UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

DACEA
División Académica
de Ciencias Económico
Administrativas

DACEA

“De flojo a genial, un cambio total”

Asignatura:

Costos Históricos

Docente:

Ricardo Maglioni Montalvo

Alumnos:

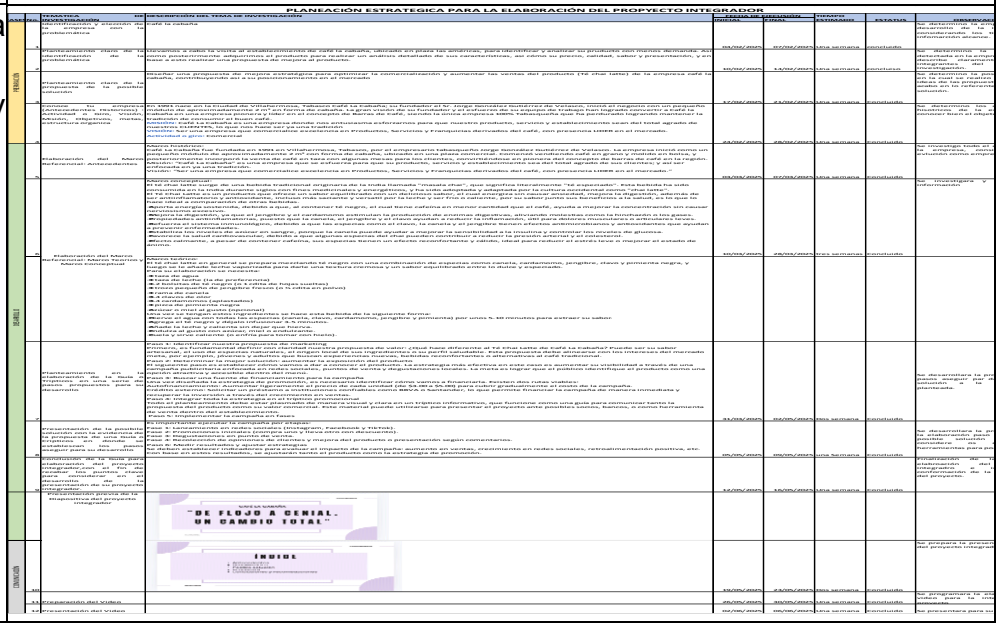
- Cordova Castro Teresita
- Cordova Santos Carla Viridiana
- León Vázquez Sofia Monserrat
- Morales Sánchez Ariadna

ÍNDICE

- Antecedentes
- Planteamiento de la Problemática
- Posible solución
- Propuesta
- Conclusiones y recomendaciones
- Evidencias

FORMATO PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO		
1.- Equipo:	Número 2	
2.- Nombre de los integrantes del equipo:	Teresita Córdova Castro Carla Viridiana Córdova Santos Sofía Monserrat león Vázquez Ariadna Morales Sánchez	
3.- Asignaturas que imparten:	Costos Históricos	
4.- Nombre del proyecto:	De flojo a genial, un cambio total	
5.- Presentación:	Al realizar la visita a la sucursal, identificamos la falta de marketing hacia el producto de "Té Chai Latte". Así como posteriormente adquirimos el producto para realizar un análisis detallado de sus características, así como su precio, calidad, sabor y presentación, y en base a esto realizar una propuesta de mejora a la distribución del producto. Problemática: • ¿Por qué los clientes no eligen Té Chai Latte frente a otras bebidas? • ¿El Té Chai Latte está ubicado estratégicamente en el menú y tiene buena estrategia de marketing? • ¿Está llegando a su público objetivo o no lo tiene definido?	
6.- Objetivo:	Implementar pantallas dinámicas en la sucursal, y buscar un descuento mediante una colaboración con la empresa SYSCOM	
7.- Tiempo de realización:	3 meses	
La metodología seleccionada para trabajar el proyecto se divide en tres fases:	(1) Preparación (2) Desarrollo y (3) Comunicación.	
8.- Fase de Preparación		
	Lo que se sabe	**Lo que no se sabe**

8.1.-Identificar los temas de aprendizaje que saben y los que no saben.	Identificación de problemáticas, identificación de costos, obtención de costos de materia prima y buscar soluciones	Técnicas de marketing para promocionar un producto, análisis de ventas y marketing de un solo producto.

8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.	Implementar: Pruebas gastronómicas, Pantallas dinámicas, Modificación al menú, Menú con código QR, Promocionar con volantes, Volverlo producto de temporada de otoño – invierno. La propuesta elegida para solucionar la problemática es implementar pantallas dinámicas en la sucursal, y buscar un descuento mediante una colaboración con la empresa SYSCOM.
8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito.	
8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.	Ariadna: Determinar la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información al alcance. Carla: Obtener los antecedentes históricos de la empresa para conocer el objeto de estudio. Teresita: Analizar las características del producto, sabor, precio, calidad y presentación. Sofía: Elaboración del marketing digital del producto para su presentación en las pantallas dinámicas.

8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida.	• Analizar la estrategia de marketing que tiene en función la sucursal • Analizar los costos para elaborar la propuesta de mejora para la distribución del producto • Impulsar la propuesta de marketing para evitar tener mermas, y obtener ganancias
8.6.- Recursos: Aquí se contemplan los libros, las revistas, las computadoras,	Pasaje Compra del producto Papeles Lapiceros Impresiones

las hojas, los bolígrafos, los espacios, las impresiones, las pastas, los consumibles, los materiales, las comidas, las bebidas, los transportes, las llamadas telefónicas, el uso del internet, el tiempo aire del celular, los costos de envió, las impresiones y lo que los equipos consideren	Paginas digitales Power point Excel Word Consultas web Tiempo aire Uso de computadoras y celulares

pertinentes, de acuerdo a la naturaleza de su proyecto.	
8.7.- Elaborar un plan de acción.	(ver tabla siguiente)

PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROPYECTO INTEGRADOR

FASES	No.	TEMATICA DE INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUSIÓN INICIAL	FECHA DE EJECUSIÓN FINAL	TIEMPO ESTIMADO	ESTATUS	OBSERVACIÓN
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Café la cabaña	04/02/2025	07/02/2025	Una semana	concluido	Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la infomarción alcance.
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática	Llevamos a cabo la visita al establecimiento de café la cabaña, ubicado en plaza las américas, para identificar y analizar su pruducto con menos demanda. Así como posterirmente adquirimos el producto para realizar un análisis detallado de sus características, asi cómo su precio, calidad, sabor y presentación, y en base a esto realizar una propuesta de mejora al producto.	10/02/2025	14/02/2025	Una semana	concluiso	Se determino la problemática detectada en la empresa, la cual se describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.
	3	Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución	Diseñar una propuesta de mejora estratégica para optimizar la comercialización y aumentar las ventas del producto (Té chai latte) de la empresa café la cabaña, contribuyendo asi a su posicionamiento en el mercado	17/02/2025	21/02/2025	Una semana	Concluido	Se determino la posible solución en la cual se realizo una lluvia de ideas de las propuestas para llevar acabo en lo referente a la posible solución.
	4	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	En 1991 nace en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco Café La Cabaña; su fundador el Sr. Jorge González Gutiérrez de Velasco, inició el negocio con un pequeño módulo de aproximadamente 2 m² en forma de cabaña. La gran visión de su fundador y el esfuerzo de su equipo de trabajo han logrado convertir a Café la Cabaña en una empresa pionera y líder en el concepto de Barras de Café, siendo la única empresa 100% Tabasqueña que ha perdurado logrando mantener la tradición de consumir el buen café. MISIÓN: Café La Cabaña es una empresa donde nos entusiasma esforzarnos para que nuestro producto, servicio y establecimiento sean del total agrado de nuestros CLIENTES, lo que nos hace ser ya una tradición VISIÓN: Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado. Actividad o giro: Comercial	24/02/2025	28/02/2025	Una semana	Concluido	Se determino los antecedentes hisotricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio
DESARROLLO	5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes	Marco histórico: Café La Cabaña fue fundada en 1991 en Villahermosa, Tabasco, por el empresario tabasqueño Jorge González Gutiérrez de Velasco. La empresa inició como un pequeño módulo de aproximadamente 2 m² con forma de cabaña, ubicado en una plaza comercial. Comenzó vendiendo café en grano y molido en bolsa, y posteriormente incorporó la venta de café en taza con algunas mesas para los clientes, convirtiéndose en pionera del concepto de barras de café en la región. Misión: "Café La Cabaña" es una empresa que se esfuerza para que su producto, servicio y establecimiento sea del total agrado de sus clientes; y así ser enfocada en ya una tradición. Visión: "Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado."	03/03/2025	07/03/2025	Una semana	Concluido	Se investigo todo el antedente de la empresa, considerando su evlución como empresa.
	6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teorico y Marco Conceptual	Marco conceptual: El té chai latte surge de una bebida tradicional originaria de la India llamada "masala chai", que significa literalmente "té especiado". Esta bebida ha sido consumida en la India durante siglos con fines medicinales y energéticos, y ha sido adoptada y adaptada por la cultura occidental como "chai latte". El Té Chai Latte es un producto que ofrece un sabor equilibrado con un delicioso sabor, el cual energiza sin causar ansiedad, mejora la digestión, además de ser antiinflamatorio y antioxidante, incluso más saciante y versatil por la leche y ser frio o caliente, por su sabor junto sus beneficios a la salud, es lo que lo hace ideal a comparación de otras bebidas. ·Aporta energía sostenida, debido a que, al contener té negro, el cual tiene cafeína en menor cantidad que el café, ayuda a mejorar la concentración sin causar nerviosismo excesivo. ·Mejora la digestión, ya que el jengibre y el cardamomo estimulan la producción de enzimas digestivas, aliviando molestias como la hinchazón o los gases. ·Propiedades antiinflamatorias, puesto que la canela, el jengibre y el clavo ayudan a reducir la inflamación, útil para dolores musculares o articulares leves. ·Refuerza el sistema inmunológico, debido a que las especias como el clavo, la canela y el jengibre tienen efectos antimicrobianos y antioxidantes que ayudan a prevenir enfermedades. ·Estabiliza los niveles de azúcar en sangre, porque la canela puede ayudar a mejorar la sensibilidad a la insulina y controlar los niveles de glucosa. ·Favorece la salud cardiovascular, debido a que algunas especias del chai pueden contribuir a reducir la presión arterial y el colesterol. ·Efecto calmante, a pesar de contener cafeína, sus especias tienen un efecto reconfortante y cálido, ideal para reducir el estrés leve o mejorar el estado de ánimo.	10/03/2025	28/03/2025	tres semanas	Concluido	Se investigara y analizará la información
			Marco teórico: El té chai latte en general se prepara mezclando té negro con una combinación de especias como canela, cardamomo, jengibre, clavo y pimienta negra, y luego se le añade leche vaporizada para darle una textura cremosa y un sabor equilibrado entre lo dulce y especiado. Para su elaboración se necesita: ·1 taza de agua ·1 taza de leche (la de preferencia) ·1-2 bolsitas de té negro (o 1 cdita de hojas sueltas) ·1 trozo pequeño de jengibre fresco (o ½ cdita en polvo) ·1 rama de canela ·3-4 clavos de olor ·3-4 cardamomos (aplastados) ·1 pizca de pimienta negra ·Azúcar o miel al gusto (opcional) Una vez se tengan estos ingredientes se hace esta bebida de la siguiente forma: ·Hierve el agua con todas las especias (canela, clavo, cardamomo, jengibre y pimienta) por unos 5-10 minutos para extraer su sabor. ·Agrega el té negro y déjalo infusionar 3-5 minutos. ·Añade la leche y calienta sin dejar que hierva. ·Endulza al gusto con azúcar, miel o endulzante. ·Cuela y sirve caliente (o enfría para tomar con hielo).					
	7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Tripticos en una serie de pasos propuestos para su desarrollo	Paso 1: Identificar nuestra propuesta de marketing Primero, es fundamental definir con claridad nuestra propuesta de valor: ¿Qué hace diferente al Té Chai Latte de Café La Cabaña? Puede ser su sabor artesanal, el uso de especias naturales, el origen local de sus ingredientes o su perfil saludable. Esta propuesta debe alinearse con los intereses del mercado meta, por ejemplo, jóvenes y adultos que buscan experiencias nuevas, bebidas reconfortantes o alternativas al café tradicional. Paso 2: Determinar la mejor solución: aumentar la exposición del producto El siguiente paso es establecer cómo vamos a dar a conocer el producto. La estrategia más efectiva en este caso es aumentar su visibilidad a través de una campaña publicitaria enfocada en redes sociales, puntos de venta y degustaciones locales. La meta es lograr que el público identifique el producto como una opción atractiva y accesible dentro del menú. Paso 3: Buscar una fuente de financiamiento para la campaña Una vez diseñada la estrategia de promoción, es necesario identificar cómo vamos a financiarla. Existen dos rutas viables: Autofinanciamiento: Aumentar ligeramente el precio de cada unidad (de $3.00 a $5.00) para cubrir gradualmente el costo de la campaña. Crédito externo: Solicitar un préstamo a instituciones confiables como BBVA o Santander, lo que permite financiar la campaña de manera inmediata y recuperar la inversión a través del crecimiento en ventas. Paso 4: Integrar toda la estrategia en el tríptico promocional Todo el planteamiento debe estar plasmado de manera visual y clara en un tríptico informativo, que funcione como una guía para comunicar tanto la propuesta del producto como su valor comercial. Este material puede utilizarse para presentar el proyecto ante posibles socios, bancos, o como herramienta de venta dentro del establecimiento. Paso 5: Implementar la campaña en fases	31/03/2025	02/05/2025	Dos semana	Concluido	Se desarrollara la propusta de los pasos aseguir par dar la posible solución a la problemática planteada.
	8	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establescan los pasos aseguir para su desarrollo	Es importante ejecutar la campaña por etapas: Fase 1: Lanzamiento en redes sociales (Instagram, Facebook y TikTok). Fase 2: Promociones iniciales (compra uno y lleva otro con descuento). Fase 3: Degustaciones en punto de venta. Fase 4: Recolección de opiniones de clientes y mejora del producto o presentación según comentarios. Paso 6: Medir resultados y ajustar estrategias Se deben establecer indicadores para evaluar el impacto de la campaña: aumento en ventas, crecimiento en redes sociales, retroalimentación positiva, etc. Con base en estos resultados, se ajustarán tanto el producto como la estrategia de promoción.	05/05/2025	09/05/2025	una Semana	Concluido	Se desarrollara la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere os criterios y herramientas para poder realzarlo
	9	Conclusión de la Guía para elaboración del proyecto integrador,con el fin de recabar los puntos clave para considerar en el desarrollo de la presentación de su proyecto integrador.		12/05/2025	16/05/2025	Una semana	Concluido	Finalización de la Guía de elabroación del proyecto integradro e iniciode la conformación de la presentación del proyecto.
COMUNICACIÓN	10	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador		19/05/2025	23/05/2025	Dos semana	Concluido	Se prepara la presentación previa del proyecto integrador
	11	Preparación del Video		26/05/2025	30/05/2025	Una semana	Concluido	Se programara la elaboración del video para la integración del proyecto
	12	Presentación del Video		02/06/2025	06/06/2025	Una semana	Concluido	Se presentara para su conocmiento

9. Fase de Desarrollo

9.1.-Gráfica de Gantt.

	Actividad	Febrero semana 1	2	3	4	marzo semana 1	2	3	4	Abril Semana 1	2	3	4
1	Identificación y elección de la empresa con la problemática												
2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática												
3	Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución												
4	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica												
5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes												
6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teorico y Marco Conceptual												
7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Cripticos en una serie de pasos propuestos para su desarrollo												
8	Presentación de la posibile solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establescan los pasos aseguir para su desarrollo												
9	Conclusión de la Guía para elaboración del proyecto integrador,con el fin de recabar los puntos clave para considerar en el desarrollo de la presentación de su proyecto integrador.												
10	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador												
11	Preparación del Video												
12	Presentación del Video												

9.2.-Programas, asignaturas, objetivos y temas.

