Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

## COSTOS HISTÓRICOS

# “DE FLOJO A GENIAL, UN CAMBIO TOTAL”

EQUIPO 2

**CAFÉ LA CABAÑA**

# ÍNDICE


01 Antecedentes

02 Planteamiento de la problematica

03 Posible solución

04 Propuesta

05 Conclusiones y recomendaciones

06 Evidencias

# Antecedentes

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.

# Antecedentes

## Visión

“Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado.”

## 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.

# Problemática

El té Chai Latte es un producto con potencial debido a su equilibrado sabor y beneficios a la salud, sin embargo, presenta un problema con el manejo de su visibilidad y marketing.

01



02

Muchas personas no están familiarizadas con el producto y por ello, escogen bebidas más comunes y tradicionales.

La falta de visibilidad dentro del menú sin una presentación llamativa, sumado a no tener una buena promoción adecuada donde se resalten sus beneficios, provoca que haya una muy baja venta y quede como una opción desconocida dentro de todas las opciones.

03

# POSIBLE 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.

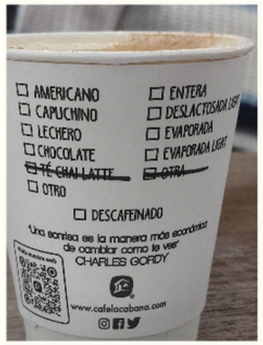
# PROPUESTA

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

## 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:

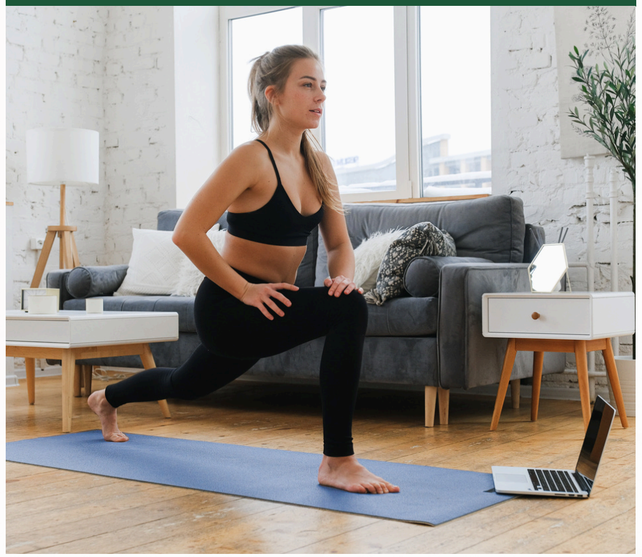
- Antiinflamatorio.
- Mejora la digestión.
- Regulación del azúcar en sangre.

