



## MARKETING & NEGOCIOS INTERNACIONALES

### Plan de negocios previo a la obtención del título de Licenciado en Marketing y Negocios internacionales

**Autores:**

Andrea Valentina Bohorquez Gilbert  
Darwin Danny Mendoza Villacreses  
Alejandra Nayelhy Prado Guevara  
Pedro José Turner Santos

**Tutor:**

Mgtr. Fabricio Alfonso Vasco Mora

**Pachamama Coffee desarrollo de un plan de negocio para  
una propuesta innovadora de café saludable**

Pachamama Coffee desarrollo de un plan de negocio para una propuesta  
innovadora de café saludable

Bohorquez Gilbert Andrea Valentina, Mendoza Villacreses Darwin Danny, Prado Guevara  
Alejandra Nayelhy, Turner Santos Pedro José

Business School, Universidad Internacional del Ecuador.

Marketing Sectorial MRG-A

Msc. Fabricio Vasco Mora

29 de febrero del 2024

**Resumen.**

Este estudio desarrolla una propuesta de negocio para Pachamama Coffee, enfocada en la integración de productos naturales para mejorar su calidad y atractivo para consumidores preocupados por la salud. Se analiza la creciente demanda de productos naturales en la industria del café y se emplean modelos de negocio para identificar oportunidades y desafíos. Los resultados muestran una recepción positiva hacia el café integrado con productos naturales, destacando su sabor distintivo y beneficios percibidos. Se proponen estrategias de marketing y comercialización para posicionar este producto innovador en el mercado. En conclusión, esta propuesta demuestra el potencial de la integración de productos naturales para impulsar la innovación y satisfacer las demandas del mercado actual.

**Palabras clave:** Pachamama Coffee, productos naturales, calidad, salud, innovación, estrategias de marketing.

**Abstract.**

This study develops a business proposal for Pachamama Coffee, focusing on the integration of natural products to enhance its quality and appeal to health-conscious consumers. The growing demand for natural products in the coffee industry is analyzed, and business models are employed to identify opportunities and challenges. Results show a positive reception towards coffee integrated with natural products, highlighting its distinctive flavor and perceived benefits. Marketing and commercialization strategies are proposed to position this innovative product in the market. In conclusion, this proposal

demonstrates the potential of integrating natural products to drive innovation and meet the demands of the current market.

**Keywords:** Pachamama Coffee, natural products, quality, health, innovation, marketing strategies.

**Dedicatoria.**

Dedico esta tesis a mis abuelos, quienes han sido la voz en mi cabeza para poder guiarme y tomar las mejores decisiones en todo camino, en especial a mi abuelo Nelson, quien, a pesar de ya no estar, supo dejarme un gran legado de sabiduría y esfuerzo para alcanzar mis metas.

- Andrea Bohórquez

A mis amados padres, cuyo apoyo incondicional y sacrificio han sido la luz de cada paso en mi camino académico y profesional. A mis compañeros de tesis, cuya colaboración y compañerismo convirtieron este desafío en un viaje compartido lleno de aprendizaje y crecimiento. A mi familia por su constante aliento y comprensión en los momentos difíciles. A mis amigos quienes con su cariño y ánimo inquebrantable me recordaron siempre que no hay meta inalcanzable cuando se tiene el amor y el respaldo de quienes más queremos.

- Darwin Mendoza

A mi niña interior, quien nunca dejó de soñar y creer en la magia de los sueños le dedico este trabajo como un tributo a una meta más cumplida en nuestro viaje juntas. A través de los años, has sido mi fuente de alegría y valentía, recordándome la magia que reside en perseguir nuestros sueños. Que este logro sea un testimonio de nuestra capacidad de superación y perseverancia. Que sigas iluminando mi camino con tu luz, recordándome siempre la importancia de nunca dejar de creer en lo imposible

- Alejandra Prado.

A mi mamá y hermana las cuales son mi mayor motivación en la vida y me inspiran a ser mejor persona día a día. A mi familia y amigos cercanos que siempre me impulsan a lograr y conseguir todo lo que me proponga. Y a mi papá el cual será siempre mi ejemplo a seguir y que a pesar de ya no estar aquí sigue dándome lecciones de vida, aspiro llegar a ser la mitad del hombre que tu fuiste. Se que estarías orgulloso.

- Pedro Turner.

### **Agradecimiento.**

Agradezco a mis padres, pilares fundamentales para alentarme a que culmine esta maravillosa etapa de mi vida. A mis hermanos, quienes fueron fieles testigos de mis enojos y felicidad en esta trayectoria. Estoy agradecida con mis compañeros de tesis, excelentes cómplices que en todo momento demostraron su apoyo y firmeza para alcanzar juntos la meta en este periodo de nuestras vidas universitarias. Agradezco a mi familia y amigos cercanos por darme un hombro en todo momento.

- Andrea Bohórquez

Agradezco a Dios, quien ha sido mi guía constante en este viaje académico. A mis compañeros de tesis, les agradezco su colaboración, paciencia y apoyo sin ellos no hubiera sido posible esta meta, A mi querido padre quien me ha inculcado valores desde pequeño y la determinación para seguir haciendo lo que me hace feliz, A mi madre quien me sostiene en los momentos de necesidad y me alza cuando más lo necesito, a mi querido hermano por estar siempre a mi lado, a mis queridos tíos por su invaluable ayuda y sabios consejos en mi

educación, al Dr. Jaime Ortega Moreira y a la Fundación Leónidas Ortega Moreira, les estoy eternamente agradecido por su invaluable orientación y respaldo en mi educación.

-Darwin Mendoza

A mis queridos compañeros de trabajo, cuyo aliento y comprensión hicieron más alegre esta travesía académica, les dedico este trabajo con profundo aprecio. Su colaboración y compañerismo fueron invaluableles. A mi querida abuelita Marlene Marcillo, quien siempre creyó en mí y me impulsó a seguir adelante en los momentos más difíciles de mi carrera. Su amor y sabiduría han sido mi guía constante. A todos los que han sido parte de este camino, gracias por ser parte de mi historia.

- Alejandra Prado.

Quiero agradecerle a Dios por permitirme vivir y culminar esta gran etapa de mi vida, por darme la oportunidad de conocer en el camino a personas que hoy considero amigos y que estoy seguro serán profesionales excepcionales. Agradecer especialmente a mis compañeros de grupo por su apoyo, paciencia y dedicación, ya que sin ellos este proyecto no hubiera sido posible. Quisiera agradecer a mi familia por siempre estar presentes brindándome ayuda, consejos y palabras de aliento no solo a lo largo de mis estudios, sino a lo largo de toda mi vida. Finalmente, a Maru Guerrero Bejarano, gracias por darme esta oportunidad estoy eternamente agradecido.

- Pedro Turner.

Tabla de Contenidos

Resumen. ....	3
Abstract.....	3
Dedicatoria.....	5
Agradecimiento. ....	6
Aprobación de tutor .....	8
Tabla de Cuadros. ....	14
Tabla de Ilustraciones. ....	14
Introducción.....	17
Objetivo General.....	18
Objetivos específicos.....	18
1.Fase de empatía incluyendo marco teórico.....	19
1.1.    Resumen relevante de las necesidades y características del segmento estudiado.	19
1.2.    Análisis de situación actual del mercado ecuatoriano .....	20
1.3.    El perfil del cliente que trabajó todo el equipo (en la herramienta Customer Profile, revisar diapositivas parte 1, la parte de Customer Profile).....	26
1.4.    Clasificar Trabajos (importancia), frustraciones (intensidad) y alegrías (relevancia) de acuerdo con lo investigado. ....	27
2.Identificación de la problemática. ....	27

2.1. Enumerar los 5 principales problemas del segmento seleccionado sobre los cuales exista posibilidad de trabajar con emprendimientos. ....	27
2.2. Seleccionar el problema que consideren presente una mayor oportunidad de mercado. ....	30
2.3. Árbol de problemas- Armar el árbol de problema seleccionado. ....	32
2.4. Propuesta inicial (Fase 3 de Ideación) (con innovación e impacto social).....	33
3.Idea de Negocio. ....	37
3.1. Café para Personas para personas que buscan presentaciones de cafeína más saludables .....	37
3.2. Fases del Desarrollo (Problem - Solution Fit).....	37
3.2. Producto.....	47
3.3. Características de la propuesta. ....	47
3.4. Propuesta de valor específica. ....	47
3.5. Modelo de Monetización .....	48
3.6. Prototipaje 1.0.....	49
3.7. Lean Canvas. ....	50
3.8. Análisis – Pestel .....	50
3.9. Análisis del microentorno – 5 fuerzas de Porter.....	55
3.10. Matriz FODA.....	58

4. Validación de factibilidad, viabilidad y deseabilidad (Fase 5: Probar) .....	62
4.1. Mercado Objetivo .....	62
4.2. Investigación de mercado (Previa y entrevista).....	63
4.3. Validación del segmento de mercado. ....	77
4.4. Testing diseño de experimentación en el consumidor .....	78
4.5. Encaje de la propuesta de valor con el cliente (Product - market fit).....	79
4.6. Prototipo 2.0. ....	82
4.7. Medir datos y análisis de resultados de investigación de mercado. ....	83
4.8. PMV (Producto mínimo Viable).....	88
4.9. Landing Page. ....	89
4.10. Monetización, proceso de pago. ....	89
4.10.1. Medición de ingresos en canales digitales.....	91
4.11. Componente Internacional.....	93
5. Estudio técnico y modelo de gestión organizacional.....	94
5.1. Localización.....	94
5.2. Operaciones (Mapa de procesos).....	95
5.3. Diseño Organizacional (Organigrama).....	96
5.4. Diseño del Proceso Productivo o servicio (Flujograma) .....	96
5.5. Conformación legal .....	98