Programa	Asignatura	Objetivo	Temas
Licenciatura en Contaduría Pública	Costos Históricos	Comprender la naturaleza de la contabilidad de costos, sus elementos y tratamiento contable, segun los tipos de empresas: Extractivas, industriales, comerciales y de servicios, a través de los procedimientos de control por ordenes de producción y procesos productivos, aplicando la técnica de costos Históricos para la formulación del estado de costo de producción y ventas.	**Unidad 1**: Introducción a la contabilidad de costos, **Unidad 2**: Control y contabiliza de los elementos del costo, **Unidad 3:** Procedimiento de control por ordenes de producción y por procesos productivos

Programa	Asignatura	Objetivo	Temas
Licenciatura en contaduría pública	mercadotenia	Analizar el impacto de la falta de publicidad en las ventas y el posicionamiento del producto para así, proponer estrategias de comunicación y promoción para aumentar la visibilidad del producto deseado, además de identificar que se necesita para hacerlo más atractivo al consumidor pero antes de ello identificar quienes son el público objetivo y los mejores canales de publicidad.	1. Investigación de mercado 2. Segmentación y público objetivo 3. Estrategias de promoción 4. Presupuesto publicitario

<table>
<tr><td></td><td colspan="3">
<table>
<tr><td>Programa</td><td>Asignatura</td><td>Objetivo</td><td>Temas</td></tr>
<tr><td>Licenciatura en contaduría pública</td><td>Administración</td><td>Analizar cómo la falta de publicidad afecta la gestión y ventas del producto, así como planificar estrategias para optimizar la inversión en marketing y que pueda resultar en ganancias, además de aplicar una buena asignación de recursos y responsabilidades para mejorar la promoción del producto.</td><td>1. Planeación estratégica. 2. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). 3. Gestión de recursos. 4. Toma de decisiones. 5. Control y seguimiento.</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>9.3.-Elaborar las evidencias.</td><td>• Cara 1: se aprecia la portada del tríptico, en el cual esta presente el nombre de nuestro proyecto, al igual que el nombre de la empresa</td><td>• Cara 2: se aprecian imágenes de nuestra autoría obtenidas en la visita a la sucursal</td><td>• Cara 3: en esta apreciamos la solución planteada para nuestro proyecto</td></tr>
<tr><td></td><td>• Cara 4: Se describe a nuestra empresa</td><td>Cara 5: aquí se aprecia el producto elegido “te chai latte”</td><td>Cara 6: aquí apreciamos la problemática que estamos abordando en nuestro proyecto</td></tr>
</table>

9.4.-Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.	**Marco histórico:** Café La Cabaña fue fundada en 1991 en Villahermosa, Tabasco, por el empresario tabasqueño Jorge González Gutiérrez de Velasco. La empresa inició como un pequeño módulo de aproximadamente 2 m^2 con forma de cabaña, ubicado en una plaza comercial. Comenzó vendiendo café en grano y molido en bolsa, y posteriormente incorporó la venta de café en taza con algunas mesas para los clientes, convirtiéndose en pionera del concepto de barras de café en la región. Misión: "Café La Cabaña" es una empresa que se esfuerza para que su producto, servicio y establecimiento sea del total agrado de sus clientes; y así ser enfocada en ya una tradición. Visión: "Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado." **Marco conceptual:** El té chai latte surge de una bebida tradicional originaria de la India llamada "masala chai", que significa literalmente "té especiado". Esta bebida ha sido consumida en la India durante siglos con fines medicinales y energéticos, y ha sido adoptada y adaptada por la cultura occidental como "chai latte". El Té Chai Latte es un producto que ofrece un sabor equilibrado con un delicioso sabor, el cual energiza sin causar ansiedad, mejora la digestión, además de ser antiinflamatorio y antioxidante, incluso más saciante y versatil por la leche y ser frio o caliente, por su sabor junto sus beneficios a la salud, es lo que lo hace ideal a comparación de otras bebidas. • Aporta energía sostenida, debido a que, al contener té negro, el cual tiene cafeína en menor cantidad que el café, ayuda a mejorar la concentración sin causar nerviosismo excesivo. • Mejora la digestión, ya que el jengibre y el cardamomo estimulan la producción de enzimas digestivas, aliviando molestias como la hinchazón o los gases. • Propiedades antiinflamatorias, puesto que la canela, el jengibre y el clavo ayudan a reducir la inflamación, útil para dolores musculares o articulares leves. • Refuerza el sistema inmunológico, debido a que las especias como el clavo, la canela y el jengibre tienen efectos antimicrobianos y antioxidantes que ayudan a prevenir enfermedades.

	• Estabiliza los niveles de azúcar en sangre, porque la canela puede ayudar a mejorar la sensibilidad a la insulina y controlar los niveles de glucosa. • Favorece la salud cardiovascular, debido a que algunas especias del chai pueden contribuir a reducir la presión arterial y el colesterol. • Efecto calmante, a pesar de contener cafeína, sus especias tienen un efecto reconfortante y cálido, ideal para reducir el estrés leve o mejorar el estado de ánimo. **Marco teórico:** El té chai latte en general se prepara mezclando té negro con una combinación de especias como canela, cardamomo, jengibre, clavo y pimienta negra, y luego se le añade leche vaporizada para darle una textura cremosa y un sabor equilibrado entre lo dulce y especiado. Para su elaboración se necesita: • 1 taza de agua • 1 taza de leche (la de preferencia) • 1-2 bolsitas de té negro (o 1 cdita de hojas sueltas) • 1 trozo pequeño de jengibre fresco (o ½ cdita en polvo) • 1 rama de canela • 3-4 clavos de olor • 3-4 cardamomos (aplastados) • 1 pizca de pimienta negra • Azúcar o miel al gusto (opcional) Una vez se tengan estos ingredientes se hace esta bebida de la siguiente forma: • Hierve el agua con todas las especias (canela, clavo, cardamomo, jengibre y pimienta) por unos 5-10 minutos para extraer su sabor. • Agrega el té negro y déjalo infusionar 3-5 minutos. • Añade la leche y calienta sin dejar que hierva. • Endulza al gusto con azúcar, miel o endulzante. • Cuela y sirve caliente (o enfría para tomar con hielo).

<table>
<tr><td>9.5.-Organización de la información y las fuentes consultadas.</td><td>

- **Marco histórico:**

Café La Cabaña. (s.f.). *¿Quiénes somos?* Recuperado el 4 de marzo del 2025, de https://cafelacabana.com/quienes_somos/

- **Marco conceptual:**

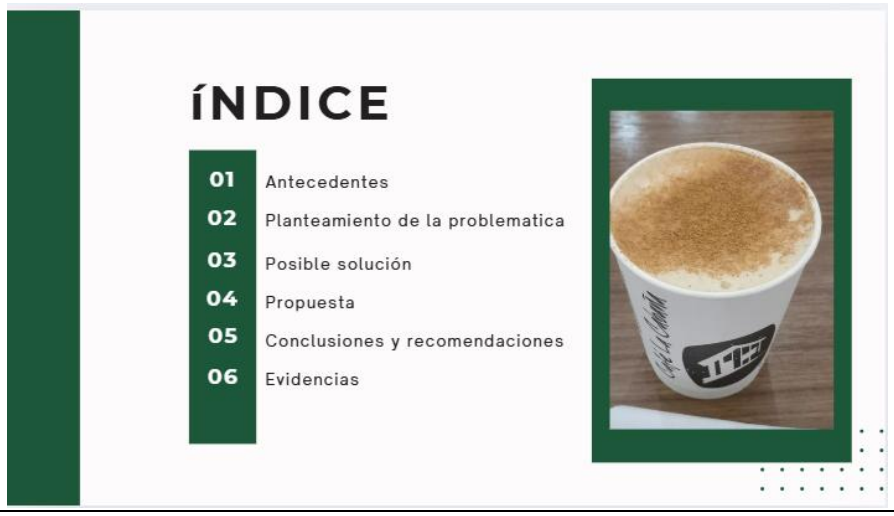
Women's Health. (s.f.). *Té chai: Estos son los beneficios para tu cuerpo.* Women's Health España. Recuperado el 28 de Marzo del 2025, de https://www.womenshealthmag.com/es/nutricion-dietetica/a27403402/te-chai-beneficios-cuerpo-propiedades-sara-carbonero-instagram/

- **Marco teórico:**

Chai latte - Apasionados por el Café. (2024, 26 enero). Apasionados Por el Café. Recuperado el 07 de mayo del 2025 de https://www.apasionadosporelcafe.com/recetas/recetas-con-cafe/chai-latte/?utm

</td></tr>
<tr><td>9.6.-Presentación del reporte en Word</td><td>

</td></tr>
<tr><td colspan="2">10.- Fase de Comunicación</td></tr>
</table>

10.1.- Power Point	 

10.2.-Las evidencias	• Dado que los clientes no eligen el Té Chai Latte a comparación de otras bebidas, se propone como solución, la realización de encuestas para comprender porque no lo eligen, también dar degustaciones gratuitas y mencionar sus beneficios a la salud mientras lo prueban, para que conozcan su sabor y beneficios al consumirlo, y con esta información formar una sólida estrategia de ventas. • El Té Chai Latte tiene poca visibilidad al no estar ubicado de forma estratégica en el menú y como consecuencia es un producto desconocido para los clientes, tomando en cuenta que la visibilidad es importante, la solución propuesta es que se haga un menú interactivo mediante la implementación de pantallas dinámicas que le permitan al cliente observar la apariencia del producto con imágenes o videos llamativos que generen interés. • El Té Chai Latte es un excelente producto debido a su equilibrado sabor, sin embargo, las bajas ventas pueden significar que no está llegando a un público objetivo, sin embargo, realmente si puede tener un público objetivo por los beneficios a la salud que tiene este producto al consumirlo, lo ideal es mejorar el marketing tomando en cuenta a los adultos mayores, personas que cuidan su salud o personas con problemas de salud para que puedan conocer estos beneficios, su sabor y aspecto y con ello aumentar las ventas gracias a una buena campaña de marketing más enfocada en ellos. •

Solución

Para impulsar las ventas del Té Chai Latte, se propone realizar encuestas para entender al cliente y ofrecer degustaciones gratuitas para familiarizarlos con su sabor. En visibilidad, es fundamental destacar la bebida en el menú y, sobre todo, utilizar pantallas dinámicas dentro del establecimiento para captar la atención de los clientes de forma atractiva e impactante.