## 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.

# Público objetivo

*Personas qué cuidan su alimentación*



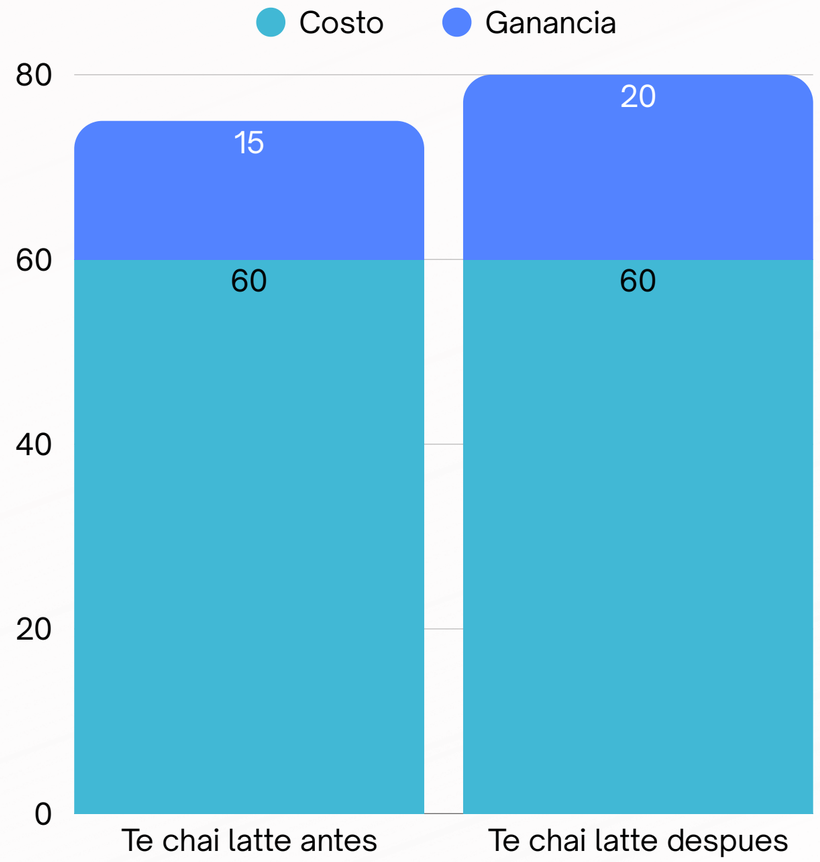
*Personas de tercera edad*

*Personas con enfermedades*

# Gráfica relación precio y ganancia para el autofinanciamiento.

## *Te chai latte*

En la siguiente gráfica se muestra la relacion que tiene el te chai latte y su costo en relacion con su ganancia, en la barra marcada como: “te chai latte antes” muestra el costo y ganancia del te chai actualmente antes de aplicar la propuesta de autofinanciamiento para la campaña de promocion del te chai de 12oz y en la columna continua se muestra el costo y la ganancia aumentando el precio y dirigiendolo directamente a ganancia para financiar la campaña de marketing.



# Conclusión:

El análisis del Té Chai Latte en Café La Cabaña muestra que su baja demanda se debe a la escasa visibilidad y falta de promoción. A pesar de su potencial por su sabor exótico y perfil saludable, no ha logrado posicionarse. Se propone una campaña de marketing con medios digitales y promoción directa. Para financiarla, se sugiere ajustar el precio o recurrir a créditos para PyMEs. Esto impulsaría las ventas y posicionaría al producto como emblema de la marca.

# Recomendaciones:

1. Desarrollar una propuesta de valor clara y atractiva del Té Chai Latte para destacar sus beneficios y diferenciadores.

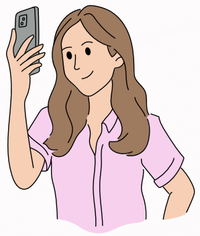
2. Ejecutar una campaña promocional trimestral, con descuentos especiales, muestras gratuitas y combos junto a productos populares del menú.

3. Capacitar al personal de atención al cliente para que promuevan activamente el productoy 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.

# Recomendaciones:

5. Explorar colaboraciones con influencers locales y negocios afines
al sector de bienestar y bebidas saludables para ampliar el alcance de la campaña.



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.

6. Evaluar opciones de financiamiento específicas para PyMEs a  través de la banca comercial (BBVA, Santander) o programas indirectos respaldados por Banxico.

8. Rediseñar el menú físico y digital para dar mayor protagonismo al  Té Chai Latte en la carta de productos.

# Recomendaciones:

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.