6. Plan de Marketing.....	100
6.1. Establecimiento de Objetivos.....	100
6.1.2. Objetivo general .....	100
6.1.3. Objetivos específicos.....	100
6.2 Estrategias de Marketing Mix .....	106
6.3 Estrategia de Diferenciación.....	112
6.4 Presupuesto de Marketing .....	114
7. Evaluación Financiera.....	116
7.1. Inversión Inicial.....	117
7.2. Presupuesto de venta .....	119
7.3. Punto de Equilibrio.....	120
7.4. Estados financieros.....	121
7.5. Indicadores Financieros.....	123
8. Conclusiones y Recomendaciones.....	124
9. Referencias .....	126
10. Anexos.....	132

**Tabla de Cuadros.**

Tabla 1: Café Saludable. Elaboración propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) ..... 87

Tabla 2: Factores Externos. Elaboración propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) ..... 88

Tabla 3. División de Acciones Elaboración Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024) ..... 99

**Tabla de Ilustraciones.**

Ilustración 1. Lean Canvas Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) ..... 50

Ilustración 2. Análisis Pestel. Fuente propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) ..... 51

Ilustración 3. FODA Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) ..... 58

Ilustración 4. Variables. Fuente: Inec (Instituto Nacional de Estadística y Censos) ..... 68

Ilustración 5. Características de Café "Pachamama Coffee" Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024) ..... 74

Ilustración 6. Nivel de Aceptación. Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024) ..... 74

Ilustración 7. Sabor Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024) ..... 75

Ilustración 8. Percepción de Sabores. Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024).....	75
Ilustración 9:Prototipo 2.0 Fuente: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) .....	82
Ilustración 10. Operaciones. Fuente propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024).....	95
Ilustración 11. Diseño Organizacional. Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024).....	96
Ilustración 12. Diseño del proceso productivo o servicio. Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024).....	97
Ilustración 13. Cuadro característico de Jengibre Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024).....	108
Ilustración 14. Cuadro característico Canela Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) .....	108
Ilustración 15. Concepto de Gastos Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) .....	115
Ilustración 16. Balance de Maquinarias y Equipos. Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024).....	117
Ilustración 17.Costos Variables no operativos Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024).....	118
Ilustración 18. Costos Fijos Operativos. Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) .....	118

Ilustración 19. Proyección de Demanda. Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) ..... 119

Ilustración 20. Ingresos por Productos. Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) ..... 120

Ilustración 21. Punto de Equilibrio Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) ..... 120

Ilustración 22. Estados de Pérdidas y Ganancias Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)..... 121

Ilustración 23. Flujo de Caja Proyectado. Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) ..... 122

Ilustración 24. Estado de Situación Financiera. Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024)..... 123

Ilustración 25. Indicadores Financieros Elaboración Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) ..... 123

Ilustración 26. Payback Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024) ..... 124

Ilustración 27 Focus Group Pachamama Coffee ..... 134

**Introducción.**

En tiempos recientes Ecuador, un país que destaca por su riqueza geográfica y su diversidad cultural, emerge como un productor de café de especialidad con grandes oportunidades en el mercado. El café ecuatoriano ha adquirido notoriedad a nivel global, gracias a su excelencia en calidad y sabores únicos como Sidra y Típica mejorada, que son altamente valoradas por los compradores internacionales.

Durante las últimas décadas, las exportaciones de café habían experimentado un declive continuo, llegando a un punto crítico en 2017 Sin embargo, desde 2021 se observa una reversión de esta tendencia negativa, lo que apunta a una revitalización de la industria cafetera. A pesar de este crecimiento, existe un mercado potencial que ha pasado desapercibido hasta el momento. (Vásconez, 2023).

Se destacan aquellos amantes del café que dejan su consumo por tendencias que pueden afectar a su salud con problemas tales como la gastritis, insomnio y efectos ansiosos. Una debilidad médica que afecta a un gran número de personas en todo el mundo se caracteriza por la inflamación de la corteza del estómago y tiene como resultado un reflejo corporal que resulta en molestias y dolor. Para quienes padecen gastritis, disfrutar de una taza de café puede ser incómodo e incluso doloroso. Aunque hay amantes del café en la comunidad ecuatoriana, una proporción significativa se ve obligada a evitar esta bebida debido a sus problemas gástricos. En muchos casos, los médicos incluso aconsejan a sus pacientes que renuncien por completo a su consumo.

Es así como nace el plan negocios para la producción de café de especialidad, personificado por la marca "Pachamama" que examine esta relación y su impacto en la industria, abordando los desafíos y oportunidades que surgen en la búsqueda de una experiencia de café que satisfaga las necesidades de los consumidores con problemas gástricos. (Astudillo, 2023)

### **Objetivo General**

Analizar y desarrollar un plan de negocios para la comercialización exitosa de un café de producción ecuatoriana mezclado con canela, jengibre y vainilla, con énfasis en la creación de un producto agradable al paladar y respetuoso con la salud nutricional.

### **Objetivos específicos**

- Investigar y analizar la demanda del mercado para cafés con ingredientes naturales, enfocándose en la aceptación de la combinación de canela, jengibre y vainilla. Identificar a la audiencia objetivo y sus preferencias en términos de sabores y beneficios para la salud gastrointestinal.
- Experimentar con diferentes proporciones de canela, jengibre y vainilla para encontrar la combinación óptima que ofrezca un sabor agradable y diferenciado para consumo de un público de una dieta controlada. Realizar pruebas de aceptación del producto entre consumidores potenciales en el primer año de investigación.
- Desarrollar estrategias de marketing que destaquen los aspectos innovadores, naturales y saludables del producto. Identificar canales de distribución efectivos para llegar a la audiencia objetivo.

- Realizar un análisis de costos para determinar la viabilidad económica de la producción y comercialización del café mezclado.

**1. Fase de empatía incluyendo marco teórico.**

**1.1. Resumen relevante de las necesidades y características del segmento estudiado.**

Necesidades Identificadas	Características
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las personas con problemas gastrointestinales buscan café que sea fácil de digerir y que no cause malestar estomacal ni otros síntomas gastrointestinales.</li> <li>- Personas que buscan que su consumo de café continuo no llegue a ser perjudicial para su salud. (Jonathan, 2022)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas con acidez estomacal o acumulación de gases.</li> <li>- Personas con problemas de ansiedad, insomnio.</li> <li>- Personas de consumo de café diario</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- "La cafeína puede ser un desencadenante para algunos problemas gastrointestinales. Por lo tanto, buscan opciones de café descafeinado que les permitan disfrutar del sabor del café sin los efectos negativos de la cafeína." (Ana, 2023)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actitudes proactivas hacia su alimentación y estilo de vida.</li> <li>- Busca productos con validación médica o respaldo de profesionales de la salud.</li> <li>- Mantener la energía a lo largo del día sin comprometer la salud gastrointestinal.</li> <li>- Comprometidos con la salud y el bienestar.</li> </ul>

**Elaborado por: (Bohorquez Gilbert, Mendoza Villacreses, Prado Guevara, & Turner Santos, 2023)**

**Fuente:** Elaboración Propia.

## 1.2. Análisis de situación actual del mercado ecuatoriano

El café forma parte de la lista de productos más importantes para la economía mundial, incluso cotizándose en grandes bolsas de valores como lo son la de Nueva York y Londres. En Ecuador se producen dos tipos de café, la arábica y el robusta.

La arábica es caracterizada por contar con sabores más suaves y olores más variados (frutas, azúcares y flores), suele ser considerado como un tipo de café más refinado por su sabor y baja cafeína. Este requiere contar con mayores cuidados al ser cultivado, necesitando suelos más ricos, climas frescos y altitudes elevadas, ya que es muy vulnerable a enfermedades.

El robusta se caracteriza por tener un sabor amargo e intenso en comparación a la arábica, se describe como leñoso. Su mayor contenido de cafeína es lo que le otorga esta característica. Para ser cultivado este puede contar con altitudes más bajas, es adaptable a los diferentes climas incluso pudiendo ser cultivado en áreas cálidas y es más resistente a enfermedades. (Ministerio de agricultura y ganadería Ecuador, 2023) Según la (CAMAEC Cámara Marítima del Ecuador, 2022)

Según la (CAMAEC Cámara Marítima del Ecuador, 2022) la producción del café ecuatoriano se concentra en las provincias de Loja, Pichincha, Zamora-Chinchipe, Azuay, Imbabura y Manabí, generando empleo directo para más de 67,500 familias las cuales se dedican a la producción, comercialización, transporte y actividades de la agroindustria artesanal ecuatoriana. Todos estos se ven afectados por factores internos y externos que afectan la producción nacional como:

- Fenómenos naturales (El niño)
- Edad de los cafetales
- Caída de precios en mercados mundiales
- Reducciones de áreas cultivadas

Ecuador en sentido de caficultura se maneja bajo un sistema tradicional de producción en los cultivos, esto causa que solo el 15% de los cafetales manejen una manera de cultivo semi tecnificada otorgando resultados promedio de 16 quintales de café por cada hectárea, mientras que el otro 85% se maneja de una manera deficiente solo llegando a conseguir 5,18 quintales por hectárea. Esto se debe a que los agricultores ecuatorianos no cuentan en su totalidad con procesos tecnificados por lo cual no logran obtener resultados eficientes. Existen muy pocas cafetaleras que se manejan con procesos tecnificados y estas obtienen resultados significativamente mejores de 50 quintales por hectárea arábica y 100 quintales por hectárea robusta. (Banco Central del Ecuador, 2022)

Esta baja producción afecta tanto a los productores, ya que no logran conseguir las ganancias esperadas y por lo tanto se ve afectado su nivel de vida, como al mercado nacional causando déficit en la materia prima local que se utiliza para llevar a cabo productos finales que luego serian exportados. En el año 2022 el sector cafetero represento el 0,3% de las exportaciones totales y el 0,4% de las exportaciones no petroleras del país, aportando 78 millones de dólares a la economía. Esto significando una recuperación del 12% en comparación al 2021 año en el cual esta industria se vio sumamente afectada debido al Covid-19. Las exportaciones de la industria cafetera y el PIB en el 2022 tuvieron una correlación de 0.146.