Además, hay que enfocarse en que llegue al público objetivo, es decir, considerando sus cualidades, los adultos mayores y personas que cuiden de su salud pueden estar más interesados en consumirlo que otros. Estas acciones en conjunto mejorarán el posicionamiento y aumentarán la demanda del Té Chai Latte.

CAFÉ LA CABAÑA

"De flojo a genial, un cambio total"

DACEA

Costos Históricos

4N, LCP

- Teresita Córdova Castro
- Carla Viridiana Cordova Santos
- Sofía Monserrat León Vázquez
- Ariadna Morales Sánchez

Problematica

A pesar de su sabor único y beneficios a la salud, el Té Chai Latte no ha logrado captar la atención de los clientes, dado que muchos no estén familiarizados con su sabor o prefieren bebidas más tradicionales.

Al no estar colocado de forma estratégica, es decir, no tiene una presentación llamativa en el menú, es posible que pase desapercibido. sumado a la falta de una promoción adecuada donde se resalten sus beneficios y la falta de enfoque a un público obetivo; resulta en que el Té Chai Latte quede en segundo plano frente a opciones más populares.

Té Chai Latte

Es una bebida que combina especias como canela, cardamomo, jengibre, clavo y pimienta negra, y luego se le añade leche vaporizada para darle una textura cremosa y un sabor equilibrado entre lo dulce y especiado.

Además, gracias a las propiedades de sus ingredientes tiene diversos beneficios para la salud como:

- Antiinflamatorio.
- Mejora la digestión.
- Regulación del azúcar en sangre.

Acerca de

En 1991 nace en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco **"Café La Cabaña"**; su fundador el Sr. Jorge González Gutiérrez de Velasco, inició el negocio con un pequeño módulo de aproximadamente 2 m² en forma de cabaña. La gran visión de su fundador y el esfuerzo de su equipo de trabajo han logrado convertir a Café la Cabaña en una empresa pionera y líder en el concepto de Barras de Café, siendo la única empresa 100% Tabasqueña que ha perdurado logrando mantener la tradición de consumir el buen café.

10.3.-El costo

Costeo del producto: "Te chai latte" (por taza de 12 oz)			
Ingrediente.	***Cantidad estimada.***	***Precio de compra estimado.***	***Costo por tasa.***
Leche entera	235 ml	$25.00 /litro	$ 5.88
Concentrado de té chai o infusión de especias	30-60 ml	$150.00 / litro	$ 9.00
Azúcar	2 cucharadas	$25.00/ kg	$ 0.50
Canela en polvo	1 pizca (.5 g)	$100.00 / 100 g	$ 0.50
Jengibre fresco	2 rodajas (5 g)	$50.00 / 100 g	$ 2.50
Clavo de olor	1 unidad (.2 g)	$80.00 / 100 g	$ 0.16
Cardamomo	1 unidad (.2 g)	$120.00 / 100 g	$ 0.24
Anís estrella	1 unidad (.5 g)	$90.00 / 100 g	$ 0.45
Costo total de ingredientes:			$ 19.23
Recurso	***Uso estimado***	***Precio estimado***	***Costo por tasa.***
Agua potable.	120 ml	$20.00/m³	$ -
Gas Lp.	0.015 m³	$12.00/m³	$ 0.18
Electricidad.	0.05 kWh	$1.50/kWh	$ 0.08
Costo total de los recursos:			$ 0.26
Insumo	***Presentación comercial***	***Precio por unidad (MXN)***	***Costo por tasa.***
Vaso termico de carton de 12 oz	Paquete de 50.	$ 90.00	$ 1.80
Tapa de plastico para vaso	Paquete de 50.	$ 30.00	$ 0.60
Portavaso / carton protector.	Paquete de 50.	$ 40.00	$ 0.80
Servilleta de papel.	Paquete papel 100.	$ 20.00	$ 0.20
Endulzante en sobre	Paquete sobre 100.	$ 40.00	$ 0.40
Agitador	Paquete de 100.	$ 25.00	$ 0.25
Costo total de los insumos:			$ 4.05
Costo total por taza:			$ 23.54

10.4.-Fuentes de financiamiento

El producto puede financiarse a sí mismo mediante un ligero aumento en el precio por unidad, ya sea de $3.00 o $5.00 por venta individual. En caso de que se prefiera mantener el precio actual para no afectar al consumidor, se puede optar por solicitar un préstamo bancario con el objetivo de cubrir los gastos de la campaña publicitaria. Una vez que el producto gane reconocimiento en el mercado, se espera un incremento en las ventas, lo que permitirá recuperar la inversión realizada. Los bancos más confiables que hemos identificado para gestionar este tipo de financiamiento son BBVA, BANXICO y Santander.

10.5.-El impacto

Corto Plazo: A partir de su implementación se obtendrán resultados positivos a favor de te chai latte haciendo que los consumidores se familiaricen con el producto y comience a ser visible e inclusive una opción de consumo.

Mediano Plazo: A partir del posterior reconocimiento del producto se estima que las ventas aumentaran considerablemente debido a que el cliente tendrá mayor conocimiento de los beneficios del Te Chai latte para la salud e inclusive posicionarse como un producto más preferido gracias al marketing que se le dio tanto en menú como en las pantallas dinámicas del establecimiento.

	Largo plazo: Posicionar el té chai latte como una bebida insignia de la marca podrá demostrar una diferencia importante frente a la competencia y consolidar a Café La Cabaña como un referente regional de bebidas con identidad, calidad y originalidad, además de mejorar la rentabilidad del producto .

10.6.-La forma de evaluación

Evaluacion del proyecto a travez de una tabla.			
#	Indicador	Descripcion	Evaluación
1	Definición de la propuesta de valor del producto	Se identificó y redactó claramente qué hace especial al Té Chai Latte (ingredientes, sabor, beneficios, identidad de marca, etc.).	
2	Elaboración de material gráfico y promocional	Se diseñaron y produjeron elementos como trípticos, carteles, menús nuevos, publicaciones para redes sociales, etc.	
3	Lanzamiento de campaña publicitaria digital	Se aplicó la campaña en plataformas como Facebook, Instagram o TikTok, con diseños atractivos, mensajes claros y programación de publicaciones.	
4	Determinación de la fuente de financiamiento	Se eligió y aplicó el método de financiamiento (aumento de precio o préstamo bancario) y se documentó correctamente.	
5	Capacitación del personal de venta	Se informó al personal sobre el producto, sus cualidades, beneficios y la forma correcta de ofrecerlo y responder preguntas de los clientes.	
6	Ejecución del lanzamiento promocional en tienda	Se ofrecieron muestras, descuentos de introducción, combos o promociones especiales para incentivar la compra inicial del Té Chai Latte.	
7	Seguimiento y registro de ventas semanales	Se monitorearon las ventas del producto cada semana para identificar tendencias, avances o estancamientos.	
8	Recolección de retroalimentación del cliente	Se aplicaron encuestas, observaciones o se anotaron comentarios espontáneos de los clientes sobre la bebida, presentación o experiencia.	
9	Análisis de resultados y ajustes necesarios	Se revisaron los datos obtenidos y se hicieron ajustes en precio, presentación, estrategia o promoción según lo que se detectó.	
10	Comparación de ventas antes y después de la campaña	Se compararon las ventas del Té Chai Latte antes de la campaña y al finalizarla para evaluar el impacto de la estrategia.	
11	Documentación final del proceso y resultados	Se elaboró un informe con todo el proceso realizado, resultados obtenidos y recomendaciones a futuro.	
12	Valoracion de el proceso	Se identificaron los resultados y se evalua si provocaron un impacto positivos o negativos.	

