



SINCE 2020

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS



ESCUELA DE NEGOCIOS y ADMINISTRACION
CARRERA LICENCIATURA EN MERCADEO Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURISTICAS

ACTIVIDAD PRÁCTICA PROFESIONAL
INTRODUCCIÓN O ASPECTOS PRELIMINARES DEL PROYECTO
PRODUCTO FINAL MODULO III

PARTICIPANTES

DIOMARYS MEJIA LUNA 11-2450

GERMAN ANT. AGUILERA 13-5187

ORLANDIA M. JUSTO 16-0227

DIPLOMADO

PLAN DE NEGOCIO Y GESTIÓN INTEGRAL DE PROYECTOS DE
EMPRENDIMIENTO EN LÍNEA

FACILITADORA

ELIANA CAMPOS, M.A./M.G.C.

FECHA Y LUGAR

JULIO 12, 2020

SANTIAGO DE LOS CABALLEROS, REP. DOM.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	1
INTRODUCCION.....	2
INTRODUCCION O ASPECTOS PRELIMINARES DEL PROYECTO.....	3
EXTRUCTURA IDEOLOGICA DEL PROYECTO.....	4
ESCTRUCTURA DEL ENTORNO.....	8
ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA.....	30
ESTRUCTURA TECNICA.....	38
ESTRUCTURA FINANCIERA.....	46
COCLUSION.....	47
BIBLIOGRAFIA.....	49
ANEXOS.....	54

RESUMEN EJECUTIVO

Definición de la empresa. FREELANCE CAFÉ centra su trabajo sobre la necesidad existente en el mercado, un lugar en donde se pueda acceder de una forma rápida y que se obtenga resultados efectivos. Es nuestro objetivo que el cliente se sienta satisfecho a la hora de realizar la compra de este tipo de producto. Con la finalidad de suplir la necesidad que existe en el mercado surge la idea por parte de tres jóvenes aprendedores de crear un producto que llegue a todo público en general. Hoy en día existen muchos negocios que se dedican a la comercialización de producto de este tipo pero no con la facilidad que ofreceremos a nuestros clientes, la cual consiste en hacer sus pedidos en línea de su producto y les llegara a su lugar de destino, además de que recibirá un producto totalmente personalizado con las mejores atenciones y con un buen precio un con métodos de pagos seguros, ya que se podrá hacer los pagos de la manera que desee el cliente. Nuestro producto estará dirigido a una gran masa de personas de diferentes edades ya que este tipo de producto es muy consumido por las diferentes personas sin importar la edad, genero, sexo, religión entre otras.

Lo anterior surge a partir de la necesidad que tiene existencia en el mercado de un producto de calidad, saludable y seguros para el consumidor y sobre todo a un precio cómodo y competitivo para el comprador.

El Plan de Empresa para este proyecto identificó, describió y analizó la oportunidad de negocio presentada en los servicios de cafetería; por lo tanto, examinó la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolló todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto.

Visión. Ser reconocidos como una empresa líder y marca pionera en el marco de “Customized Coffee” con servicio puerta a puerta.

Misión. Ser una empresa innovadora, eficiente y responsable que lleve el mejor café al paladar francocomacorisano, con los mejores equipos y personal de trabajo para transformar tu estilo de tomar café.

PRESENTACIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

En la actualidad han surgido en los últimos meses situaciones que han afectado de manera impactante la economía a nivel mundial, esto ha generado una preocupación general que está viviendo la sociedad, los gobiernos y el sector empresarial. Esto permite múltiples proyectos con el fin de minimizar los impactos negativos, y de esa manera permitir una recuperación del mismo y minimizar los efectos negativos sobre la sociedad en general. Por ello, a partir de esta necesidad de generar proyectos de desarrollo, se pretende formar una idea de empresa que permita combatir ese deterioro social y que se presente como un negocio rentable, sin dejar a un lado el fin estético de la empresa y lo social.

Con este negocio buscamos resolver situaciones como el desempleo en la zona ya que contribuiríamos al desarrollo sostenible de una que otras personas del sector además de solucionar la necesidad que existe en el mercado.

INTRODUCCION

FREELANCE CAFÉ es una muy buena oportunidad para los consumidores de café, por tal razón se tomó la decisión de llevarlo de esta manera a nuestros consumidores fieles, para poder formar parte de la nueva economía hay que pasar por varias etapas, desde la tecnología hasta la búsqueda de la confiabilidad. Uno de los nuevos cambios que ha habido es que ahora todo el mundo está unido en un solo mercado electrónico que se mueve a una velocidad impresionante ya que como podemos ver todos los negocios se están manejando de esta manera.

El café quiere ofrecer una experiencia, una sensación, es decir que los consumidores no solo pidan porque está más fácil que salir de sus oficinas sino porque al probarlo genera una experiencia diferente además de tener diferentes opciones de café y excelente atención, eficiencia y responsabilidad con sus pedidos. En el plan financiero se detallan las inversiones que se ofrecerán para el desarrollo de la actividad del negocio.

La necesidad de crear más que un lugar un espacio donde todos pueden disfrutar de un delicioso café surge al ver en nosotros mismos y en las personas que nos rodean la actitud conformista ante la ausencia de propuestas innovadoras por parte de las cafeterías que actualmente se encuentran atendiendo este mercado.

INTRODUCCIÓN O ASPECTOS PRELIMINARES DEL PROYECTO

- **Antecedentes del sector.**

Las empresas BAQUE y CAMALI tienen más de 45 años en el mercado online, las mismas son líder en preparar los cafés a hoteles, ya que son unas de las marcas más reconocidas a nivel nacional. Son empresas familiares que independientemente de su tradición son innovadores en su café para poder satisfacer a sus clientes, pero sobre todo porque les importa la gente y sus gustos y para que los mismos reciban un servicio personalizado.

Café VERACRUZ una empresa online de personas que eran consumidores de otras, sintieron la necesidad y la valentía de hacer su propio negocio tomando en cuenta siempre las necesidades e inquietudes del consumidor. Además, siendo innovador ya que cada día las cosas cambian en el ámbito del café y que el mercado meta del mismo es bastante amplio.

El mundo del café es conocedor de sabores, calidad, buen gusto y aromas, además cuando el consumidor del mismo reconoce sus características es más que suficiente para sentirnos satisfecho por el trabajo realizado.

- **Planteamiento del problema o necesidades identificadas en el mercado.**

Se tomó la decisión de vender este producto por que el mismo es muy demandante en el mercado de la ciudad de San Francisco de Macorís, ya que no existe ninguna empresa dedicada a la venta online de café ni mucho menos con las características de FREELANCE CAFÉ, se vio la necesidad de poner esa empresa para esos consumidores que trabajan día a día y que necesitan tener esa energía para cumplir con su trabajo.

Se pretende satisfacer al consumidor con otro sabor diferente con valores agregados y además sin la necesidad de que los mismos tengan que desplazarse a ningún lado, solo con una llamada o un mensaje de texto tenga su café en la puerta de su casa, oficina, parque, etc. Tomando en cuenta que FREELANCE CAFÉ es un café con calidad, pero sobre todo que tienes opciones de tomarlo como desee, café negro o expreso, café bombom, capuchino, café dalgona y café frappe.

- **Objetivo general y objetivos específicos.**

Objetivo general

Diseñar un plan de negocios sobre el proyecto de emprendimiento online FREELANCE CAFÉ periodo mayo-agosto 2020.

Objetivos específicos:

- Establecer el contexto inspiracional y filosófico del emprendimiento online FREELANCE CAFÉ.
- Realizar la evaluación general del entorno interno y externo que inciden en el proyecto de emprendimiento online FREELANCE CAFÉ.
- Desarrollar el contexto mercadológico, financiero y técnicos del emprendimiento online FREELANCE CAFÉ.

