No
37	Queremos panqué	No	No	No	No	No	No
38	El detalle	No	No	No	No	No	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	No	No	No	No	No
40	Caffé Di Arezzo	No	No	No	No	No	No
41	Cultura, ideas y café	No	No	No	No	No	No

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	99	100	101	102	103	104
No.	Nombre de la cafetería	Venta de algun otro articulos diferente a los mencionados anteriormente	Cuenta con atención por parte del personal directamente en el mostrador o barra	Cuenta con atención directa en la mesa por parte del personal	Acepta pago con tarjeta de debito y/o crédito	Acepta pago en efectivo	Acepta pago con algún otro medio
1	Cafe & sucre		Si	Si	No	Si	No
2	Finca Santa Veracruz		Si	Si	Si	Si	
3	Cafe en clave		Si	Si	Si	Si	
4	A la taza	no	Si	Si	Si	Si	no
5	Bistro café exprés		Si	Si	No	Si	
6	Cafetería El Golpe	no	Si	Si	No	Si	No
7	NOPAL CON TUNAS	NO	Si	Si	Si	Si	NO
8	Juan Valdez Reforma		Si	No	Si	Si	
9	Rococo café	Instrumentos de preparación	Si	Si	Si	Si	
10	Café Jekemir	café	Si	Si	Si	Si	
11	El ilusionista		Si	Si	Si	Si	
12	Cardinal casa de café		Si	Si	Si	Si	
13	Almanegra		Si	Si	Si	Si	
14	Cielito querido café	molino	Si	No	Si	Si	
15	Starbucks Tezontle		Si	No	Si	Si	
16	PASSMAR	NO	Si	Si	No	Si	NO
17	Starbucks xola		Si	No	Si	Si	Puntos
18	Jarocho		Si	No	Si	Si	No
19	Cafetzalli		Si	Si	Si	Si	No
20	Starbucks Coyoacan	Usb	Si	Si	Si	Si	No
21	Central de autobuses del sur		Si	No	Si	Si	
22	Deli cafe		Si	Si	Si	Si	No
23	Juan valdez Santa Fé	Mochilas	Si	Si	Si	Si	No
24	Café Gran premio		Si	Si	Si	Si	
25	Sangre de mi alma		Si	Si	Si	Si	
26	Crepe& waffles		No	Si	Si	Si	
27	Café de mis recuerdos	No	Si	Si	Si	Si	No
28	Drip specialty coffee		Si	No	Si	Si	
29	Katsina		Si	Si	Si	Si	
30	La selva café		Si	Si	Si	Si	
31	Imbranato coffe		Si	Si	No	Si	
32	D`sharys		Si	Si	No	Si	
33	CAFE LuNa		Si	Si	No	Si	
34	salamandra	no	Si	Si	No	Si	no
35	Un cafecito pal frijol		Si	Si	No	Si	
36	el cielo		Si	Si	Si	Si	
37	Queremos panqué		Si	Si	No	Si	
38	El detalle		Si	Si	No	Si	
39	Cafetería Vanilla Bakery		Si	Si	Si	Si	
40	Caffé Di Arezzo		Si	Si	Si	Si	No
41	Cultura, ideas y café		Si	Si	No	Si	

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	105	106	107	108	109	110
No.	Nombre de la cafetería	El establecimiento cuenta con percheros para las prendas de los clientes	Cuenta con servicio de sanitario propio	Los sanitarios se encuentran diferenciados	Cuenta con suministro de agua potable	¿El establecimiento cuenta con suministro de energía eléctrica?	¿El establecimiento cuenta con tomacorrientes para los clientes?
1	Cafe & sucre	No	Si	No	Si	Si	Si
2	Finca Santa Veracruz	No	Si	No	Si	Si	Si
3	Cafe en clave	No	Si	No	Si	Si	No
4	A la taza	No	Si	No	Si	Si	No
5	Bistro café exprés	No	Si	No	Si	Si	No
6	Cafetería El Golpe	No	No	No	Si	Si	No
7	NOPAL CON TUNAS	No	Si	No	Si		No
8	Juan Valdez Reforma	No	Si	Si	Si	Si	Si
9	Rococo café	Si	Si	No	Si	Si	No
10	Café Jekemir	Si	Si	Si	Si	Si	Si
11	El ilusionista	No	Si	No	Si	Si	Si
12	Cardinal casa de café	No	Si	No	Si	Si	Si
13	Almanegra	No	No	No	Si	Si	Si
14	Cielito querido café	No	No	No	Si	Si	No
15	Starbucks Tezontle	No	No	No	Si	Si	No
16	PASSMAR	Si	Si	No	Si	Si	No
17	Starbucks xola	No	Si	Si	Si	Si	Si
18	Jarocho	No	No	No	Si	Si	No
19	Cafetzalli	No	No	No	Si	Si	Si
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	No	No	No	Si	Si	No
22	Deli cafe	No	Si	Si	Si	Si	No
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	Si	Si	Si	Si
24	Café Gran premio	No	Si	Si	Si	Si	Si
25	Sangre de mi alma	No	Si	No	Si	Si	
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	Si	Si	No
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	No	Si	Si	No
28	Drip specialty coffee	No	No	No	Si	Si	No
29	Katsina	No	Si	No	Si	Si	Si
30	La selva café	No	Si	Si	Si	Si	Si
31	Imbranato caffè	No	Si	No	Si	Si	Si
32	D`sharys	No	Si	No	Si	Si	No
33	CAFE LuNa	No	Si	Si	Si	Si	Si
34	salamandra	No	Si	No	Si	Si	Si
35	Un cafecito pai frijol	No	Si	No	Si	Si	No
36	el cielo	No	Si	Si	Si	Si	Si
37	Queremos panqué	No	Si	No	Si	Si	No
38	El detalle	No	Si	No	Si	Si	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	No	Si	No	Si	Si	No
40	Caffé Di Arezzo	Si	Si	Si	Si	Si	No
41	Cultura, ideas y café	Si	Si	No	Si	Si	Si



**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	111	112	113	114	115	116
No.	Nombre de la cafetería	Cuenta con línea telefónica	Cuenta con internet inalámbrico (wi-fi)	Cuenta con televisión	El establecimiento cuenta con espacios de estacionamiento propio	El establecimiento cuenta con servicio de valet parking	El establecimiento cuenta con servicio para llevar en automóvil
1	Cafe & sucre	No	No	No	No	No	No
2	Finca Santa Veracruz	Si	Si	No	No	No	No
3	Cafe en clave	Si	Si	No	No	No	No
4	A la taza	Si	Si	No	No	No	Si
5	Bistro café exprés	No	No	No	No	No	No
6	Cafetería El Golpe	Si	No	No	No	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	Si	Si	Si	No	No	No
8	Juan Valdez Reforma	Si	Si	No	No	No	No
9	Rococo café	Si	Si	No	No	No	No
10	Café Jekemir	Si	Si	Si	No	No	No
11	El ilusionista	Si	Si	No	No	No	No
12	Cardinal casa de café	Si	Si	No	No	No	No
13	Almanegra	Si	Si	No	No	No	No
14	Cielito querido café	Si	Si	No	No	No	No
15	Starbucks Tezontle	Si	Si	No	No	No	No
16	PASSMAR	Si	Si	Si	No	No	No
17	Starbucks xola	Si	Si	No	Si	Si	Si
18	Jarocho	No	No	No	No	No	No
19	Cafetzalli	No	No	No	No	No	Si
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	No	No	No	No	No	No
22	Deli cafe	Si	No	No	No	No	No
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	No	No	No	No
24	Café Gran premio	Si	Si	Si	No	No	No
25	Sangre de mi alma	Si	Si	Si	No	No	No
26	Crepe& waffles	Si	Si	No	No	No	No
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	Si	No	No	No
28	Drip specialty coffee	Si	Si	No	No	No	No
29	Katsina	Si	Si	No	No	No	No
30	La selva café	Si	Si	No	No	No	No
31	Imbranato coffe	Si	Si	No	No	No	No
32	D`sharys	Si	Si	Si	No	No	No
33	CAFE LuNa	No	Si	No	No	No	No
34	salamandra	No	Si	No	No	No	No
35	Un cafecito pal frijol	Si	No	No	No	No	No
36	el cielo	Si	Si	No	No	No	No
37	Queremos panqué	Si	No	No	No	No	No
38	El detalle	Si	No	Si	No	No	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	No	No	No	No	No
40	Caffé Di Arezzo	Si	No	No	No	No	No
41	Cultura, ideas y café	Si	Si	No	No	No	No

RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	117	118	119	120	121	122
No.	Nombre de la cafetería	El establecimiento cuenta con aparatos que permitan suministrar aire caliente o frío al ambiente para mantener un clima agradable	El establecimiento cuenta con acceso único	El establecimiento cuenta con acceso para clientes y otro acceso diferente para personal y proveedores	El lugar cuenta con música ambiental acorde al establecimiento	El lugar cuenta con mesas para consumir los productos	Número de mesas con las que cuenta
1	Cafe & sucre	No	No	Si	Si	Si	4
2	Finca Santa Veracruz	No	Si	No	Si	Si	4
3	Cafe en clave	No	Si	No	Si	Si	6
4	A la taza	No	Si	No	Si	Si	6
5	Bistro café exprés	No	Si	No	Si	Si	5
6	Cafetería El Golpe	No	Si	No	Si	Si	4
7	NOPAL CON TUNAS	No	Si	No	Si	Si	7
8	Juan Valdez Reforma	Si	Si	No	Si	Si	15
9	Rococo café	No	Si	No	Si	Si	8
10	Café Jekemir	Si	Si	No	Si	Si	36
11	El ilusionista	No	Si	No	Si	Si	5
12	Cardinal casa de café	No	Si	No	Si	Si	8
13	Almanegra	No	Si	No	Si	Si	1
14	Cielito querido café	Si	Si	Si	Si	Si	13
15	Starbucks Tezontle	Si	Si	No	No	Si	3
16	PASSMAR	No	Si	No	Si	Si	14
17	Starbucks xola	Si	Si	No	Si	Si	10
18	Jarocho	No	Si	No	No	No	
19	Cafetzalli	No	Si	No	Si	Si	3
20	Starbucks Coyoacan	Si	No	No	Si	Si	15
21	Central de autobuses del sur	No	Si	No	Si	Si	3
22	Deli cafe	No	Si	No	No	Si	4
23	Juan valdez Santa Fé	No	No	Si	Si	Si	3
24	Café Gran premio	No	Si	No	No	Si	26
25	Sangre de mi alma	No	Si	No	Si	Si	3
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	Si	Si	47
27	Café de mis recuerdos	No	Si	Si	Si	Si	7
28	Drip specialty coffee	No	Si	No	No	No	
29	Katsina	No	Si	No	No	Si	14
30	La selva café	No	Si	Si	No	Si	29
31	Imbranato caffe	No	Si	No	No	Si	3
32	D`sharys	No	No	No	Si	Si	3
33	CAFE LuNa	No	No	No	Si	Si	5
34	salamandra	No	No	No	Si	No	5
35	Un cafecito pal frijol	No	Si	No	Si	Si	3
36	el cielo	No	No	Si	Si	Si	5
37	Queremos panqué	No	Si	No	No	Si	2
38	El detalle	No	Si	No	Si	Si	6
39	Cafetería Vanilla Bakery	No	Si	No	Si	Si	3
40	Caffé Di Arezzo	No	Si	No	Si	Si	15
41	Cultura, ideas y café	No	Si	No	Si	Si	8

RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	123	124	125	126	127	128
No.	Nombre de la cafetería	¿Se tiene mostrador?	¿Se cuenta con barra?	Se cuenta con sillas para los clientes	Número de sillas para clientes	Se cuenta con sillones para los clientes	Número de sillones para clientes
1	Cafe & sucre	No	Si	Si	14	No	
2	Finca Santa Veracruz	Si	Si	Si	12	No	
3	Cafe en clave	Si	Si	Si	14	No	
4	A la taza	Si	Si	Si	12	No	0
5	Bistro café exprés	No	Si	Si	12	Si	2
6	Cafetería El Golpe	Si	Si	Si	12	No	
7	NOPAL CON TUNAS	Si	No	Si	20	No	0
8	Juan Valdez Reforma	Si	Si	Si	48	Si	5
9	Rococo café	Si	Si	Si	24	Si	6
10	Café Jekemir	Si	Si	Si	89	No	
11	El ilusionista	Si	Si	Si	18	Si	3
12	Cardinal casa de café	Si	Si	Si	22	Si	2
13	Almanegra	Si	Si	Si	4	No	
14	Cielito querido café	Si	Si	Si	36	Si	7
15	Starbucks Tezontle	Si	Si	Si	12	No	
16	PASSMAR	Si	No	Si	30	No	0
17	Starbucks xola	Si	No	Si	25	Si	4
18	Jarocho	Si	Si	Si	10	No	
19	Cafetzalli	Si	Si	Si	9	No	
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si	60	Si	6
21	Central de autobuses del sur	Si	Si	Si	5	Si	7
22	Deli cafe	Si	Si	Si	12	No	
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	Si	10	Si	5
24	Café Gran premio	Si	Si	Si	60	No	
25	Sangre de mi alma	Si	Si	Si	9	Si	1
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	168	Si	4
27	Café de mis recuerdos	Si	No	Si	24	Si	2
28	Drip specialty coffee	Si	Si	No		No	
29	Katsina	Si	Si	Si	24	Si	2
30	La selva café	Si	Si	Si	116	No	
31	Imbranato caffè	Si	Si	Si	6	Si	3
32	D`sharys	No	Si	Si	12	No	
33	CAFE LuNa	Si	No	Si	16	No	
34	salamandra	Si	Si	Si	7	No	
35	Un cafecito pal frijol	Si	Si	No		Si	12
36	el cielo	Si	Si	Si	10	No	
37	Queremos panqué	Si	Si	Si	6	No	
38	El detalle	Si	Si	Si	15	No	
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	Si	Si	14	No	
40	Caffé Di Arezzo	Si	Si	Si	35	No	
41	Cultura, ideas y café	Si	Si	Si	8	Si	12

RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	129	130	131	132	133	134
No.	Nombre de la cafetería	Cuenta con elementos integrados, estéticos, agradables y vistosos, creando un ambiente adecuado y armónico al establecimiento	Cuenta con cafetera americana o de filtro	Cuenta con cafetera express o profesional	Cuenta con Máquina de café encapsulado	Hay preparaciones especiales de café	Cuenta con molino para moler café en el momento de la preparación de bebidas
1	Cafe & sucre	Si	No	Si	No	No	Si
2	Finca Santa Veracruz	Si	No	Si	No	No	Si
3	Cafe en clave	Si	No	Si	No	No	Si
4	A la taza	Si	No	Si	No	No	Si
5	Bistro café exprés	Si	No	Si	No	No	Si
6	Cafetería El Golpe	Si	No	Si	No	No	Si
7	NOPAL CON TUNAS	Si	No	Si	No	No	Si
8	Juan Valdez Reforma	Si	No	Si	No	No	Si
9	Rococo café	Si	No	Si	No	Si	Si
10	Café Jekemir	Si	Si	Si	No	No	Si
11	El ilusionista	Si	No	Si	No	Si	Si
12	Cardinal casa de café	Si	No	Si	No	Si	Si
13	Almanegra	Si	No	Si	No	Si	Si
14	Cielito querido café	Si	No	Si	No	No	Si
15	Starbucks Tezontle	Si	No	Si	No	No	Si
16	PASSMAR	No	No	Si	No	Si	Si
17	Starbucks xola	Si	No	Si	No	No	Si
18	Jarocho	No	Si	Si	No	No	Si
19	Cafetzalli	Si	No	Si	No	No	Si
20	Starbucks Coyoacan	Si	No	Si	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	Si	No	Si	No	No	Si
22	Deli cafe	Si	No	Si	No	No	Si
23	Juan valdez Santa Fé	Si	No	Si	No	No	Si
24	Café Gran premio	Si	No	Si	No	No	Si
25	Sangre de mi alma	Si	No	Si	No	No	Si
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	No	No	Si
27	Café de mis recuerdos	Si	No	Si	No	No	Si
28	Drip specialty coffee	Si	No	Si	No	Si	Si
29	Katsina	Si	No	Si	No	Si	Si
30	La selva café	Si	No	Si	No	No	Si
31	Imbranato caffe	Si	No	Si	No	No	Si
32	D`sharys	Si	Si	No	No	No	Si
33	CAFE LuNa	No	Si	No	No	Si	Si
34	salamandra	No	No	No	No	No	Si
35	Un cafecito pal frijol	Si	No	Si	No	No	Si
36	el cielo	Si	Si	Si	No	No	Si
37	Queremos panqué	No	Si	Si	No	No	Si
38	El detalle	Si	No	Si	No	No	Si
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	No	Si	No	No	No
40	Caffé Di Arezzo	Si	Si	Si	No	No	Si
41	Cultura, ideas y café	Si	No	Si	No	No	Si

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	135	136	137	138	139	140
No.	Nombre de la cafetería	En el establecimiento se cuenta con su propio tostador de café	Cuenta con licuadora	Cuenta con Horno de convección	Cuenta con Horno de microondas	Cuenta con crepera	Cuenta con refrigerador
1	Cafe & sucre	Si	Si	Si	Si	Si	Si
2	Finca Santa Veracruz	No	Si	Si	No	No	Si
3	Cafe en clave	No	Si	Si	Si	Si	Si
4	A la taza	No	Si	No	Si	Si	Si
5	Bistro café exprés	Si	Si	Si	Si	No	Si
6	Cafetería El Golpe	No	No	No	Si	No	Si
7	NOPAL CON TUNAS	No	Si	Si	No	Si	Si
8	Juan Valdez Reforma	No	Si	Si	Si	No	Si
9	Rococo café	No	No	Si	No	No	Si
10	Café Jekemir	No	Si	Si	Si	No	Si
11	El ilusionista	No	Si	Si	Si	No	Si
12	Cardinal casa de café	No	Si	Si	Si	No	Si
13	Almanegra	No	No	No	No	No	Si
14	Cielito querido café	No	Si	Si	No	No	Si
15	Starbucks Tezontle	No	Si	Si	No	No	Si
16	PASSMAR	Si	Si	Si	No	No	Si
17	Starbucks xola	No	Si	Si	No	No	Si
18	Jarocho	No	No	No	No	No	Si
19	Cafetzalli	No	Si	No	No	No	No
20	Starbucks Coyoacan	No	Si	Si	No	No	Si
21	Central de autobuses del sur	No	Si	Si	No	No	Si
22	Deli cafe	No	Si	Si	No	No	Si
23	Juan valdez Santa Fé	No	Si	Si	No	No	Si
24	Café Gran premio	No	Si	Si	Si	No	Si
25	Sangre de mi alma	No	Si	Si	Si	No	Si
26	Crepe& waffles	No	Si	Si	Si	Si	Si
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	Si	No	No	Si
28	Drip specialty coffee	No	No	No	No	No	Si
29	Katsina	Si	Si	Si	Si	No	Si
30	La selva café	No	Si	Si	Si	No	Si
31	Imbranato coffe	No	Si	Si	Si	No	Si
32	D`sharys	No	Si	Si	Si	Si	Si
33	CAFE LuNa	No	Si	Si	Si	No	Si
34	salamandra	No	Si	No	Si	No	Si
35	Un cafecito pal frijol	No	Si	No	No	No	Si
36	el cielo	No	Si	Si	Si	No	Si
37	Queremos panqué	No	Si	No	Si	No	Si
38	El detalle	No	Si	Si	Si	No	Si
39	Cafetería Vanilla Bakery	No	Si	Si	No	No	Si
40	Caffé Di Arezzo	No	Si	Si	Si	Si	Si
41	Cultura, ideas y café	No	Si	Si	Si	Si	Si