10.7.-Rúbrica

Rúbrica para PP

Elementos a evaluar	Excelente 3	Bueno 2	Regular 1	Malo 0	Total
Presentación portada	Presenta una portada o entrada con todos los datos solicitados de identificación como el tema, nombre de los miembros del equipo, etc.	Presenta una portada o entrada con casi todos los datos solicitados de identificación.	Presenta una portada o entrada con algunos de los datos solicitados de identificación.	Presenta una portada o entrada con sólo dos de los datos solicitados de identificación.	
Calidad de la caligrafía	Utilizan en toda la presentación las fuentes solicitadas y son legibles y de buen tamaño, logrando diferenciar con negrita, cursiva, etc., entre temas y subtemas.	Utilizan en casi toda la presentación las fuentes solicitadas y son legibles y de buen tamaño, logrando diferenciar con negrita, cursivas, etc., entre temas y subtemas.	Utilizan las fuentes solicitadas y son legibles y de buen tamaño, pero combinan ambas fuentes y no se logra diferenciar de forma correcta entre temas y subtemas.	Utilizan otras fuentes fuera de las solicitadas, son poco legibles y de un tamaño que no permita diferenciar entre títulos y/o subtítulos y desarrollo.	
Contenidos	Se presenta la información de manera sencilla, concreta y dinámica. Además, muestra una conclusión de la temática relevante y precisa.	Se presenta casi toda la información de manera sencilla, concreta y dinámica. Muestra una conclusión de la temática relevante pero poco precisa.	Parte de la información se presenta de manera sencilla, concreta y dinámica. Muestra una conclusión de la temática poco relevante y precisa.	Toda la presentación de la información se muestra complicada, poco concreta y nada dinámica; además, no muestra una conclusión de la temática que sea relevante y precisa.	
Imágenes	Muestra imágenes que tienen relación con lo que se explica y son de excelente calidad. Las imágenes copiadas muestran la referencia de acuerdo al APA.	Muestra imágenes que tienen relación con lo que se explica y casi todas son de excelente calidad. Las imágenes copiadas muestran la referencia de acuerdo al APA.	Algunas imágenes muestran relación con lo que se explica y tienen poca calidad. No todas las imágenes copiadas muestran la referencia de acuerdo al APA.	Las imágenes no tienen relación con lo que se explica y son de baja calidad. Las imágenes copiadas no muestran la referencia de acuerdo al APA.	
Ortografía	La ortografía no presenta ninguna falta y la coherencia de la información y demás elementos son totalmente adecuadas.	La ortografía presenta dos faltas ortográficas y la coherencia de la información y demás elementos son, en su mayoría, adecuadas.	La ortografía presenta entre tres y 5 faltas y la coherencia de la información y demás elementos son poco adecuadas.	Se presentan demasiadas faltas ortográficas y la coherencia de la información y demás elementos son totalmente inadecuadas.	
				Puntaje Total	

Nota: Rúbrica adaptada por la Dra. Minerva Camacho Javier sólo con fines didácticos de una presentación publicada el 25 de enero de 2016 y recuperado el 28 de enero de 2019 de https://www.slideshare.net/gloriadelhoyo/rubrica-para-evaluar-presentaciones-en-ppt.

10.8.- Evaluación del plan de acción

El equipo se dio la tarea de distribuir las actividades de acuerdo con las siguientes fechas, en cada una se especifican las acciones a cumplir por día, así como el estado de estas, es decir, si fueron cumplidas o no en tiempo y forma:

04 al 07 de febrero del 2025: Identificación y elección de la empresa con la problemática.
Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información alcance.
Estado de la actividad: Concluido, se escogió “Café la cabaña” como la empresa para poder desarrollar la investigación de una problemática y solución, dado que se coincidió entre todos los integrantes que es una empresa con muchos productos, además de ser reconocida, por ello decidimos escogerla para poder investigar alguna problemática en relación a algún producto.

17 al 21 de febrero: Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución
Se determino la posible solución en la cual se realizó una lluvia de ideas de las propuestas para llevar a cabo en lo referente a la posible solución.
Estado de actividad: Concluido, una vez que se escogió “Café la cabaña” y su problemática con el producto de té chai latte y la falta de marketing, se hizo la lluvia de ideas de propuestas, donde se obtuvieron diversas ideas relacionadas con la mejora del marketing del producto, dado que tiene diversas posibilidades de mejorar

	mediante el marketing, donde la idea más llamativa fue la implementación de pantallas dinámicas. Del 3 al 28 de marzo: Elaboración del Marco Referencial: Marco Teórico y Marco Conceptual Estado de actividad: Concluido, se investigaron sus antecedentes pero también se investigó sobre el marco teórico y conceptual para comprender mejor la empresa y el producto como tal, dando como resultado un marco que nos habla ampliamente sobre el té chai latte y sus beneficios a la salud, así como su preparación, con el fin de tener un punto de apoyo y conocimiento, donde pudimos comprender que este producto tiene mucho potencial dado los beneficios a la salud y lo que implica para lograr su delicioso sabor. Del 31 de marzo al 2 de mayo: Planteamiento en la elaboración de la guía del desarrollo propuesto. Estado de actividad: Concluido, se decidió hacer un tríptico para la propuesta de pasos a seguir con la posible solución con 5 pasos que se enfoca en una mejor promoción del producto para aumentar las ventas, desde identificar la propuesta de marketing, la mejor solución que es aumentar el marketing e incluso su financiamiento, así como ser claro en el tríptico para explicar esos puntos anteriores y lograr implementar la campaña en fases y valorar o ajustar la estrategia, tomando siempre en cuenta que su problemática es el manejo de marketing del té chai latte. Del 12 al 16 de mayo: Presentación de la posible solución con la evidencia propuesta. Estado de la actividad: Con la evidencia recabada, se determinó que son 4 fases para cumplir con relación a la campaña publicitaria, desde el lanzamiento en redes sociales y promociones iniciales del producto, hasta degustaciones para que se promueva su sabor, y así recolectar opiniones del producto y mejorarlo en base a lo que el publico opina, esto con el fin de tener una solución mas enfocada que ayude a mejorar las ventas y hacer del producto, uno más reconocido.
10.9.-La bibliografía consultada	Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). (2024). Quién es Quién en los Precios. Recuperado de https://qqp.profeco.gob.mx/qqp.profeco.gob.mx Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). (2024). Canasta básica arranca 2024 con precio estable. Recuperado de https://www.gob.mx/profeco/prensa/canasta-basica-arranca-2024-con-precio-estable

	Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). (2024). Seguimiento diario de precios del sector primario 2024. Recuperado de https://www.gob.mx/siap/documentos/seguimiento-diario-de-precios-del-sector-primario-2024 Comisión Reguladora de Energía (CRE). (2017). Historial de precios promedio al público de gas LP reportados por los distribuidores. Recuperado de https://www.gob.mx/cre/documentos/historial-de-precios-promedio-al-publico-de-gas-lp-reportados-por-los-distribuidores Comisión Reguladora de Energía (CRE). (2019). Consulta los precios de hidrocarburos y las tarifas de electricidad vigentes. Recuperado de https://www.gob.mx/cre/articulos/consulta-los-precios-de-hidrocarburos-y-las-tarifas-de-electricidad-vigentes BBVA México. (2024). Crédito Simple Pyme. Recuperado de https://www.bbva.mx/empresas/productos/financiamiento/creditos-a-corto-y-largo-plazo/credito-simple-pyme.html BBVA México. (2024). Plan de Finanzas Pyme. Recuperado de https://www.bbva.mx/empresas/productos/financiamiento/tarjetas-empresariales/plan-de-finanzas-pyme.html Santander México. (2024). Financiamiento y recursos para PyMES. Recuperado de https://www.santander.com.mx/pyme/index.html Santander México. (2024). Créditos y financiamiento empresarial - Santander PyME. Recuperado de https://www.santander.com.mx/pyme/creditos.html Secretaría de Energía (SENER). (2024). Lista de combustibles y sus poderes caloríficos 2024. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/894023/Lista_de_combustibles_2024.pdf Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). (2024). Reporte mensual de escenarios de productos agroalimentarios. Recuperado de https://www.gob.mx/siap/prensa/reporte-mensual-de-escenarios-de-13-productos-agroalimentarios Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). (2024). Profeco lanza nuevo sitio del Quién es Quién en los Precios. Recuperado de https://www.gob.mx/profeco/prensa/profeco-lanza-nuevo-sitio-del-quien-es-quien-en-los-precios-consulta-en-tres-sencillos-pasos Secretaría de Energía (SENER). (2024). Consulta los precios de hidrocarburos y las tarifas de electricidad vigentes. Recuperado de https://www.gob.mx/cre/articulos/consulta-los-precios-de-hidrocarburos-y-las-tarifas-de-electricidad-vigentes