Importancia y justificación del proyecto

La elaboración de este proyecto pretende dar repuestas a diferentes puntos clave los cuales son:

Se pretende dar una buena repuesta a la Universidad Abierta para Adultos (UAPA), como requisito del diplomado curso final de grado, con el fin de obtener los mejores resultados en las calificaciones y que se logren las competencias propuestas.

Se ve como oportunidad en el mercado la creación de este de proyecto ya que existe la necesidad de un producto de calidad especialmente en la zona de San Francisco De Macorís, con este se pretende penetrar al mercado dirigido a personas que le gusta el café, y que más que un producto de buena calidad.

Tradicionalmente existe desde hace mucho tiempo la degustación de café ya sea puro, con crema, caliente, frio etc. a nivel nacional en los diferentes ámbitos con la finalidad de estimular de una forma u otra nuestro cuerpo, realmente existen diferentes mitos los cuales no sabemos si son reales o no, en fin, debido a esto surge la idea de la creación de nuestro producto con el fin de suplir una necesidad existente en el mercado.

Existe la necesidad hoy en día de un lugar en donde podamos acudir para satisfacer un gusto que muchas veces se hace necesario para nuestro cuerpo con el fin de relajarnos y combatir el trabajo y sobre todo de compartirlo con un amigo, compañero etc.

Considerando lo anterior, se hace necesario contar con empresas especializadas en brindar un producto de calidad el cual cumpla con las expectativas del cliente a la hora de adquirirlo, este producto busca penetrar en el mercado con el fin de satisfacer la necesidad existente y que estos sobrepasen las expectativas de las cafeterías informales.

- **Metodología.**

Este proyecto se llevó a cabo en San Francisco de Macorís. El tipo de estudio realizado fue de método exploratorio utilizando en lo que fue la entrevista y encuesta a diferentes personas del sector.

Recopilación de Información. Para el cumplimiento de esta actividad fue necesario hacer análisis de mercado en la zona de san francisco donde se pretende colocar nuestro negocio, encuestas a diferentes tipos de personas con la finalidad de recolectar información importante para el desarrollo del mismo. Visita a instituciones de orden público con el objetivo de realizar una encuesta que permiten identificar el público objetivo.

Durante el desarrollo de este trabajo se realizó una revisión permanente de material bibliográfico como revistas, libros, tesis, bases de datos, documentos, trabajos, publicaciones en internet e investigaciones relacionadas con el tema, para determinar qué tan rentable podría ser.

- **Delimitación del proyecto.**

FREELANCE CAFÉ es un tienda online especializada en ofrecer distintos tipos de café ya preparados a gusto de los clientes y con sabores preestablecidos, mediante un servicio personalizado puerta a puerta, nuestro producto estará ubicado en San Francisco de Macorís centro de la ciudad en la zona nordeste de la república dominicana, inicialmente estaremos ofreciendo nuestro producto a nivel local con entregas inmediata.

Para adquirir nuestro café el cliente tendrá la opción de adquirirlo de una forma fácil hacer los pedidos a través de nuestras dos plataformas principales: **Instagram y nuestro portal Web.**

El producto será de fácil aseso y rápido para obtenerlo ya que la preparación es sencilla e instantánea, solo es cuestión de hacer los pedidos.

- **Limitaciones del proyecto.**

Nuestro proyecto se ha iniciado en un tiempo donde la situación económica no está estable debido a la pandemia mundial covid-19, razón por la que se ve un poco afectado, el tiempo de preparación es muy corta para desarrollar un proyecto como este.

Otras limitaciones

La preparación de este proyecto tiene unas series de limitaciones las cuales son, los socios trabajamos nuestro proyecto a distancia, el tiempo que se le dedica es limitado debido a los compromisos laborales, la situación económica se encuentra en un estado de emergencia.

EXTRUCTURA IDEOLOGICA DEL PROYECTO

Descripción de la empresa

FREELANCE CAFÉ nace en 2020, de la mano de 3 estudiantes emprendedores que descubrieron la necesidad u oportunidad de ofrecer un producto que se adapte al cliente, y llegue a cada uno de ellos.

FREELANCE CAFÉ es una tienda online, con su centro de distribución en la ciudad de San Francisco de Macorís, especializada en ofrecer distintos tipos de café tales como: Expreso o Negro, Café Bombón, Capuchino, Mocca, Frappé, Café Dalgona. Café con acompañantes diversos como Soja, leche de almendras, creamers de sabores, etc... a gusto de los clientes y con sabores preestablecidos, mediante un servicio personalizado puerta a puerta, en donde los clientes podrán obtener nuestros productos mediante nuestro web site, redes sociales y nuestro sistema de mensajería empresarial. Somos una marca comprometida en ofrecer componentes orgánicos para beneficiar a nuestros clientes y utilizar empaques 100% biodegradables contribuyendo al medio ambiente.

Imagen Corporativa o Brand Kit.

Logo e Isotipo.



SINCE 2020



Eslogan

¡Enjoy The Time, everywhere you go! (Disfruta el momento donde quiera que vayas) elegimos este eslogan porque nuestro café es sabroso y puedes ir tomándolo mientras disfrutas de esos momentos especiales de la vida.

○ Colores:

Verde agua marina, marrón, gris, blanco y amarillo claro, se eligieron estos colores en tonalidades pasteles para darle un aspecto fresco al logo y acorde a lo que queremos reflejar.

○ Tipografías.

Las fuentes utilizadas para el logo fueron: SEQUEL, Betand y Trend Rough Slab, se utilizaron estas letras para resaltar el nombre y darle un aspecto un poco retro a la

imagen, el café viene desde tiempos remotos y queremos resaltar su importancia en la historia mediante este diseño.

- **Filosofía de negocios.**

- **Misión.**

Ser una empresa innovadora, eficiente y responsable que lleve el mejor café al paladar francocomacorisano, con los mejores equipos y personal de trabajo para transformar tu estilo de tomar café.

- **Visión.**

Ser reconocidos como una empresa líder y marca pionera en el marco de “Customized Coffee” con servicio puerta a puerta.

- **Valores**

- Eficiencia
- Calidad
- Integridad
- Innovacion
- Orientacion al cliente

- **Ventajas competitivas.**

- **Valor agregado.**

1. Material biodegradable en los envases/ empaques del café.
2. Venta de postres temáticos que sirvan como acompañante para nuestro café.
3. Ofrecer menú macro nutricional para la elaboración del café así los clientes pueden escoger el que mejor se adapte a ellos.
4. Café orgánico cultivado en siembras locales para apoyar la economía del país.
5. Respuesta inmediata a nuestro cliente
6. Servicio personalizado
7. Descuentos

- **Estrategias de diferenciación.**

1. Loyalty club: Acumula puntos de lealtad para conseguir descuentos o café gratis.
2. Build your own Coffee: haz el café como quieras, con la base (café decafeinado, colombiano roast, dará roast), creamer, top punhta y esencias preferidas.
3. Pick up: opción de recoger el café y tus acompañantes disfrutando descuentos en tu pedido, para esos días en los que quieres salir y disfrutar de tu café y el paisaje a la misa vez.
4. Coffee to go: la opción de recibir tu café desde la comodidad donde te encuentres.

ESCTRUCTURA DEL ENTORNO.

- **Análisis FODA del proyecto.**

- Fortalezas.

- Comunicación y buen manejo de las relaciones con el cliente.
- Técnicos de calidad.
- Estrategias y objetivos definidos.
- Equipo de trabajo capaz.
- Habilidades para la innovación.

- Oportunidades.