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	141	142	143	144	145	146
No.	Nombre de la cafetería	Cuenta con congelador	Cuenta con vitrina refrigerada	Cuenta con fabricadora de hielo	Cuenta con Granizadora	Cuenta con Caja Registradora	Cuenta con Terminal punto de venta
1	Cafe & sucre	Si	Si	No	No	Si	No
2	Finca Santa Veracruz	Si	Si	No	No	Si	No
3	Cafe en clave	Si	Si	No	No	Si	Si
4	A la taza	Si	Si	Si	Si	Si	Si
5	Bistro café exprés	Si	No	No	No	No	No
6	Cafetería El Golpe	No	No	No	No	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	Si	No	No	Si	Si	Si
8	Juan Valdez Reforma	Si	Si	Si	No	No	Si
9	Rococo café	No	No	No	No	No	Si
10	Café Jekemir	Si	Si	No	Si	No	Si
11	El ilusionista	Si	No	No	No	No	Si
12	Cardinal casa de café	Si	Si	No	No	No	Si
13	Almanegra	Si	No	No	No	No	Si
14	Cielito querido café	Si	Si	Si	No	No	Si
15	Starbucks Tezontle	Si	Si	Si	No	No	Si
16	PASSMAR	Si	Si	Si	Si	Si	Si
17	Starbucks xola	Si	Si	No	Si	Si	Si
18	Jarocho	Si	No	No	No	Si	Si
19	Cafetzalli	Si	No	No	No	Si	Si
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	No	No	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	Si	Si	Si	No	No	Si
22	Deli cafe	Si	Si	No	No	Si	Si
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	No	No	Si	Si
24	Café Gran premio	Si	No	No	No	No	Si
25	Sangre de mi alma	Si	Si	No	No	No	No
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	No	No	Si
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	No	No	Si	Si
28	Drip specialty coffee	No	No	No	No	No	Si
29	Katsina	Si	Si	No	No	No	Si
30	La selva café	Si	No	Si	No	No	Si
31	Imbranato caffè	Si	Si	No	No	No	No
32	D`sharys	Si	Si	No	Si	No	No
33	CAFE LuNa	Si	Si	No	No	No	No
34	salamandra	Si	No	No	No	Si	No
35	Un cafecito pal frijol	Si	No	No	No	No	No
36	el cielo	Si	Si	No	No	Si	Si
37	Queremos panqué	Si	Si	No	No	Si	No
38	El detalle	Si	Si	No	No	Si	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	Si	No	No	No	No
40	Caffé Di Arezzo	Si	Si	Si	No	Si	Si
41	Cultura, ideas y café	Si	Si	No	No	Si	No

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	147	148	149	150	151	152
No.	Nombre de la cafetería	Cuenta con Terminal Bancaria	Cuenta con platos, tazas y vasos de cerámica y/o cristal	Cuenta con platos, tazas y vasos de plástico	Cuenta con carta para poder ver el menú y los productos que se ofrecen	¿El sanitario cuenta con papel de baño?	¿El sanitario cuenta con toallas de papel para secar las manos?
1	Cafe & sucre	No	Si	Si	Si	Si	Si
2	Finca Santa Veracruz	Si	Si	Si	Si	Si	Si
3	Cafe en clave	Si	Si	No	Si	Si	Si
4	A la taza	Si	Si	Si	Si	Si	Si
5	Bistro café exprés	No	Si	No	Si	No	Si
6	Cafetería El Golpe	No	Si	Si	Si	No	No
7	NOPAL CON TUNAS	Si	Si	No	Si	Si	Si
8	Juan Valdez Reforma	Si	Si	Si	Si	Si	Si
9	Rococo café	Si	Si	Si	Si	Si	Si
10	Café Jekemir	Si	Si	Si	Si	Si	Si
11	El ilusionista	Si	Si	Si	Si	Si	Si
12	Cardinal casa de café	Si	Si	Si	Si	Si	Si
13	Almanegra	Si	Si	Si	Si	No	No
14	Cielito querido café	Si	Si	Si	No	No	No
15	Starbucks Tezontle	Si	Si	Si	No	No	No
16	PASSMAR	No	Si	No	Si		Si
17	Starbucks xola	Si	No	Si	No	Si	Si
18	Jarocho	Si	No	Si	No	No	No
19	Cafetzalli	Si	No	Si	Si	No	No
20	Starbucks Coyoacan	Si	No	Si	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	Si	No	Si	No	No	No
22	Deli cafe	Si	Si	Si	Si	Si	Si
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	Si	Si	Si	Si
24	Café Gran premio	Si	Si	No	Si	Si	Si
25	Sangre de mi alma	No	Si	Si	Si	Si	Si
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	Si	Si	Si
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	Si	Si	Si	Si
28	Drip specialty coffee	Si	No	Si	No	No	No
29	Katsina	Si	Si	Si	No	Si	Si
30	La selva café	Si	Si	Si	Si	Si	Si
31	Imbranato coffe	No	Si	Si	No	Si	Si
32	D`sharys	No	Si	Si	Si	Si	No
33	CAFE LuNa	No	No	Si	Si	Si	Si
34	salamandra	No	Si	Si	Si	Si	Si
35	Un cafecito pai frijol	No	Si	Si	Si	Si	No
36	el cielo	Si	No	Si	Si	Si	Si
37	Queremos panqué	No	Si	Si	No	Si	Si
38	El detalle	No	Si	Si	Si	Si	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	Si	Si	Si	Si	No
40	Caffé Di Arezzo	Si	Si	Si	Si	Si	Si
41	Cultura, ideas y café	No	Si	Si	Si	Si	No

**RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS**

No.	1	153	154	155	156	157	158
No.	Nombre de la cafetería	¿El sanitario cuenta con jabón para las manos?	Cuentan con servilletas	Cuentan con agitadores	Cuentan con popotes	Cuentan con sobres de azúcar	El establecimiento cuenta con servicio a domicilio
1	Cafe & sucre	Si	Si	Si	Si	Si	
2	Finca Santa Veracruz	Si	Si	Si	Si	Si	Si
3	Cafe en clave	Si	Si	Si	Si	Si	
4	A la taza	Si	Si	Si	Si	Si	
5	Bistro café exprés	Si	Si	No	Si	No	
6	Cafetería El Golpe	No	Si	Si	No	Si	
7	NOPAL CON TUNAS	Si	Si	Si	Si	Si	No
8	Juan Valdez Reforma	Si	Si	Si	Si	Si	No
9	Rococo café	Si	Si	Si	No	Si	Si
10	Café Jekemir	Si	Si	Si	Si	Si	No
11	El ilusionista	Si	Si	Si	Si	Si	No
12	Cardinal casa de café	Si	Si	Si	Si	Si	Si
13	Almanegra	No	Si	Si	No	Si	No
14	Cielito querido café	No	Si	Si	Si	Si	No
15	Starbucks Tezontle	No	Si	Si	Si	Si	No
16	PASSMAR	Si	Si		Si	Si	No
17	Starbucks xola	Si	Si	Si	Si	Si	No
18	Jarocho	No	Si	Si	Si	Si	No
19	Cafetzalli	No	Si	Si	Si	Si	Si
20	Starbucks Coyoacan	Si	Si	Si	Si	Si	Si
21	Central de autobuses del sur	No	Si	Si	Si	Si	No
22	Deli cafe	Si	Si	Si	Si	Si	Si
23	Juan valdez Santa Fé	Si	Si	Si	Si	Si	Si
24	Café Gran premio	Si	Si	No	Si	No	No
25	Sangre de mi alma	Si	Si	Si	Si	Si	No
26	Crepe& waffles	Si	Si	Si	Si	Si	No
27	Café de mis recuerdos	Si	Si	Si	Si	Si	No
28	Drip specialty coffee	No	Si	Si	No	Si	No
29	Katsina	Si	Si	Si	Si	Si	No
30	La selva café	Si	Si	Si	Si	Si	No
31	Imbranato caffe	Si	Si	Si	Si	Si	Si
32	D`sharys	Si	Si	No	No	No	Si
33	CAFE LuNa	Si	Si	Si	Si	No	No
34	salamandra	Si	Si	No	Si	Si	No
35	Un cafecito pal frijol	Si	Si	Si	Si	Si	Si
36	el cielo	Si	Si	Si	Si	Si	No
37	Queremos panqué	Si	Si	No	Si	Si	No
38	El detalle	Si	Si	Si	Si	Si	No
39	Cafetería Vanilla Bakery	Si	Si	Si	Si	Si	Si
40	Caffé Di Arezzo	Si	Si	Si	Si	Si	Si
41	Cultura, ideas y café	Si	Si	Si	Si	Si	No



RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	159	160	161	162	163	164
No.	Nombre de la cafetería	Puntuación promedio Google Maps	Puntuación maxima Google Maps	Percepción clientes Google Maps	Puntuación promedio Foursquare	Puntuación maxima Foursquare	Percepción clientes Foursquare
1	Cafe & sucre	5	5	1	7.4	10	0.74
2	Finca Santa Veracruz	5	5	1	6.4	10	0.64
3	Cafe en clave	0	5	0	6	10	0.6
4	A la taza	0	5	0	6.3	10	0.63
5	Bistro café exprés	0	5	0	0	10	0
6	Cafetería El Golpe	5	5	1	0	10	0
7	NOPAL CON TUNAS	4.5	5	0.9	8.2	10	0.82
8	Juan Valdez Reforma	4.7	5	0.94	8.6	10	0.86
9	Rococo café	3.7	5	0.74	8.1	10	0.81
10	Café Jekemir	3.9	5	0.78	8.3	10	0.83
11	El ilusionista	4.66666667	5	0.933333333	7.9	10	0.79
12	Cardinal casa de café	4.5	5	0.9	8.9	10	0.89
13	Almanegra	4.8	5	0.96	8.9	10	0.89
14	Cielito querido café	4	5	0.8	8.3	10	0.83
15	Starbucks Tezontle	0	5	0	7.7	10	0.77
16	PASSMAR	4.3	5	0.86	9	10	0.9
17	Starbucks xola	4.5	5	0.9	8.4	10	0.84
18	Jarocho	4.2	5	0.84	8.1	10	0.81
19	Cafetzalli	5	5	1	7.3	10	0.73
20	Starbucks Coyoacan	4	5	0.8	8.1	10	0.81
21	Central de autobuses del sur	0	5	0	0	10	0
22	Deli cafe	0	5	0	0	10	0
23	Juan valdez Santa Fé	4.6	5	0.92	8.1	10	0.81
24	Café Gran premio	4.3	5	0.86	8.4	10	0.84
25	Sangre de mi alma	0	5	0	0	10	0
26	Crepe& waffles	4.333333333	5	0.866666667	7.5	10	0.75
27	Café de mis recuerdos	0	5	0	0	10	0
28	Drip specialty coffee	5	5	1	8.1	10	0.81
29	Katsina	4.4	5	0.88	8.9	10	0.89
30	La selva café	4	5	0.8	6.1	10	0.61
31	Imbranato coffe	0	5	0	0	10	0
32	D'sharys	0	5	0	0	10	0
33	CAFE LuNa	0	5	0	0	10	0
34	salamandra	4.3	5	0.86	7	10	0.7
35	Un cafecito pai frijol	4.6	5	0.92	6.3	10	0.63
36	el cielo	0	5	0	0	10	0
37	Queremos panqué	0	5	0	0	10	0
38	El detalle	0	5	0	7.7	10	0.77
39	Cafetería Vanilla Bakery	0	5	0	0	10	0
40	Caffé Di Arezzo	4	5	0.8	7.5	10	0.75
41	Cultura, ideas y café	4.3	5	0.86	5.6	10	0.56

RESPUESTAS DE CUESTIONARIOS

No.	1	165
No.	Nombre de la cafetería	Percepción Clientes
1	Cafe & sucre	0.87
2	Finca Santa Veracruz	0.82
3	Cafe en clave	0.3
4	A la taza	0.315
5	Bistro café exprés	0
6	Cafetería El Golpe	0.5
7	NOPAL CON TUNAS	0.86
8	Juan Valdez Reforma	0.9
9	Rococo café	0.775
10	Café Jekemir	0.805
11	El ilusionista	0.861666667
12	Cardinal casa de café	0.895
13	Almanegra	0.925
14	Cielito querido café	0.815
15	Starbucks Tezontle	0.385
16	PASSMAR	0.88
17	Starbucks xola	0.87
18	Jarocho	0.825
19	Cafetzalli	0.865
20	Starbucks Coyoacan	0.805
21	Central de autobuses del sur	0
22	Deli cafe	0
23	Juan valdez Santa Fé	0.865
24	Café Gran premio	0.85
25	Sangre de mi alma	0
26	Crepe& waffles	0.808333333
27	Café de mis recuerdos	0
28	Drip specialty coffee	0.905
29	Katsina	0.885
30	La selva café	0.705
31	Imbranato caffe	0
32	D`sharys	0
33	CAFE LuNa	0
34	salamandra	0.78
35	Un cafecito pal frijol	0.775
36	el cielo	0
37	Queremos panqué	0
38	El detalle	0.385
39	Cafetería Vanilla Bakery	0
40	Caffé Di Arezzo	0.775
41	Cultura, ideas y café	0.71

# **ANEXO 4**

## **Hoja de Control**

Factores de operación		Puntos	Elementos		Puntos	Componentes		Puntos	Variables		Puntos
		1000									
F1		300	E11		100	C111		70	V1111		30
									V1112		40
									V1113		
									V1114		
						C112		30	V1121		30
			E12		150	C121		150	V1211		150
			E13		50	C131*		50	V1311		50
									V1312		
									V1313		
									V1314		
									V1315		
									V1316		
F2		150	E21		20	C211		7	V1111		7
						C212		7	V1112		7
						C213		6	V1114		6
			E22		30	C221		15	V2211		15
						C222		15	V2221		15
			E23		100	C231		35	V1311		7
									V1312		9
									V1313		5
									V1315		5
									V1316		9
						C232		20	V2321		3
									V2322		5
									V2323		10
									V2324		2
						C233		30	V2331		20
									V2332		
									V2333		
									V2334		
									V2335		
									V2336		
									V2337		10
									V2338		4
						C234		10	V2331		
									V2332		
									V2334		
									V2335		4
									V2337		2
									V2338		
						C235		5	V2351		2
									V2352		3
F3		250	E31		100	C311		55	V3111		55
						C312			V3112		
								V3121			
								V3122			
								V3123			
								V3124			
								V3125			
								V3126			
								V3127			
						C313		45	V3131		45
									V3132		
									V3133		
									V3134		
						C314			V3141		
									V3142		

		C315		V3143	
				V3151	
				V3152	
				V3153	
				V3154	
				V3155	
				V3156	
E32	50	C321	50	V3211	
				V3212	
				V3213	
				V3214	
				V3215	
		C322		V3221	50
				V3222	
				V3223	
				V3224	
				V3225	
E33	50	C331	15	V3311	6
				V3312	9
		C332	35	V3321	
				V3322	
				V3323	
		C333		V3331	35
				V3332	
				V3333	
				V3334	
E34	20	C341	20	V3411	
				V3412	
				V3413	
				V3414	
				V3415	
				V3416	20
				V3417	
				V3418	
				V3419	
				V3420	
E35	30	C351	5	V3511	5
		C352	8	V3512	8
		C353	10	V3513	8
				V3514	2
		C354	2	V3515	2
		C355	5	V3516	5
F4	200	E41	70	V4111	6
		C411	10	V4112	4
		C412	10	V4121	10
		C413	10	V4131	6
				V4132	4
		C414	6	V4141	6
		C415	10	V4151	10
		C416	2	V4161	2
		C417	10	V4171	5
				V4172	3
				V4173	2
		C418	2	V1112	2
		C419	5	V1114	5
		C41-10	5	V2211	5
E42	50	C421	10	V4211	6
				V4212	4
		C422	8	V4221	8

	C423	8		V4231	8
	C424	10		V4241	6
				V4242	4
	C425	6		V4251	3
				V4252	3
	C426	8		V4261	8
E43	C431	25		V4311	5
				V4312	10
				V4313	5
				V4314	5
	C432	10		V4321	10
	C433	5		V4331	5
	C434	15		V4341	5
				V4342	4
				V4343	4
				V4344	2
	C435	10		V4351	3
				V4352	2
				V4353	3
				V4354	1
				V4355	1
	C436	5		V4361	1
				V4362	3
				V4363	1
	C437	5		V4371	3
				V4372	2
	C438	5		V4381	5
F5	C511	60	E51	V5111	20
				V5112	15
				V5113	10
				V5114	15
	C512	40		V5121	15
				V5122	10
				V5123	15

# **ANEXO 5**

## **Calificación general de cafeterías**

	Elemento	Localización			Social	Filosofía	
No.	1	2	3	4	5	6	7
No.	Nombre de la cafetería	Se encuentra ubicado cerca de calles principales y otros medios de acceso como metro, etc.	La forma de llegar al establecimiento es	Cuenta con letrero con nombre visible del establecimiento	Social	¿La organización cuenta con Misión?	¿La empresa tiene Visión?
1	Cafe & sucre	30	20	30	25	0	0
2	Finca Santa Veracruz	30	40	30	25	0	7
3	Cafe en clave	30	20	30	25	0	0
4	A la taza	0	20	30	50	7	7
5	Bistro café exprés	30	40	30	25	7	7
6	Cafetería El Golpe	30	40	30	0	0	0
7	NOPAL CON TUNAS	30	20	30	25	0	0
8	Juan Valdez Reforma	30	40	0	50	0	7
9	Rococo café	30	40	30	25	7	7
10	Café Jekemir	30	40	30	50	0	0
11	El ilusionista	0	40	30	25	0	0
12	Cardinal casa de café	0	40	30	25	0	0
13	Almanegra	30	40	30	25	0	0
14	Cielito querido café	30	40	30	25	0	0
15	Starbucks Tezontle	30	40	30	50	7	7
16	PASSMAR	30	0	0	25	0	0
17	Starbucks xola	30	40	30	50	7	7
18	Jarocho	30	40	30	50	0	0
19	Cafetzalli	30	40	30	50	0	0
20	Starbucks Coyoacan	30	40	30	50	7	7
21	Central de autobuses del sur	30	40	0	0	0	0
22	Deli cafe	30	40	30	50	7	7
23	Juan valdez Santa Fé	30	40	30	50	7	7
24	Café Gran premio	30	40	30	25	0	0
25	Sangre de mi alma	30	40	30	25	0	0
26	Crepe& waffles	30	40	30	25	7	7
27	Café de mis recuerdos	30	40	30	25	0	0
28	Drip specialty coffee	0	20	30	25	7	7
29	Katsina	0	20	30	50	0	0
30	La selva café	0	20	30	50	7	7
31	Imbranato caffe	30	40	30	0	0	0
32	D'sharys	30	20	30	50	0	0
33	CAFE LuNa	30	20	30	50	0	0
34	salamandra	0	0	30	25	0	0
35	Un cafecito pal frijol	30	40	30	0	0	0
36	el cielo	30	20	30	25	0	0
37	Queremos panqué	30	20	0	0	0	0
38	El detalle	30	40	30	25	0	0
39	Cafetería Vanilla Bakery	30	40	30	25	0	0
40	Caffé Di Arezzo	30	40	30	25	0	0
41	Cultura, ideas y café	0	20	30	0	0	0