Se estima que el consumo anual en Ecuador de café ronda las 2,400 toneladas tanto de producto nacional como importado, el 90% del café consumido en el país es soluble y el 10% restante se divide entre tostado y molido. Según estudios realizados el 73% de la población ecuatoriana es consumidora activa del café en sus diferentes presentaciones.

A pesar de ser un producto consumido por tantas personas tanto de forma nacional como de manera internacional, el consumo de café a largo plazo puede llevar a desarrollar algunos problemas como los gastrointestinales, estos causan acidez estomacal e irritaciones en el sistema. Cuando estas situaciones se presentan la recomendación de los profesionales de la salud es restringir su consumo, lo cual representa una tarea ardua para los pacientes, ya que, esta es una bebida que forma parte de su rutina diaria. (National Library of Medicine, 2021)

Este proyecto tiene como finalidad ayudar a prevenir este tipo de complicaciones. Para lograrlo, se propone formular una nueva receta a partir de sabores naturales como canela, jengibre y vainilla, los cuales cuentan con propiedades que ayudan a prevenir problemas gastrointestinales reduciendo los efectos ácidos que causa el consumo de café.

Por otro lado, Pachamama Coffee, tiene por compromiso promover la agricultura ecuatoriana justa y ética, a través de la asociación con pequeñas fincas cafetaleras que reciban precios justos y la oportunidad de comercializar su producción total al terminar el proceso de cultivación, logrando así un crecimiento económico no sólo a sus vidas personales, sino también a la economía cafetera del Ecuador.

El mercado consumidor de café en Ecuador es diverso y está en constante evolución. Los consumidores ecuatorianos suelen ser conocedores y aprecian el producto de especialidad, actualmente existe una cultura particular en torno al café, donde las personas valoran no solo su sabor, sino también su origen, calidad y métodos de preparación.

En las localidades donde se registra un mayor consumo de este producto, se encuentran Guayaquil en la primera posición, seguida por Quito, Ambato y Cuenca. En las áreas urbanas, se evidencia un significativo aumento en la proliferación de cafeterías especializadas. Estos establecimientos presentan una amplia gama de alternativas y métodos de preparación, proporcionando experiencias que van más allá de la simple ingesta de una taza de café. (Abril L. , 2022)

En Ecuador, la definición precisa del rango de edades de los consumidores de café puede variar y no existe una delimitación estricta. Sin embargo, en términos generales, el consumo de café abarca una amplia gama de edades. La demografía de los consumidores puede comprender:

**Jóvenes adultos:** Esta categoría abarca un rango entre los 18 a 35 años. Esta población suele estar más abierta al consumo de nuevas variedades de café, métodos de preparación alternativos y son clientes frecuentes de cafeterías innovadoras, como lo es la experiencia de una cafetería local como Sailor Coffee.

**Adultos de mediana edad:** Incluye a personas alrededor de 35 a 55 años. Muchos de ellos mantienen preferencias específicas en cuanto al tipo de café que consumen.

Adultos mayores: Esta categoría puede incluir a personas de 55 años en adelante.

Aunque no todos en este grupo consumen café, aquellos que lo hacen a menudo mantienen preferencias estables y aprecian la calidad y la tradición asociadas con el café.

(Hostelvending, 2023)

### **Análisis de rangos de edades que frecuentan la ingesta de café y su relación con la gastritis**

Las personas que padecen enfermedades gastrointestinales como el reflujo gastroesofágico, la acidez estomacal o el síndrome de intestino irritable suelen ser sensibles al consumo de café debido a varios factores, el hígado puede metabolizar la cafeína rápida o lentamente; y si tiene una variación genética que hace que su sistema nervioso central sea más sensible a los efectos estimulantes de la cafeína.

El café puede agudizar los síntomas de estas condiciones debido a su contenido de cafeína, su acidez y otros componentes que pueden irritar el revestimiento del estómago y el esófago. En el caso del síndrome de intestino irritable, el café con cafeína puede tener efectos estimulantes en el intestino, lo que puede aumentar la motilidad intestinal y desencadenar síntomas como calambres, distensión abdominal o cambios en los hábitos intestinales.

Por lo tanto, para estas personas con enfermedades gastrointestinales, se suele recomendar evitar o reducir el consumo de café, ya que la sustancia puede exacerbar sus síntomas y causar malestar adicional en el sistema digestivo. (Medix, 2022)

### **Identificación de problemática principal**

Existe una creciente conciencia de la importancia de la salud digestiva y el papel que juegan las bebidas en este aspecto. Las personas buscan activamente productos que no solo sean seguros, sino que también ofrezcan beneficios para su bienestar general. Un café diseñado específicamente para problemas gastrointestinales se alinea con esta tendencia de salud y bienestar, ya que, la oferta de café específicamente diseñado para personas que padecen estas complicaciones es limitada en el mercado ecuatoriano. Por lo tanto, Crear una solución que satisfaga esta necesidad no compensada podría generar una fuerte lealtad por parte de los consumidores.

El enfoque de esta problemática tendría como objetivo que la restricción del consumo de café no implique eliminarlo de la dieta un paciente, sino que los médicos puedan presentar una alternativa agradable al paladar y, a la vez, respetuosa con la salud gastrointestinal, atrayendo incluso a amantes del café que busquen una bebida más saludable.

**1.3. El perfil del cliente que trabajó todo el equipo (en la herramienta Customer Profile, revisar diapositivas parte 1, la parte de Customer Profile)**

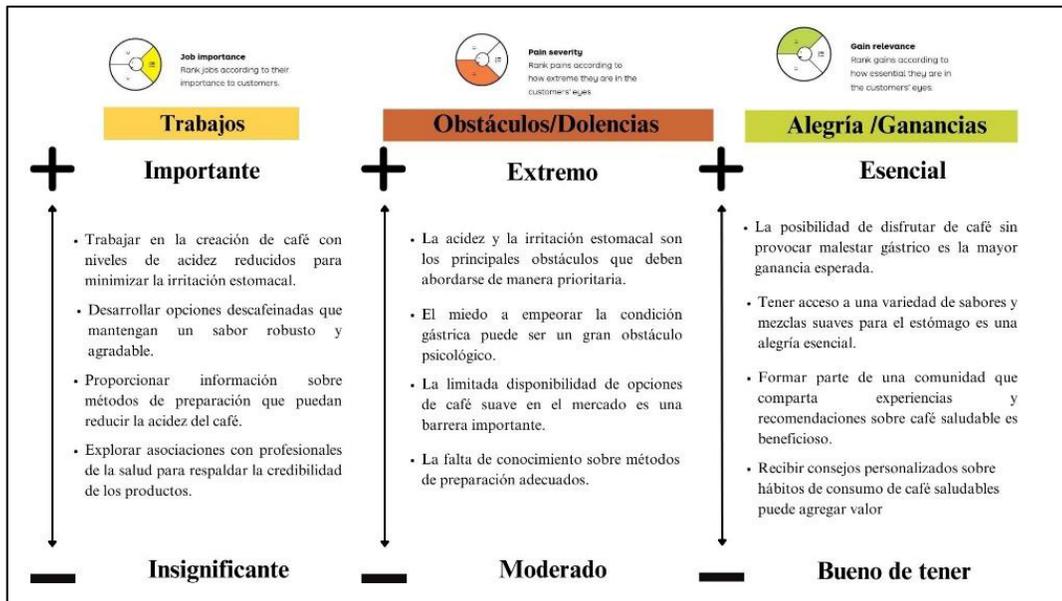
<p><b>Frustraciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Restricciones médicas</li> <li>• Malestar físico</li> <li>• Ansiedad</li> <li>• Adicción</li> </ul>	<p><b>¿Qué piensa y siente?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desea mantener su amor por el café sin empeorar su salud gastrointestinal. Le preocupa no encontrar opciones de café que satisfagan sus necesidades.</li> </ul>
<p><b>Alegrías</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas propuestas de café orgánico</li> <li>• Tendencias de consumo productos saludables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está dispuesta a probar nuevas mezclas y sabores si son más suaves para su estómago y que aporten beneficios a su salud nutricional.</li> <li>• Desea no privarse del consumo de café restricciones.</li> </ul>
<p><b>Clasificación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayores de edad consumidores activos de café con preocupación por su salud gastrointestinal y nutricional.</li> </ul>	



**Elaborado por: (Bohorquez Gilbert, Mendoza Villacreses, Prado Guevara, & Turner Santos, 2023)**

**Fuente: Elaboración Propia**

## 1.4. Clasificar Trabajos (importancia), frustraciones (intensidad) y alegrías (relevancia) de acuerdo con lo investigado.



Elaborado por: (Bohorquez Gilbert, Mendoza Villacreses, Prado Guevara, & Turner Santos, 2023)

Fuente: Elaboración Propia

## 2. Identificación de la problemática.

### 2.1. Enumerar los 5 principales problemas del segmento seleccionado sobre los cuales exista posibilidad de trabajar con emprendimientos.

#### 1. Restricciones en el Consumo de Café:

El café puede irritar el tracto gastrointestinal y provocar molestias y empeoramiento de los síntomas en personas con gastritis, enfermedad de reflujo, úlceras pépticas o enfermedades autoinmunes como el síndrome del intestino irritable o la enfermedad de Chron. Las personas con estómagos sensibles pueden experimentar acidez de estómago, úlceras y náuseas después del consumo. Esto sucede porque el café relaja el músculo del

esfínter en la parte inferior del esófago, lo que permite que el ácido suba nuevamente. (Nuñez & Torrón, 2023)

El café, con cafeína o descafeinado, contiene un compuesto químico llamado ácido clorogénico. Tiene la capacidad de regular el metabolismo de la glucosa y los lípidos, pero también estimula la producción de ácido gástrico. En condiciones normales de salud y con un desayuno adecuado, el aumento de ácidos activa los músculos de las paredes del tracto digestivo, lo que favorece el vaciado y evacuación del estómago. (Amazonical, 2021)

**Problema:** Las personas con problemas gastrointestinales a menudo se enfrentan a la restricción o eliminación del café de su dieta, ya que puede causar irritación y malestar en el sistema gastrointestinal.