	Café La Cabaña. (2025). Promociones 2025. Recuperado de https://cafelacabana.com/ Café La Cabaña. (2025). Menú y Sucursales. Recuperado de https://cafelacabana.com/ Café La Cabaña. (2025). Página oficial de Facebook. Recuperado de https://www.facebook.com/CafeLaCabana/ Seonet Digital. (2024). 7 estrategias de marketing para cafeterías. Recuperado de https://www.seonetdigital.com/es/blog/marketing-para-cafeterias Colday Café. (2024). Estrategias creativas para la publicidad de cafeterías en México. Recuperado de https://www.coldaycafe.com/blogs/blog/estrategias-creativas-para-la-publicidad-de-cafeterias-en-mexico El Café de mi Tierra. (2024). 10 estrategias de promoción efectivas para cafeterías. Recuperado de https://elcafedemitierra.com/10-estrategias-de-promocion-efectivas-para-cafeterias.html Poster POS. (2024). 10 ideas para promocionar una cafetería en 2024. Recuperado de https://joinposter.mx/post/como-promocionar-una-cafeteria Cursos Barista Café. (2024). ¿Cómo hacer un plan de marketing para una cafetería?. Recuperado de https://www.cursosbaristacafe.com.mx/blog/consejos/como-hacer-un-plan-de-marketing-para-una-cafeteria/ EPC México. (2023). Cómo incrementar ventas en tu cafetería. Recuperado de https://epcmexico.com/como-incrementar-ventas-en-tu-cafeteria/
Conclusión	El análisis realizado sobre la baja demanda del Té Chai Latte en Café La Cabaña revela que el principal obstáculo para su éxito comercial es la escasa visibilidad del producto y la falta de una estrategia de promoción adecuada. A pesar de ser una bebida con gran potencial dentro del mercado actual —especialmente por su perfil saludable y su sabor exótico—, no ha logrado posicionarse de manera efectiva entre los consumidores habituales del establecimiento. Para revertir esta situación, resulta fundamental el diseño y ejecución de una campaña de marketing estratégica, que permita aumentar la exposición del Té Chai Latte, despertar el interés del público objetivo y mejorar la percepción del producto como una opción atractiva dentro del menú. Esta campaña debe contemplar medios digitales, material promocional en el punto de venta y actividades de interacción directa con los clientes.

	En cuanto al financiamiento de dicha campaña, la empresa cuenta con dos alternativas viables: realizar un ligero ajuste en el precio de venta del producto para generar recursos internos que puedan destinarse a la promoción, o bien acceder a financiamiento externo mediante créditos para pequeñas empresas. Instituciones como BBVA y Santander ofrecen opciones accesibles, mientras que Banxico, a través de mecanismos indirectos y en colaboración con otras instituciones, también brinda oportunidades de financiamiento para PyMEs. Ambas opciones pueden permitir que la inversión en marketing se traduzca en un aumento de ventas que no solo compense los costos iniciales, sino que posicione al Té Chai Latte como un producto emblemático de la marca, contribuyendo al crecimiento sostenido de Café La Cabaña.
Recomendaciones	1. Desarrollar una propuesta de valor clara y atractiva del Té Chai Latte para destacar sus beneficios y diferenciadores. 2. Ejecutar una campaña promocional trimestral, con descuentos especiales, muestras gratuitas y combos junto a productos populares del menú. 3. Capacitar al personal de atención al cliente para que promuevan activamente el producto y comuniquen sus ventajas. 4. Monitorear semanalmente las ventas del Té Chai Latte y la retroalimentación de los clientes, para ajustar las estrategias según los resultados. 5. Explorar colaboraciones con influencers locales y negocios afines al sector de bienestar y bebidas saludables para ampliar el alcance de la campaña. 6. Evaluar opciones de financiamiento específicas para PyMEs a través de la banca comercial (BBVA, Santander) o programas indirectos respaldados por Banxico.

	7. Invertir en publicidad digital segmentada a través de redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok, dirigidas a jóvenes y consumidores interesados en bebidas alternativas. 8. Rediseñar el menú físico y digital para dar mayor protagonismo al Té Chai Latte en la carta de productos. 9. Incorporar decoración visual en el local (posters, pizarras, pantallas) que resalten el producto y lo mantengan presente ante los clientes. 10. Analizar periódicamente el retorno de inversión (ROI) de la campaña para asegurar que los recursos se estén utilizando de forma eficiente.

10.10 Anexos

PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROPYECTO INTEGRADOR

FASES	No.	TEMATICA DE INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUSIÓN		TIEMPO ESTIMADO	ESTATUS	OBSERVACIÓN
				Inicial	FINAL			
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Café la cabaña	04/02/2025	07/02/2025	Una semana	concluido	Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información alcance.
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática	Llevamos a cabo la visita al establecimiento de café la cabaña, ubicado en plaza las américas, para identificar y analizar su pruducto con menos demanda. Así como posterirmente adquirimos el producto para realizar un análisis detallado de sus características, asi cómo su precio, calidad, sabor y presentación, y en base a esto realizar una propuesta de mejora al producto.	10/02/2025	14/02/2025	Una semana	concluiso	Se determino la problemática detectada en la empresa, la cual se describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.

	3	Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución	Diseñar una propuesta de mejora estratégica para optimizar la comercialización y aumentar las ventas del producto (Té chai latte) de la empresa café la cabaña, contribuyendo asi a su posicionamiento en el mercado	17/02/2025	21/02/2025	Una semana	Concluido	Se determino la posible solución en la cual se realizo una lluvia de ideas de las propuestas para llevar acabo en lo referente a la posible solución.
	4	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	En 1991 nace en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco Café La Cabaña; su fundador el Sr. Jorge González Gutiérrez de Velasco, inició el negocio con un pequeño módulo de aproximadamente 2 m² en forma de cabaña. La gran visión de su fundador y el esfuerzo de su equipo de trabajo han logrado convertir a Café la Cabaña en una empresa pionera y líder en el concepto de Barras de Café, siendo la única empresa 100% Tabasqueña que ha perdurado logrando mantener la tradición de consumir el buen café. **MISIÓN:** Café La Cabaña	24/02/2025	28/02/2025	Una semana	Concluido	Se determino los antecedentes hisotricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio

			es una empresa donde nos entusiasma esforzarnos para que nuestro producto, servicio y establecimiento sean del total agrado de nuestros CLIENTES, lo que nos hace ser ya una tradición **VISIÓN:** Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado. **Actividad o giro:** Comercial					
DESARROLLO	5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes	Marco histórico: Café La Cabaña fue fundada en 1991 en Villahermosa, Tabasco, por el empresario tabasqueño Jorge González Gutiérrez de Velasco. La empresa inició como un pequeño módulo de aproximadamente 2 m² con forma de cabaña, ubicado en una plaza comercial. Comenzó vendiendo café en grano	03/03/2025	07/03/2025	Una semana	Concluido	Se investigo todo el antedente de la empresa, considerando su evlución como empresa.

			y molido en bolsa, y posteriormente incorporó la venta de café en taza con algunas mesas para los clientes, convirtiéndose en pionera del concepto de barras de café en la región. Misión: “Café La Cabaña” es una empresa que se esfuerza para que su producto, servicio y establecimiento sea del total agrado de sus clientes; y así ser enfocada en ya una tradición. Visión: “Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado.”					