No.	Elemento	Tecnología				
		8	9	10	11	12
No.	Nombre de la cafetería	¿Se tiene valores definidos?	¿Se cuenta con procedimientos bien definidos para la elaboración de los productos y servicios?	¿El personal cuenta con la experiencia necesaria en el desarrollo de las actividades?	¿Considera que el personal tiene conocimiento de sus procesos y actividades?	¿El personal del establecimiento cuenta con baristas certificados?
1	Cafe & sucre	0	0	15	7	0
2	Finca Santa Veracruz	0	15	15	0	0
3	Cafe en clave	0	15	15	7	0
4	A la taza	6	15	15	7	0
5	Bistro café exprés	6	15	15	7	0
6	Cafetería El Golpe	0	15	15	7	0
7	NOPAL CON TUNAS	0	15	15	7	0
8	Juan Valdez Reforma	6	15	15	7	0
9	Rococo café	6	15	15	7	9
10	Café Jekemir	0	15	15	7	0
11	El ilusionista	0	15	15	7	0
12	Cardinal casa de café	0	15	15	7	9
13	Almanegra	0	15	15	7	9
14	Cielito querido café	0	15	15	7	9
15	Starbucks Tezontle	6	15	15	7	9
16	PASSMAR	0	15	15	7	9
17	Starbucks xola	6	15	15	7	0
18	Jarocho	0	15	15	7	0
19	Cafetzalli	0	15	15	7	9
20	Starbucks Coyoacan	6	15	15	7	0
21	Central de autobuses del sur	0	15	15	7	0
22	Deli cafe	6	15	15	7	0
23	Juan valdez Santa Fé	6	15	15	7	0
24	Café Gran premio	0	15	15	7	0
25	Sangre de mi alma	0	15	15	7	0
26	Crepe& waffles	6	15	15	7	0
27	Café de mis recuerdos	0	15	15	7	0
28	Drip specialty coffee	6	15	15	7	9
29	Katsina	0	15	15	7	9
30	La selva café	6	15	15	7	0
31	Imbranato caffe	0	15	15	7	0
32	D'sharys	0	0	15	7	0
33	CAFE LuNa	0	15	15	7	0
34	salamandra	0	0	15	7	0
35	Un cafecito pal frijol	0	15	15	7	0
36	el cielo	0	15	15	7	0
37	Queremos panqué	0	15	15	7	0
38	El detalle	0	15	15	7	0
39	Cafetería Vanilla Bakery	0	15	15	7	0
40	Caffé Di Arezzo	0	15	0	0	0
41	Cultura, ideas y café	0	15	15	7	0

Elemento		Estructura organi					
No.	1	13	14	15	16	17	18
No.	Nombre de la cafetería	¿El personal se encuentra uniformado?	¿El personal cuenta con buena presentación?	¿El personal brinda servicio de forma atenta y amable?	¿El establecimiento cuenta con anuncios, letreros o algún medio vistoso que dé a conocer sus productos?	Cuenta con pagina web	Cuenta con participación en redes sociales
1	Cafe & sucre	0	5	9	0	0	10
2	Finca Santa Veracruz	5	5	9	0	5	10
3	Cafe en clave	0	5	9	0	5	10
4	A la taza	5	5	9	3	5	10
5	Bistro café exprés	0	5	9	3	0	10
6	Cafetería El Golpe	0	5	9	3	0	0
7	NOPAL CON TUNAS	5	5	9	3	0	10
8	Juan Valdez Reforma	5	5	9	3	5	10
9	Rococo café	0	5	9	3	5	10
10	Café Jekemir	5	5	9	3	5	10
11	El ilusionista	5	5	9	3	5	10
12	Cardinal casa de café	5	0	9	3	0	10
13	Almanegra	0	0	9	3	5	10
14	Cielito querido café	5	5	9	3	5	10
15	Starbucks Tezontle	5	5	9	3	5	10
16	PASSMAR	5	5	9	3	5	10
17	Starbucks xola	5	5	9	3	5	10
18	Jarocho	0	0	9	3	5	10
19	Cafetzalli	5	5	9	3	5	10
20	Starbucks Coyoacan	5	5	9	3	5	10
21	Central de autobuses del sur	5	5	9	3	0	0
22	Deli cafe	5	5	9	3	5	10
23	Juan valdez Santa Fé	5	5	9	3	5	10
24	Café Gran premio	5	5	9	3	0	10
25	Sangre de mi alma	0	5	9	3	5	10
26	Crepe& waffles	5	5	9	3	5	10
27	Café de mis recuerdos	5	5	9	3	5	10
28	Drip specialty coffee	0	0	9	3	5	10
29	Katsina	5	5	9	3	5	10
30	La selva café	5	5	9	0	5	10
31	Imbranato caffè	0	5	9	3	0	10
32	D'sharys	0	5	9	0	0	0
33	CAFE LuNa	0	5	9	0	0	0
34	salamandra	0	5	9	3	0	0
35	Un cafecito pal frijol	0	5	9	0	0	10
36	el cielo	5	5	9	3	5	10
37	Queremos panqué	0	5	9	0	0	10
38	El detalle	0	5	9	3	0	0
39	Cafetería Vanilla Bakery	0	5	9	3	0	10
40	Caffé Di Arezzo	5	5	0	3	0	0
41	Cultura, ideas y café	0	5	9	3	0	10

Elemento		nacional					
No.	1	19	20	21	22	23	24
No.	Nombre de la cafetería	¿El establecimiento cuenta con promociones u ofertas de los productos?	Limpieza	De forma general, considera que el establecimiento	Considera que el mobiliario del establecimiento (sillas, mesas, muebles, exhibidores, etc.) se encuentran	Considera que las instalaciones del establecimiento (lamparas, piso, techo, paredes, baño, etc.) se encuentran	¿Se realizan actividades de mantenimiento preventivo, predictivo y correctivo de las instalaciones de forma regular y programada?
1	Cafe & sucre	2	20	10	4	4	0
2	Finca Santa Veracruz	0	20	5	2	2	0
3	Cafe en clave	0	20	5	2	2	0
4	A la taza	0	20	10	2	2	2
5	Bistro café exprés	0	20	10	2	2	0
6	Cafetería El Golpe	0	20	5	2	2	0
7	NOPAL CON TUNAS	0	20	5	2	2	2
8	Juan Valdez Reforma	0	20	5	2	4	2
9	Rococo café	0	20	5	2	2	2
10	Café Jekemir	0	20	5	2	4	2
11	El ilusionista	0	20	5	2	4	2
12	Cardinal casa de café	0	20	5	2	4	2
13	Almanegra	0	20	10	2	4	2
14	Cielito querido café	0	20	5	4	4	2
15	Starbucks Tezontle	0	10	5	2	4	2
16	PASSMAR	0	20	5	2	2	2
17	Starbucks xola	0	20	5	2	2	2
18	Jarocho	0	0	0	2	0	0
19	Cafetzalli	2	20	10	4	4	2
20	Starbucks Coyoacan	2	20	5	2	2	2
21	Central de autobuses del sur	0	15	5	2	4	0
22	Deli cafe	2	20	10	4	4	2
23	Juan valdez Santa Fé	2	20	10	4	4	2
24	Café Gran premio	0	20	5	2	2	0
25	Sangre de mi alma	2	20	10	4	4	0
26	Crepe& waffles	0	20	5	2	4	2
27	Café de mis recuerdos	2	20	10	4	4	2
28	Drip specialty coffee	0	10	10	4	4	0
29	Katsina	2	20	10	4	4	2
30	La selva café	0	20	5	2	2	2
31	Imbranato caffè	0	0	0	2	2	0
32	D'sharys	2	20	5	2	2	2
33	CAFE LuNa	0	20	5	2	2	2
34	salamandra	2	20	10	2	4	2
35	Un cafecito pal frijol	0	20	5	2	2	0
36	el cielo	2	20	10	2	2	2
37	Queremos panqué	0	20	5	2	2	0
38	El detalle	0	20	5	2	2	0
39	Cafetería Vanilla Bakery	0	20	5	2	2	0
40	Caffé Di Arezzo	2	20	5	2	2	0
41	Cultura, ideas y café	0	20	5	2	2	0

	Elemento			Bebidas		Alimentos	Café	
No.	1	25	26	27	28	29	30	31
No.	Nombre de la cafetería	¿Cuenta con equipo de videovigilancia?	¿Cuenta con personal de seguridad?	Bebidas extracto de café	Bebidas	Alimentos	¿El establecimiento cuenta con al menos dos tipos de café nacionales? (Veracruz, Oaxaca, Chiapas, etc.)	¿El establecimiento cuenta con al menos dos tipos de café importados? (Colombia, Brasil, India, Etiopía, etc.)
1	Cafe & sucre	0	0	55	30	25	0	0
2	Finca Santa Veracruz	2	0	55	30	25	0	0
3	Cafe en clave	0	0	55	45	25	0	0
4	A la taza	2	0	55	45	17	6	9
5	Bistro café exprés	0	0	55	15	17	0	0
6	Cafetería El Golpe	0	0	55	0	17	0	0
7	NOPAL CON TUNAS	0	0	55	30	17	0	0
8	Juan Valdez Reforma	2	3	55	30	17	0	9
9	Rococo café	0	0	37	15	17	6	0
10	Café Jekemir	2	3	55	30	17	6	0
11	El ilusionista	2	0	55	0	0	6	0
12	Cardinal casa de café	2	0	55	30	17	6	0
13	Almanegra	2	0	55	0	0	6	0
14	Cielito querido café	2	0	55	30	17	6	0
15	Starbucks Tezontle	2	0	55	45	17	6	0
16	PASSMAR	0	0	55	30	17	6	9
17	Starbucks xola	2	3	55	15	17	0	0
18	Jarocho	0	0	55	0	0	0	0
19	Cafetzalli	0	0	55	0	0	0	0
20	Starbucks Coyoacan	2	3	55	45	17	0	0
21	Central de autobuses del sur	0	0	37	30	17	0	0
22	Deli cafe	2	0	55	45	17	0	0
23	Juan valdez Santa Fé	0	0	55	45	0	0	0
24	Café Gran premio	2	0	37	45	17	6	0
25	Sangre de mi alma	2	0	37	30	17	0	0
26	Crepe& waffles	2	0	55	45	17	0	0
27	Café de mis recuerdos	0	0	55	0	17	6	0
28	Drip specialty coffee	0	0	55	0	0	6	9
29	Katsina	2	0	55	30	25	6	9
30	La selva café	2	0	55	30	17	6	0
31	Imbranato caffe	0	0	55	15	17	0	0
32	D'sharys	0	0	37	30	17	0	0
33	CAFE LuNa	0	0	55	15	17	0	0
34	salamandra	0	0	37	0	17	0	0
35	Un cafecito pal frijol	0	0	55	30	17	6	0
36	el cielo	0	0	55	30	0	0	0
37	Queremos panqué	0	0	55	0	0	6	0
38	El detalle	0	0	55	45	25	0	0
39	Cafetería Vanilla Bakery	0	0	55	30	25	0	0
40	Caffé Di Arezzo	0	0	55	15	25	6	0
41	Cultura, ideas y café	0	0	55	30	25	0	0

	Elemento		Otros productos	Servicios			
No.	1	32	33	34	35	36	37
No.	Nombre de la cafetería	Venta de café	Articulos promocionales	Cuenta con atención por parte del personal directamente en el mostrador o barra	Cuenta con atención directa en la mesa por parte del personal	Acepta pago con tarjeta de debito y/o crédito	Acepta pago en efectivo
1	Cafe & sucre	0	0	5	8	0	2
2	Finca Santa Veracruz	12	0	5	8	8	2
3	Cafe en clave	0	0	5	8	8	2
4	A la taza	23	0	5	8	8	2
5	Bistro café exprés	0	0	5	8	0	2
6	Cafetería El Golpe	0	0	5	8	0	2
7	NOPAL CON TUNAS	0	0	5	8	8	2
8	Juan Valdez Reforma	23	0	5	0	8	2
9	Rococo café	35	10	5	8	8	2
10	Café Jekemir	35	10	5	8	8	2
11	El ilusionista	0	0	5	8	8	2
12	Cardinal casa de café	0	0	5	8	8	2
13	Almanegra	0	5	5	8	8	2
14	Cielito querido café	12	10	5	0	8	2
15	Starbucks Tezontle	0	5	5	0	8	2
16	PASSMAR	23	0	5	8	0	2
17	Starbucks xola	12	20	5	0	8	2
18	Jarocho	35	0	5	0	8	2
19	Cafetzalli	35	0	5	8	8	2
20	Starbucks Coyoacan	35	5	5	8	8	2
21	Central de autobuses del sur	0	0	5	0	8	2
22	Deli cafe	0	0	5	8	8	2
23	Juan valdez Santa Fé	35	5	5	8	8	2
24	Café Gran premio	23	5	5	8	8	2
25	Sangre de mi alma	0	0	5	8	8	2
26	Crepe& waffles	0	0	0	8	8	2
27	Café de mis recuerdos	23	0	5	8	8	2
28	Drip specialty coffee	0	0	5	0	8	2
29	Katsina	12	0	5	8	8	2
30	La selva café	23	0	5	8	8	2
31	Imbranato caffè	0	0	5	8	0	2
32	D'sharys	0	0	5	8	0	2
33	CAFE LuNa	0	0	5	8	0	2
34	salamandra	0	0	5	8	0	2
35	Un cafecito pal frijol	0	0	5	8	0	2
36	el cielo	0	0	5	8	8	2
37	Queremos panqué	0	0	5	8	0	2
38	El detalle	0	0	5	8	0	2
39	Cafetería Vanilla Bakery	0	10	5	8	8	2
40	Caffé Di Arezzo	0	0	5	8	8	2
41	Cultura, ideas y café	0	0	5	8	0	2

Elemento						
No.	1	38	39	40	41	42
No.	Nombre de la cafetería	El establecimiento cuenta con percheros para las prendas de los clientes	El establecimiento cuenta con servicio a domicilio	Cuenta con servicio de sanitario propio	Los sanitarios se encuentran diferenciados	Cuenta con suministro de agua potable
1	Cafe & sucre	0	0	6	0	10
2	Finca Santa Veracruz	0	5	6	0	10
3	Cafe en clave	0	0	6	0	10
4	A la taza	0	0	6	0	10
5	Bistro café exprés	0	0	6	0	10
6	Cafetería El Golpe	0	0	0	0	10
7	NOPAL CON TUNAS	0	0	6	0	10
8	Juan Valdez Reforma	0	0	6	4	10
9	Rococo café	2	5	6	0	10
10	Café Jekemir	2	0	6	4	10
11	El ilusionista	0	0	6	0	10
12	Cardinal casa de café	0	5	6	0	10
13	Almanegra	0	0	0	0	10
14	Cielito querido café	0	0	0	0	10
15	Starbucks Tezontle	0	0	0	0	10
16	PASSMAR	2	0	6	0	10
17	Starbucks xola	0	0	6	4	10
18	Jarocho	0	0	0	0	10
19	Cafetzalli	0	5	0	0	10
20	Starbucks Coyoacan	2	5	6	4	10
21	Central de autobuses del sur	0	0	0	0	10
22	Deli cafe	0	5	6	4	10
23	Juan valdez Santa Fé	2	5	6	4	10
24	Café Gran premio	0	0	6	4	10
25	Sangre de mi alma	0	0	6	0	10
26	Crepe& waffles	2	0	6	4	10
27	Café de mis recuerdos	2	0	6	0	10
28	Drip specialty coffee	0	0	0	0	10
29	Katsina	0	0	6	0	10
30	La selva café	0	0	6	4	10
31	Imbranato caffe	0	5	6	0	10
32	D'sharys	0	5	6	0	10
33	CAFE LuNa	0	0	6	4	10
34	salamandra	0	0	6	0	10
35	Un cafecito pal frijol	0	5	6	0	10
36	el cielo	0	0	6	4	10
37	Queremos panqué	0	0	6	0	10
38	El detalle	0	0	6	0	10
39	Cafetería Vanilla Bakery	0	5	6	0	10
40	Caffé Di Arezzo	2	5	6	4	10
41	Cultura, ideas y café	2	0	6	0	10

Elemento		Local					
No.	1	43	44	45	46	47	48
No.	Nombre de la cafetería	¿El establecimiento cuenta con suministro de energía eléctrica?	¿El establecimiento cuenta con tomacorrientes para los clientes?	Cuenta con línea telefónica	Cuenta con internet inalámbrico (wi-fi)	Cuenta con televisión	El establecimiento cuenta con espacios de estacionamiento propio
1	Cafe & sucre	6	4	0	0	0	0
2	Finca Santa Veracruz	6	4	6	10	0	0
3	Cafe en clave	6	0	6	10	0	0
4	A la taza	6	0	6	10	0	0
5	Bistro café exprés	6	0	0	0	0	0
6	Cafetería El Golpe	6	0	6	0	0	0
7	NOPAL CON TUNAS	0	0	6	10	2	0
8	Juan Valdez Reforma	6	4	6	10	0	0
9	Rococo café	6	0	6	10	0	0
10	Café Jekemir	6	4	6	10	2	0
11	El ilusionista	6	4	6	10	0	0
12	Cardinal casa de café	6	4	6	10	0	0
13	Almanegra	6	4	6	10	0	0
14	Cielito querido café	6	0	6	10	0	0
15	Starbucks Tezontle	6	0	6	10	0	0
16	PASSMAR	6	0	6	10	2	0
17	Starbucks xola	6	4	6	10	0	5
18	Jarocho	6	0	0	0	0	0
19	Cafetzalli	6	4	0	0	0	0
20	Starbucks Coyoacan	6	4	6	10	2	5
21	Central de autobuses del sur	6	0	0	0	0	0
22	Deli cafe	6	0	6	0	0	0
23	Juan valdez Santa Fé	6	4	6	10	0	0
24	Café Gran premio	6	4	6	10	2	0
25	Sangre de mi alma	6	0	6	10	2	0
26	Crepe& waffles	6	0	6	10	0	0
27	Café de mis recuerdos	6	0	6	10	2	0
28	Drip specialty coffee	6	0	6	10	0	0
29	Katsina	6	4	6	10	0	0
30	La selva café	6	4	6	10	0	0
31	Imbranato caffe	6	4	6	10	0	0
32	D'sharys	6	0	6	10	2	0
33	CAFE LuNa	6	4	0	10	0	0
34	salamandra	6	4	0	10	0	0
35	Un cafecito pal frijol	6	0	6	0	0	0
36	el cielo	6	4	6	10	0	0
37	Queremos panqué	6	0	6	0	0	0
38	El detalle	6	0	6	0	2	0
39	Cafetería Vanilla Bakery	6	0	6	0	0	0
40	Caffé Di Arezzo	6	0	6	0	0	0
41	Cultura, ideas y café	6	4	6	10	0	0

Elemento						
No.	1	49	50	51	52	53
No.	Nombre de la cafetería	El establecimiento cuenta con servicio de valet parking	El establecimiento cuenta con servicio para llevar en automovil	El establecimiento cuenta con aparatos que permitan suministrar aire caliente o frio al ambiente para mantener un clima agradable	El establecimiento cuenta con acceso único	El establecimiento cuenta con acceso para clientes y otro acceso diferente para personal y proveedores
1	Cafe & sucre	0	0	0	0	5
2	Finca Santa Veracruz	0	0	0	0	0
3	Cafe en clave	0	0	0	0	0
4	A la taza	0	2	0	0	0
5	Bistro café exprés	0	0	0	0	0
6	Cafetería El Golpe	0	0	0	0	0
7	NOPAL CON TUNAS	0	0	0	0	0
8	Juan Valdez Reforma	0	0	2	0	0
9	Rococo café	0	0	0	0	0
10	Café Jekemir	0	0	2	0	0
11	El ilusionista	0	0	0	0	0
12	Cardinal casa de café	0	0	0	0	0
13	Almanegra	0	0	0	0	0
14	Cielito querido café	0	0	2	0	5
15	Starbucks Tezontle	0	0	2	0	0
16	PASSMAR	0	0	0	0	0
17	Starbucks xola	3	2	2	0	0
18	Jarocho	0	0	0	0	0
19	Cafetzalli	0	2	0	0	0
20	Starbucks Coyoacan	3	2	2	0	0
21	Central de autobuses del sur	0	0	0	0	0
22	Deli cafe	0	0	0	0	0
23	Juan valdez Santa Fé	0	0	0	0	5
24	Café Gran premio	0	0	0	0	0
25	Sangre de mi alma	0	0	0	0	0
26	Crepe& waffles	0	0	2	0	5
27	Café de mis recuerdos	0	0	0	0	5
28	Drip specialty coffee	0	0	0	0	0
29	Katsina	0	0	0	0	0
30	La selva café	0	0	0	0	5
31	Imbranato caffe	0	0	0	0	0
32	D'sharys	0	0	0	0	0
33	CAFE LuNa	0	0	0	0	0
34	salamandra	0	0	0	0	0
35	Un cafecito pal frijol	0	0	0	0	0
36	el cielo	0	0	0	0	5
37	Queremos panqué	0	0	0	0	0
38	El detalle	0	0	0	0	0
39	Cafetería Vanilla Bakery	0	0	0	0	0
40	Caffé Di Arezzo	0	0	0	0	0
41	Cultura, ideas y café	0	0	0	0	0