**Oportunidad de trabajar en emprendimiento:** Creación de una línea de café especialmente diseñada para aquellos con sensibilidades gastrointestinales. Ofrecer alternativas que utilicen granos de café de baja acidez y combinen ingredientes como canela, miel y jengibre para proporcionar sabor sin comprometer la salud digestiva. Esta iniciativa no solo aborda un problema común, sino que también satisface la necesidad de los amantes del café que han tenido que renunciar a esta bebida.

## **2. Limitación de Variedad en Bebidas Agradables:**

**Problema:** La monotonía en las opciones de bebidas para aquellos con problemas gastrointestinales, ya que muchas bebidas pueden desencadenar molestias.

**Oportunidad de trabajar en emprendimiento:** Crear una línea diversa de bebidas que no solo sean seguras para el sistema gastrointestinal, sino que también ofrezcan variedad y placer sensorial.

### **3. Dificultad para Encontrar Productos Locales y Sostenibles:**

**Problema:** La falta de opciones locales y sostenibles para aquellos que buscan productos que apoyen la economía local y sean respetuosos con el medio ambiente.

**Oportunidad de trabajar en emprendimiento:** Crear un producto que no solo se enfoque en la salud digestiva, sino que también promueva la sostenibilidad y el apoyo a los agricultores locales. Utilizar ingredientes de origen local y prácticas agrícolas sostenibles para crear una oferta de productos que satisfaga las necesidades de los consumidores preocupados por la salud y el medio ambiente.

### **4. Falta de Conocimiento de Métricas Claves en Marketing:**

**Problema:** En el actual panorama empresarial altamente competitivo, los gerentes de marketing se enfrentan a la creciente presión de demostrar el retorno de inversión (ROI) de sus campañas. Sin embargo, muchos carecen del conocimiento necesario para identificar y medir las métricas clave que determinan el éxito de sus estrategias de marketing. Este desconocimiento puede deberse a la evolución constante de las plataformas digitales, la falta de formación especializada o la sobreabundancia de datos disponibles.

**Oportunidad para Emprendimiento:** La oportunidad de emprendimiento aquí radica en ofrecer programas de capacitación y consultoría especializados en análisis de datos de marketing. Un servicio que eduque a los gerentes sobre las métricas más relevantes para

su industria, enseñándoles a interpretar y aplicar esos datos para optimizar sus estrategias. Este emprendimiento no solo abordaría la carencia de conocimientos, sino que también ofrecería una solución práctica para mejorar el rendimiento de las campañas y maximizar el impacto de la inversión en marketing.

## **5. Problemas Digestivos y Restricciones Alimenticias**

**Problema:** La prevalencia de problemas digestivos y restricciones alimenticias es una realidad que afecta a un segmento significativo de la población. Factores como el estrés, la alimentación poco saludable y la predisposición genética contribuyen a problemas gastrointestinales, intolerancias y alergias alimentarias. Las personas que enfrentan estas limitaciones a menudo experimentan dificultades para encontrar opciones de alimentos que se ajusten a sus necesidades específicas.

**Oportunidad para Emprendimiento:** Enfocar la creación de un servicio de entrega de alimentos personalizado que atienda a personas con problemas digestivos y restricciones alimenticias. Este servicio podría ofrecer menús adaptados a necesidades dietéticas específicas, como alimentos sin gluten, sin lácteos, brindando comodidad y variedad a aquellos que enfrentan desafíos alimentarios. Además, el emprendimiento podría incluir servicios de asesoramiento nutricional para proporcionar orientación adicional y apoyo a los clientes.

**2.2. Seleccionar el problema que consideren presente una mayor oportunidad de mercado.**

El problema que podría presentar una mayor oportunidad de mercado dentro del segmento de personas con problemas gastrointestinales es la Restricción en el Consumo de Café.

### **Razones para Seleccionar este Problema:**

#### **Amplia Demanda Potencial:**

Muchas personas con problemas gastrointestinales son amantes del café, pero se ven obligadas a limitar o eliminar su consumo debido a la irritación que puede causar. El mercado potencial es, por lo tanto, amplio y abarca a un grupo considerable de consumidores que desean disfrutar del café sin comprometer su salud.

#### **Necesidad no Satisfecha:**

Hasta ahora, la oferta de café específicamente diseñado para personas con problemas gastrointestinales es limitada. La mayoría de las alternativas disponibles no cumplen con los estándares de calidad y sabor que los amantes del café desean. Crear una solución que satisfaga esta necesidad no satisfecha puede generar una fuerte lealtad de los consumidores.

#### **Innovación en Ingredientes y Sabores:**

La restricción en el consumo de café no implica simplemente eliminarlo de la dieta, sino encontrar alternativas que sean agradables al paladar y, al mismo tiempo, respetuosas con la salud gastrointestinal. La posibilidad de innovar con ingredientes como canela, miel y jengibre ofrece la oportunidad de crear productos únicos y atractivos.

**Posibilidad de Expansión del Mercado:**

El éxito en abordar este problema no solo beneficiaría a aquellos con problemas gastrointestinales, sino que también podría atraer a consumidores que buscan opciones de café más suaves y saludables en general.

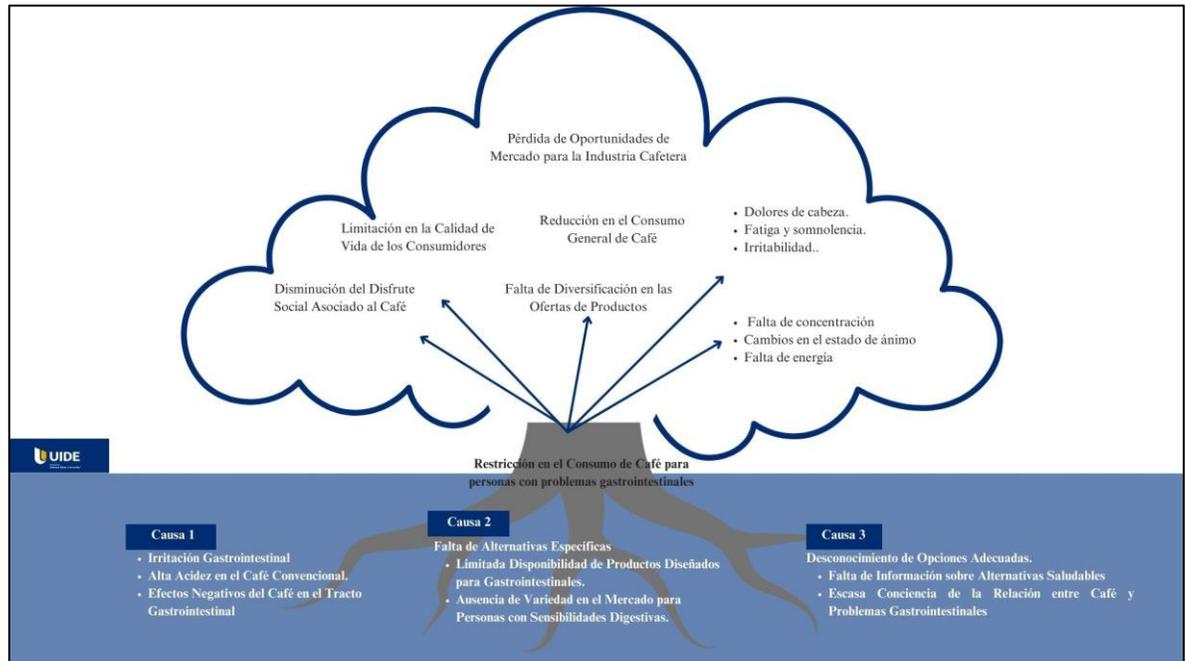
**Conciencia de Salud y Bienestar:**

Existe una creciente conciencia de la importancia de la salud digestiva y el papel que juegan los alimentos y bebidas en este aspecto. Las personas buscan activamente productos que no solo sean seguros, sino que también ofrezcan beneficios para su bienestar general. Un café diseñado específicamente para problemas gastrointestinales se alinea con esta tendencia de salud y bienestar.

**2.3. Árbol de problemas- Armar el árbol de problema seleccionado.**

El árbol de problemas identifica las causas fundamentales y los impactos del problema central, permitiendo así la formulación de soluciones específicas que aborden cada una de las raíces (Bentacour, 2016). La mezcla de estas soluciones podría no solo satisfacer la restricción en el consumo de café para personas con problemas gastrointestinales, sino también mejorar la calidad de vida de los consumidores y abrir nuevas oportunidades de mercado para la industria cafetera.

## Árbol de Problemas: Restricción en el Consumo de Café para Personas con Problemas Gastrointestinales



**Elaborado por: (Bohorquez Gilbert, Mendoza Villacreses, Prado Guevara, & Turner Santos, 2023)**

**Fuente: Elaboración Propia**

### 2.4. Propuesta inicial (Fase 3 de Ideación) (con innovación e impacto social)

La tercera fase del proceso de Design Thinking, la ideación, es crucial para generar ideas frescas y creativas que aborden el problema central identificado. Aquí es donde se fomenta la libre expresión de ideas y se busca la diversidad para inspirar soluciones novedosas. En el contexto de nuestro proyecto "Café Saludable y Sostenible", la ideación se centra en desarrollar propuestas innovadoras para superar la restricción de alimentos para personas con problemas gastrointestinales. (Interactemos, 2023)

**Ideas Innovadoras Generadas:****Personas con problemas gastrointestinales.****1. Café para personas con problemas gastrointestinales.****Problema:**

Las personas con problemas gastrointestinales a menudo experimentan sensibilidad a la acidez y a la cafeína, lo que puede causar malestar estomacal, acidez, o irritación en el tracto gastrointestinal. El café tradicional, especialmente el rico en cafeína y acidez puede exacerbar estos problemas y limitar la capacidad de disfrutar de esta bebida.