- Mínima inversión inicial.
- Necesidad del producto en el mercado meta.
- Pioneros en ofrecer servicios personalizados.
- Café al gusto y servicio puerta a puerta.
- Facilidades de pago online.

- Debilidades.

- Costes internos elevados.
- Precios competitivos.
- No contar con un capital abultado.
- Limitación de mercado.

- Amenazas.

- Elevada competencia.

- Cambio de las necesidades y gustos de los consumidores.
- Mala posición en las negociaciones con proveedores o clientes.
- Cambios políticos.

- **Análisis de la competencia.**

- Principales competidores.

Barra de polo

Barra cofita

Repostería del yoma

Pim pum

- Fortalezas.

Esos 4 proyectos tienen muchas características en común ya que todas cuentan con un local aparte de tener sus páginas web en Instagram, Facebook y whatsApp.

-Local físico

-Delivery

-Variedades de productos

-Trabajar cara a cara con el consumidor

- Debilidades

-Falta de innovación con el café.

-Pago de local.

-Gastos de limpieza y uniformes.

-Productos vencidos.

Análisis y presentación de los resultados de la encuesta

1. Género



Según la encuesta realizada sobre el nivel de aceptación de nuestro producto el 64.3% son femeninas lo que se determina que el público predominante sería las mujeres, lo cual son las que consumen este tipo de producto con más frecuencia.

2. Nivel de Ingreso



De acuerdo a lo analizado en esta encuesta la repuesta arrojada determina que la gran mayoría de las personas encuestadas son de un tipo de clase media/alta con ingresos por encima de 20,000 pesos mensuales, lo que es una gran ventaja para el crecimiento del negocio ya que este tipo de personas tienden a consumir este tipo de productos.

3. Ocupación



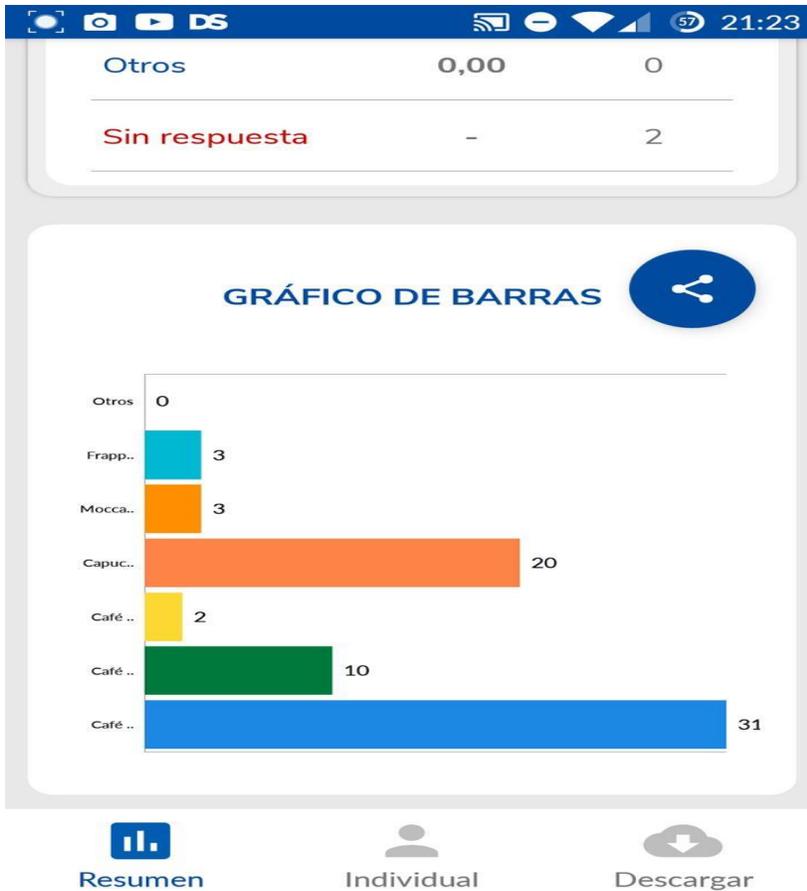
En este grafico se determina que la gran mayoría de personas son empleados y que si están laborando, lo que determina que tiene un estilo de vida estable y son potencial para el consumo de nuestro producto.

4. Consume usted café?



En este grafico se representa en porciento la gran cantidad de personas que consumen este producto lo que por esta razón se determina que es una gran oportunidad para lanzar nuestro producto ya que si tenemos mercado de consumo masivo del producto.

5. Qué tipo de café prefiere?



En este grafica se puede determinar que la gran mayoría de personas consumen su café puro lo que se puede determinar que en este caso el café negro es más predominante en cuanto a consumo se refiere, en este caso se llega a la conclusión que el café negro sería el más vendido.

6. Qué aspectos del café preparado son importantes o valiosos para usted?



En este grafico se determina según los resultados que la gran mayoría de las personas, lo que más valoran a la horade consumir el café es el sabor, esta es una gran oportunidad para el crecimiento del negocio ya que nuestro producto es natural y 100% orgánico y existe un público amplio que lo consume de esta forma.

7. Con qué frecuencia consume café?



Según los datos arrojados en este grafico podemos ver que existe un mercado amplio, este arroja que el 58% de personas toman café tres veces o más al día, información muy positiva para nuestro negocio ya que con esta gran masa de personas podemos conseguir los resultados esperado en el producto.

8. Por lo general, ¿dónde compra su café preparado?



En este grafico se determina que las personas no tienen un lugar específico en donde comprar su café razón por la cual podemos tener gran ventaja en este aspecto ya que tendría un lugar de calidad y de fácil acceso con nosotros a la hora de comprar este tipo de producto.

9. Le gustaría comprar café personalizado en línea?



En este grafico se puede observar que tenemos una gran oportunidad con nuestro producto porque la gran mayoría de las personas encuestadas respondieron que si están de acuerdo en comprar este tipo de producto online, la necesidad esta solo hay que suplir esa necesidad.

10. Cómo prefiere recibir su pedido?



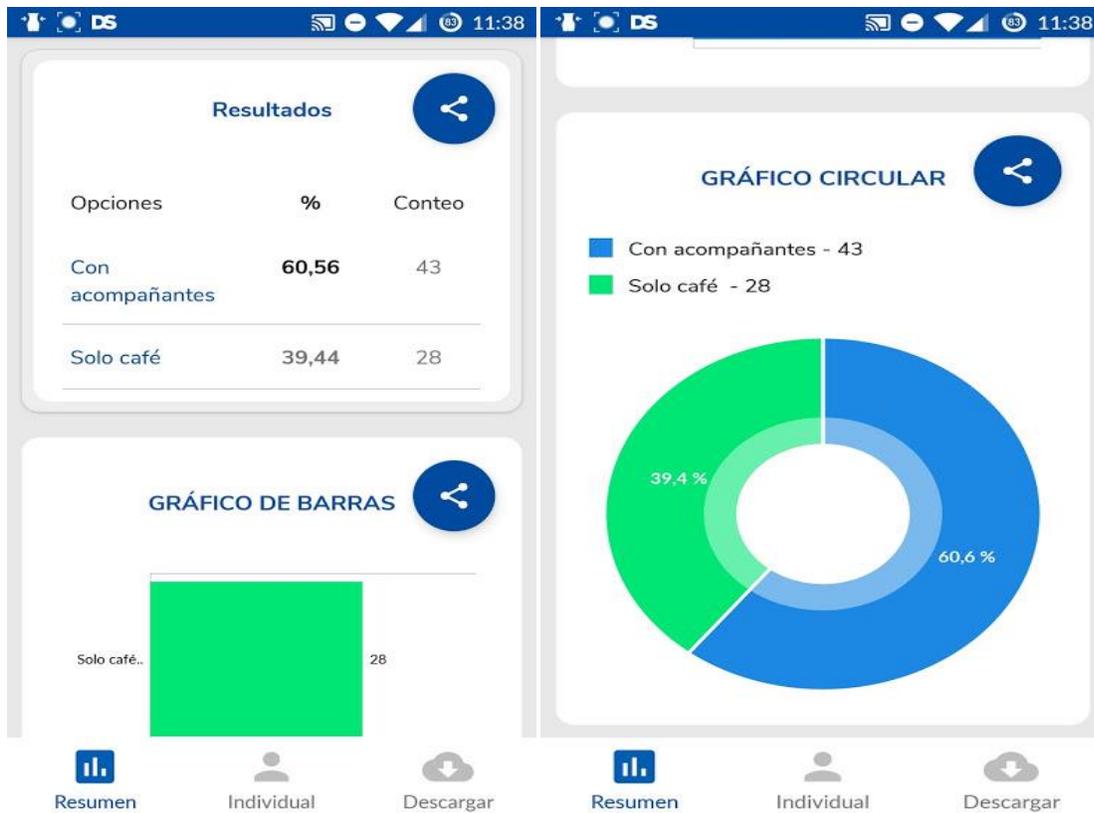
En las repuestas de este grafico se puede observar que la gran mayoría de personas prefieren que sus pedidos sean entregados directamente, lo que nuestro producto tendría un gran impacto en el mercado, debido a esta repuesta podemos obtener un valor agregado a nuestro negocio y sería un servicio de calidad y personalizado.

11. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un café personalizado?



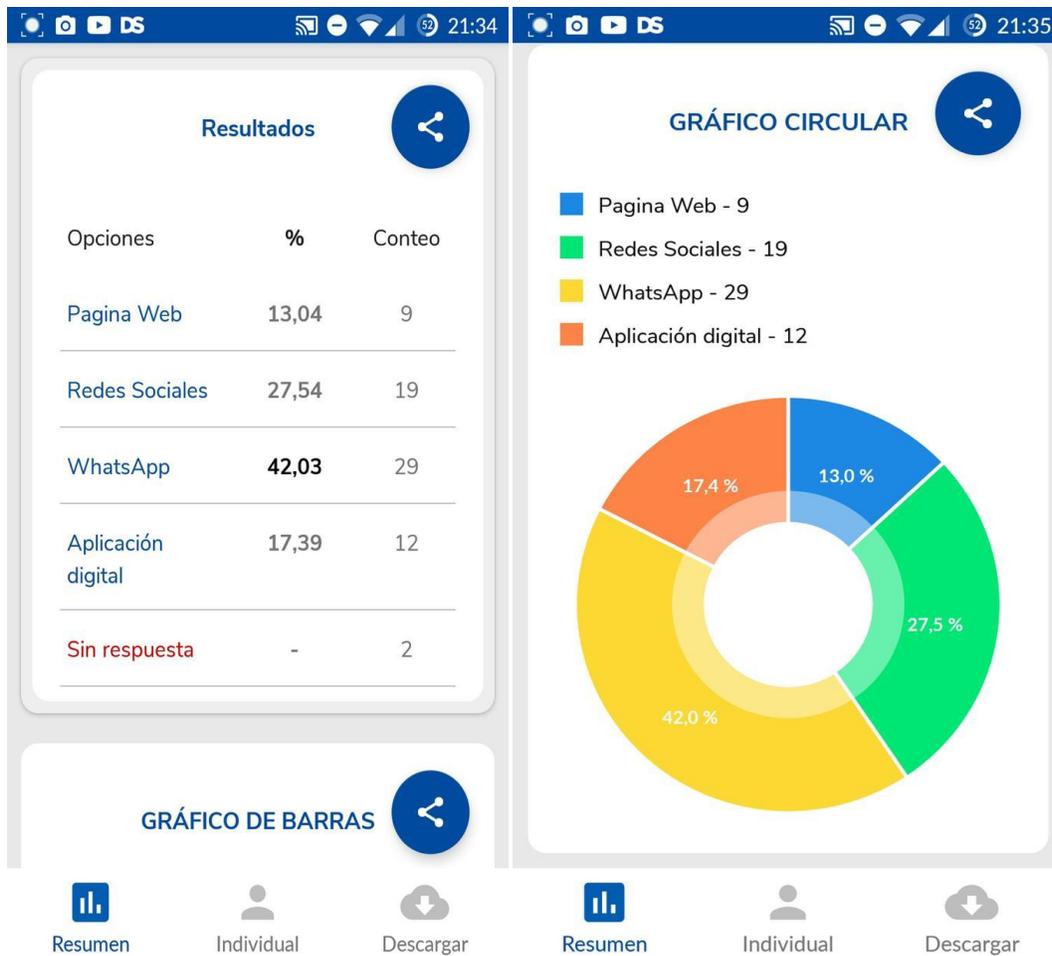
Este grafico presenta la cantidad en dinero que los clientes estarían dispuestos a pagar, la gran mayoría están en un rango de 51 a 100, esto indica que los precios de nuestros productos tienen que andar en ese rango para que se mantenga en presupuesto. En este grafico podemos determinar que el precio es muy relevante para los clientes.

12. Al tomar café, prefiere hacerlo solo o con acompañante (dígase pan, galletas, bizcocho...) ¿O solo el café?



En este grafico se determinó cual es la preferencia del cliente al tomar su café, en este especifica que la gran mayoría de las personas toman su café acompañado, esto indica que nuestra línea de producto puede crecer aún más cuando se vende diferente gravedad. En este también está la oportunidad de vender galletas, biscocho etc.

13. Qué plataforma prefiere para valorar los diferentes tipos de cafés y hacer sus pedidos?



En este grafico se puede determinar que la gran mayoría de las personas prefieren hacer su compra vía whatsapp, lo que se puede llegar a la conclusión de que nuestro producto será atendido mayormente por esta vía

14.Cuál es su principal expectativa al usar los servicios de un café online?



En este grafico podemos determinar que los consumidores valoran mucho lo que es la calidad, el precio, el gusto etc., lo que hay que tomar en cuenta todos estos aspectos para que el negocio tenga éxito y buenos resultados. En los negocios hay que tomar todos estos aspectos muy en serio ya que de esto depende la fidelidad de los consumidores al producto

15. Si su experiencia es satisfactoria utilizando los servicios de un café online, ¿lo recomendaría a sus amigos y conocidos?



En este grafico se puede determinar se puede determinar de manera clave de que los consumidores recomiendan el producto, lo que es una buena ventaja para el logro del objetivo, cuando los clientes reciben un buen servicio lo divulgan y es una de las mejores formas de hacer publicidad de los productos y de las más efectivas.

ESTRUCTURA MERCADOLÓGICA

Mercado Meta.

Avatar de cliente. (Edad, genero, lugar de residencia, nivel de ingresos, nivel académico, estatus social, gustos y preferencias al comprar).

Nuestro avatar/ clientes metas son personas que les gusta disfrutar de un delicioso café, pero sobre todo que les importa la calidad del mismo. Personas con residencia y estatus social media y alta, adultos y jóvenes que saben aprovechar las oportunidades y ocasiones con un buen café. Cuentan con un ingreso que les hace darse ese gusto

aunque no todos tienen un trabajo de oficina también son obreros y personas que trabajan el día a día.

El nivel académico de este mercado es variado ya que como se menciona más arriba son personas de diferentes case social tanto alta como media, además incluso personas con un nivel bajo pueden consumirlo. Nuestro mercado es bastante amplio ya que es un producto variado y está diseñado para todo tipo de público que aprecie el sabor del café y la buena calidad.