Elemento		Mobiliario					
No.	1	54	55	56	57	58	59
No.	Nombre de la cafetería	El lugar cuenta con música ambiental acorde al establecimiento	El lugar cuenta con mesas para consumir los productos	Número de mesas con las que cuenta	¿Se tiene mostrador?	¿Se cuenta con barra?	Se cuenta con sillas para los clientes
1	Cafe & sucre	5	6	3	0	8	6
2	Finca Santa Veracruz	5	6	3	8	8	6
3	Cafe en clave	5	6	4	8	8	6
4	A la taza	5	6	4	8	8	6
5	Bistro café exprés	5	6	3	0	8	6
6	Cafetería El Golpe	5	6	3	8	8	6
7	NOPAL CON TUNAS	5	6	4	8	0	6
8	Juan Valdez Reforma	5	6	4	8	8	6
9	Rococo café	5	6	4	8	8	6
10	Café Jekemir	5	6	4	8	8	6
11	El ilusionista	5	6	3	8	8	6
12	Cardinal casa de café	5	6	4	8	8	6
13	Almanegra	5	6	2	8	8	6
14	Cielito querido café	5	6	4	8	8	6
15	Starbucks Tezontle	0	6	3	8	8	6
16	PASSMAR	5	6	4	8	0	6
17	Starbucks xola	5	6	4	8	0	6
18	Jarocho	0	0	0	8	8	6
19	Cafetzalli	5	6	3	8	8	6
20	Starbucks Coyoacan	5	6	4	8	8	6
21	Central de autobuses del sur	5	6	3	8	8	6
22	Deli cafe	0	6	3	8	8	6
23	Juan valdez Santa Fé	5	6	3	8	8	6
24	Café Gran premio	0	6	4	8	8	6
25	Sangre de mi alma	5	6	3	8	8	6
26	Crepe& waffles	5	6	4	8	8	6
27	Café de mis recuerdos	5	6	4	8	0	6
28	Drip specialty coffee	0	0	0	8	8	0
29	Katsina	0	6	4	8	8	6
30	La selva café	0	6	4	8	8	6
31	Imbranato caffe	0	6	3	8	8	6
32	D'sharys	5	6	3	0	8	6
33	CAFE LuNa	5	6	3	8	0	6
34	salamandra	5	0	3	8	8	6
35	Un cafecito pal frijol	5	6	3	8	8	0
36	el cielo	5	6	3	8	8	6
37	Queremos panqué	0	6	2	8	8	6
38	El detalle	5	6	4	8	8	6
39	Cafetería Vanilla Bakery	5	6	3	8	8	6
40	Caffé Di Arezzo	5	6	4	8	8	6
41	Cultura, ideas y café	5	6	4	8	8	6

Elemento						
No.	1	60	61	62	63	64
No.	Nombre de la cafetería	Número de sillas para clientes	Se cuenta con sillones para los clientes	Número de sillones para clientes	Cuenta con elementos integrados, estéticos, agradables y vistosos, creando un ambiente adecuado y armónico al establecimiento	Cuenta con cafetera americana o de filtro
1	Cafe & sucre	3	0	0	8	0
2	Finca Santa Veracruz	3	0	0	8	0
3	Cafe en clave	3	0	0	8	0
4	A la taza	3	0	0	8	0
5	Bistro café exprés	3	3	1	8	0
6	Cafetería El Golpe	3	0	0	8	0
7	NOPAL CON TUNAS	4	0	0	8	0
8	Juan Valdez Reforma	4	3	3	8	0
9	Rococo café	4	3	3	8	0
10	Café Jekemir	4	0	0	8	5
11	El ilusionista	4	3	2	8	0
12	Cardinal casa de café	4	3	1	8	0
13	Almanegra	2	0	0	8	0
14	Cielito querido café	4	3	3	8	0
15	Starbucks Tezontle	3	0	0	8	0
16	PASSMAR	4	0	0	0	0
17	Starbucks xola	4	3	2	8	0
18	Jarocho	3	0	0	0	5
19	Cafetzalli	3	0	0	8	0
20	Starbucks Coyoacan	4	3	3	8	0
21	Central de autobuses del sur	2	3	3	8	0
22	Deli cafe	3	0	0	8	0
23	Juan valdez Santa Fé	3	3	3	8	0
24	Café Gran premio	4	0	0	8	0
25	Sangre de mi alma	3	3	1	8	0
26	Crepe& waffles	4	3	2	8	5
27	Café de mis recuerdos	4	3	1	8	0
28	Drip specialty coffee	0	0	0	8	0
29	Katsina	4	3	1	8	0
30	La selva café	4	0	0	8	0
31	Imbranato caffè	2	3	2	8	0
32	D'sharys	3	0	0	8	5
33	CAFE LuNa	4	0	0	0	5
34	salamandra	3	0	0	0	0
35	Un cafecito pal frijol	0	3	3	8	0
36	el cielo	3	0	0	8	5
37	Queremos panqué	2	0	0	0	5
38	El detalle	4	0	0	8	0
39	Cafetería Vanilla Bakery	3	0	0	8	0
40	Caffé Di Arezzo	4	0	0	8	5
41	Cultura, ideas y café	3	3	3	8	0

Elemento							
No.	1	65	66	67	68	69	70
No.	Nombre de la cafetería	Cuenta con cafetera express o profesional	Cuenta con Máquina de café encapsulado	Hay preparaciones especiales de café	Cuenta con molino para moler café en el momento de la preparación de bebidas	En el establecimiento se cuenta con su propio tostador de café	Cuenta con licuadora
1	Cafe & sucre	10	0	0	10	5	5
2	Finca Santa Veracruz	10	0	0	10	0	5
3	Cafe en clave	10	0	0	10	0	5
4	A la taza	10	0	0	10	0	5
5	Bistro café exprés	10	0	0	10	5	5
6	Cafetería El Golpe	10	0	0	10	0	0
7	NOPAL CON TUNAS	10	0	0	10	0	5
8	Juan Valdez Reforma	10	0	0	10	0	5
9	Rococo café	10	0	5	10	0	0
10	Café Jekemir	10	0	0	10	0	5
11	El ilusionista	10	0	5	10	0	5
12	Cardinal casa de café	10	0	5	10	0	5
13	Almanegra	10	0	5	10	0	0
14	Cielito querido café	10	0	0	10	0	5
15	Starbucks Tezontle	10	0	0	10	0	5
16	PASSMAR	10	0	5	10	5	5
17	Starbucks xola	10	0	0	10	0	5
18	Jarocho	10	0	0	10	0	0
19	Cafetzalli	10	0	0	10	0	5
20	Starbucks Coyoacan	10	5	5	10	0	5
21	Central de autobuses del sur	10	0	0	10	0	5
22	Deli cafe	10	0	0	10	0	5
23	Juan valdez Santa Fé	10	0	0	10	0	5
24	Café Gran premio	10	0	0	10	0	5
25	Sangre de mi alma	10	0	0	10	0	5
26	Crepe& waffles	10	0	0	10	0	5
27	Café de mis recuerdos	10	0	0	10	5	5
28	Drip specialty coffee	10	0	5	10	0	0
29	Katsina	10	0	5	10	5	5
30	La selva café	10	0	0	10	0	5
31	Imbranato caffe	10	0	0	10	0	5
32	D'sharys	10	0	0	10	0	5
33	CAFE LuNa	10	0	5	10	0	5
34	salamandra	10	0	0	10	0	5
35	Un cafecito pal frijol	10	0	0	10	0	5
36	el cielo	10	0	0	10	0	5
37	Queremos panqué	10	0	0	10	0	5
38	El detalle	10	0	0	10	0	5
39	Cafetería Vanilla Bakery	10	0	0	0	0	5
40	Caffé Di Arezzo	10	0	0	10	0	5
41	Cultura, ideas y café	10	0	0	10	0	5

Elemento		Equipo e instrumental					
No.	1	71	72	73	74	75	76
No.	Nombre de la cafetería	Cuenta con Horno de convección	Cuenta con Horno de microondas	Cuenta con crepera	Cuenta con refrigerador	Cuenta con congelador	Cuenta con vitrina refrigerada
1	Cafe & sucre	4	4	2	3	2	3
2	Finca Santa Veracruz	4	0	0	3	2	3
3	Cafe en clave	4	4	2	3	2	3
4	A la taza	0	4	2	3	2	3
5	Bistro café exprés	4	4	0	3	2	0
6	Cafetería El Golpe	0	4	0	3	0	0
7	NOPAL CON TUNAS	4	0	2	3	2	0
8	Juan Valdez Reforma	4	4	0	3	2	3
9	Rococo café	4	0	0	3	0	0
10	Café Jekemir	4	4	0	3	2	3
11	El ilusionista	4	4	0	3	2	0
12	Cardinal casa de café	4	4	0	3	2	3
13	Almanegra	0	0	0	3	2	0
14	Cielito querido café	4	0	0	3	2	3
15	Starbucks Tezontle	4	0	0	3	2	3
16	PASSMAR	4	0	0	3	2	3
17	Starbucks xola	4	0	0	3	2	3
18	Jarocho	0	0	0	3	2	0
19	Cafetzalli	0	0	0	0	2	0
20	Starbucks Coyoacan	4	0	0	3	2	3
21	Central de autobuses del sur	4	0	0	3	2	3
22	Deli cafe	4	0	0	3	2	3
23	Juan valdez Santa Fé	4	0	0	3	2	3
24	Café Gran premio	4	4	0	3	2	0
25	Sangre de mi alma	4	4	0	3	2	3
26	Crepe& waffles	4	4	2	3	2	3
27	Café de mis recuerdos	4	0	0	3	2	3
28	Drip specialty coffee	0	0	0	3	0	0
29	Katsina	4	4	0	3	2	3
30	La selva café	4	4	0	3	2	0
31	Imbranato caffe	4	4	0	3	2	3
32	D'sharys	4	4	2	3	2	3
33	CAFE LuNa	4	4	0	3	2	3
34	salamandra	0	4	0	3	2	0
35	Un cafecito pal frijol	0	0	0	3	2	0
36	el cielo	4	4	0	3	2	3
37	Queremos panqué	0	4	0	3	2	3
38	El detalle	4	4	0	3	2	3
39	Cafetería Vanilla Bakery	4	0	0	3	2	3
40	Caffé Di Arezzo	4	4	2	3	2	3
41	Cultura, ideas y café	4	4	2	3	2	3

Elemento								
No.	1	77	78	79	80	81	82	83
No.	Nombre de la cafetería	Cuenta con fabricadora de hielo	Cuenta con Granizadora	Cuenta con Caja Registradora	Cuenta con Terminal punto de venta	Cuenta con Terminal Bancaria	Cuenta con platos, tazas y vasos de cerámica y/o cristal	Cuenta con platos, tazas y vasos de plástico
1	Cafe & sucre	0	0	1	0	0	3	2
2	Finca Santa Veracruz	0	0	1	0	1	3	2
3	Cafe en clave	0	0	1	3	1	3	0
4	A la taza	1	1	1	3	1	3	2
5	Bistro café exprés	0	0	0	0	0	3	0
6	Cafetería El Golpe	0	0	0	0	0	3	2
7	NOPAL CON TUNAS	0	1	1	3	1	3	0
8	Juan Valdez Reforma	1	0	0	3	1	3	2
9	Rococo café	0	0	0	3	1	3	2
10	Café Jekemir	0	1	0	3	1	3	2
11	El ilusionista	0	0	0	3	1	3	2
12	Cardinal casa de café	0	0	0	3	1	3	2
13	Almanegra	0	0	0	3	1	3	2
14	Cielito querido café	1	0	0	3	1	3	2
15	Starbucks Tezontle	1	0	0	3	1	3	2
16	PASSMAR	1	1	1	3	0	3	0
17	Starbucks xola	0	1	1	3	1	0	2
18	Jarocho	0	0	1	3	1	0	2
19	Cafetzalli	0	0	1	3	1	0	2
20	Starbucks Coyoacan	0	0	1	3	1	0	2
21	Central de autobuses del sur	1	0	0	3	1	0	2
22	Deli cafe	0	0	1	3	1	3	2
23	Juan valdez Santa Fé	0	0	1	3	1	3	2
24	Café Gran premio	0	0	0	3	1	3	0
25	Sangre de mi alma	0	0	0	0	0	3	2
26	Crepe& waffles	1	0	0	3	1	3	2
27	Café de mis recuerdos	0	0	1	3	1	3	2
28	Drip specialty coffee	0	0	0	3	1	0	2
29	Katsina	0	0	0	3	1	3	2
30	La selva café	1	0	0	3	1	3	2
31	Imbranato caffè	0	0	0	0	0	3	2
32	D'sharys	0	1	0	0	0	3	2
33	CAFE LuNa	0	0	0	0	0	0	2
34	salamandra	0	0	1	0	0	3	2
35	Un cafecito pal frijol	0	0	0	0	0	3	2
36	el cielo	0	0	1	3	1	0	2
37	Queremos panqué	0	0	1	0	0	3	2
38	El detalle	0	0	1	0	0	3	2
39	Cafetería Vanilla Bakery	0	0	0	0	1	3	2
40	Caffé Di Arezzo	1	0	1	3	1	3	2
41	Cultura, ideas y café	0	0	1	0	0	3	2

Elemento		Consumibles					
No.	1	84	85	86	87	88	89
No.	Nombre de la cafetería	Cuenta con carta para poder ver el menú y los productos que se ofrecen	¿El sanitario cuenta con papel de baño?	¿El sanitario cuenta con toallas de papel para secar las manos?	¿El sanitario cuenta con jabón para las manos?	Cuentan con servilletas	Cuentan con agitadores
1	Cafe & sucre	5	20	15	10	15	15
2	Finca Santa Veracruz	5	20	15	10	15	15
3	Cafe en clave	5	20	15	10	15	15
4	A la taza	5	20	15	10	15	15
5	Bistro café exprés	5	0	15	10	15	0
6	Cafetería El Golpe	5	0	0	0	15	15
7	NOPAL CON TUNAS	5	20	15	10	15	15
8	Juan Valdez Reforma	5	20	15	10	15	15
9	Rococo café	5	20	15	10	15	15
10	Café Jekemir	5	20	15	10	15	15
11	El ilusionista	5	20	15	10	15	15
12	Cardinal casa de café	5	20	15	10	15	15
13	Almanegra	5	0	0	0	15	15
14	Cielito querido café	0	0	0	0	15	15
15	Starbucks Tezontle	0	0	0	0	15	15
16	PASSMAR	5	0	15	10	15	0
17	Starbucks xola	0	20	15	10	15	15
18	Jarocho	0	0	0	0	15	15
19	Cafetzalli	5	0	0	0	15	15
20	Starbucks Coyoacan	5	20	15	10	15	15
21	Central de autobuses del sur	0	0	0	0	15	15
22	Deli cafe	5	20	15	10	15	15
23	Juan valdez Santa Fé	5	20	15	10	15	15
24	Café Gran premio	5	20	15	10	15	0
25	Sangre de mi alma	5	20	15	10	15	15
26	Crepe& waffles	5	20	15	10	15	15
27	Café de mis recuerdos	5	20	15	10	15	15
28	Drip specialty coffee	0	0	0	0	15	15
29	Katsina	0	20	15	10	15	15
30	La selva café	5	20	15	10	15	15
31	Imbranato caffe	0	20	15	10	15	15
32	D'sharys	5	20	0	10	15	0
33	CAFE LuNa	5	20	15	10	15	15
34	salamandra	5	20	15	10	15	0
35	Un cafecito pal frijol	5	20	0	10	15	15
36	el cielo	5	20	15	10	15	15
37	Queremos panqué	0	20	15	10	15	0
38	El detalle	5	20	0	10	15	15
39	Cafetería Vanilla Bakery	5	20	0	10	15	15
40	Caffé Di Arezzo	5	20	15	10	15	15
41	Cultura, ideas y café	5	20	0	10	15	15

	Elemento			Consumidores		
No.	1	90	91	92	93	94
No.	Nombre de la cafetería	Cuentan con popotes	Cuentan con sobres de azúcar	Opinión en Redes sociales	PUNTOS TOTALES	Categoría
1	Cafe & sucre	10	15	131	676	2 tazas
2	Finca Santa Veracruz	10	15	123	738	2 tazas
3	Cafe en clave	10	15	45	635	2 tazas
4	A la taza	10	15	47	701	2 tazas
5	Bistro café exprés	10	0	0	511	1 taza
6	Cafetería El Golpe	0	15	75	496	1 taza
7	NOPAL CON TUNAS	10	15	129	684	2 tazas
8	Juan Valdez Reforma	10	15	135	788	3 tazas
9	Rococo café	0	15	116	749	2 tazas
10	Café Jekemir	10	15	121	820	3 tazas
11	El ilusionista	10	15	129	669	2 tazas
12	Cardinal casa de café	10	15	134	728	2 tazas
13	Almanegra	0	15	139	636	2 tazas
14	Cielito querido café	10	15	122	708	2 tazas
15	Starbucks Tezontle	10	15	58	656	2 tazas
16	PASSMAR	10	15	132	657	2 tazas
17	Starbucks xola	10	15	131	793	3 tazas
18	Jarocho	10	15	124	578	1 taza
19	Cafetzalli	10	15	130	686	2 tazas
20	Starbucks Coyoacan	10	15	121	863	3 tazas
21	Central de autobuses del sur	10	15	0	420	0
22	Deli cafe	10	15	0	659	2 tazas
23	Juan valdez Santa Fé	10	15	130	842	3 tazas
24	Café Gran premio	10	0	128	720	2 tazas
25	Sangre de mi alma	10	15	0	584	1 taza
26	Crepe& waffles	10	15	121	778	3 tazas
27	Café de mis recuerdos	10	15	0	614	2 tazas
28	Drip specialty coffee	0	15	136	552	1 taza
29	Katsina	10	15	133	769	3 tazas
30	La selva café	10	15	106	732	2 tazas
31	Imbranato caffe	10	15	0	509	1 taza
32	D´sharys	0	0	0	485	1 taza
33	CAFE LuNa	10	0	0	529	1 taza
34	salamandra	10	15	117	518	1 taza
35	Un cafecito pal frijol	10	15	116	631	2 tazas
36	el cielo	10	15	0	581	1 taza
37	Queremos panqué	10	15	0	409	0
38	El detalle	10	15	58	622	2 tazas
39	Cafetería Vanilla Bakery	10	15	0	564	1 taza
40	Caffé Di Arezzo	10	15	116	676	2 tazas
41	Cultura, ideas y café	10	15	107	612	2 tazas