**Oportunidad:**

La oportunidad radica en ofrecer una alternativa de café diseñada para abordar los problemas gastrointestinales. Un café de baja acidez y descafeinado puede proporcionar a las personas una opción que les permite disfrutar del sabor del café sin comprometer su bienestar gastrointestinal.

**2. Yogurt Probiótico:**

- **Problema:** Desequilibrio en la flora intestinal.
- **Solución:** Los probióticos en el yogur pueden ayudar a restaurar y mantener la salud de la flora intestinal

**3. Avena sin Gluten:**

- **Problema:** Sensibilidad o intolerancia al gluten.

- **Solución:** Ofrece una opción de carbohidrato sin gluten, adecuada para personas con enfermedad celíaca o sensibilidad al gluten.

#### 4. Quinua Cocida:

- **Problema:** Dificultad para digerir granos más pesados.
- **Solución:** La quinua es una fuente de proteínas y fibra más suave para el sistema digestivo que algunos granos más pesados

#### 5. Cereal de Avena Instantáneo sin Azúcares Añadidos:

- **Problema:** Necesidad de opciones de desayuno suaves y bajas en fibra.
- **Solución:** La avena instantánea sin azúcares añadidos es fácil de preparar y puede ser una opción de desayuno suave.

#### 6. Té de Hierbas (sin cafeína):

- **Problema:** Sensibilidad a la cafeína o al té tradicional.
- **Solución:** El té de hierbas sin cafeína proporciona una alternativa suave para aquellos que buscan evitar la cafeína.

#### 7. Jengibre Fresco o en Infusión:

- **Problema:** Malestar estomacal, náuseas.
- **Solución:** El jengibre tiene propiedades antiinflamatorias y puede ayudar a aliviar las náuseas y el malestar estomacal.

**8. Galletas de Arroz:**

- **Problema:** Necesidad de opciones de bocadillos bajos en fibra.
- **Solución:** Las galletas de arroz son ligeras, fáciles de digerir y proporcionan una alternativa baja en fibra.

**9. Compota de Pera sin Azúcar Añadido:**

- **Problema:** Necesidad de opciones de frutas bajas en acidez.
- **Solución:** La pera es baja en acidez y la compota sin azúcar es fácil de digerir.

**10. Cúrcuma en Cápsulas o como Especias:**

- **Problema:** Inflamación gastrointestinal.
- **Solución:** La cúrcuma tiene propiedades antiinflamatorias y antioxidantes que pueden ayudar a reducir la inflamación.

### 3. Idea de Negocio.

#### **3.1. Café para Personas para personas que buscan presentaciones de cafeína más saludables**

#### **3.2. Fases del Desarrollo (Problem - Solution Fit)**

##### **1. Identificación del Problema:**

###### **Problema Central:**

Las personas con problemas gastrointestinales enfrentan restricciones y molestias al consumir café convencional debido a la acidez y otros compuestos irritantes que afectan negativamente su salud digestiva.

La restricción en el consumo de café afecta la calidad de vida de aquellos que disfrutan de esta bebida, privándolos de una experiencia placentera y socialmente significativa. Esto sucede debido a que el consumo frecuente de cafeína puede desarrollar problemas para dormir, presión arterial alta, aumento de frecuencia cardíaca o acidez estomacal.

La acidez del café puede provocar irritación estomacal, acidez y otros malestares en individuos con problemas gastrointestinales, lo que resulta la limitación de una bebida popular y querida.

##### **2. Validación del Problema:**

Según un estudio realizado por Fórumcafé, destaca que el café, consumido a dosis normales, mejora la motilidad intestinal. Es un beneficio importante para quienes pueden tener problemas de tránsito intestinal, respaldando la necesidad de un café diseñado para mejorar la salud digestiva. Se menciona que el consumo de café puede reducir el riesgo de ciertos trastornos digestivos, como cálculos biliares y pancreatitis. Esto proporciona evidencia adicional de que el café, cuando se formula correctamente, puede tener impactos positivos en la salud gastrointestinal. El estudio explora la respuesta gástrica al consumo de café, incluida la estimulación de la secreción de gastrina y ácido gástrico.

Esta información puede ser útil para ajustar la formulación del café según la sensibilidad individual de los consumidores. El café se asocia con una recuperación más rápida de la función gastrointestinal después de la cirugía abdominal. Este hallazgo respalda la idea de que el café puede tener beneficios prácticos en situaciones específicas relacionadas con la salud digestiva. El estudio sugiere que el café tiene un efecto positivo en la microflora intestinal, fomentando el crecimiento de bacterias beneficiosas. Esto refuerza la idea de que el café puede tener beneficios más allá de la digestión inmediata, contribuyendo al equilibrio microbiano en el intestino. (Forum del cafe, 2020)

Este estudio brinda una base científica sólida para respaldar la propuesta de un café diseñado específicamente para mejorar la salud digestiva. La variedad de beneficios destacados en el estudio ofrece una oportunidad única para desarrollar un producto que aborde múltiples aspectos de los problemas gastrointestinales.

La revisión destaca la falta de atención prestada al tracto gastrointestinal en comparación con otros sistemas del organismo en estudios anteriores. Esto sugiere una oportunidad para explorar y comprender mejor los efectos del café en el tracto gastrointestinal y su vinculación con el cerebro a través del eje cerebro-intestinal.

Los estudios epidemiológicos disponibles demuestran que el café puede tener efectos positivos sobre el tracto digestivo. Estos incluyen propiedades antiinflamatorias, antioxidantes y anti proliferativas en la mucosa, así como beneficios para la motilidad en las capas musculares externas. (Centro de información Café y Salud, 2021)

Este resumen científico da una base sólida para la propuesta de café para mejorar la salud gastrointestinal, respaldando que el café, con su complejidad bioactiva, puede tener efectos positivos en varios aspectos del sistema digestivo.

### **3. Desarrollar Perfiles de Clientes:**

#### **Perfil 1: Amantes del Café Restringidos:**

##### **Características:**

1. Adultos de 30 años en adelante.
2. Han sido diagnosticados con problemas gastrointestinales o experimentan regularmente molestias digestivas.
3. Anteriormente, disfrutaban del café, pero han reducido su consumo debido a las restricciones digestivas.

##### **Necesidades y Motivaciones:**

1. Buscan una alternativa de café que no cause molestias digestivas.
2. Desean recuperar el placer de disfrutar una taza de café sin comprometer su salud digestiva.

**Perfil 2: Salud Consciente:****Características:**

1. Individuos de diversas edades interesados en la conexión entre la alimentación y la salud.
2. Conscientes de la importancia de cuidar su sistema digestivo y evitan alimentos que puedan causar molestias.

**Necesidades y Motivaciones:**

1. Buscan opciones alimenticias que no comprometan su bienestar digestivo.
2. Están dispuestos a explorar productos innovadores que ofrezcan beneficios adicionales para la salud.

**Perfil 3: Ocupados Saludables:****Características:**

1. Adultos jóvenes y de mediana edad, con estilos de vida ocupados.
2. En ocasiones, sufren molestias digestivas por la acidez del café, pero no han dejado de consumirlo.

**Necesidades y Motivaciones:**

1. Buscan una opción de café que sea conveniente y compatible con su estilo de vida ocupado.
2. Valorizan la salud digestiva y desean disfrutar del café sin preocuparse por posibles efectos adversos.

#### **Perfil 4: Nuevos Exploradores de Sabores:**

##### **Características:**

1. Individuos jóvenes y de mediana edad que disfrutan de explorar nuevas experiencias gastronómicas.
2. No tienen problemas gastrointestinales diagnosticados, pero están interesados en opciones de alimentos y bebidas saludables.

##### **Necesidades y Motivaciones:**

1. Buscan opciones de café con sabores únicos y beneficios para la salud.
2. Interesados en productos innovadores que ofrezcan una experiencia de café diferente y agradable.

#### **4. Desarrollo de la Solución:**

1. La fórmula del café se diseñará para minimizar la acidez y los compuestos irritantes presentes en el café convencional. La investigación se centrará en técnicas de procesamiento de granos y mezclas específicas que preserven el sabor del café sin comprometer la salud digestiva.

2. La oferta se adaptará a las preferencias de los diferentes perfiles de clientes identificados, asegurando que la variedad y presentación del producto satisfagan las necesidades específicas de cada grupo demográfico.

3. El empaque del producto desempeñará un papel crucial al proporcionar información clara sobre la baja acidez y los beneficios digestivos del café. La transparencia en la comunicación será clave para construir la confianza del consumidor y destacar la innovación detrás del producto.

4. Introducir variedades con sabores complementarios, para ofrecer una gama de opciones atractivas. Estos sabores se elegirán cuidadosamente para no comprometer la digestibilidad del café.

#### **5. Información Actualizada:**

1. Realizar pruebas de mercado en pequeña escala en ubicaciones estratégicas para evaluar la aceptación del producto. Este enfoque permitirá adaptaciones específicas a las preferencias locales.

2. Realizar encuestas de satisfacción entre los clientes después del lanzamiento oficial para evaluar su experiencia con el producto en un entorno real. Identificar áreas de mejora y aspectos destacados que pueden guiar futuras estrategias.