# EVIDENCIAS

# EVIDENCIAS

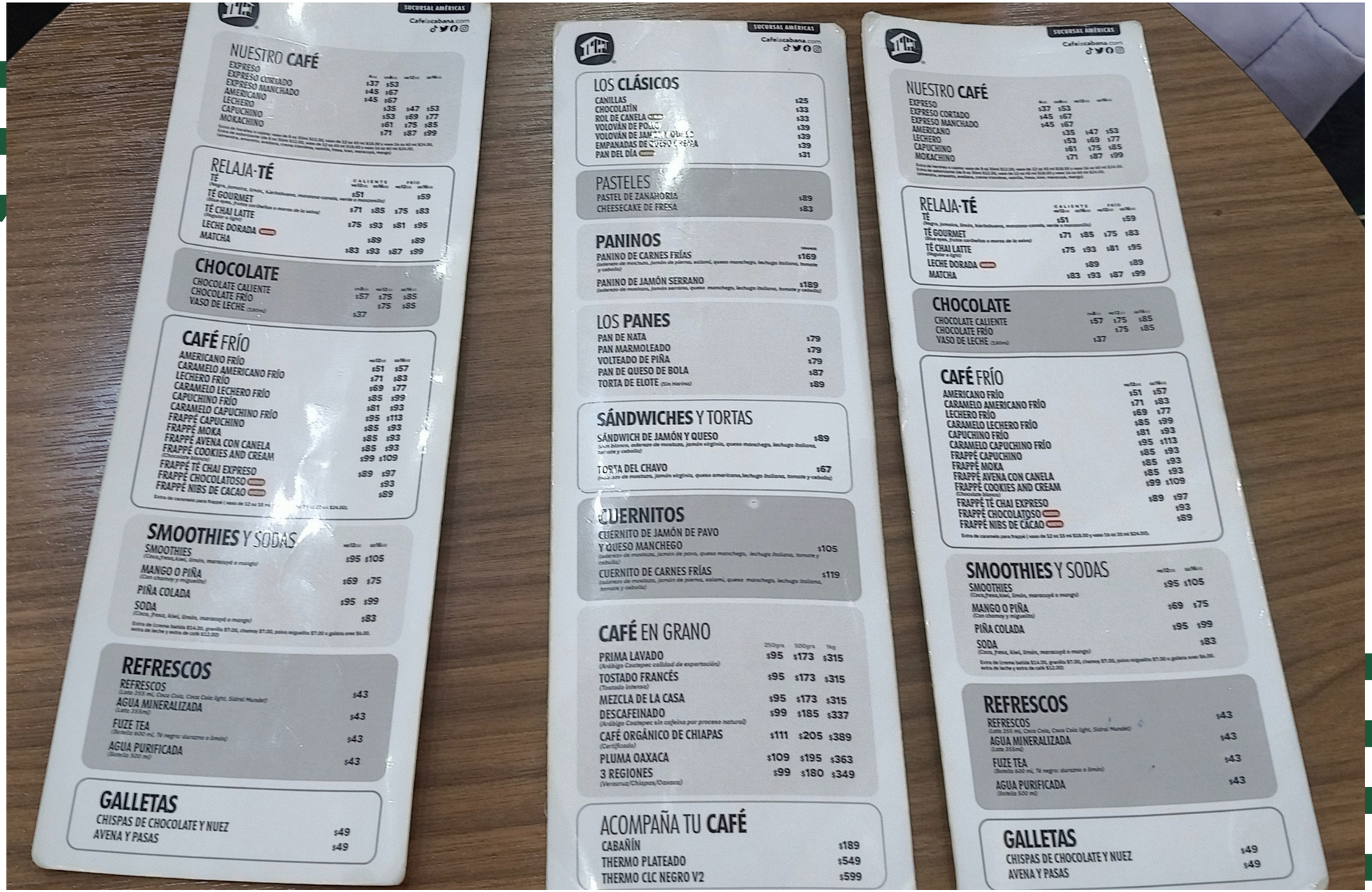
## PLANEACION ESTRATEGICA PARA LA ELABORACION DEL PROPYECTO INTEGRADOR

| FASE | No. | TEMÁTICA 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 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 producto con menos demanda. 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 al producto. | 10/02/2025 | 14/02/2025 | Una semana | concluso | 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 así 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 | Conocer su empresa (Antecedentes Históricos) : 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 como un pequeño módulo de aproximadamente 2m² en forma de cabaña. Bajo la 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.<br>**MISIÓN:** Café La Cabaña es una empresa donde nos entusiasma esforzarnos para que nuestro producto, servicio y establecimiento sea del total agrado de nuestros CLIENTES, lo queremos hacer ya una tradición<br>**VISIÓN:** Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LÍDER en el mercado.<br>**Actividad o giro:** Comercial | 24/02/2025 | 28/02/2025 | Una semana | Concluido | Se determino los antecedentes historicos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio |
| EJECUCIÓN | 5 | Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes | Marco histórico:<br>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 2m² 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.<br>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 reforzada en una tradición.<br>Visión: "Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LÍDER en el mercado." | 03/03/2025 | 07/03/2025 | Una semana | Concluido | Se investigo todo el antecedente de la empresa, considerando su evolución como empresa. |