# **ANEXO 6**

## **Calificación de cafeterías por Elemento**



Factor	Medio Ambiente			Dirección			7	
	No.	1	2	3	4	5		6
No.	Elemento	Localización	Economico	Social	Filosofía	Tecnología	Estructura organizacional	Bebidas
1	Cafe & sucre	80	131	25	0	15	71	85
2	Finca Santa Veracruz	100	123	25	7	30	65	85
3	Cafe en clave	80	45	25	0	30	65	100
4	A la taza	50	47	50	20	30	82	100
5	Bistro café exprés	100	0	25	20	30	68	70
6	Cafetería El Golpe	100	75	0	0	30	53	55
7	NOPAL CON TUNAS	80	129	25	0	30	70	85
8	Juan Valdez Reforma	70	135	50	13	30	82	85
9	Rococo café	100	116	25	20	30	79	52
10	Café Jekemir	100	121	50	0	30	82	85
11	El ilusionista	70	129	25	0	30	79	55
12	Cardinal casa de café	70	134	25	0	30	78	85
13	Almanegra	100	139	25	0	30	83	55
14	Cielito querido café	100	122	25	0	30	90	85
15	Starbucks Tezontle	100	58	50	20	30	78	100
16	PASSMAR	30	132	25	0	30	84	85
17	Starbucks xola	100	131	50	20	30	80	70
18	Jarocho	100	124	50	0	30	36	55
19	Cafetzalli	100	130	50	0	30	95	55
20	Starbucks Coyoacan	100	121	50	20	30	82	100
21	Central de autobuses del sur	70	0	0	0	30	55	67
22	Deli cafe	100	0	50	20	30	88	100
23	Juan valdez Santa Fé	100	130	50	20	30	86	100
24	Café Gran premio	100	128	25	0	30	70	82
25	Sangre de mi alma	100	0	25	0	30	81	67
26	Crepe& waffles	100	121	25	20	30	79	100
27	Café de mis recuerdos	100	0	25	0	30	86	55
28	Drip specialty coffee	50	136	25	20	30	71	55
29	Katsina	50	133	50	0	30	97	85
30	La selva café	50	106	50	20	30	74	85
31	Imbranato caffe	100	0	0	0	30	38	70
32	D'sharys	80	0	50	0	15	54	67
33	CAFE LuNa	80	0	50	0	30	52	70
34	salamandra	30	117	25	0	15	64	37
35	Un cafecito pal frijol	100	116	0	0	30	60	85
36	el cielo	80	0	25	0	30	82	85
37	Queremos panqué	50	0	0	0	30	60	55
38	El detalle	100	58	25	0	30	53	100
39	Cafetería Vanilla Bakery	100	0	25	0	30	63	85
40	Caffé Di Arezzo	100	116	25	0	15	44	70
41	Cultura, ideas y café	50	107	0	0	30	63	85

Factor No.	Productos				Instalaciones y equipo			Suministros
	8	9	10	11	12	13	14	15
Elemento	Alimentos	Café	Otros productos	Servicios	Local	Mobiliario	Equipo e instrumental	Consumibles
Cafe & sucre	25	0	0	15	36	34	59	100
Finca Santa Veracruz	25	12	0	28	47	42	49	100
Cafe en clave	25	0	0	23	43	43	56	100
A la taza	17	38	0	23	45	43	56	100
Bistro café exprés	17	0	0	15	27	38	51	50
Cafetería El Golpe	17	0	0	15	27	42	37	45
NOPAL CON TUNAS	17	0	0	23	39	36	50	100
Juan Valdez Reforma	17	32	0	15	53	50	56	100
Rococo café	17	41	10	30	43	50	46	90
Café Jekemir	17	41	10	25	55	44	61	100
El ilusionista	0	6	0	23	47	48	57	100
Cardinal casa de café	17	6	0	28	47	48	60	100
Almanegra	0	6	5	23	41	40	44	45
Cielito querido café	17	18	10	15	44	50	47	55
Starbucks Tezontle	17	6	5	15	34	42	47	55
PASSMAR	17	38	0	17	45	28	61	65
Starbucks xola	17	12	20	15	63	41	45	100
Jarocho	0	35	0	15	16	25	37	55
Cafetzalli	0	35	0	28	27	42	39	55
Starbucks Coyoacan	17	35	5	30	65	50	59	100
Central de autobuses del sur	17	0	0	15	21	47	44	55
Deli cafe	17	0	0	28	32	42	52	100
Juan valdez Santa Fé	0	35	5	30	56	48	52	100
Café Gran premio	17	29	5	23	48	44	50	70
Sangre de mi alma	17	0	0	23	45	46	51	100
Crepe& waffles	17	0	0	20	54	49	63	100
Café de mis recuerdos	17	29	0	25	50	40	57	100
Drip specialty coffee	0	15	0	15	32	24	34	45
Katsina	25	27	0	23	42	48	60	100
La selva café	17	29	0	23	51	44	53	100
Imbranato caffe	17	0	0	20	42	46	46	100
D'sharys	17	0	0	20	45	34	59	45
CAFE LuNa	17	0	0	15	45	27	58	85
salamandra	17	0	0	15	41	28	45	85
Un cafecito pal frijol	17	6	0	20	33	39	40	85
el cielo	0	0	0	23	56	42	58	100
Queremos panqué	0	6	0	15	28	32	48	85
El detalle	25	0	0	15	35	44	52	85
Cafetería Vanilla Bakery	25	0	10	28	33	42	38	85
Caffé Di Arezzo	25	6	0	30	37	44	64	100
Cultura, ideas y café	25	0	0	17	47	49	54	85

<b>Factor</b>		
<b>No.</b>	16	17
<b>Elemento</b>	<b>Total</b>	<b>Categoria</b>
Cafe & sucre	676	2 tazas
Finca Santa Veracruz	738	2 tazas
Cafe en clave	635	2 tazas
A la taza	701	2 tazas
Bistro café exprés	511	1 taza
Cafetería El Golpe	496	1 taza
NOPAL CON TUNAS	684	2 tazas
Juan Valdez Reforma	788	3 tazas
Rococo café	749	2 tazas
Café Jekemir	820	3 tazas
El ilusionista	669	2 tazas
Cardinal casa de café	728	2 tazas
Almanegra	636	2 tazas
Cielito querido café	708	2 tazas
Starbucks Tezontle	656	2 tazas
PASSMAR	657	2 tazas
Starbucks xola	793	3 tazas
Jarocho	578	1 taza
Cafetzalli	686	2 tazas
Starbucks Coyoacan	863	3 tazas
Central de autobuses del sur	420	0
Deli cafe	659	2 tazas
Juan valdez Santa Fé	842	3 tazas
Café Gran premio	720	2 tazas
Sangre de mi alma	584	1 taza
Crepe& waffles	778	3 tazas
Café de mis recuerdos	614	2 tazas
Drip specialty coffee	552	1 taza
Katsina	769	3 tazas
La selva café	732	2 tazas
Imbranato caffe	509	1 taza
D'sharys	485	1 taza
CAFE LuNa	529	1 taza
salamandra	518	1 taza
Un cafecito pal frijol	631	2 tazas
el cielo	581	1 taza
Queremos panqué	409	0
El detalle	622	2 tazas
Cafetería Vanilla Bakery	564	1 taza
Caffé Di Arezzo	676	2 tazas
Cultura, ideas y café	612	2 tazas

# **ANEXO 7**

## **Calificación de cafeterías por Factor**

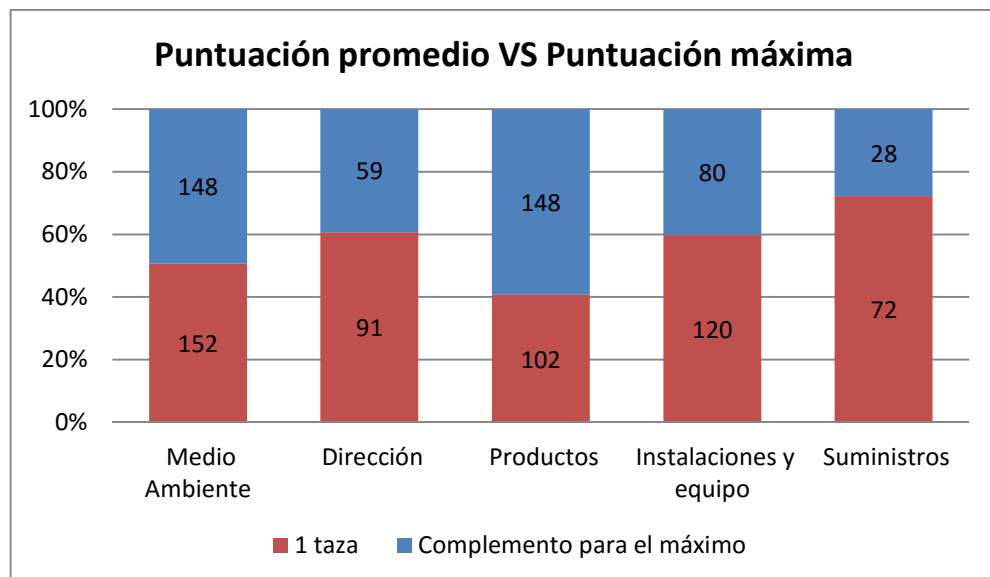
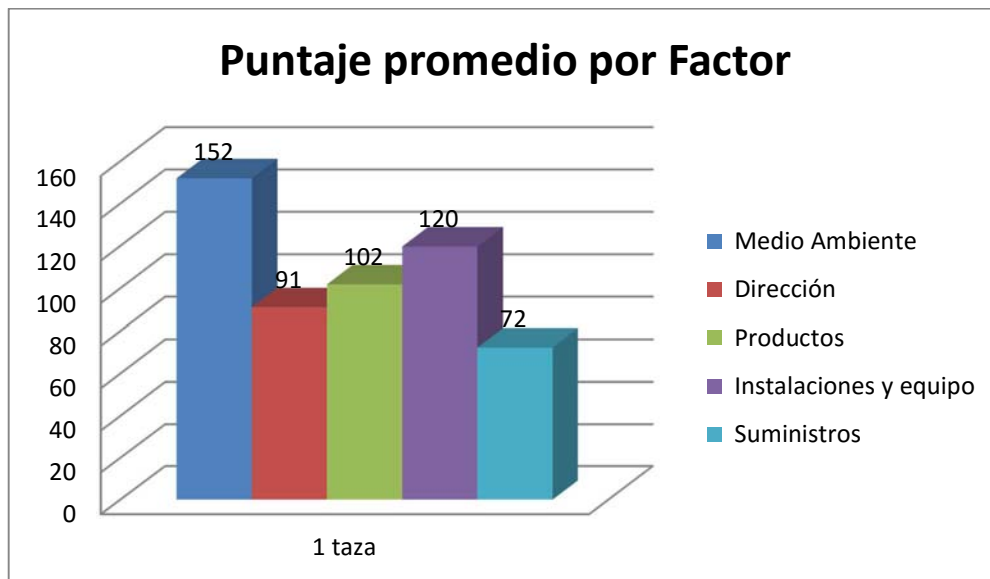
		Factores						
		F1	F2	F3	F4	F5		
No.	Cafeteria	edio Ambien	Dirección	Productos	laciones y eq	Suministros	Total	Categoría
1	Cafe & sucre	236	86	125	129	100	676	2 tazas
2	Finca Santa Veracruz	248	102	150	138	100	738	2 tazas
3	Cafe en clave	150	95	148	142	100	635	2 tazas
4	A la taza	147	132	178	144	100	701	2 tazas
5	Bistro café exprés	125	118	102	116	50	511	1 taza
6	Cafetería El Golpe	175	83	87	106	45	496	1 taza
7	NOPAL CON TUNAS	234	100	125	125	100	684	2 tazas
8	Juan Valdez Reforma	255	125	149	159	100	788	3 tazas
9	Rococo café	241	129	149	139	90	749	2 tazas
10	Café Jekemir	271	112	178	160	100	820	3 tazas
11	El ilusionista	224	109	84	152	100	669	2 tazas
12	Cardinal casa de café	229	108	136	155	100	728	2 tazas
13	Almanegra	264	113	89	125	45	636	2 tazas
14	Cielito querido café	247	120	144	141	55	708	2 tazas
15	Starbucks Tezontle	208	128	143	123	55	656	2 tazas
16	PASSMAR	187	114	157	134	65	657	2 tazas
17	Starbucks xola	281	130	133	149	100	793	3 tazas
18	Jarocho	274	66	105	78	55	578	1 taza
19	Cafetzalli	280	125	118	108	55	686	2 tazas
20	Starbucks Coyoacan	271	132	187	174	100	863	3 tazas
21	Central de autobuses del sur	70	85	98	112	55	420	0
22	Deli cafe	150	138	145	126	100	659	2 tazas
23	Juan valdez Santa Fé	280	136	170	156	100	842	3 tazas
24	Café Gran premio	253	100	156	142	70	720	2 tazas
25	Sangre de mi alma	125	111	106	142	100	584	1 taza
26	Crepe& waffles	246	129	137	166	100	778	3 tazas
27	Café de mis recuerdos	125	116	126	147	100	614	2 tazas
28	Drip specialty coffee	211	121	85	90	45	552	1 taza
29	Katsina	233	127	160	150	100	769	3 tazas
30	La selva café	206	124	154	148	100	732	2 tazas
31	Imbranato caffe	100	68	107	134	100	509	1 taza
32	D´sharys	130	69	103	138	45	485	1 taza
33	CAFE LuNa	130	82	102	130	85	529	1 taza
34	salamandra	172	79	68	114	85	518	1 taza
35	Un cafecito pal frijol	216	90	128	112	85	631	2 tazas
36	el cielo	105	112	108	156	100	581	1 taza
37	Queremos panqué	50	90	76	108	85	409	0
38	El detalle	183	83	140	131	85	622	2 tazas
39	Cafetería Vanilla Bakery	125	93	148	113	85	564	1 taza
40	Caffé Di Arezzo	241	59	131	145	100	676	2 tazas
41	Cultura, ideas y café	157	93	127	150	85	612	2 tazas

# **ANEXO 8**

**Información de cafeterías con  
distintivo “1 Taza”**

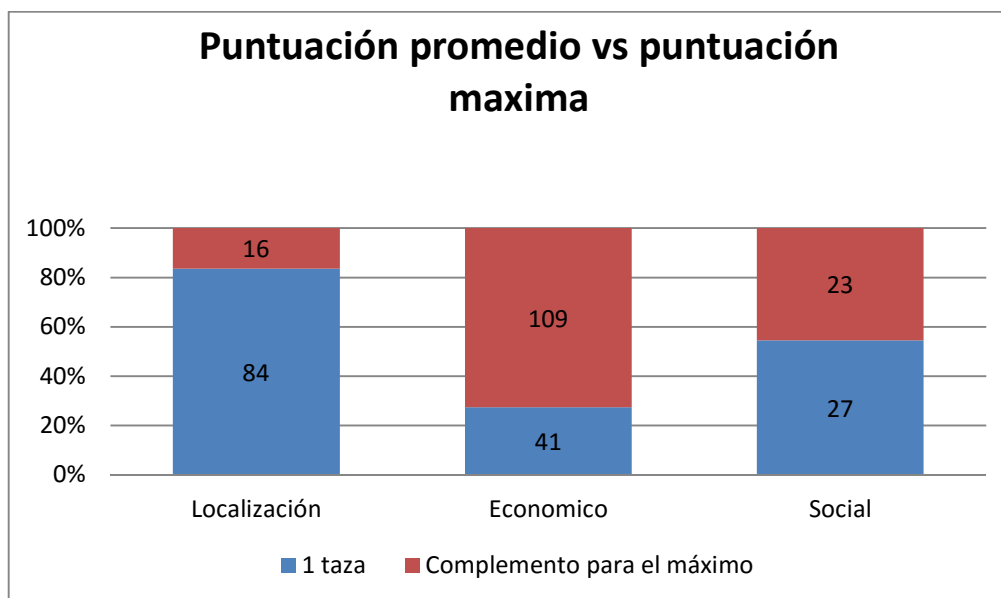
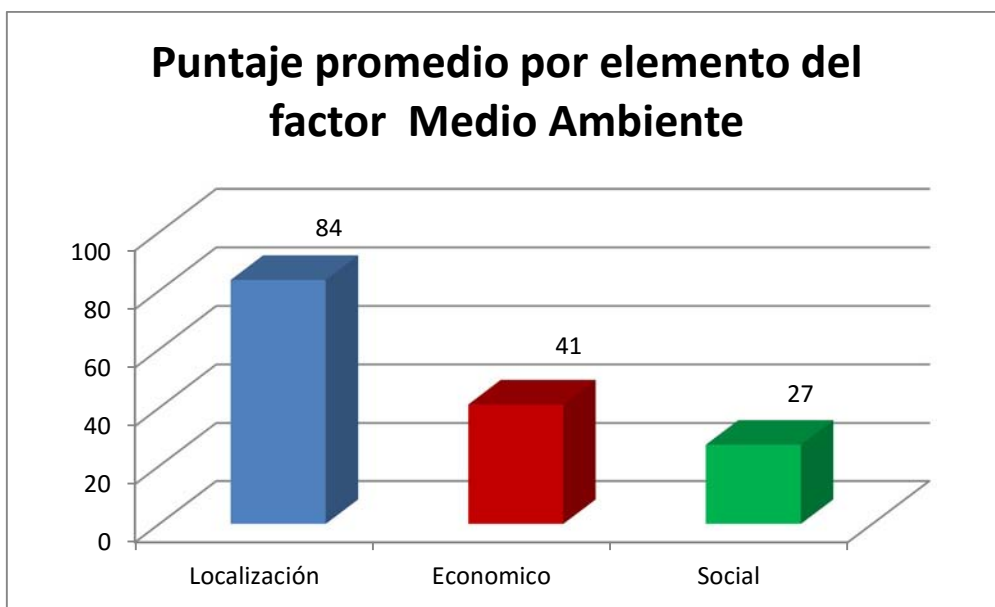
## Distintivo "1 Taza" por Factores

Distintivo "1 Taza"					
Factor	Medio Ambiente	Dirección	Productos	Instalaciones y equipo	Suministros
<b>Puntos</b>	152	91	102	120	72
<b>Puntuación máxima</b>	300	150	250	200	100
<b>Proporción de puntos</b>	51%	61%	41%	60%	72%
<b>Complemento para el máximo</b>	148	59	148	80	28