	6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teorico y Marco Conceptual	Marco conceptual: El té chai latte surge de una bebida tradicional originaria de la India llamada "masala chai", que significa literalmente "té especiado". Esta bebida ha sido consumida en la India durante siglos con fines medicinales y energéticos, y ha sido adoptada y adaptada por la cultura occidental como "chai latte". El Té Chai Latte es un producto que ofrece un sabor equilibrado con un delicioso sabor, el cual energiza sin causar ansiedad, mejora la digestión, además de ser antiinflamatorio y antioxidante, incluso más saciante y versatil por la leche y ser frio o caliente, por su sabor junto sus beneficios a la salud, es lo que lo hace ideal a comparación de otras bebidas. · Aporta energía sostenida, debido a que, al contener té negro, el	10/03/2025	28/03/2025	tres semanas	Concluido	Se investigara y analizará la información

			cual tiene cafeína en menor cantidad que el café, ayuda a mejorar la concentración sin causar nerviosismo excesivo. · Mejora la digestión, ya que el jengibre y el cardamomo estimulan la producción de enzimas digestivas, aliviando molestias como la hinchazón o los gases. · Propiedades antiinflamatorias, puesto que la canela, el jengibre y el clavo ayudan a reducir la inflamación, útil para dolores musculares o articulares leves. · Refuerza el sistema inmunológico, debido a que las especias como el clavo, la canela y el jengibre tienen efectos antimicrobianos y antioxidantes que ayudan a prevenir enfermedades. · Estabiliza los niveles de azúcar en sangre, porque la canela puede ayudar a mejorar la sensibilidad a la insulina y controlar los					

			niveles de glucosa. · Favorece la salud cardiovascular, debido a que algunas especias del chai pueden contribuir a reducir la presión arterial y el colesterol. · Efecto calmante, a pesar de contener cafeína, sus especias tienen un efecto reconfortante y cálido, ideal para reducir el estrés leve o mejorar el estado de ánimo.					

			Marco teórico: El té chai latte en general se prepara mezclando té negro con una combinación de especias como canela, cardamomo, jengibre, clavo y pimienta negra, y luego se le añade leche vaporizada para darle una textura cremosa y un sabor equilibrado entre lo dulce y especiado. Para su elaboración se necesita: · 1 taza de agua · 1 taza de leche (la de preferencia) · 1-2 bolsitas de té negro (o 1 cdita de hojas sueltas) · 1 trozo pequeño de jengibre fresco (o ½ cdita en polvo) · 1 rama de canela · 3-4 clavos de olor · 3-4 cardamomos (aplastados) · 1 pizca de pimienta negra · Azúcar o miel al gusto (opcional) Una vez se tengan estos					

			ingredientes se hace esta bebida de la siguiente forma: · Hierve el agua con todas las especias (canela, clavo, cardamomo, jengibre y pimienta) por unos 5-10 minutos para extraer su sabor. · Agrega el té negro y déjalo infusionar 3-5 minutos. · Añade la leche y calienta sin dejar que hierva. · Endulza al gusto con azúcar, miel o endulzante. · Cuela y sirve caliente (o enfría para tomar con hielo).					

	7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Cripticos en una serie de pasos propuestos para su desarrollo	Paso 1: Identificar nuestra propuesta de marketing Primero, es fundamental definir con claridad nuestra propuesta de valor: ¿Qué hace diferente al Té Chai Latte de Café La Cabaña? Puede ser su sabor artesanal, el uso de especias naturales, el origen local de sus ingredientes o su perfil saludable. Esta propuesta debe alinearse con los intereses del mercado meta, por ejemplo, jóvenes y adultos que buscan experiencias nuevas, bebidas reconfortantes o alternativas al café tradicional. Paso 2: Determinar la mejor solución: aumentar la exposición del producto El siguiente paso es establecer cómo vamos a dar a conocer el producto. La estrategia más efectiva en este	31/03/2025	02/05/2025	Dos semana	Concluido	Se desarrollara la propusta de los pasos aseguir par dar la posible solución a la problemática planteada.

			caso es aumentar su visibilidad a través de una campaña publicitaria enfocada en redes sociales, puntos de venta y degustaciones locales. La meta es lograr que el público identifique el producto como una opción atractiva y accesible dentro del menú. Paso 3: Buscar una fuente de financiamiento para la campaña Una vez diseñada la estrategia de promoción, es necesario identificar cómo vamos a financiarla. Existen dos rutas viables: Autofinanciamiento: Aumentar ligeramente el precio de cada unidad (de $3.00 a $5.00) para cubrir gradualmente el costo de la campaña. Crédito externo: Solicitar un préstamo a instituciones confiables como BBVA o Santander, lo que permite financiar la campaña de manera inmediata y recuperar la					

			inversión a través del crecimiento en ventas. Paso 4: Integrar toda la estrategia en el tríptico promocional Todo el planteamiento debe estar plasmado de manera visual y clara en un tríptico informativo, que funcione como una guía para comunicar tanto la propuesta del producto como su valor comercial. Este material puede utilizarse para presentar el proyecto ante posibles socios, bancos, o como herramienta de venta dentro del establecimiento. Paso 5: Implementar la campaña en fases					
	8	Presentación de la posibile solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establescan los pasos	Es importante ejecutar la campaña por etapas: Fase 1: Lanzamiento en redes sociales (Instagram, Facebook y TikTok). Fase 2: Promociones iniciales (compra uno y lleva otro con descuento).	05/05/2025	09/05/2025	una Semana	Concluido	Se desarrollara la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere os criterios y herramientas para poder realzarlo

		aseguir para su desarrollo	Fase 3: Degustaciones en punto de venta. Fase 4: Recolección de opiniones de clientes y mejora del producto o presentación según comentarios. Paso 6: Medir resultados y ajustar estrategias Se deben establecer indicadores para evaluar el impacto de la campaña: aumento en ventas, crecimiento en redes sociales, retroalimentación positiva, etc. Con base en estos resultados, se ajustarán tanto el producto como la estrategia de promoción.					
	9	Conclusión de la Guía para elaboración del proyecto integrador,con el fin de recabar los puntos clave para considerar en el desarrollo de la presentación		12/05/2025	16/05/2025	Una semana	Concluido	Finalización de la Guía de elabroación del proyecto integradro e iniciode la conformación de la presentación del proyecto.

		de su proyecto integrador.						
		Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador						Se prepara la presentación previa del proyecto integrador
COMUNICACIÓN	10			19/05/2025	23/05/2025	Dos semana	Concluido	

	11	Preparación del Video		26/05/2025	30/05/2025	Una semana	Concluido	Se programara la elaboración del video para la integración del proyecto
	12	Presentación del Video		02/06/2025	06/06/2025	Una semana	Concluido	Se presentara para su conocmiento

PLAN DE ACCIÓN

PLAN DE ACCIÓN

FASES	No.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUSIÓN		DURACIÓN	RESPONSABLE	ESTATUS	OBSERVACIÓN
				INICIAL	FINAL				
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Se determino qué la empresa elejida sera la sucursal de la empresa Café la cabaña S.A de C.V. ubicada en plaza las Ámericas y el alcance que podemos tener hacia su información. Por lo tanto el producto elejido es el de menor venta "Té Chai Latte".	04/02/2025	07/02/2025	Una semana	Teresita Cordova Castro Carla V. Cordova Santos Sofia Monserrat León Vazquez Ariadna Morales sanchez	concluido	Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la infomación alcance.

	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática y posible solución	Al realizar la visita a la sucursal, identificamos la falta de marketing hacia el producto de "Té Chai Latte". Así como posteriormente adquirimos el producto para realizar un análisis detallado de sus características, asi cómo su precio, calidad, sabor y presentación, y en base a esto la propuesta elejida para solucionar la problemática es implementar pantallas dinámicas en la sucursal, y buscar un descuento mediante una colaboración con la empresa SYSCOM.	10/02/2025	21/02/2025	Dos semana	Teresita Cordova Castro Carla V. Cordova Santos Sofia Monserrat León Vazquez Ariadna Morales sanchez	concluiso	Se determino la problemática detectada en la empresa, la cual se describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.
	3	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión,	**ANTECEDENTES HISTÓRICOS:** En 1991 nace en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco Café La Cabaña; su fundador el Sr. Jorge González Gutiérrez de Velasco, inició el negocio con un pequeño módulo de aproximadamente 2 m² en forma de cabaña. La gran visión de su fundador y el esfuerzo de su equipo de trabajo han logrado convertir a Café la Cabaña en una empresa pionera y líder en el concepto de Barras de Café, siendo la única empresa 100% Tabasqueña que ha perdurado logrando mantener la tradición de consumir el buen café. **OBJETIVO:** Ser un lider en el mercado **MISIÓN:** Café La Cabaña es una empresa donde nos entusiasma esforzarnos para que nuestro producto, servicio y establecimiento	24/02/2025	28/02/2025	Una semana	Teresita Cordova Castro Carla V. Cordova Santos Sofia Monserrat León	Concluido	Se determino los antecedentes hisotricos de la empresa para conocer bien el objeto