| | 6 | Elaboración del Marco Referencial: Marco Teorico y Marco Conceptual | Marco conceptual:<br>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".<br>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 versátil por la leche y ser frío o caliente, por su sabor junto sus beneficios a la salud, es lo que lo hace ideal a comparación de otras bebidas.<br>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.<br>Mejora la digestión, ya que el jengibre y el cardamomo estimulan la producción de enzimas digestivas, aliviando molestias como la hinchazón o los gases.<br>Propiedades antiinflamatorias, puesto que la canela, el jengibre y el clavo ayudan a reducir la inflamación, útil para dolores musculares o articulares leves.<br>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.<br>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.<br>Favorece la salud cardiovascular, debido a que algunas especias del chai pueden contribuir a reducir la presión arterial y el colesterol.<br>Efecto calmante, aparte 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 analizara la información |
| | | | Marco teórico:<br>El té chai latte originalmente 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.<br>Para su elaboración se necesita:<br>1 taza de agua<br>1 taza de leche (la de preferencia)<br>1-2 bolsitas de té negro (o 1 cdita de hojas sueltas)<br>1 trozo pequeño de jengibre fresco (o ½ cdita en polvo)<br>1 rama de canela<br>3-4 clavos de olor<br>3-4 cardamomos (aplastados)<br>1 pizca de pimienta negra<br>Azúcar o miel al gusto (opcional)<br>Una vez se tengan estos ingredientes se hace esta bebida de la siguiente forma:<br>Hervir el agua con todas las especias (canela, clavo, cardamomo, jengibre y pimienta) por unos 5-10 minutos para extraer su sabor.<br>Agregar el té negro y dejarlo infusionar 3-5 minutos.<br>Añadir la leche y calentar sin dejar que hierva.<br>Endulzar al gusto con azúcar, miel o endulzante.<br>Colar y servir caliente (o enfriar para tomar con hielo). | | | | | |

# EVIDENCIAS

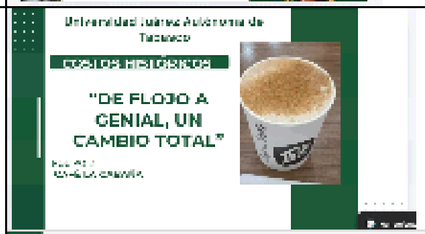
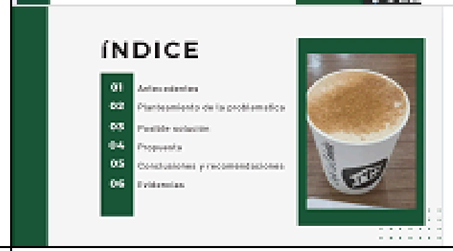
ENTERA
DESLACTOSADA LIGHT
EVAPORADA
EVAPORADA LIGHT
OTRA