## Distintivo “1 Taza” por elemento del factor Medio Ambiente

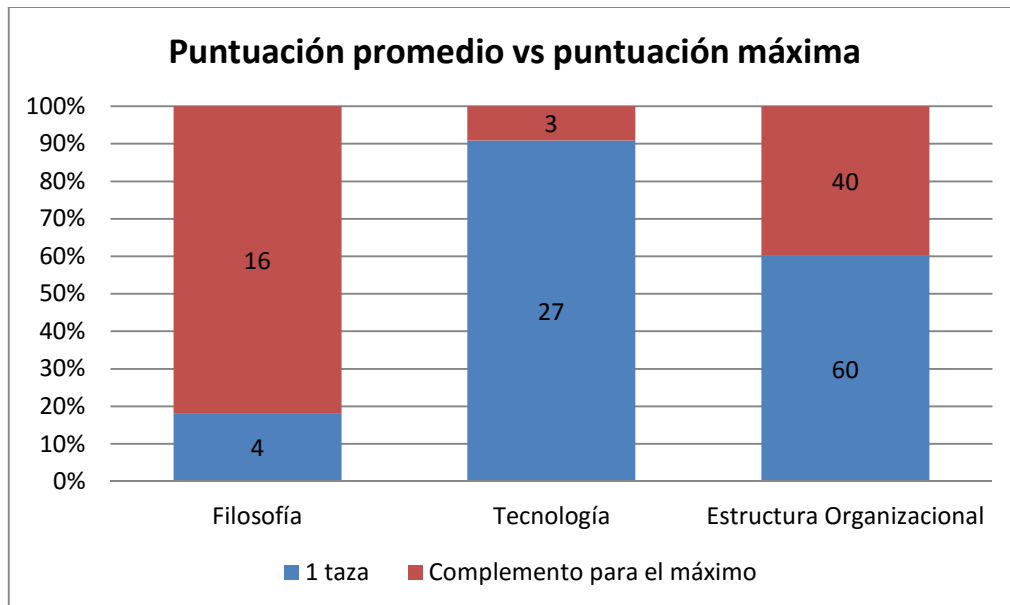
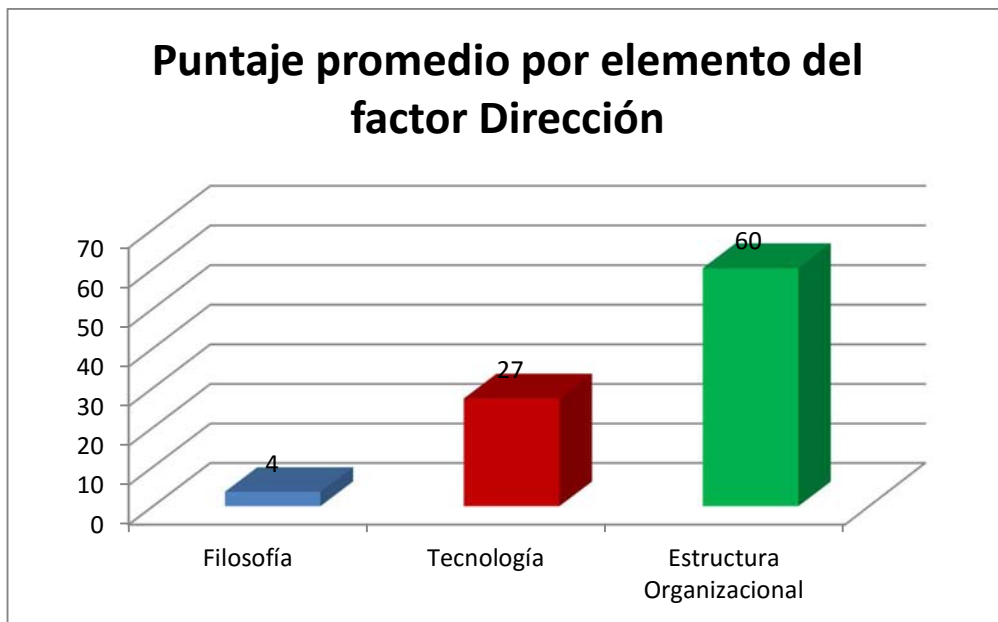
Factor Medio Ambiente			
Elementos	Localización	Económico	Social
Puntos	84	41	27
Puntuación máxima	100	150	50
Proporción de puntos	84%	27%	55%
Complemento para el máximo	16	109	23





## Distintivo “1 Taza” por elemento del factor Dirección

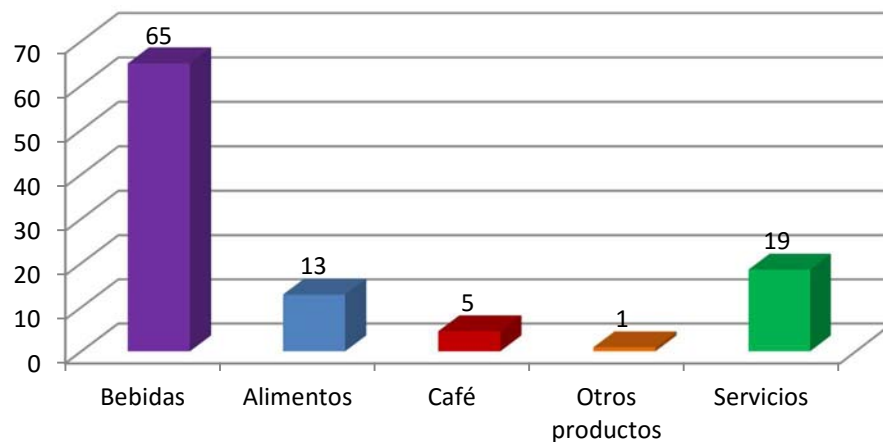
Elementos	Factor Dirección		
	Filosofía	Tecnología	Estructura Organizacional
1 taza	4	27	60
Puntuación máxima	20	30	100
Proporción de puntos	18%	91%	60%
Complemento para el máximo	16	3	40



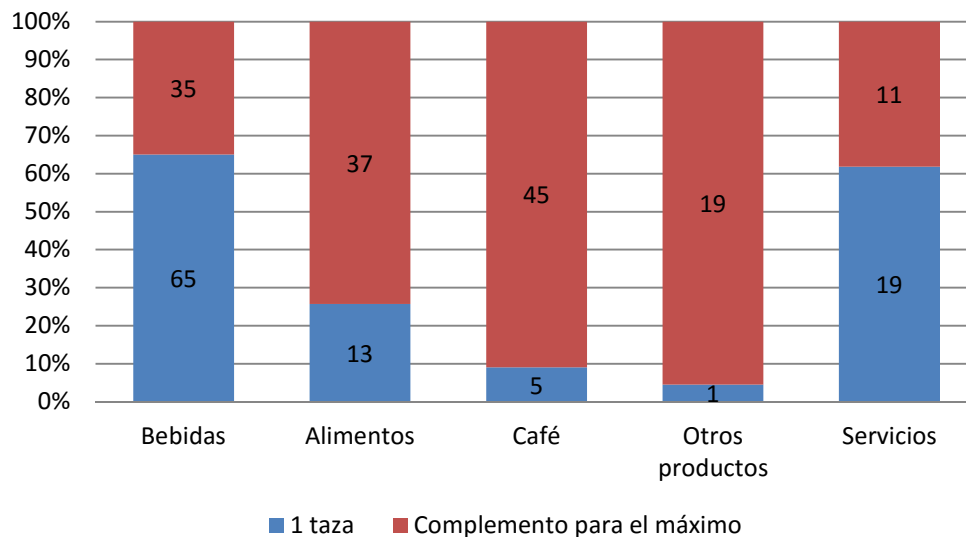
## Distintivo “1 Taza” por elemento del factor Productos

Factor Productos					
Elementos	Bebidas	Alimentos	Café	Otros productos	Servicios
1 taza	65	13	5	1	19
Puntuación máxima	100	50	50	20	30
Proporción de puntos	65%	26%	9%	5%	62%
Complemento para el máximo	35	37	45	19	11

**Puntaje promedio por elemento del factor Productos**

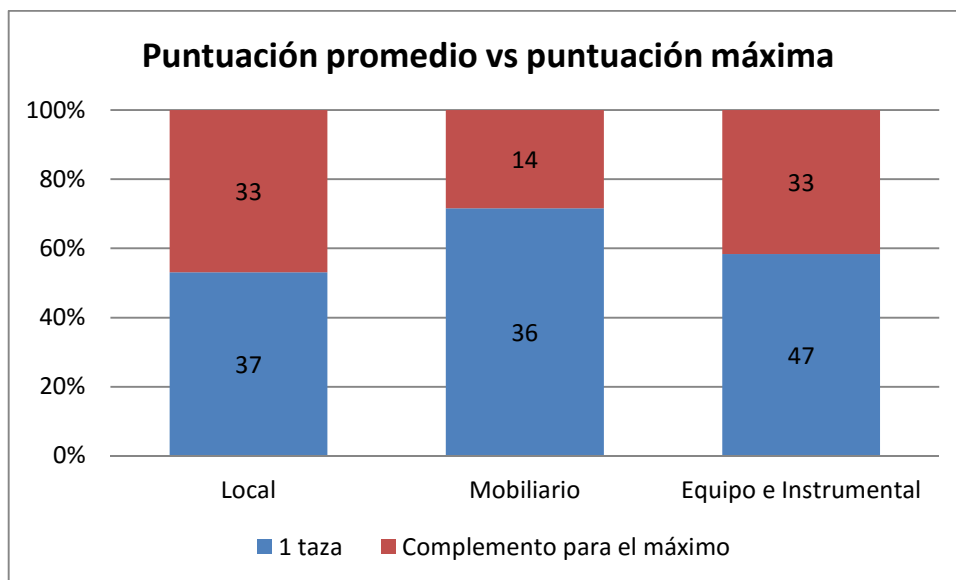
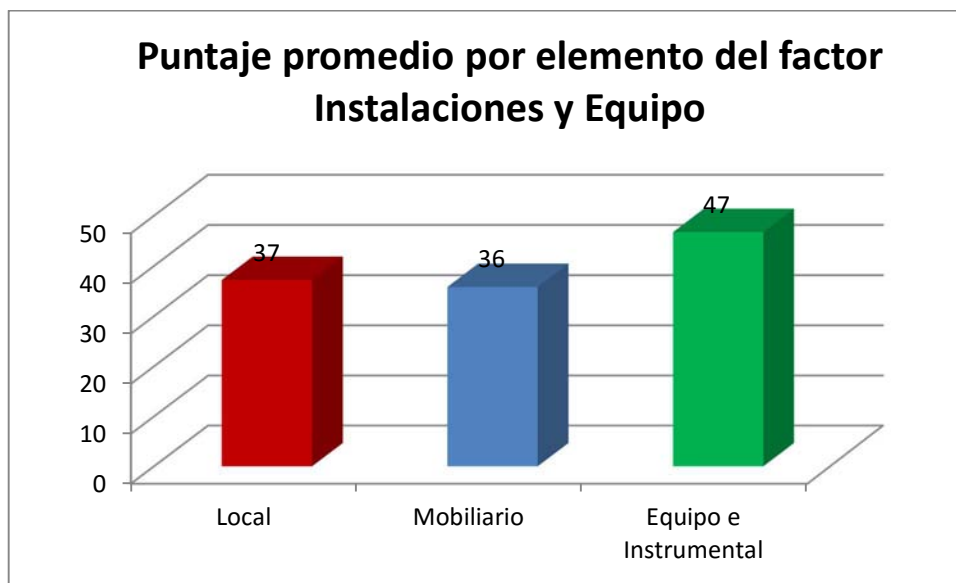


**Puntuación promedio vs puntuación máxima**



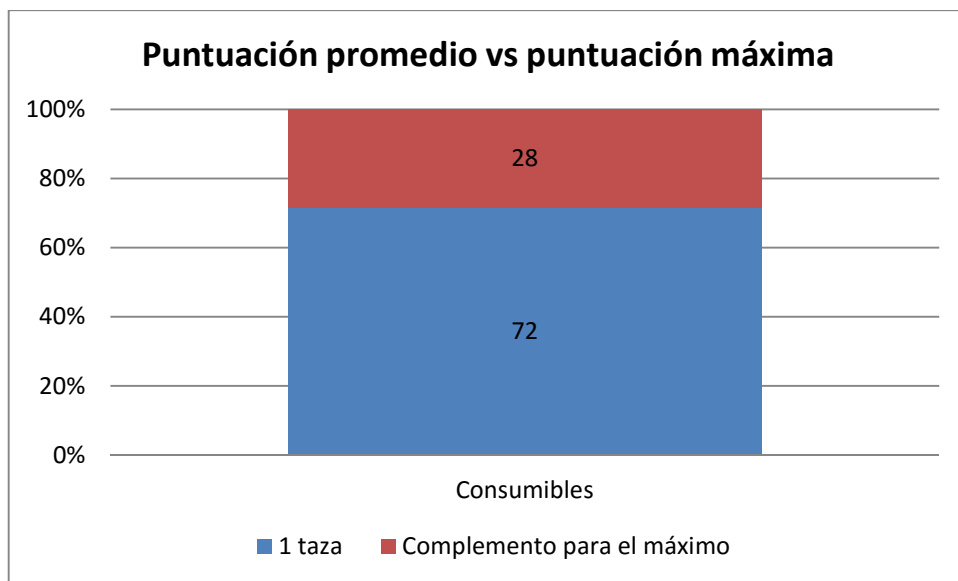
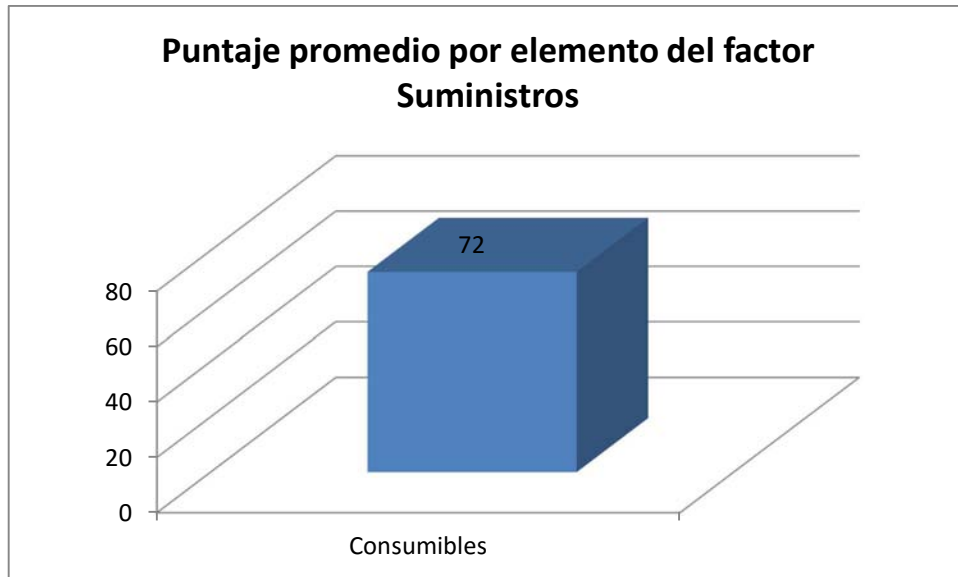
# Distintivo “1 Taza” por elemento del factor Instalaciones y Equipo

Factor Instalaciones y Equipo			
Elementos	Local	Mobiliario	Equipo e Instrumental
1 taza	37	36	47
Puntuación máxima	70	50	80
Proporción de puntos	53%	72%	58%
Complemento para el máximo	33	14	33



# Distintivo “1 Taza” por elemento del factor Suministros

Factor Suministros	
Elementos	Consumibles
1 taza	72
Puntuación máxima	100
Proporción de puntos	72%
Complemento para el máximo	28

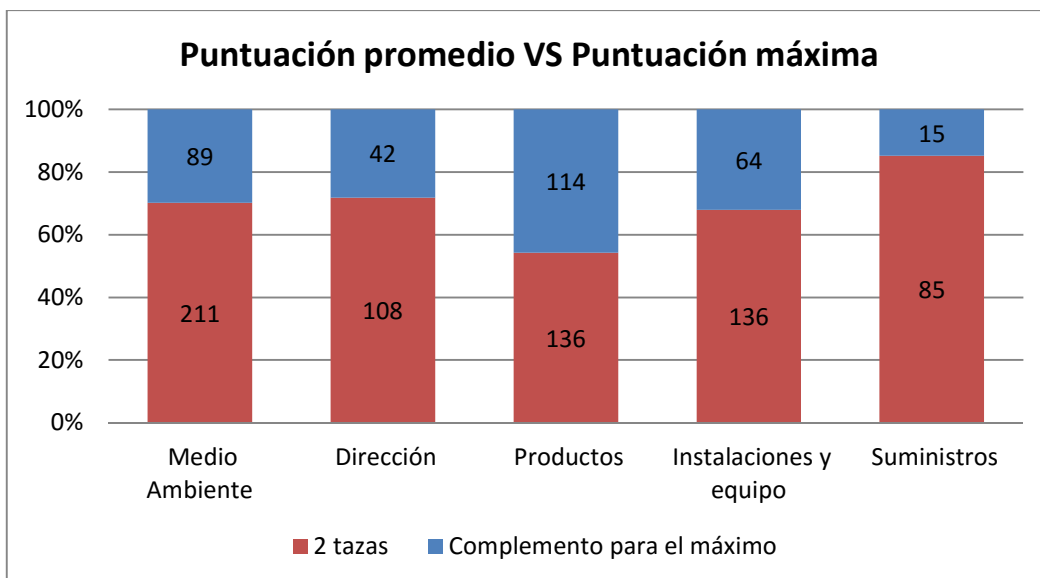
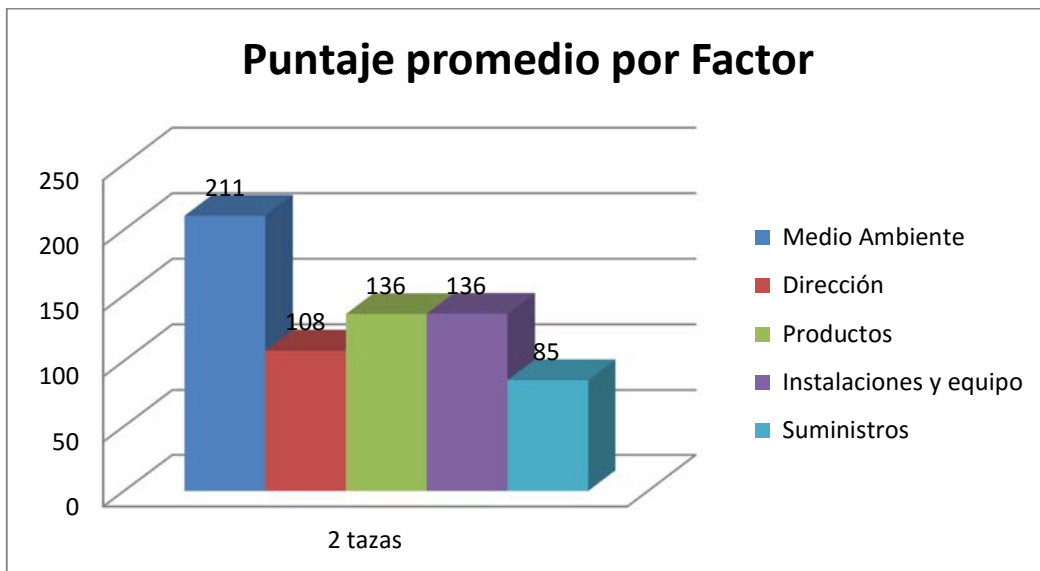