Principales necesidades o deseos y expectativas. (¿Qué quieren?, ¿cómo lo quieren?, ¿qué valoran?, ¿qué esperan?, ¿qué les preocupa?).

Nuestro mercado prefiere más el café negro o expreso y ante todo contar con un buen sabor y muy buena calidad ya que de eso depende que los mismos sigan siendo clientes fieles a nuestro negocio. Son clientes que consumen el café dos y tres veces al día y que los mismos esperan ser atendidos con eficiencia y eficacia, pero que sobre todo el producto sea todo lo que dice tal cual lo esperan.

Nuestros clientes prefieren recibir el café a domicilio cara cara con el delivery por esto les importa mucho el buen servicio y que al recibirlo el producto llene sus expectativas, así como también indican que prefieren tomarlo con acompañante (galletas, pan, bizcocho, etc.) Prefieren hacer sus compras vía WhatsApp ya que es una herramienta que es utilizada a diario por casi el 100% de los consumidores.

Cabe recalcar que los clientes aparte de la calidad y sabor valoran mucho lo que es al precio, atención inmediata, amabilidad y cortesía y su entrega rápida ya que cuando ordenan un café es porque en el momento el cuerpo y el paladar se los exige por tal razón es imprescindible tomar en cuentas todos esos aspectos.

Estrategias de producto

Descripción del producto o servicio.

- Características.
- Beneficios.
- Ventajas.
- Valor agregado.
- Formato de compra.

Ofreceremos distintos tipos de Café tales como: Expreso o Negro, Café Bombón, Capuchino, Mocca, Frappé, Café Dalgona. Café con acompañantes diversos como Soja, leche de almendras, creamers de sabores, etc.

Esos productos hacen que nuestro negocio de café sea rentable y sobre todo que los clientes tengan opciones a la hora de comprar ya que les ofrecemos un valor agregado de entregar sus pedido en la puerta de sus casas. Nuestra propuesta también ofrece beneficios como: Loyalty club, que es un club para acumular puntos de compra, nuestros clientes tendrán la posibilidad de tener la opción de un “Build your coffee” una temática que consiste en crear tu propio café con los ingredientes que prefieran...

El café cuenta con unas características no muy comunes en el mercado tales como diferentes envases, orgánico, sabores por sus diferentes especias agregadas, su aroma, acidez, etc. Nuestro formato de compra es mediante, Página web corporativa y redes sociales.

Estrategias de precios.

Costo o inversión de producción o adquisición.

En cuanto al costo de adquisición de los productos podemos detallar los siguientes:

Relación costo preparación por unidad (Expreso o Negro)

Insumo	Costo producción
Café4oz	\$ 5
Azúcar2oz	\$ 4
Vaso	\$ 4
Agua4oz	\$4
Tiempo empleado preparación 3 m	\$ 8
Otros	\$5
	Total. RD\$ 30

Tamaño normal.

Relación costo preparación por unidad (Capuchino) tamaño normal.

Insumo	Costo producción
Café 4oz	\$5
Crema 2oz	\$8
Azúcar 2oz	\$4
Vaso	\$4
Agua 4oz	\$4
Tiempo empleado preparación 5 m	\$10
Otros (Electricidad)	\$5
	Total. RD\$40

Tamaño normal.

Relación costo preparación por unidad (Café Bombón)

Insumo	Costo producción
Café 2 oz	\$ 3
Leche entera 2 oz	\$ 5
Leche condensada 1 oz	\$ 4
Vaso	\$ 4
Agua	\$ 4
Tiempo empleado preparación 5 m	\$10
Otros	\$ 5
	Total. RD\$35

Tamaño normal.

Relación costo preparación por unidad (Café Dalgona)

Insumo	Costo producción
Café instantáneo 2 oz	\$ 5
Leche Entera 4oz	\$10
Vaso (Plástico)	\$ 5
Azúcar 2oz	\$ 4
Agua 2 oz	\$ 2
Tiempo empleado preparación 5 m	\$10
Otros	\$10
	Total. RD\$46

Relación costo preparación por unidad (Café Moccachino)

Insumo	Costo producción
Café 4oz	\$ 5
Chocolate de leche 2oz	\$ 5
Vaso	\$ 4
Azúcar 2oz	\$ 4
Agua 2 oz	\$ 2
Tiempo empleado preparación 5 m	\$10
Otros	\$10
	Total. RD\$40

Relación costo preparación por unidad (Caramel Frappuchino)

Insumo	Costo producción
Café 2 oz	\$ 5
Leche entera 4 oz	\$ 5
Sirope de caramelo 3 oz	\$ 6
Vaso (Plástico)	\$ 5
Azúcar 2oz	\$ 4
Hielo 2 oz	\$ 2
Tiempo empleado preparación 5 m	\$10
Otros	\$10
	Total. RD\$47

Tamaño normal.

Relación costo preparación por unidad (Chocolate Frappuchino)

Insumo	Costo producción
Café 2 oz	\$ 5
Leche entera 4 oz	\$ 5
Sirope de chocolate 3 oz	\$ 6
Vaso (Plástico)	\$ 5
Azúcar 2oz	\$ 4
Hielo 2 oz	\$ 2
Tiempo empleado preparación 5 m	\$10
Otros	\$10
	Total. RD\$47

Tamaño normal.

Relación costo preparación por unidad (estándar)

Insumo	Costo
Café	\$ 50
Café Instantáneo	\$100
Leche entera	\$50
Leche descremada	\$50
Leche de almendra	\$120
Leche de Soja	\$150
Leche condensada	\$80
Sirope de chocolate	\$100
Sirope de Caramelo	\$100
Sirope de fresa	\$100
Servilletas	\$60
Vaso (Plástico) (100)	\$500
Removedores/Cucharitas (100)	\$150
Vaso biodegradable (cartón)(100)	\$400
Azúcar blanca	\$69
Azúcar parda	\$69
Canela	\$45
Nuez Moscada	\$45
Jengibre	\$50
Creamers diversos (100 creamers singles)	\$500
Chocolate en polvo	\$100
Chocolate sprinkles	\$100
Fresa en polvo	\$100
Sprinkles de colores	\$100
Agua	\$50
Tiempo empleado preparación 5 m	\$1000
Otros	\$1000
Total	RD\$5,238/100 UNIDADES
	Precio unitario: RD\$52.38

Según lo analizado en las tablas anterior podemos determinar detalladamente un más o menos del costo de producción que se puede tener en uno de los productos que comercializaremos, lo que podemos determinar los precios de manera más objetiva. Según descrito, el costo unitario de las variedades de productos que ofreceremos, oscila entre RD\$30 – RD\$50.

Conociendo este dato, resulta más objetivo, y específico calcular el margen de ganancia que se obtendrá de cada producto, siendo este de un 35% a un 80% sobre cada bebida. Por ejemplo, el café expreso podría tener un precio de \$40 pesos, mientras que un Frappuchino tendría un precio de RD\$100 siendo este un estimado de 80% de utilidad por encima del costo de producción.

Margen de beneficios.

Entre el margen de beneficio se estará trabajando entre un 35% a un 80% en los diferentes productos y tomando en cuenta la competencia para mantener un margen en donde se pueda manejar algunos descuentos al cliente cuando ellos lo soliciten.

Precio de venta.

Los precios de ventas estarán entre 30 y \$150 pesos dependiendo la presentación que solicite el cliente y el tipo de producto que este prefiera. Estos precios estarían sujetos a cambio ya que se trabajará con un margen que permita manejar los precios a los diferentes clientes corporativos.

Precios promocionales

Los precios promocionales se trabajarán de acuerdo al comportamiento de compra de los consumidores, por cada café que ordene ganara puntos promocionales los cuales puede cambiar por cualquiera de nuestros productos.