# EVIDENCIAS

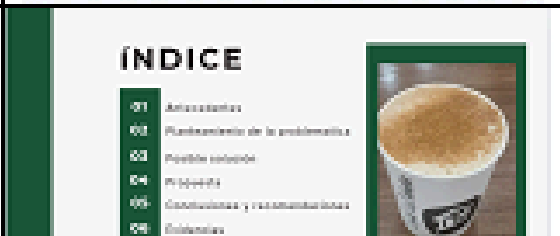

SUCURSAL AMÉRICAS
Cafelacabana.com
NUESTRO CAFÉ
EXPRESO
EXPRESO CORTADO
EXPRESO MANCHADO
AMERICANO
LECHERO
CAPUCHINO
MOKACHINO
$37 $53
$45 $67
$45 $67
$35 $47 $53
$53 $69 $77
$61 $75 $85
$71 $87 $99
RELAJA·TÉ
TÉ
TÉ GOURMET
TÉ CHAI LATTE
LECHE DORADA
MATCHA
$51
$59
$71 $85 $75 $83
$75 $93 $81 $95
$89 $89
$83 $93 $87 $99
CHOCOLATE
CHOCOLATE CALIENTE
CHOCOLATE FRÍO
VASO DE LECHE
$57 $75 $85
$75 $85
$37
CAFÉ FRÍO
AMERICANO FRÍO $51 $57
CARAMELO AMERICANO FRÍO $71 $83
LECHERO FRÍO $69 $77
CARAMELO LECHERO FRÍO $85 $99
CAPUCHINO FRÍO $81 $93
CARAMELO CAPUCHINO FRÍO $95 $113
FRAPPÉ CAPUCHINO $85 $93
FRAPPÉ MOKA $85 $93
FRAPPÉ AVENA CON CANELA $85 $93
FRAPPÉ COOKIES AND CREAM $99 $109
FRAPPÉ TÉ CHAI EXPRESO $89 $97
FRAPPÉ CHOCOLATOSO $93
FRAPPÉ NIBS DE CACAO $89
SMOOTHIES Y SODAS
SMOOTHIES $95 $105
MANGO O PIÑA $69 $75
PIÑA COLADA $95 $99
SODA $83
REFRESCOS
REFRESCOS $43
AGUA MINERALIZADA $43
FUZE TEA $43
AGUA PURIFICADA $43
GALLETAS
CHISPAS DE CHOCOLATE Y NUEZ $49
AVENA Y PASAS $49
SUCURSAL AMÉRICAS
Cafelacabana.com
LOS CLÁSICOS
CANILLAS $25
CHOCOLATÍN $33
ROL DE CANELA $33
VOLOVÁN DE POLLO $39
VOLOVÁN DE JAM[illegible] $39
EMPANADAS DE QUESO Y FRESA $39
PAN DEL DÍA $31
PASTELES
PASTEL DE ZANAHORIA $89
CHEESECAKE DE FRESA $83
PANINOS
PANINO DE CARNES FRÍAS $169
PANINO DE JAMÓN SERRANO $189
LOS PANES
PAN DE NATA $79
PAN MARMOLEADO $79
VOLTEADO DE PIÑA $79
PAN DE QUESO DE BOLA $87
TORTA DE ELOTE $89
SÁNDWICHES Y TORTAS
SÁNDWICH DE JAMÓN Y QUESO $89
TORTA DEL CHAVO $67
CUERNITOS
CUERNITO DE JAMÓN DE PAVO Y QUESO MANCHEGO $105
CUERNITO DE CARNES FRÍAS $119
CAFÉ EN GRANO
250gr 500gr 1kg
PRIMA LAVADO $95 $173 $315
TOSTADO FRANCÉS $95 $173 $315
MEZCLA DE LA CASA $95 $173 $315
DESCAFEINADO $99 $185 $337
CAFÉ ORGÁNICO DE CHIAPAS $111 $205 $389
PLUMA OAXACA $109 $195 $363
3 REGIONES $99 $180 $349
ACOMPAÑA TU CAFÉ
CABAÑÍN $189
THERMO PLATEADO $549
THERMO CLC NEGRO V2 $599
SUCURSAL AMÉRICAS
Cafelacabana.com
NUESTRO CAFÉ
EXPRESO $37 $53
EXPRESO CORTADO $45 $67
EXPRESO MANCHADO $45 $67
AMERICANO $35 $47 $53
LECHERO $53 $69 $77
CAPUCHINO $61 $75 $85
MOKACHINO $71 $87 $99
RELAJA·TÉ
TÉ $51 $59
TÉ GOURMET $71 $85 $75 $83
TÉ CHAI LATTE $75 $93 $81 $95
LECHE DORADA $89 $89
MATCHA $83 $93 $87 $99
CHOCOLATE
CHOCOLATE CALIENTE $57 $75 $85
CHOCOLATE FRÍO $75 $85
VASO DE LECHE $37
CAFÉ FRÍO
AMERICANO FRÍO $51 $57
CARAMELO AMERICANO FRÍO $71 $83
LECHERO FRÍO $69 $77
CARAMELO LECHERO FRÍO $85 $99
CAPUCHINO FRÍO $81 $93
CARAMELO CAPUCHINO FRÍO $95 $113
FRAPPÉ CAPUCHINO $85 $93
FRAPPÉ MOKA $85 $93
FRAPPÉ AVENA CON CANELA $85 $93
FRAPPÉ COOKIES AND CREAM $99 $109
FRAPPÉ TÉ CHAI EXPRESO $89 $97
FRAPPÉ CHOCOLATOSO $93
FRAPPÉ NIBS DE CACAO $89
SMOOTHIES Y SODAS
SMOOTHIES $95 $105
MANGO O PIÑA $69 $75
PIÑA COLADA $95 $99
SODA $83
REFRESCOS
REFRESCOS $43
AGUA MINERALIZADA $43
FUZE TEA $43
AGUA PURIFICADA $43
GALLETAS
CHISPAS DE CHOCOLATE Y NUEZ $49
AVENA Y PASAS $49