#### **6. Métricas Claves:**

1. Medir el porcentaje de personas con problemas gastrointestinales que participan en las pruebas de sabor y expresan su satisfacción con el nuevo café. Esta métrica proporciona información sobre la aceptación inicial del producto entre la audiencia objetivo.

2. Implementar encuestas y sistemas de retroalimentación para evaluar la satisfacción general de los clientes después de probar el café en el mercado. Un alto índice de satisfacción indica la eficacia de la solución para abordar las necesidades de los consumidores.

3. Colaborar con profesionales de la salud para medir indicadores de impacto en la salud digestiva de los consumidores, como la reducción de molestias estomacales o mejoras en la digestión. Estos datos respaldarán la afirmación de beneficios para la salud y diferenciación del producto.

4. Evaluar la frecuencia con la que los clientes regresan para comprar el café. Una alta tasa de retorno indica una satisfacción continua y la preferencia sostenida por el producto.

5. Medir el impacto positivo en la comunidad, como la creación de empleo local o la contribución a causas sociales. La conexión con la comunidad refuerza la reputación de la marca y puede generar lealtad entre los consumidores.

### **7. Análisis Competitivo:**

1. Realizar un análisis exhaustivo para identificar a los competidores clave en el mercado de cafés para problemas gastrointestinales. Evaluar sus fortalezas, debilidades, y estrategias actuales.

2. Evaluar las propuestas de valor de los competidores en términos de formulación del producto, presentación, precios y enfoques de marketing. Identificar brechas en el mercado que la nueva propuesta puede aprovechar.

3. Obtener información actualizada sobre los precios de los productos competidores. Esto ayudará a establecer precios competitivos y a entender cómo la nueva propuesta se posiciona en términos de valor.

4. Evaluar las prácticas sostenibles de los competidores en términos de producción, empaque y responsabilidad social. Buscar oportunidades para diferenciarse y destacar los valores ecológicos de la nueva propuesta.

**Competidores directos:**

1. Café Montecristi:

Montecristi es conocido por producir café de alta calidad en la región de Manabí, Ecuador. Pueden ofrecer variedades especializadas y cuidadosamente seleccionadas.

2. Café Doña Francisca:

Esta empresa podría estar involucrada en la producción de café especializado, y su enfoque podría centrarse en métodos de cultivo sostenibles y procesos de tueste artesanales.

3. Café Vélez:

Vélez es una región reconocida por su producción de café en Ecuador.

Una empresa con ese nombre podría especializarse en ofrecer variedades únicas y de alta calidad.

### **9. Viabilidad Comercial:**

1. Realizar proyecciones de ventas basadas en análisis de mercado, tendencias de consumo y estrategias de marketing. Establecer metas realistas a corto y largo plazo para evaluar la viabilidad financiera del proyecto.

2. Realizar un análisis detallado de los costos asociados con la producción del café, incluyendo ingredientes, procesamiento, empaque y distribución. Evaluar las áreas donde se pueden realizar eficiencias para garantizar márgenes de beneficio saludables.

3. Identificar y evaluar posibles riesgos financieros, como cambios en los costos de los insumos, variaciones en la demanda del mercado y desafíos logísticos. Desarrollar planes de contingencia para mitigar estos riesgos.

### **10. Implementación y Evaluación:**

1. Proporcionar capacitación integral al personal de ventas y servicio al cliente para asegurar un conocimiento profundo del producto y la capacidad de abordar preguntas y preocupaciones de los consumidores de manera efectiva.

2. Implementar las estrategias de marketing desarrolladas, utilizando canales tanto en línea como fuera de línea para llegar a la audiencia objetivo. Evaluar constantemente el rendimiento de las campañas y ajustar según sea necesario.

3. Mantener un análisis continuo de la rentabilidad del negocio, comparando las proyecciones con los resultados reales. Realizar ajustes en los costos o estrategias según sea necesario para garantizar una operación financiera saludable.

4. Evaluar regularmente el impacto social y las prácticas sostenibles del negocio. Comunicar de manera transparente los logros en responsabilidad social y ajustar estrategias para mejorar la sostenibilidad

## **Pachamama Coffe**

### **3.2. Producto.**

Café de producción nacional mezclado con ingredientes naturales e innovadores (canela, vainilla y jengibre) agradables al paladar y respetuosos con la salud gastrointestinal.

### **3.3. Características de la propuesta.**

Este producto será procesado junto con ingredientes que regulen su fórmula logrando disminuir la acidez natural del café y convirtiéndolo en un producto estable para las personas que toman café. El café de Pachamama Coffee vendrá empacado en una funda ecológica de 400g, con una etiqueta que llevará los colores característicos de la marca (gris, verde y blanco) los cuales buscan expresar naturaleza, conciencia, frescura y simplicidad. Esta etiqueta indicará la cafetalera de la cual proviene el café, brindando protagonismo a sus productores.

La canela, jengibre y la vainilla gracias a sus propiedades naturales actuarán como un agente neutralizador de síntomas que pueden ser provocados por el café como: acidez y reflujo estomacal; permitiendo así el consumo del café sin malestar. (Almax, 2020)

### **3.4. Propuesta de valor específica.**

Ofrecer un café con una nueva receta a base de sabores naturales, los cuales aportan propiedades que benefician a personas amantes del café que luchan con condiciones gastrointestinales, brindándoles un producto apto para su consumo sin repercusiones en su salud.

### 3.5. Modelo de Monetización

El modelo de monetización se define como un plan estratégico con el que la empresa planea generar ingresos a partir de café especializado. Definiendo las diversas formas en las que la propuesta de valor puede generar ganancias tangibles. (Cavero, J., 2023)

Los principales clientes potenciales, lo enfocamos 4 grupos de personas:

- Amantes del café restringidos: Adultos de 30 años en adelante.
- Salud consciente: Jóvenes que buscan la alternativa de mejor su sistema digestivo.
- Ocupado Saludables: Personas activas con mayor ocupación de actividades por ende tienden a buscar soluciones rápidas como compras en la web
- Nuevos exploradores de sabores: Personas que no tienen enfermedades gastrointestinales y suelen incursionar en estos productos.

#### **Modelos de monetización:**

Pagos con Tarjetas de débito ante la generación Z, el consumidor tiende a tener nuevos comportamientos como pagos a través de tarjeta dándole facilidad en su compra, incluir diferentes alternativas como Visa, MasterCard (Fastercapital, 2023)

Implementar colaboraciones en conjunto de cafeterías locales que estén posicionadas y tengan reconocimiento dentro del mercado cafetero, con el fin de establecer una colaboración o alquiler de espacio. Estas cafeterías no sólo introducirían el producto en sus menús, sino también se realizaría una asociación estratégica para definir como punto de venta

de Pachamama Coffee y que de acuerdo con las ventas estos generen un ingreso no sólo para la marca, sino también dentro de los establecimientos.

Asociaciones con profesionales de la salud nutricional, quienes cuenten con pacientes que padezcan de problemas gastrointestinales y busquen productos especiales como el café para introducirlos en sus dietas.

Estos son algunos mecanismos de monetización adaptables a Pachamama Coffe, ya que al ser un producto de fácil acceso y que además está dentro de una línea recurrente de consumo, busca la mayor facilidad para futuros clientes que busquen una forma de pago beneficiosa para ellos

### **3.6. Prototipaje 1.0**

La primera fase de prototipaje de Pachamama Coffee, donde exploramos una versión única de nuestro café saludable destacando un ingrediente especial: la canela. Nos sumergimos en la experiencia de fusionar el café de alta calidad con los beneficios y el sabor distintivo de la canela.

**Beneficios de la canela:** La canela es conocida por sus propiedades antioxidantes, lo que significa que contiene compuestos que ayudan a combatir el daño causado por los radicales libres en el cuerpo. Además, se ha sugerido que la canela posee propiedades antiinflamatorias, lo que podría ser beneficioso para abordar ciertas condiciones inflamatorias. Otros estudios también sugieren que la canela puede tener un impacto positivo en el control del azúcar en la sangre, mejorando la sensibilidad a la insulina y reduciendo los niveles de glucosa.

### 3.7. Lean Canvas.

El Lean Canvas es una herramienta fundamental para emprendedores que desean crear negocios exitosos. Proporciona una estructura simplificada para definir la propuesta de valor, identificar clientes clave y comprender los canales de distribución más efectivos. Esencialmente, funciona como un mapa estratégico para planificar y tomar decisiones informadas en el desarrollo del negocio. (Fake & Ries , 2020)

<h2>Lean Canvas</h2>				
<p><b>PROBLEMA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Necesidad de mejorar la salud digestiva sin sacrificar el café.</li> <li>-Problemas digestivos.</li> <li>-Limitada variedad de productos.</li> </ul> <p><b>ALTERNATIVAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Suplementos de probióticos</li> <li>-Yogurt con probióticos</li> <li>-Medicina convencional</li> </ul>	<p><b>SOLUCIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Café orgánico enriquecido a base de productos naturales los cuales cuentan con propiedades que benefician la digestión.</li> </ul>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR UNICA</b></p> <p>“Café que te cuida, explora el sabor sin sentir malestar”</p> <p>Inicia tu día disfrutando de un café que brinda energía y vitalidad al mismo tiempo que prioriza el cuidado de tu salud nutricional y estomacal</p>	<p><b>VENTAJA DESLEAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Producto preventivo para problemas digestivos.</li> <li>-Asesoramiento constante con personal médico calificado en área en gastroenterología.</li> <li>-Procesos de calidad que aseguran la calidad del café de manera eficiente y sostenible.</li> </ul>	<p><b>SEGMENTOS DE CLIENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Personas mayores de 18 amantes del café.</li> <li>-Condiciones gastrointestinales.</li> <li>-Interés en propuestas que prevengan futuras enfermedades.</li> <li>-Buscan alternativas de calidad.</li> </ul>
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Compra del café a productores.</li> <li>-Transformación del producto (añadir sabores)</li> <li>-Maquinaria</li> <li>-Transportación del producto</li> <li>-Costos de promoción</li> <li>-Sueldo de empleados</li> </ul>	<p><b>METRICAS CLAVE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Volumen de ventas diario.</li> <li>-Movimiento de producto.</li> <li>-Rotación de inventario.</li> <li>-Tasa de conversión. (PW)</li> <li>-Alcance redes sociales.</li> </ul>		<p><b>CANALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Tienda virtual (página web).</li> <li>-Alianzas estratégicas con cafeterías.</li> <li>-Alianzas estratégicas con tiendas especializadas.</li> <li>-Redes sociales.</li> </ul>	<p><b>FUENTES DE INGRESOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta del producto en cafeterías</li> <li>• Ventas web</li> <li>• Suscripciones</li> <li>• Catas del café</li> </ul> <div style="text-align: right;">  </div>