		Objetivos, metas, estructura organica	sean del total agrado de nuestros CLIENTES, lo que nos hace ser ya una tradición **VISIÓN:** Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado. **Actividad o giro:** Comercial				Vazquez Ariadna Morales sanchez		de estudio

DESARROLLO	4	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes, Marco teorico y Marco Conceptual	Marco histórico: Café La Cabaña fue fundada en 1991 en Villahermosa, Tabasco, por el empresario tabasqueño Jorge González Gutiérrez de Velasco. La empresa inició como un pequeño módulo de aproximadamente 2 m² con forma de cabaña, ubicado en una plaza comercial. Comenzó vendiendo café en grano y molido en bolsa, y posteriormente incorporó la venta de café en taza con algunas mesas para los clientes, convirtiéndose en pionera del	Marco conceptual: El té chai latte surge de una bebida tradicional originaria de la India llamada "masala chai", que significa literalmente "té especiado". Esta bebida ha sido consumida en la India durante siglos con fines medicinales y energéticos, y ha sido adoptada y adaptada por la cultura occidental como "chai latte". El Té Chai Latte es un producto que ofrece un sabor equilibrado con un delicioso sabor, el cual energiza sin	Marco teórico: El té chai latte en general se prepara mezclando té negro con una combinación de especias como canela, cardamomo, jengibre, clavo y pimienta negra, y luego se le añade leche vaporizada para darle una textura cremosa y un sabor equilibrado entre lo dulce y especiado. Para su elaboración se necesita: · 1 taza de agua · 1 taza de leche (la de preferencia) · 1-2 bolsitas de té negro (o 1 cdita de hojas sueltas) · 1 trozo pequeño de jengibre fresco (o ½ cdita en polvo) · 1 rama de canela · 3-4 clavos de olor · 3-4 cardamomos (aplastados) · 1 pizca de pimienta negra · Azúcar o miel al gusto (opcional) Una vez se tengan estos ingredientes se hace esta bebida de la siguiente forma: · Hierve el agua con todas las especias (canela, clavo, cardamomo, jengibre y pimienta) por unos 5-10 minutos para extraer su sabor. · Agrega el té negro y déjalo infusionar 3-5 minutos. · Añade la leche y calienta sin	03/03/2025	28/03/2025	cuatro semana	Teresita Cordova Castro Carla V. Cordova Santos Sofia Monserrat León Vazquez Ariadna Morales sanchez	Concluido	Se investigo todo el antedente de la empresa, considerando su evlución como empresa.

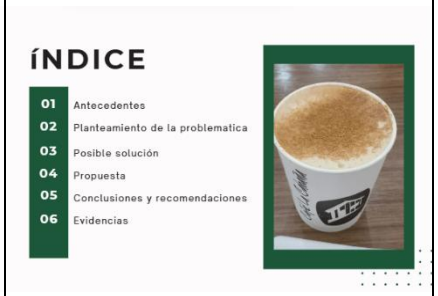
			concepto de barras de café en la región. Misión: “Café La Cabaña” es una empresa que se esfuerza para que su producto, servicio y establecimiento sea del total agrado de sus clientes; y así ser enfocada en ya una tradición. Visión: “Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado.”	causar ansiedad, mejora la digestión, además de ser antiinflamatorio y antioxidante, incluso más saciante y versatil por la leche y ser frio o caliente, por su sabor junto sus beneficios a la salud, es lo que lo hace ideal a comparación de otras bebidas. · Aporta energía sostenida, debido a que, al contener té negro, el cual tiene cafeína en menor cantidad que el café, ayuda a mejorar la concentración sin causar nerviosismo excesivo.	dejar que hierva. · Endulza al gusto con azúcar, miel o endulzante. · Cuela y sirve caliente (o enfría para tomar con hielo).						

				· Mejora la digestión, ya que el jengibre y el cardamomo estimulan la producción de enzimas digestivas, aliviando molestias como la hinchazón o los gases. · Propiedades antiinflamatorias, puesto que la canela, el jengibre y el clavo ayudan a reducir la inflamación, útil para dolores musculares o articulares leves. · Refuerza el sistema inmunológico, debido a que las especias como el clavo, la canela y el jengibre tienen efectos antimicrobiano							

				s y antioxidantes que ayudan a prevenir enfermedades. · Estabiliza los niveles de azúcar en sangre, porque la canela puede ayudar a mejorar la sensibilidad a la insulina y controlar los niveles de glucosa. · Favorece la salud cardiovascular, debido a que algunas especias del chai pueden contribuir a reducir la presión arterial y el colesterol. · Efecto calmante, a pesar de contener cafeína, sus especias tienen						

				un efecto reconfortante y cálido, ideal para reducir el estrés leve o mejorar el estado de ánimo.								

	5	Presentación de la posibile solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Criptico s en donde se establescan los pasos aseguir para su desarrollo			31/03/2025	16/05/2025	cuatro Semana	Teresita Cordova Castro Carla V. Cordova Santos Sofia Monserrat León Vazquez Ariadna Morales sanchez	Concluido	Se desarrollara la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere los criterios y herramientas para poder realzarlo

COMUNICACIÓN	6	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador para postriormente elaborar el video de la presentción del proyecto			19/05/2025	30/05/2025	Tres Semana	Teresita Cordova Castro Carla V. Cordova Santos Sofia Monserrat León Vazquez Ariadna Morales sanchez	Concluido	Se prepara la presentación previa del proyecto integrador

GRAFICA DE GANT

	Actividad	Febrero				marzo				Abril			
		semana				semana				Semana			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Identificación y elección de la empresa con la problemática												
2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática												
3	Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución												
4	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica												
5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes												
6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teorico y Marco Conceptual												
7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Cripticos en una serie de pasos propuestos para su desarrollo												
8	Presentación de la posibile solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establescan los pasos aseguir para su desarrollo												
9	Conclusión de la Guía para elaboración del proyecto integrador,con el fin de recabar los puntos clave para considerar en el desarrollo de la presentación de su proyecto integrador.												

10 Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador													
11 Preparación del Video													
12 Presentación del Video													

TRIPTICO

Solución

Para impulsar las ventas del Té Chai Latte, se propone realizar encuestas para entender al cliente y ofrecer degustaciones gratuitas para familiarizarlos con su sabor. En visibilidad, es fundamental destacar la bebida en el menú y, sobre todo, utilizar pantallas dinámicas dentro del establecimiento para captar la atención de los clientes de forma atractiva e impactante.

Además, hay que enfocarse en que llegue al público objetivo, es decir, considerando sus cualidades, los adultos mayores y personas que cuiden de su salud pueden estar más interesados en consumirlo que otros. Estas acciones en conjunto mejorarán el posicionamiento y aumentarán la demanda del Té Chai Latte.

CAFÉ LA CABAÑA

"De flojo a genial, un cambio total"

DACEA

Costos Históricos

4N, LCP

- Teresita Córdova Castro
- Carla Viridiana Cordova Santos
- Sofía Monserrat León Vázquez
- Ariadna Morales Sánchez

Problematica

A pesar de su sabor único y beneficios a la salud, el Té Chai Latte no ha logrado captar la atención de los clientes, dado que muchos no estén familiarizados con su sabor o prefieren bebidas más tradicionales.
Al no estar colocado de forma estratégica, es decir, no tiene una presentación llamativa en el menú, es posible que pase desapercibido. sumado a la falta de una promoción adecuada donde se resalten sus beneficios y la falta de enfoque a un público obetivo; resulta en que el Té Chai Latte quede en segundo plano frente a opciones más populares.

Té Chai Latte

Es una bebida que combina especias como canela, cardamomo, jengibre, clavo y pimienta negra, y luego se le añade leche vaporizada para darle una textura cremosa y un sabor equilibrado entre lo dulce y especiado.

Además, gracias a las propiedades de sus ingredientes tiene diversos beneficios para la salud como:

- Antiinflamatorio.
- Mejora la digestión.
- Regulación del azúcar en sangre.

Acerca de

En 1991 nace en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco **"Café La Cabaña"**; su fundador el Sr. Jorge González Gutiérrez de Velasco, inició el negocio con un pequeño módulo de aproximadamente 2 m² en forma de cabaña. La gran visión de su fundador y el esfuerzo de su equipo de trabajo han logrado convertir a Café la Cabaña en una empresa pionera y líder en el concepto de Barras de Café, siendo la única empresa 100% Tabasqueña que ha perdurado logrando mantener la tradición de consumir el buen café.

FOTOGRAFÍAS:

FOTOGRAFÍAS:

FOTOGRAFÍAS :