# EVIDENCIAS

# EVIDENCIAS

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 7 | Planteamiento en la elaboración de la Guía o Tríptico, en una serie de pasos propuestos para su desarrollo | 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.<br>Paso 2: Determinar la mejor solución: aumentar la exposición del producto<br>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.<br>Paso 3: Buscar una fuente de financiamiento para la campaña<br>Una vez definida la estrategia de promoción, es necesario identificar cómo vamos a financiarla. Existen dos rutas viables:<br>Autofinanciamiento: Aumentar ligeramente el precio de cada unidad (de $3.00 a $3.50) para cubrir gradualmente el costo de la campaña.<br>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.<br>Paso 4: Integrar toda la estrategia en el tríptico promocional<br>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.<br>Paso 5: Implementar la campaña en fases. | 31/03/2025 | 02/05/2025 | Dos semana | Concluido | Se desarrollara la propuesta de los pasos a seguir por dar la posible solución a la problemática planteada. |
| | 8 | Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Tríptico, en donde se establecen los pasos a seguir para su desarrollo | Es importante ejecutar la campaña por etapas:<br>Fase 1: Lanzamiento en redes sociales (Instagram, Facebook y TikTok).<br>Fase 2: Promociones iniciales. (compra uno y lleva otro con descuento).<br>Fase 3: Degustaciones en punto de venta.<br>Fase 4: Recolección de opiniones de clientes y mejora del producto o presentación según comentarios.<br>Paso 6: Medir resultados y ajustar estrategias.<br>Se deben establecer indicadores para valuar el impacto de la campaña: aumento en ventas, crecimiento en redes sociales, retroalimentación positiva, etc.<br>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 los criterios y herramientas para poder realizarlo |
| | 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. | <br> | 12/05/2025 | 16/05/2025 | Una semana | Concluido | Finalización de la Guía de elaboración del proyecto integrador e inicio de la conformación de la presentación del proyecto. |
| | | Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador |  | | | | | |
| COMUNICACIÓN | 10 | |  | 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 conocimiento |