**Ilustración 1. Lean Canvas**

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

### 3.8. Análisis – Pestel

El análisis PESTEL es una herramienta valiosa para evaluar el entorno externo y comprender cómo factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales pueden impactar un negocio. Ayuda a identificar tanto oportunidades como

amenazas, lo que permite a las empresas anticipar cambios y adaptar sus estrategias en consecuencia para mantener su competitividad. (Johnson, Scholes, & Whittington, 2020)



### Ilustración 2. Análisis Pestel.

Fuente propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)

#### Político:

- **Incentivo a la exportación:** Políticas que fomenten las exportaciones benefician a Pachamama al expandir su alcance global y promover el comercio internacional.

- **Relaciones internacionales:** La estabilidad en las relaciones internacionales es crucial para asegurar la continuidad de las operaciones de exportación y para evitar tensiones comerciales
- **Regulación ambiental y sostenibilidad:** Cumplir con regulaciones ambientales fortalece la imagen de responsabilidad social de Pachamama, alineándose con la creciente conciencia ambiental de los consumidores.
- **Participación en organismos internacionales:** La participación en organismos internacionales permite a Pachamama mantenerse informado sobre tendencias globales y regulaciones del mercado.
- **Estabilidad legal para inversiones extranjeras:** Un marco legal estable para inversiones extranjeras brinda seguridad y confianza, facilitando la expansión y la inversión en nuevos mercados.

Económico:

**Dependencia del precio del café:** La dependencia del precio internacional del café destaca la importancia de estrategias de mitigación de riesgos y diversificación de productos.

**Acceso a financiamiento y crédito:** Acceder a financiamiento y crédito es esencial para respaldar operaciones, innovación y expansión. La solidez financiera es clave para enfrentar desafíos económicos.

**Condiciones del mercado interno:** La comprensión de las condiciones del mercado interno guía las estrategias de marketing y posicionamiento de Pachamama.

**Impacto de variaciones del tipo de cambio:** Fluctuaciones en el tipo de cambio pueden afectar costos y márgenes, destacando la importancia de estrategias financieras sólidas.

**Incentivos gubernamentales para la agricultura:** Aprovechar incentivos gubernamentales fortalece la posición de Pachamama en la agricultura sostenible y apoya la producción de ingredientes clave.

**Social:**

**Cultura del café y tradiciones locales:** Incorporar la cultura del café y tradiciones locales en la estrategia de marketing puede resonar con los consumidores, creando conexiones emocionales.

**Educación del consumidor sobre café especializado:** Campañas educativas informan a los consumidores sobre los atributos del café especializado, elevando la apreciación del producto.

**Sostenibilidad y comercio justo:** Enfocarse en la sostenibilidad y el comercio justo construye una imagen ética y atrae a consumidores conscientes.

**Estilos de vida y tendencias de consumo:** Adaptarse a estilos de vida y tendencias emergentes asegura la relevancia de los productos de Pachamama en el mercado actual.

**Impacto de eventos y festivales locales:** Participar en eventos y festivales locales aumenta la visibilidad y la conexión con la comunidad.

**Tecnológico:**

**Tecnologías de procesamiento del café:** Adoptar tecnologías avanzadas de procesamiento mejora la calidad y eficiencia en la producción.

**Plataformas digitales para comercialización:** Utilizar plataformas digitales amplía el alcance y facilita la comercialización de productos.

**Comercio electrónico especializado en café:** Una plataforma de comercio electrónico especializada ofrece comodidad a los clientes y abre nuevos canales de venta.

**Plataforma de pedidos en línea:** Facilitar pedidos en línea mejora la experiencia del cliente y se alinea con las tendencias de compra modernas.

**Innovaciones en empaques:** Innovar en empaques no solo atrae visualmente, sino que también puede mejorar la durabilidad y sostenibilidad.

**Ecológico:**

**Agricultura sostenible:** Compromiso con la agricultura sostenible respalda la responsabilidad ambiental de Pachamama y atrae a consumidores eco conscientes.

**Reforestación:** Participar en iniciativas de reforestación contribuye a la biodiversidad y compensa la huella ambiental.

**Biodiversidad:** Fomentar la biodiversidad en prácticas agrícolas fortalece la sostenibilidad y la resiliencia ecológica.

**Certificación orgánica:** Obtener certificación orgánica valida el compromiso de Pachamama con ingredientes naturales y procesos ecológicos.

**Gestión de residuos:** Adoptar prácticas de gestión de residuos minimiza el impacto ambiental y refuerza la imagen de marca sostenible.

**Legal:**

**Regulaciones de etiquetado y certificaciones:** Cumplir con regulaciones de etiquetado y obtener certificaciones refuerza la transparencia y la confianza del consumidor.

**Normativas laborales:** Respetar normativas laborales asegura condiciones justas para los trabajadores y evita controversias legales.

**Derechos de propiedad intelectual:** Proteger los derechos de propiedad intelectual preserva la singularidad de la marca y evita posibles conflictos legales.

**Normativas ambientales:** Adherirse a normativas ambientales garantiza prácticas responsables y evita sanciones legales.

**Normativas de comercio internacional:** Cumplir con normativas de comercio internacional facilita operaciones globales y evita obstáculos legales.

### **3.9. Análisis del microentorno – 5 fuerzas de Porter.**

La aplicación de las cinco fuerzas de Porter proporciona una valiosa perspectiva sobre los aspectos que influyen en la rentabilidad y la competitividad a largo plazo de Pachamama Coffee en el mercado. Esta herramienta analítica permite comprender la

posición actual de la empresa y los factores que moldean su entorno competitivo. Al evaluar la rivalidad entre competidores, la amenaza de nuevos participantes, el riesgo de productos sustitutos, el poder de negociación de los compradores y proveedores, se obtiene una visión integral de los desafíos y oportunidades que enfrenta la empresa. Con este análisis, Pachamama Coffee puede identificar áreas clave donde necesita fortalecer su posición competitiva y desarrollar estrategias efectivas para garantizar su éxito a largo plazo en el mercado de café especializado. (Torres Arriaga , 2019)

### **1. Rivalidad entre competidores existentes:**

En el mercado de cafés saludables, la competencia es intensa con marcas consolidadas como Café 1820 y La Iguana. Pachamama Coffee debe diferenciarse a través de la innovación en sabores y la comunicación efectiva de sus beneficios únicos para atraer y retener a los consumidores.

**Estrategia:** Fomentar la lealtad del cliente a través de programas de recompensas, promociones y la creación de experiencias únicas de degustación que destaquen la singularidad de Pachamama.

### **2. Poder de Negociación de los Proveedores:**

Dado el aumento en la demanda de ingredientes saludables, los proveedores tienen cierto poder. Pachamama Coffee debería diversificar sus fuentes de suministro y establecer

relaciones estratégicas para garantizar costos competitivos y la disponibilidad constante de ingredientes clave.

**Estrategia:** Explorar opciones de proveedores sostenibles y éticos, estableciendo relaciones a largo plazo para asegurar la calidad y la consistencia en sus productos.

### **3. Poder de Negociación de los Compradores:**

En un mercado donde los consumidores buscan opciones saludables, Pachamama Coffee debe mantener una calidad excepcional y estrategias de marketing efectivas para retener y atraer a los clientes.

**Estrategia:** Mantener la transparencia en los ingredientes, comunicar los beneficios para la salud y fomentar la participación del cliente a través de redes sociales para construir una comunidad en torno a la marca.

### **4. Amenaza de Productos Sustitutos:**

Además de otros cafés saludables, Pachamama debe considerar productos sustitutos como té y bebidas funcionales que también buscan atraer al mismo público.

**Estrategia:** Resaltar los beneficios específicos para la salud y la experiencia única que ofrece Pachamama, diferenciándose de otras alternativas en el mercado.

### **5. Amenaza de Nuevos Entrantes:**

Aunque la experiencia en café saludable y la construcción de una marca sólida actúan como barreras, Pachamama debe estar atento a nuevas entradas y mantener la innovación para seguir siendo relevante.

**Estrategia:** Continuar invirtiendo en investigación y desarrollo, mantener altos estándares de calidad y fortalecer la lealtad del cliente a través de programas de recompensas y participación.

### 3.10. Matriz FODA

La matriz FODA es una herramienta que ofrece una visión integral de los factores internos y externos que afectan a una organización. Al examinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, proporciona una comprensión clara de la



situación actual y las posibles direcciones futuras de la empresa. Es una herramienta valiosa para el análisis estratégico, ya que permite a las organizaciones aprovechar sus fortalezas, abordar sus debilidades, capitalizar las oportunidades y mitigar las amenazas. (Fred, 2020)

### Ilustración 3. FODA

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

**Fortalezas:**

**Variación de presentaciones saludables y sabores naturales:** Pachamama Coffee destaca por ofrecer diversas presentaciones de café, todas ellas promoviendo un enfoque saludable y sabores naturales. Esto amplía la oferta y atrae a consumidores con preferencias diversas.