Consideramos aquí también, alguna promoción en la que se le aplique un porcentaje de descuento al precio de ciertas bebidas, alineadas a nuestras tácticas promocionales y de fidelización.

Formatos de pago

En cuanto a los pagos se podrá hacer por diferentes medios los cuales son:

- Transferencia
- Tarjetas de crédito
- Tarjeta de debito
- Efectivo
- Yoyo

Manejo de devoluciones, descuentos e impuestos.

Las políticas de la empresa estarán basadas en lo siguiente:

1. No se aceptan devoluciones de productos despachado correctamente.
2. Mayormente la política de la empresa más el tipo de producto no permite devoluciones al menos que sea un error de la organización.
3. El plazo de las devoluciones si la hubiese debe estar dentro de un periodo no mayor de 5 horas.
4. No se devuelve efectivo, se realizará una nota de crédito en donde puedes consumirla en otro producto.
5. Las notas de créditos deben ser consumida en un plazo de 48 horas laborables.
6. No se aceptan cancelación de pedido después de haber pasado 15 minutos luego de hacer el pedido.
7. Si surge alguna situación que no tenga que ver con la empresa y el pedido no pueda ser entregado, no se aceptan devoluciones.

Estrategias de distribución.

Puntos de exhibición y ventas.

Nuestro punto principal estará ubicado en San Francisco de Macorís en el centro de la ciudad, desde este punto se estarán atendiendo los clientes virtuales y presenciales (Para pick up).

Formato y medios de distribución física.

La distribución de nuestros productos se manejará vía pickup y delivery corporativos.

Tácticas promocionales (*Ofertas, descuentos, regalos, sorteos, premios, demo, bonos, especiales*).

La promoción de un producto y/o servicio es [necesaria para darlo a conocer al público y atraer nuevos clientes](#). Hay muchas vías de promocionar un producto o servicio y diversas estrategias de marketing promocional. Algunas empresas utilizan más de un método, mientras que otras usan el marketing promocional con distintos propósitos. Independientemente del producto o servicio de la empresa un sólido conjunto de estrategias de promoción es importante. Pueden ayudar a posicionar su empresa no sólo con los clientes actuales, sino también otros nuevos. Y no solo esto, tiene [muchos beneficios](#). Tendremos algunos Stand en donde de manera gratuita el cliente podrá degustar de nuestro Café, y tendrá la opción de comprarlo si así lo desea, esto nos servirá para conectar de una manera más directa con nuestros clientes y la posibilidad de clientes potenciales.

Dentro de las tácticas promocionales como apertura ofreceremos un 50% de descuento en el segundo producto que compre el cliente, por tiempo limitado pero que se repetirá cada cierto tiempo según la promoción del momento, también dentro de nuestro programa de fidelidad "Loyalty Club" podrán acumular sus estrellas aun cuando tenga descuento de igual manera al optar por el servicio "Pick Up" obtendrá un 20% de descuento independiente que sea uno o varios de nuestros productos.

Tendremos artículos promocionales tales como: tazas, vasos para café reusables, llaveros, vasos para jugos, gorras, bolsos, covers para teléfonos etc. El cliente podrá optar por nuestros artículos mediante el cambio de sus estrellas acumuladas, comprarlas y según ofertas del momento serán regalos para nuestros clientes.

Para acompañar nuestro café contaremos con algunos adicionales como: galletas de avena, galletas con chispas de chocolate, brownies y tostada francesa con pasas, los mismos serán empacados en versión miniatura para regalos, los mismos se entregarán de manera gratuita cuando el cliente compre una cantidad X de nuestros productos, aplica para delivery y pick up.

Tácticas publicitarias promocionales: (*Flyers, spot, infomerciales, mini videos, etc.*).

Nuestras tácticas publicitarias tendrán mayor presencia en nuestra red principal, que será Instagram, y utilizaremos diversas técnicas de posicionamiento y difusión como marketing con influencers, mini videos con recetas y/o formas de complementar nuestros productos, utilizaremos spot publicity de instagram y Facebook ads, para lograr un mayor tráfico de clientes/ seguidores o clics e interacciones en las páginas.

También utilizaremos Flyers que contengan informaciones de nuestros productos, así como la oferta que tengamos de momento, mini videos de personas tomando nuestro café y utilizando nuestro sistema de pedido online y pick up.

Tácticas promocionales de medios *Redes sociales, mensajería telefónica, correo electrónico, otras plataformas en línea).*

Ofreceremos nuestros productos a través de Redes sociales como Instagram y Facebook, y mediante nuestra página web. En las mismas colocaremos nuestro catálogo de productos y el cliente podrá ordenar vía un link que lo guiará directamente a nuestro sistema de mensajería (WhatsApp Empresarial) con asistencia personalizada, el cliente podrá también ordenar directamente desde la página web vía carro de compra, el cliente tendrá la opción de cerrar su compra por esta vía, contaremos también con un número telefónico que el cliente podrá ordenar por esa vía.

En nuestra red social de Instagram tendremos Giveaways o concursos para los clientes, en donde podrán obtener artículos promocionales como regalo, recibir café gratis durante cierto tiempo y/o bonos, entradas para el cine con películas de estreno, entradas para conciertos, etc.

Tácticas de ventas: *Show room online con fotos o videos en página web o redes sociales, catalogo en pdf o interactivo, correos electrónicos, mensajes masivos, visitas personalizadas y enfocadas, otros.*

Contaremos con Show room online con fotos y videos en nuestras redes sociales y página web que contendrán una breve descripción de nuestros productos, y por donde el cliente tendrá la opción de ordenar sus pedidos (carro de compra)

Tácticas de relaciones públicas. *(Donaciones, patrocinios, participación en actividades para el bien social o eventos de negocios y ferias.*

Nuestra táctica de relaciones públicas se basará principalmente en dos cosas: Asociación con entidades públicas de bien social, para en ciertas promociones donar un porcentaje de nuestras ventas a causas nobles, como ayuda a los orfanatos, etc. y entidades relacionadas con el medio ambiente (por ejemplo en octubre para el mes contra la prevención del cáncer de mama ofreceremos una bebida especial acorde a la causa y todas las ganancias irán donados a estas instituciones) , además participación de nuestro spot físico (carrito de eventos) en eventos de negocios y ferias sociales, ofreciendo muestras de nuestros productos y utilizándolo como vía para conectar con los clientes y colaborar a la vez.

ESTRUCTURA TECNICA

- **Principales socios claves del proyecto.**
 - **Accionistas o Inversionistas.**

Este proyecto surge de la idea de tres jóvenes emprendedoras lo que lo hace total responsable del emprendimiento del mismo, los socios claves son:

DIOMARYS MEJIA LUNA

GERMAN ANT. AGUILERA

ORLANDIA M. JUSTO

- **Proveedores.**



INSTAGRAM



- **Suplidores.**

Altice

Edenorte

Agua Rosa

- **Plataformas online.**



Instagram

- **Asesores o especialistas de producción y Operaciones.**

- **Diseño gráfico.**

Lic. Sara Padilla
Lic. Yuderedy Canelo

- **Soporte técnico.**

Ing. Eudis Burgos
Ing. Bayardo Mejía

- **Manejo de sitios webs.**

Lic. Yuderedy Canelo
Lic. Sara Padilla

- **Producción de alimentos o artículos.**

Varistas especializados en preparación de café.

- **Áreas operativas del proyecto.**

- **Gerencia administrativa.**

La gerencia administrativa estará dirigida por sus 3 socios: Orlandia Justo, Diomarys Mejía y Germán Ant. Aguilera.