# EVIDENCIAS

| FASES | No. | ACTIVIDAD | DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN | | | FECHA DE DECUSIÓN INICIAL | FECHA DE DECUSIÓN FINAL | DURACIÓN | RESPONSABLE | ESTATUS | OBSERVACIÓN |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PREPARACIÓN | 1 | Identificación y elección de la empresa con la problemática | Se determinó que la empresa elegida es la sucursal de la empresa Café la cabaña S.A de C.V. ubicada en plaza las Américas 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<br>Carla V. Cordova Santos<br>Sofía Monserrat León Vazquez<br>Ariadna Morales sanchez | concluido | Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la informanción 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, así 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<br>Carla V. Cordova Santos<br>Sofía Monserrat León Vazquez<br>Ariadna Morales sanchez | concluido | 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, Objetivos, metas, estructura organica | **ANTECEDENTES HISTÓRICOS:** En 1998 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 $m^2$ 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.<br>**OBJETIVO:** Ser un líder en el mercado<br>**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<br>**VISIÓN:** Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado.<br>**Actividad o giro:** Comercial | | | 24/02/2025 | 28/02/2025 | Una semana | Teresita Cordova Castro<br>Carla V. Cordova Santos<br>Sofía Monserrat León Vazquez<br>Ariadna Morales sanchez | Concluido | Se determino los antecedentes hisóricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio |
| DESARROLLO | 4 | Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes, Marco teorico y Marco Conceptual | Marco histórico:<br>Café La Cabaña fue fundada en 1998 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.<br>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.<br>Visión: "Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado." | Marco conceptual:<br>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".<br>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.<br>- 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.<br>- Mejora la digestión, ya que el jengibre y el cardamomo estimulan la producción de enzimas digestivas, aliviando molestias como la hinchazón o los gases.<br>- Propiedades antiinflamatorias, puesto que la canela, el jengibre y el clavo ayudan a reducir la inflamación, útil para dolores musculares o articulares leves.<br>- 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.<br>- 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. | Marco teórico:<br>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.<br>Para su elaboración se necesita:<br>- 1 taza de agua<br>- 1 taza de leche (la de preferencia)<br>- 1-2 bolsitas de té negro (o 1 cdita de hojas sueltas)<br>- 1 trozo pequeño de jengibre fresco (o ½ cdita en polvo)<br>- 1 rama de canela<br>- 3-4 clavos de olor<br>- 3-4 cardamomos (aplastados)<br>- 1 pizca de pimienta negra<br>- Azúcar o miel al gusto (opcional)<br>Una vez se tengan estos ingredientes se hace esta bebida de la siguiente forma:<br>- Hierve el agua con todas las especias (canela, clavo, cardamomo, jengibre y pimienta) por unos 5-10 minutos para extraer su sabor.<br>- Agrega el té negro y déjalo infusionar 3-5 minutos.<br>- Añade la leche y calienta sin dejar que hierva.<br>- Endulza al gusto con azúcar, miel o endulzante.<br>- Cuela y sirve caliente (o enfría para tomar con hielo). | 03/03/2025 | 28/03/2025 | cuatro semana | Teresita Cordova Castro<br>Carla V. Cordova Santos<br>Sofía Monserrat León Vazquez<br>Ariadna Morales sanchez | Concluido | Se investigo todo el antecedente de la empresa, considerando su evlución como empresa. |
| | 5 | Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establezcan los pasos a seguir para su desarrollo | | | | 31/03/2025 | 16/05/2025 | cuatro Semana | Teresita Cordova Castro<br>Carla V. Cordova Santos<br>Sofía Monserrat León Vazquez<br>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 realizarlo |
| COMUNICACIÓN | | Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador para posteriormente elaborar el video de la presentción del proyecto | | |  | | | | Teresita Cordova Castro<br>Carla V. Cordova Santos<br>Sofía Monserrat León Vazquez<br>Ariadna Morales sanchez | | Se prepara la presentación previa del proyecto integrador |

# EVIDENCIAS

| | 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 | | | | | | | | | | | | |

# REFERENCIAS:


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

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

# MUCHAS GRACIAS