# **ANEXO 9**

**Información de cafeterías con  
distintivo “2 Tazas”**

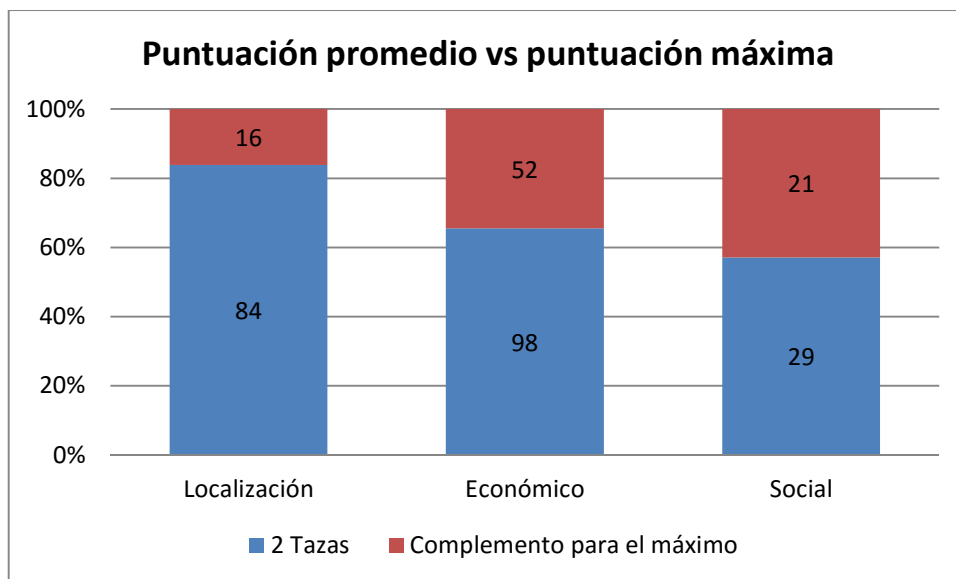
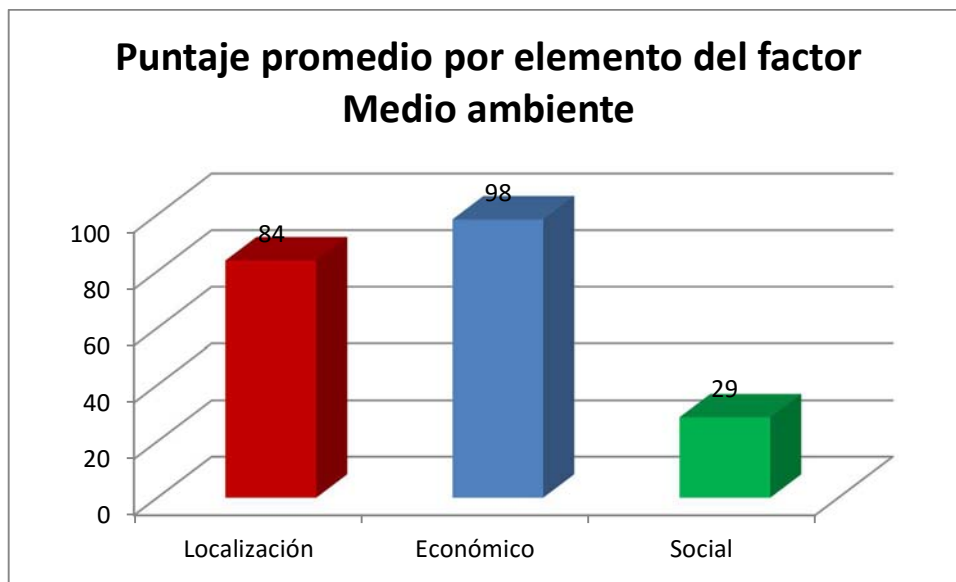
## Distintivo “2 Tazas” por Factores

Distintivo "2 Tazas"					
Factor	Medio Ambiente	Dirección	Productos	Instalaciones y equipo	Suministros
<b>2 tazas</b>	211	108	136	136	85
<b>Puntuación máxima</b>	300	150	250	200	100
<b>Proporción de puntos</b>	70%	72%	54%	68%	85%
<b>Complemento para el máximo</b>	89	42	114	64	15



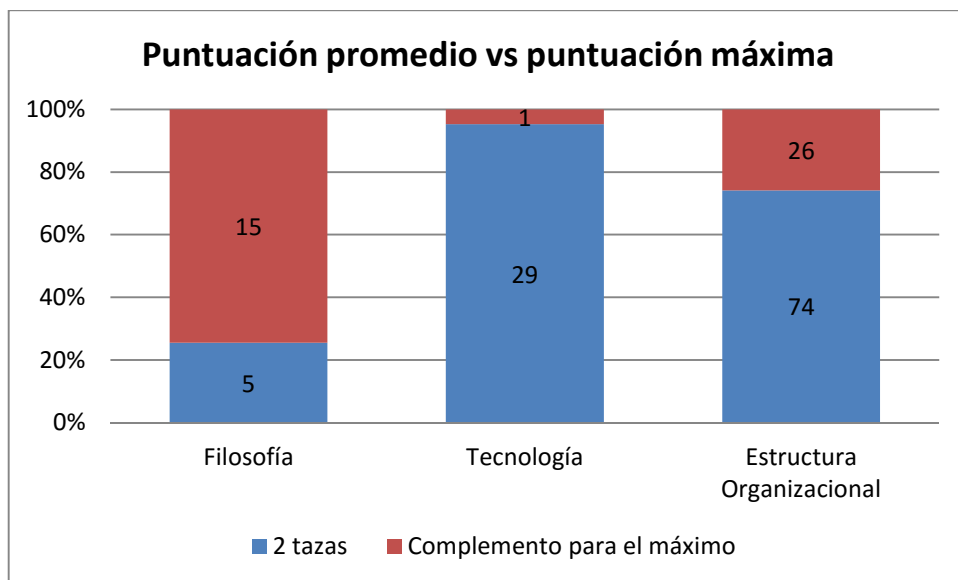
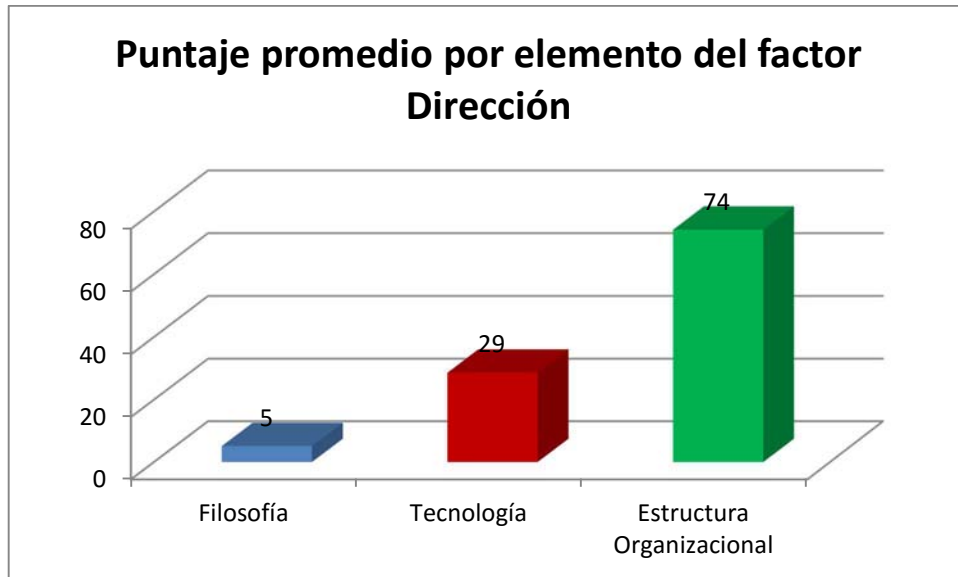
## Distintivo “2 Tazas” por elemento del factor Medio Ambiente

Factor Medio Ambiente			
Elementos	Localización	Económico	Social
<b>2 tazas</b>	84	98	29
<b>Puntuación máxima</b>	100	150	50
<b>Proporción de puntos</b>	84%	66%	57%
<b>Complemento para el máximo</b>	16	52	21



## Distintivo “2 Tazas” por elemento del factor Dirección

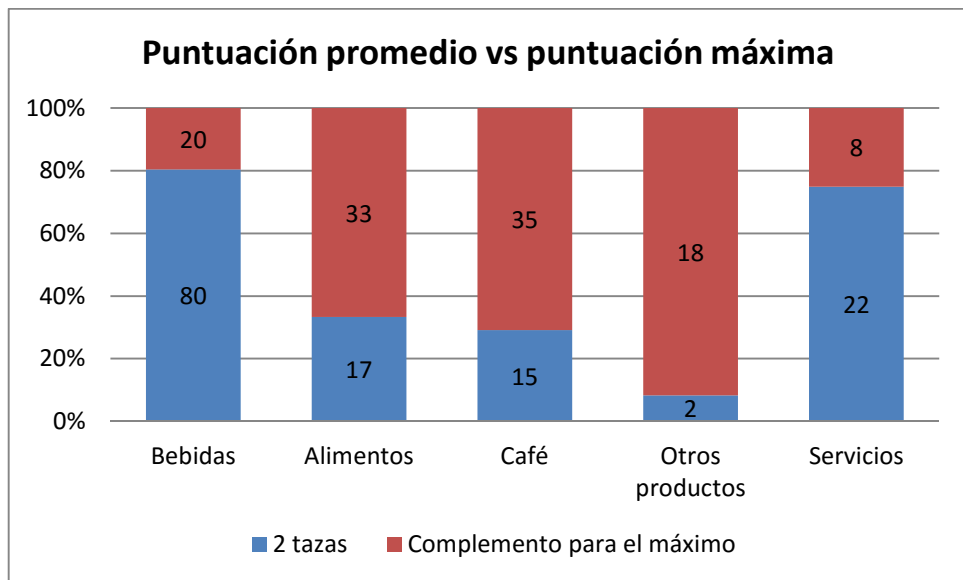
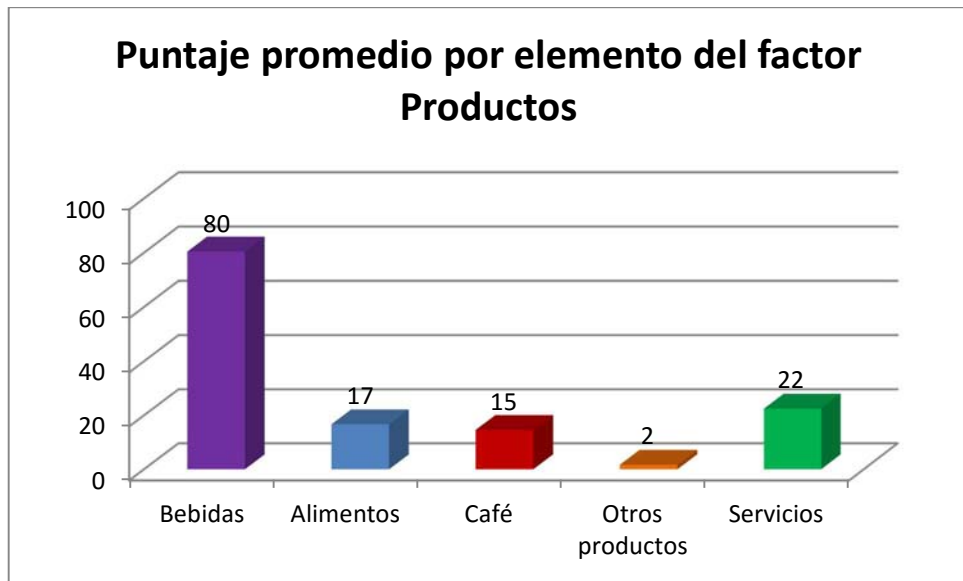
Factor Dirección			
Elementos	Filosofía	Tecnología	Estructura Organizacional
<b>2 tazas</b>	5	29	74
<b>Puntuación máxima</b>	20	30	100
<b>Proporción de puntos</b>	25%	95%	74%
<b>Complemento para el máximo</b>	15	1	26





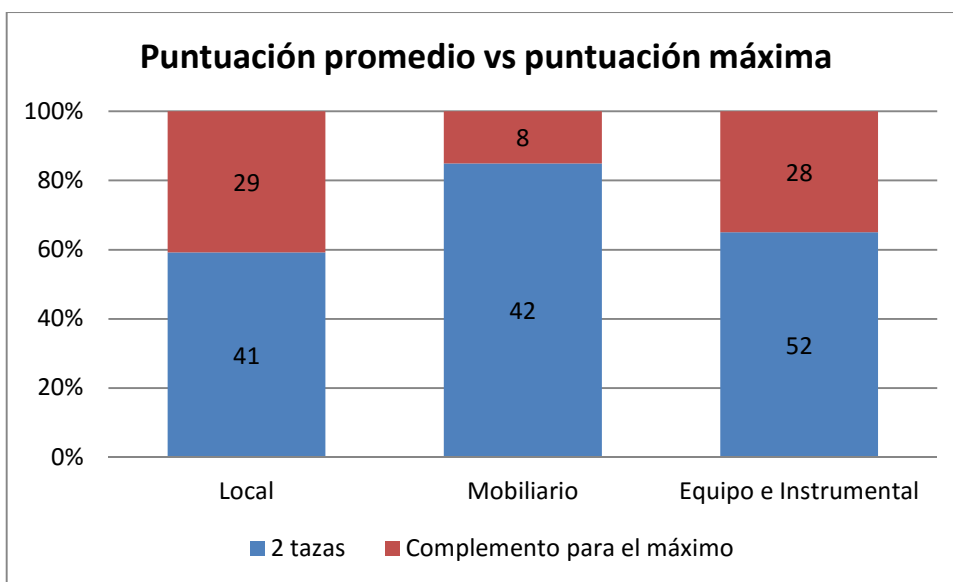
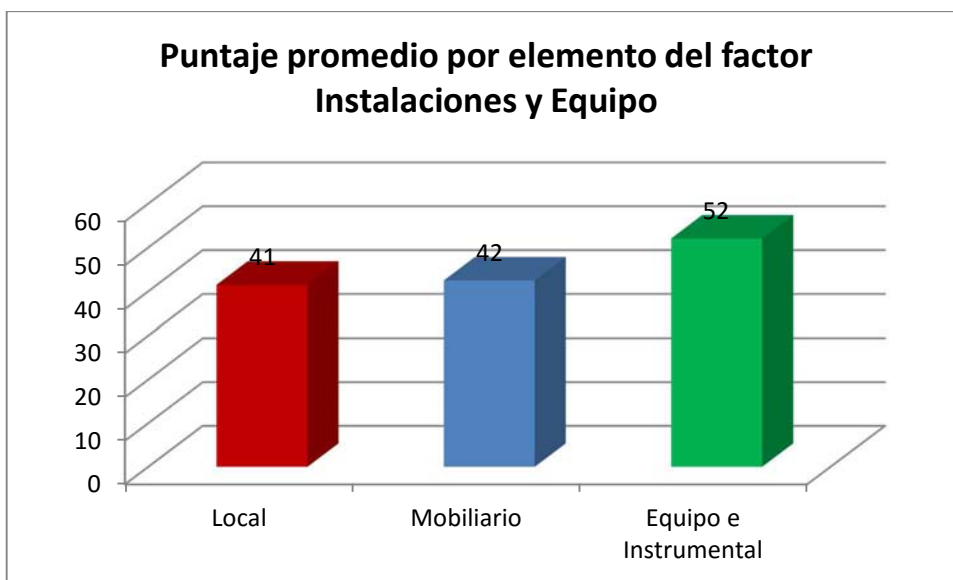
# Distintivo “2 Tazas” por elemento del factor Productos

Factor Productos					
Elementos	Bebidas	Alimentos	Café	Otros productos	Servicios
<b>2 tazas</b>	80	17	15	2	22
<b>Puntuación máxima</b>	100	50	50	20	30
<b>Proporción de puntos</b>	80%	33%	29%	8%	75%
<b>Complemento para el máximo</b>	20	33	35	18	8



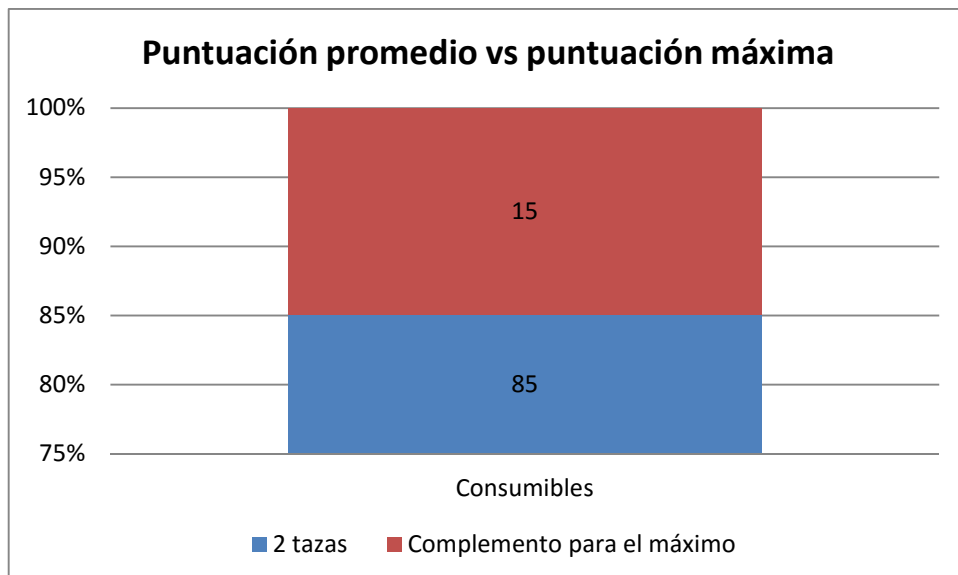
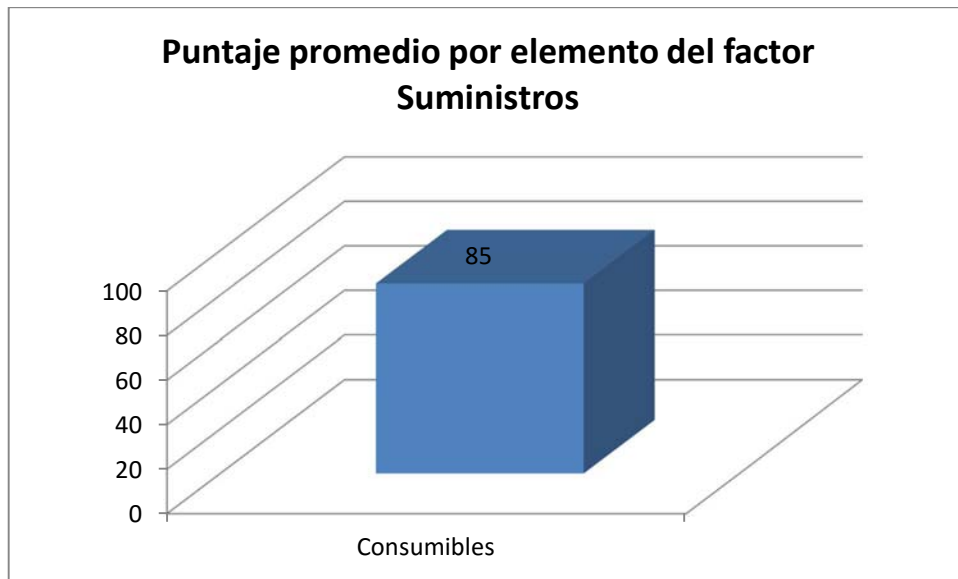
## Distintivo “2 Tazas” por elemento del factor Instalaciones y Equipo

Factor Instalaciones y Equipo			
Elementos	Local	Mobiliario	Equipo e Instrumental
<b>2 tazas</b>	41	42	52
<b>Puntuación máxima</b>	70	50	80
<b>Proporción de puntos</b>	59%	85%	65%
<b>Complemento para el máximo</b>	29	8	28



# Distintivo “2 Tazas” por elemento del factor Suministros

Factor Suministros	
Elementos	Consumibles
2 tazas	85
Puntuación máxima	100
Proporción de puntos	85%
Complemento para el máximo	15