- **Atención al cliente.**

Esta área será dirigida por la Sra. Ross Mery Tineo.

- **Ventas y gestión de pedidos.**

Se harán mediante WhatsApp directamente y con un link que estará en Facebook e Instagram el cual lo llevara hacer sus pedidos.

- **Facturación y cobros.**

Esta área estará dirigida por la señora Yesenia Mejía Santos.

- **Contabilidad.**

La contabilidad la llevara la Lic. María García.

- **Legal.**

Se trabajara con la SRL, ya que la empresa cuentas con 3 socios y los mismos estamos de acuerdo en que el capital sea limitado y en partes iguales y que en caso de deuda no se toque nada del patrimonio personal.

- **Compras y control de inventarios.**

Las compras de suministros y materia prima se harán de manera directa con nuestros suplidores asociados, bajo contrato y pagos establecidos a 90 días, con tarifas y especiales acordados, debido a que hemos realizado alianzas con compañías francomacorisanas para así incentivar la economía de la provincia.

Nuestro sistema de inventario será el FIFO, "first in, first out", para así evitar el deterioro de la materia prima guardada en almacén. Y los volúmenes de compras estarán alineados a la demanda básica, evitando así retener mercancía innecesaria propensa a dañarse y ocasionando gastos adicionales.

- **Actualización de contenidos online.**

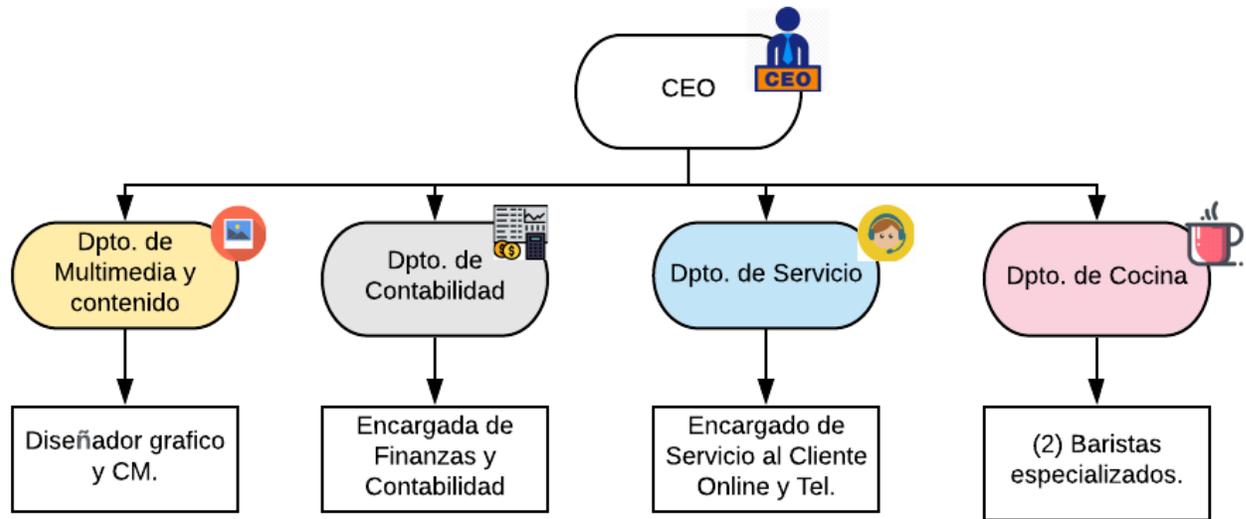
La actualización del contenido de nuestra página web se hará semanalmente, durante los primeros meses, para así llevar una mejora continua y recepción de las sugerencias de nuestros consumidores. (Entendemos que durante este periodo nuestra página está en la fase de Trial and Error, por tanto, la actualización y corrección de errores se hará activamente)

Pasado ese periodo, el contenido de actualizar periódicamente, cuando cambiemos de temporada, tengamos promociones activas, nuevas bebidas o descuentos, de modo que este alineado a nuestras ofertas y actualizaciones de temporada.

En cuanto a nuestras demás plataformas, como Instagram y Facebook, el contenido se actualizará de forma más continua, dígase inter diario o 2 veces por semanas.

Publicaremos contenido para el feed y las historias, de modo que esto nos permita estar siempre activos en la mente del consumidor.

- **Organigrama.**



- **Horario de trabajo y asistencia al cliente.**

- Nuestro horario de trabajo (Operativo y de Servicio al cliente Online y Tel.) será:
- LUN-SAB: 7:00 A.M- 7:00 P.M (Deliveries y Pick up)
- DOM: 8:00 A.M – 4:00 P.M (Deliveries y Pick up)
- DIAS FESTIVOS: 8:00 A.M – 4:00 P.M (Con personal rotativo, bajo acuerdo mutuo con los colaboradores)

- **Políticas operativas del negocio.**

Nuestras políticas operativas están orientadas a garantizar el buen servicio y la calidad absoluta para nuestros clientes, así como el bienestar de nuestros colaboradores y de la organización.

Algunas de las políticas son:

- 1- Garantizar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, en sus solicitudes y reclamos considerando que el pilar de la empresa es el servicio al cliente.
- 2- Nuestros productos cumplen con todos los estándares de calidad, y certificaciones sanitarias.
- 3- Las políticas de pago a suplidores estarán explícitas en los contratos acordados, de lo contrario, debe llevarse a negociación mutua.
- 4- Los empleados no pueden entrar a trabajar alcoholizados o drogados.
- 5- No es posible ingresar con cuchillos, pistolas ni ningún otro artículo que pudiera hacer daño a la integridad física propia o ajena.
- 6- Los colaboradores deberán asistir a un curso de capacitación y jornada de inducción al momento de su contratación.
- 7- Las devoluciones solo serán aceptadas si se realizan por causas que responsabilizan 100% a la empresa.
- 8- Los pedidos no podrán ser cancelados pasado los 20 minutos de realizada la orden.

- **Normas laborales.**

Nuestras normas labores están orientadas a mantener el orden, bienestar y la armonía entre los colaboradores.

Algunas de nuestras normas son:

- **Normas de seguridad:** Los empleados están avalados por una ARL, y la empresa se hace 100% responsable de su seguridad, siempre y cuando corresponda. (No sea un daño provocado por incumplimiento de reglas o provocados por el colaborador.)
- **Normas de Jerarquía:** Los colaboradores deben respetar a su rol superior y par.
- **Normas de salubridad:** Cada pedido debe ser sometido a una prueba de calidad, ya sea en su producto terminado o de cada ingrediente a utilizar.
- **Normas de trabajo:** Los colaboradores deben comprometerse al cumplimiento de sus jornadas laborales y responsabilidades diarias.