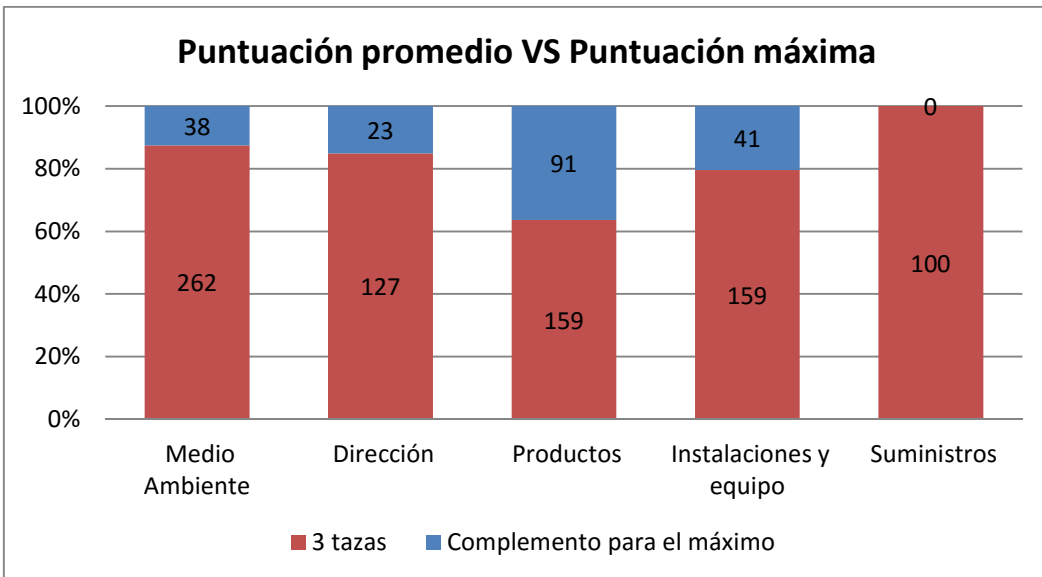
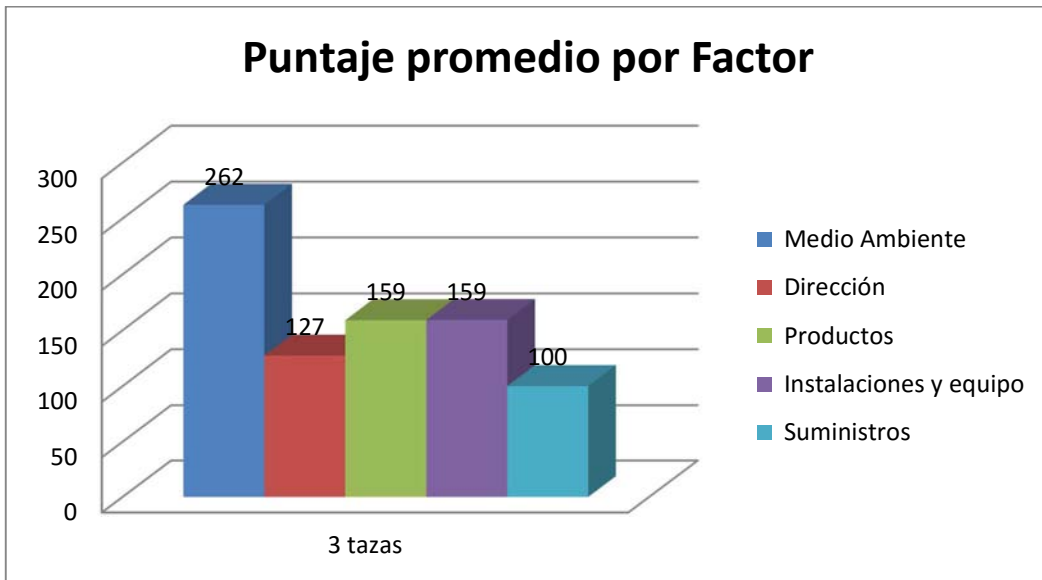


# **ANEXO 10**

**Información de cafeterías con  
distintivo “3 Tazas”**

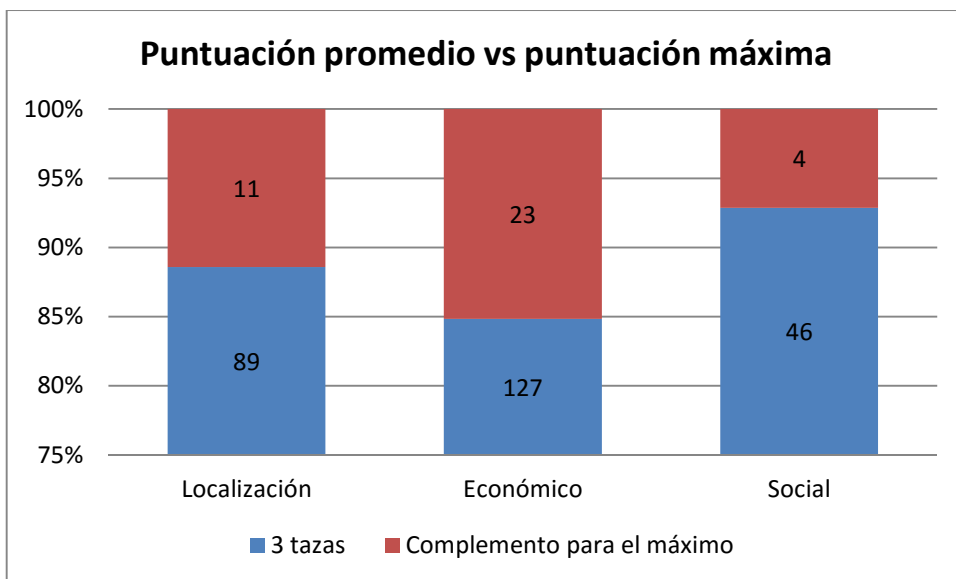
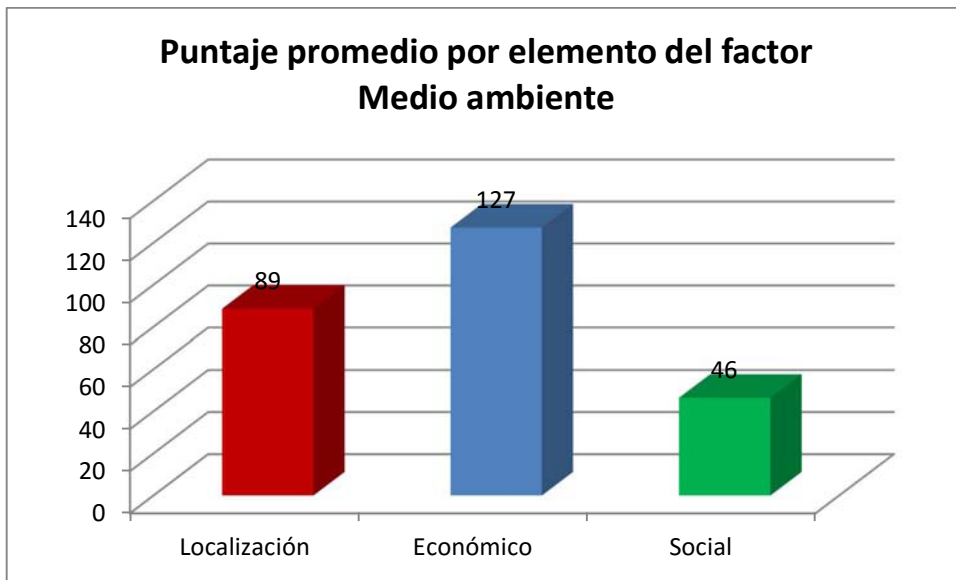
## Distintivo "3 Tazas" por Factores

Distintivo "3 Tazas"					
Factor	Medio Ambiente	Dirección	Productos	Instalaciones y equipo	Suministros
<b>3 tazas</b>	262	127	159	159	100
<b>Puntuación máxima</b>	300	150	250	200	100
<b>Proporción de puntos</b>	87%	85%	64%	80%	100%
<b>Complemento para el máximo</b>	38	23	91	41	0



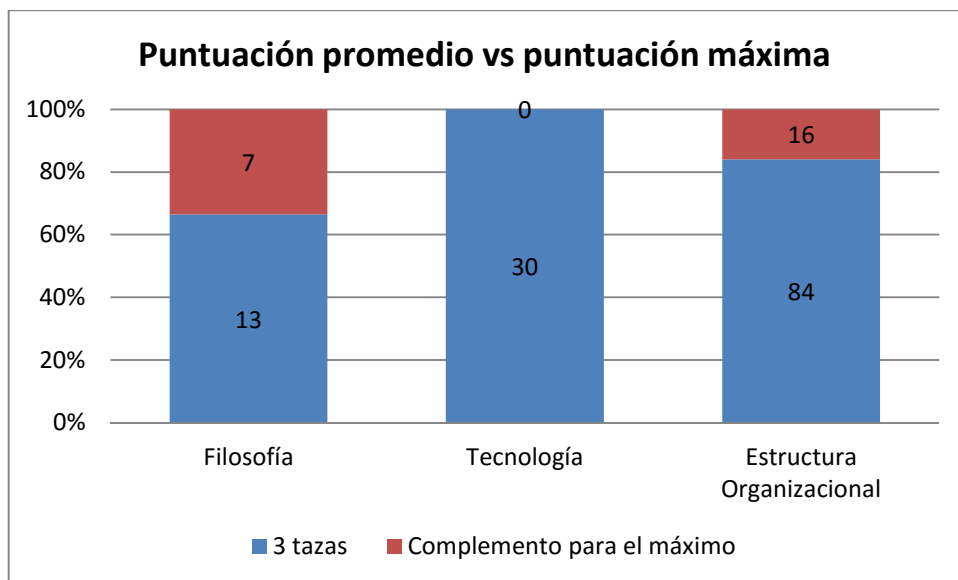
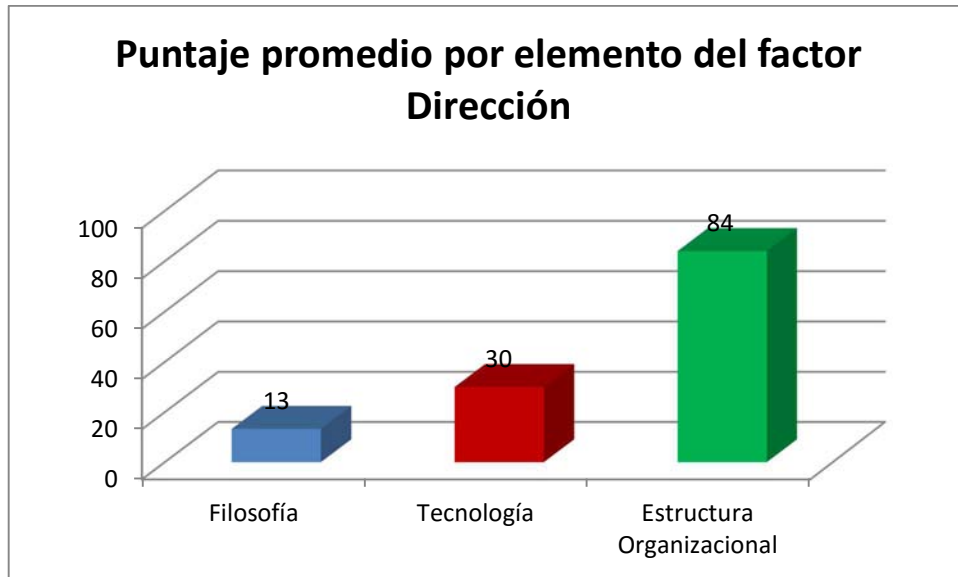
## Distintivo “3 Tazas” por elemento del factor Medio Ambiente

Factor Medio Ambiente			
Elementos	Localización	Económico	Social
<b>3 tazas</b>	89	127	46
<b>Puntuación máxima</b>	100	150	50
<b>Proporción de puntos</b>	89%	85%	93%
<b>Complemento para el máximo</b>	11	23	4



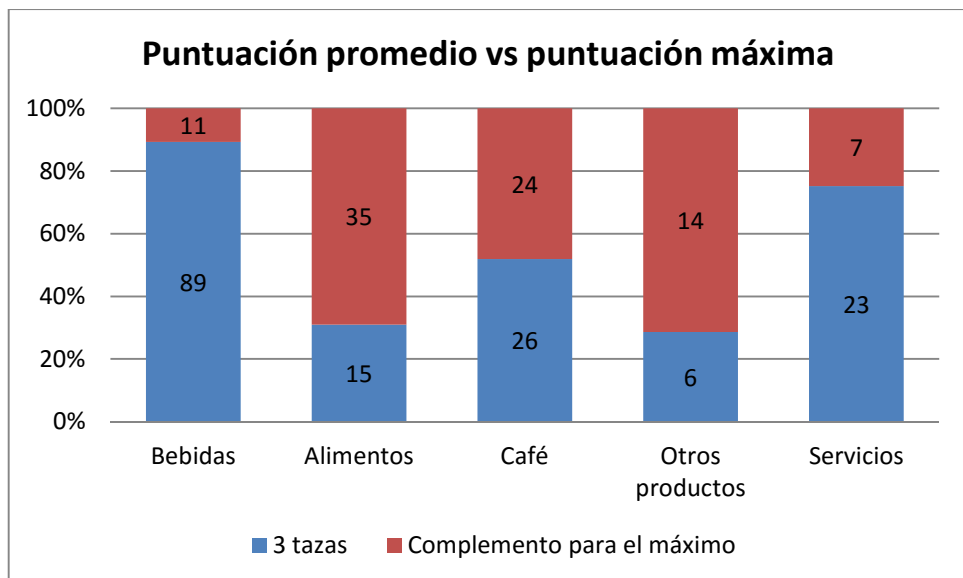
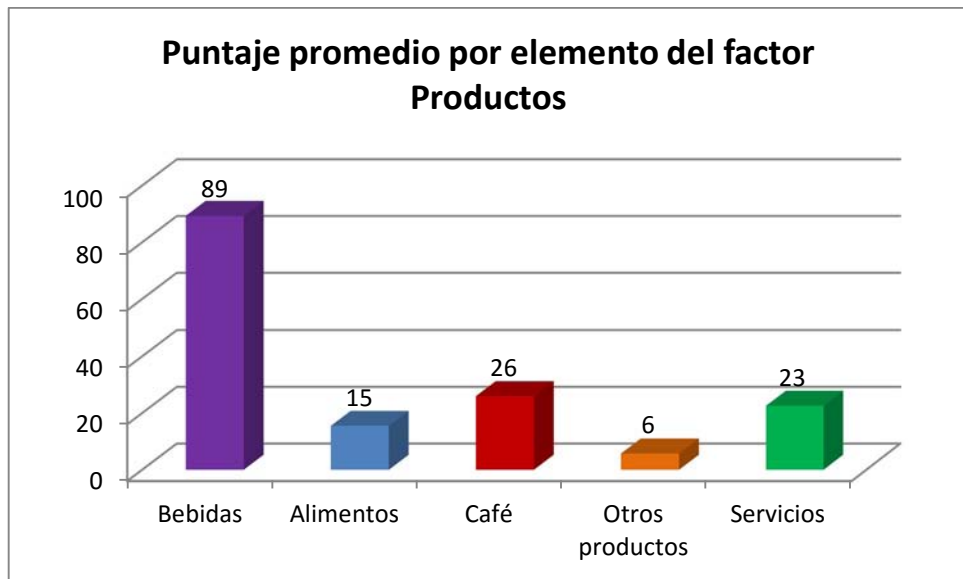
# Distintivo “3 Tazas” por elemento del factor Dirección

Factor Dirección			
Elementos	Filosofía	Tecnología	Estructura Organizacional
3 tazas	13	30	84
Puntuación máxima	20	30	100
Proporción de puntos	66%	100%	84%
Complemento para el máximo	7	0	16



# Distintivo “3 Tazas” por elemento del factor Productos

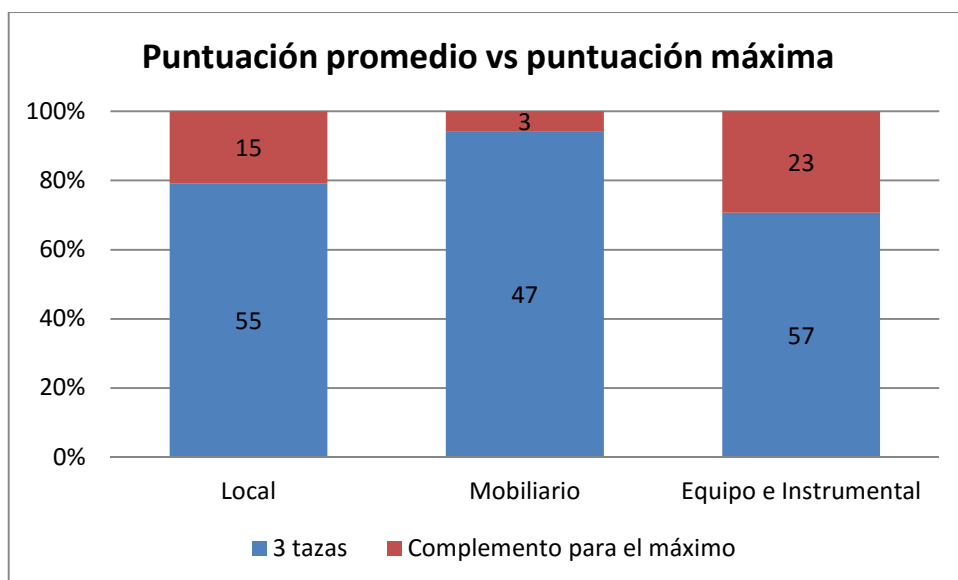
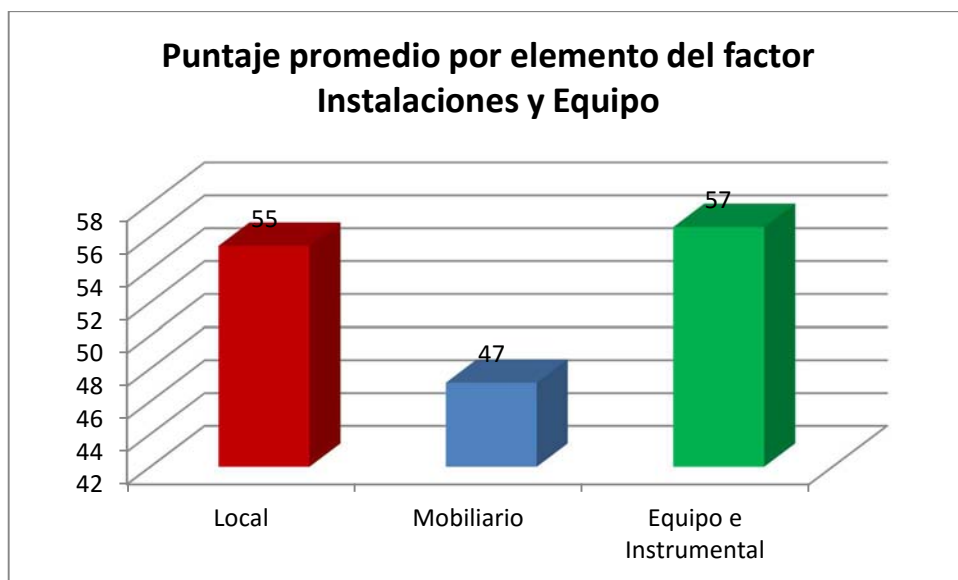
Factor Productos					
Elementos	Bebidas	Alimentos	Café	Otros productos	Servicios
<b>3 tazas</b>	89	15	26	6	23
<b>Puntuación máxima</b>	100	50	50	20	30
<b>Proporción de puntos</b>	89%	31%	52%	29%	75%
<b>Complemento para el máximo</b>	11	35	24	14	7





## Distintivo “3 Tazas” por elemento del factor Instalaciones y Equipo

Factor Instalaciones y Equipo			
Elementos	Local	Mobiliario	Equipo e Instrumental
<b>3 tazas</b>	55	47	57
<b>Puntuación máxima</b>	70	50	80
<b>Proporción de puntos</b>	79%	94%	71%
<b>Complemento para el máximo</b>	15	3	23



# Distintivo “3 Tazas” por elemento del factor Suministros

Factor Suministros	
Elementos	Consumibles
3 tazas	100
Puntuación máxima	100
Proporción de puntos	100%
Complemento para el máximo	0