ESTRUCTURA FINANCIERA

FREELANCE CAFE PLAN DE INVERSION

Descripción	Costo	Total
Ordenador de mesa o laptop	\$ 16,500.00	\$ 16,500.00
Impresora de inyector de tinta	\$ 5,000.00	\$ 21,500.00
Mobiliario de oficina	\$ 15,000.00	\$ 36,500.00
Dispositivo móvil o tablet	\$ 6,000.00	\$ 42,500.00
Aire acondicionado*	\$ 20,000.00	\$ 62,500.00
Hosting y dominio web	\$ 800.00	\$ 63,300.00
Software especializados	\$ 35,000.00	\$ 98,300.00
Soporte técnico	\$ 2,000.00	\$ 100,300.00
Diseñador grafico	\$ 3,500.00	\$ 103,800.00
Equipos y maquinarias*	\$ 22,000.00	\$ 125,800.00
Insumos y materiales	\$ 35,000.00	\$ 160,800.00
Materia prima*	\$ 12,000.00	\$ 172,800.00
Mercancía*	\$ 15,000.00	\$ 187,800.00
Suministro electricidad	\$ 1,800.00	\$ 189,600.00
Servicios de data o internet	\$ 1,700.00	\$ 191,300.00
Embalaje o empaques	\$ 1,600.00	\$ 192,900.00
Otros especifique (agua, mantenimiento local)	\$ 5,000.00	\$ 197,900.00

Estado de Flujos de Efectivo Proforma

Cuentas por cobrar

	\$	
Ventas al contado mensual	225,000.00	
	\$	
Ventas a credito mensual	-	
	\$	
Otros ingresos	45,000.00	
		\$
Total cuentas por cobrar		270,000.00

Gastos Operacionales

	\$	
Servicio de luz electrica	2,500.00	
	\$	
Plan de teléfono fijo y móvil	2,500.00	
	\$	
Plan de internet fijo y móvil	1,700.00	
	\$	
Transporte	3,000.00	
	\$	
Otros	2,500.00	
		\$
Total Gastos Operacionales		-

Costos Operacionales

	\$	
Hosting y dominio	800.00	
	\$	
Software seguridad	1,500.00	
	\$	
Software especializados	35,000.00	
Diseno grafico o contenido web	4,000.00	
	\$	
Embalaje	5,000.00	
	\$	
Envios	-	
	\$	
Otros	1,500.00	
		\$
Total Costos Operativos		47,800.00

Prestamos o financiamientos

	\$	
Tarjeta de credito	-	

Prestamos independiente	\$	-	
Financiamiento bancario	\$	150,000.00	
Otros	\$	46,800.00	
Total Prestamos o financiamientos			\$ 196,800.00
Total			\$ 25,400.00

FREELANCE CAFÉ

Estado de Resultados Proforma

Ingresos por ventas anuales			
Producto A	\$	940,000.00	
Producto B	\$	890,000.00	
Producto C	\$	870,000.00	
Total de ingresos			\$ 2,700,000.00
Costos			
Costos directos	\$	1,885,680.00	
Costos indirectos	\$	104,000.00	
Costos fijos	\$	102,000.00	
Costos variables	\$	81,600.00	
Total costos			\$ 2,173,280.00
Intereses sobre préstamos o imp.			
Financiamientos bancarios	\$	150,000.00	
Tarjeta de crédito			
Prestamos independientes	\$	-	
Impuestos	\$	27,000.00	
Total intereses o impuestos			\$ 177,000.00
Ganancia o Pérdida Neta			\$ 349,720.00

Plan de Medios Online

Contenido online	Cantidad	Costo	Importe total
Flyers	16	\$ 380.00	\$ 6,080.00
Videos	4	\$ 500.00	\$ 2,000.00
Tutoriales	8	\$ 430.00	\$ 3,440.00
Catálogos	1	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00
Fotos	30	\$ 150.00	\$ 4,500.00
Artículos		\$ -	\$ -
Infomerciales		\$ -	\$ -
Publicidad en Youtube	4	\$ 300.00	\$ 1,200.00
Publicidad en redes sociales	16	\$ 250.00	\$ 4,000.00
Capsulas informativas		\$ -	\$ -
Otros		\$ -	\$ -
Total		\$ 3,310.00	\$ 22,520.00

PROYECCION DE VENTAS POR TEMPORADAS

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 1		MES 2		MES 3		MES 4	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
A	\$ 50.00	600	\$ 30,000.00	700	\$ 35,000.00	800	\$ 40,000.00	900	\$ 45,000.00
B	\$ 100.00	550	\$ 55,000.00	600	\$ 60,000.00	750	\$ 75,000.00	870	\$ 87,000.00
C	\$ 150.00	450	\$ 67,500.00	550	\$ 82,500.00	600	\$ 90,000.00	700	\$ 105,000.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 300.00	1600	\$ 152,500.00	1850	\$ 177,500.00	2150	\$ 205,000.00	2470	\$ 237,000.00

Producto/Servicio	Precio Unitario	MES 9		MES 10		MES 11		MES 12	
		Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta	Cantidad	Venta
A	\$ 50.00	900	\$ 45,000.00	950	\$ 47,500.00	650	\$ 32,500.00	900	\$ 45,000.00
B	\$ 100.00	1000	\$ 100,000.00	800	\$ 80,000.00	950	\$ 95,000.00	800	\$ 80,000.00
C	\$ 150.00	750	\$ 112,500.00	800	\$ 120,000.00	800	\$ 120,000.00	990	\$ 148,500.00
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
	\$ -		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Totales	\$ 300.00	2650	\$ 257,500.00	2550	\$ 247,500.00	2400	\$ 247,500.00	2690	\$ 273,500.00

Primer cuatrimestre	\$	772,000.00
Segundo cuatrimestre	\$	902,000.00
Tercer cuatrimestre	\$	1,026,000.00
Total proyección de ventas	\$	2,700,000.00

CONCLUSIONES

Con la creación FREELANCE CAFE, se logrará dar vida a un proyecto que desde un principio mostró mucha viabilidad, tanto en la parte técnica, económica y financiera; ya que sus propietarios cuentan con experiencia idónea para sacarla adelante; además de los procedimientos y estrategias necesarias que se han y se siguen llevando a cabo para su sostenibilidad.

Con este proyecto se busca suplir una necesidad existente en el mercado brindando un producto de calidad y al mismo tiempo ofrecer un servicio personalizado a nuestros clientes.

Con la existencia de nuestro negocio contribuimos a desarrollo sostenible ya que contaremos con empleo para el sector, más que garantizamos la comodidad de los usuarios ya que no tendrán que salir de su lugar de trabajo para adquirir este producto y darse el gusto que muchos necesitamos para combatir el estrés del día a día.

FREELANCE CAFÉ busca ser un amigo fiel que acompaña a sus consumidores en cualquier momento sin importar el lugar en donde te encuentres solo con hacer un clic podrás obtener lo que necesites de nuestro producto con una atención rápida y de forma segura.

La creación de nuestro negocio surgió de la necesidad existente en el mercado según la visión de tres jóvenes emprendedores que buscan suplir esa necesidad ofreciendo un producto de calidad y de manera fácil de conseguir, con los mejores precios y las mejores formas de pago que se pueda tener.

Al concluir este proyecto se puede observar que existe un gran mercado para el producto que se está trabajando y que hay buenas expectativas según los análisis realizados en los diferentes medios de investigación utilizado, la gran mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo con el tipo de negocio y están dispuestos a apoyarnos, esto indica que nuestro negocio puede ser rentable a según las estadísticas. La información obtenida da indicio de que es un negocio con un gran futuro, ya que las metodologías que se utilizaran son totalmente diferentes a la de los negocios existentes.

BIBLIOGRAFIA

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.surveyheart>

<https://www.baque.com/es/>

<https://www.cafescamali.com/>

<https://www.cafeveracruz.com/tienda/>

ANEXOS

CUESTIONARIO

Nivel de Aceptación Café Online

1. Género
2. Nivel de Ingresos
3. Ocupación

4. Consume usted café?
-
5. Qué tipo de café prefiere?

6. Qué aspectos del café preparado son importantes o valiosos para usted?

7. Con qué frecuencia consume café?
8. Por lo general, ¿dónde compra su café preparado?
9. Le gustaría comprar café personalizado en línea?

10. Cómo prefiere recibir su pedido?
11. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un café personalizado?

13. Qué plataforma prefiere para valorar los diferentes tipos de cafés y hacer sus pedidos?
- 14.Cuál es su principal expectativa al usar los servicios de un café online?

15. Si su experiencia es satisfactoria utilizando los servicios de un café online, ¿lo recomendaría a sus amigos y conocidos?