**Compromiso social con el sector agrícola ecuatoriano:** El compromiso social reflejado en el apoyo al sector agrícola ecuatoriano no solo fortalece la imagen de la marca, sino que también contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades locales.

**Marca diferenciadora que fusiona lo natural y delicioso:** La diferenciación de Pachamama como una marca que fusiona lo natural con lo delicioso crea una identidad única en el mercado, atrayendo a consumidores que buscan experiencias auténticas.

**Aporte nutricional para personas con problemas gástricos:** La oferta de un café con aportes nutricionales específicos para problemas gástricos satisface una necesidad de mercado, creando lealtad entre consumidores con requerimientos especiales.

**Experiencia de café excepcional que se alinea con la cultura del café local:** La alineación con la cultura del café local no solo conecta con la identidad del consumidor, sino que también añade un elemento de autenticidad a la experiencia de consumir Pachamama Coffee.

**Oportunidades:**

**Exploramos oportunidades de expansión geográfica y exportación:** La exploración de nuevas ubicaciones y mercados internacionales ofrece oportunidades para aumentar la presencia de Pachamama Coffee y diversificar sus fuentes de ingresos.

**Incorporamos nuestro café en dietas para problemas gastrointestinales:** Al posicionar el café como parte de dietas destinadas a problemas gastrointestinales, Pachamama puede atraer a un segmento de mercado específico y capitalizar una demanda creciente de opciones saludables.

**Aprovechamos Alianzas Estratégicas y Diversificamos Canales de Distribución:** La formación de alianzas estratégicas y la diversificación de canales de distribución permiten a Pachamama ampliar su alcance y llegar a nuevos grupos de consumidores.

**Generamos expectativas en el mercado de café natural y saludable:** La creación de expectativas en torno a la propuesta de café natural y saludable posiciona a Pachamama como líder en este segmento, atrayendo a consumidores preocupados por su bienestar.

**Ofrecemos variedad de formas de pago para mejorar la experiencia del consumidor:** La inclusión de opciones de pago variadas no solo mejora la experiencia del consumidor, sino que también elimina barreras potenciales para la compra, fomentando la lealtad del cliente.

**Debilidades:**

**Abordamos desafíos de credibilidad mediante estrategias de comunicación y garantía de calidad:** Estrategias de comunicación efectivas y un énfasis en la garantía de calidad pueden abordar desafíos de credibilidad, construyendo la confianza del consumidor.

**Optimizamos puntos de venta y exploramos nuevos mercados para superar obstáculos:** La optimización de puntos de venta existentes y la exploración de nuevos mercados ayudan a superar obstáculos, maximizando la visibilidad y accesibilidad de los productos de Pachamama.

**Incrementamos la información y conciencia del consumidor sobre nuestro producto:** Campañas educativas pueden incrementar la conciencia del consumidor sobre el producto, abordando la falta de información y promoviendo sus características distintivas.

**Mejoramos la variedad de sabores como parte de una estrategia de optimización:** La mejora en la variedad de sabores como parte de una estrategia de optimización puede atraer a un público más amplio y abordar cualquier percepción de falta de opciones.

**Amenazas:**

**Combatimos competidores con productos sustitutos mediante diferenciación y calidad:** La diferenciación y el énfasis en la calidad ayudan a Pachamama a destacar en un mercado competitivo, mitigando la amenaza de productos sustitutos.

**Mejoramos logística para asegurar eficiencia en la movilización de materia prima:** Mejorar la logística garantiza eficiencia en la movilización de materia prima,

minimizando cualquier impacto en la cadena de suministro y asegurando la disponibilidad constante de ingredientes clave.

**Enfrentamos la baja aceptación del producto con estrategias de marketing**

**adaptativas:** Estrategias de marketing adaptativas, basadas en la retroalimentación del consumidor, ayudan a abordar la baja aceptación del producto, ajustando la percepción del mercado.

**Competimos con cafeterías locales mediante propuestas de valor únicas:**

Desarrollar propuestas de valor únicas permite a Pachamama competir eficazmente con cafeterías locales, destacando los elementos distintivos de su oferta.

**Afrontamos la necesidad de maquinaria y costos asociados mediante eficiencia**

**operativa:** Estrategias de eficiencia operativa mitigarán la necesidad de maquinaria costosa, asegurando la rentabilidad y la gestión eficaz de costos asociados.

**4. Validación de factibilidad, viabilidad y deseabilidad (Fase 5: Probar)**

**4.1. Mercado Objetivo.**

Pachamama Coffee se dirige a un mercado objetivo diverso pero específico, centrándose en amantes del café que buscan no solo una experiencia de sabor excepcional, sino también beneficios para la salud. El segmento principal lo componen adultos de 30 años, ubicados en áreas urbanas con opciones de compra personalizadas y con ingresos medios. Este grupo demográfico comparte un interés en productos alimenticios y bebidas saludables, y valora la conexión entre el sabor del café y la salud digestiva.

Además, Pachamama Coffee se enfoca en un perfil psicográfico específico: aquellos diagnosticados con problemas gastrointestinales o que experimentan molestias digestivas. Estos consumidores, que han reducido su consumo de café debido a restricciones digestivas, buscan soluciones que mejoren su calidad de vida. La marca también atrae a personas que aprecian la sostenibilidad y buscan productos que reflejen un compromiso con prácticas agrícolas éticas.

#### **4.2. Investigación de mercado (Previa y entrevista)**

- **Primeros indicios de validación de propuesta.**

La combinación de café y jengibre ha ganado popularidad entre los amantes de la gastronomía y la medicina natural, generando interés en sus posibles efectos en la salud. Esta práctica, cada vez más adoptada, no solo aporta un sabor distintivo, sino que también ofrece beneficios significativos para la salud. La inclusión de canela junto con el jengibre en el café añade propiedades antiinflamatorias y antioxidantes, creando una experiencia sensorial única y nutritiva para los consumidores. (Mundo del Café, 2023)

Uno de los aspectos destacados de esta combinación es su capacidad para mejorar la digestión y aliviar problemas estomacales. El jengibre, conocido por sus propiedades antiinflamatorias y digestivas, contribuye a reducir la inflamación y mejorar la función digestiva, proporcionando alivio a aquellos que sufren de malestar estomacal o indigestión. Además, la canela, con sus propiedades antioxidantes y antiinflamatorias, refuerza estos beneficios y contribuye a la regulación de los niveles de azúcar en la sangre.

Otro punto relevante es la influencia positiva en el sistema inmunológico. La combinación de jengibre y café fortalece las defensas del cuerpo gracias a los compuestos antioxidantes presentes en el jengibre, proporcionando una defensa adicional contra enfermedades e infecciones. Además, el jengibre, con sus propiedades antibacterianas y antivirales, se suma a la protección del organismo.

El café con jengibre también destaca por su capacidad para estimular el metabolismo. El jengibre acelera el metabolismo, facilitando la quema de calorías y contribuyendo a la pérdida de peso. La cafeína en el café, unida a las propiedades termogénicas del jengibre, proporciona un impulso adicional al metabolismo, mejorando el rendimiento físico y mental. (Chef Turista, 2021)

En conclusión, el café con jengibre no solo ofrece una experiencia gustativa única, sino que también brinda beneficios notables para la salud. La combinación de ingredientes naturales, cada uno con sus propias propiedades beneficiosas, crea una bebida que puede integrarse fácilmente en la rutina diaria para mejorar la salud y el bienestar general de quienes la consumen. Sin embargo, se recomienda la moderación y la consulta con profesionales de la salud antes de realizar cambios significativos en la dieta.

### **Análisis de aceptación de propuestas de café saludable en el Ecuador**

#### **Investigación cuantitativa secundaria:**

En el marco de la presente investigación, se llevó a cabo un análisis cuantitativo secundario con el objetivo de examinar la tendencia de aceptación en relación con Pachamama Coffee para ello, se recurrió a datos recopilados en estudios cafeteros

anteriores realizados en Ecuador, estableciendo una base sólida para comprender la evolución de las percepciones y actitudes hacia propuestas de café más saludable.

### **Puntos clave del análisis del mercado de bebidas saludables**

El café en Ecuador se posiciona como una de las bebidas más apreciadas, y los ecuatorianos tienen claras preferencias por tipos como el capuchino, latte, tradicional y americano. Ciudades como Guayaquil, Quito, Ambato y Cuenca lideran en términos de consumo de café, demostrando la arraigada tradición cafetera en el país. El consumo de café supera significativamente al del té, siendo este último 200 veces menor, según datos regionales proporcionados por la empresa especializada.

El consumo per cápita de café en Ecuador se sitúa en alrededor de 135 tazas, equivalente a menos de 1 kilogramo por persona, según el estudio de Statista Consumer Market Outlook. Datos de la Asociación Nacional Ecuatoriana de Café (Anecafé) indican que, en 2021, la producción alcanzó los 250,000 sacos en donde 23 de las 24 provincias de Ecuador contribuyen a la producción de café, destacándose en Manabí, Loja, Morona Santiago, Zamora Chinchipe y Pichincha. Estos datos ofrecen una visión detallada del panorama del consumo y producción de café en Ecuador, subrayando su importancia tanto cultural como económica en el país. (Abril L. , 2022)

La salud es un factor determinante en las decisiones de consumo en Ecuador y Latinoamérica, según un informe de Ernst & Young (EY) y la consultora Kantar. En Ecuador, el 42% de los hogares muestra una creciente preocupación por su salud, reflejándose en un aumento en la compra de productos saludables en el primer semestre de

2022, especialmente en categorías como cereales light, granola, galletas saludables, edulcorantes, pan integral y bebidas vegetales.

Además, la tendencia hacia la proteína de origen vegetal está en aumento, con empresas como Pronaca y Ecopacific lanzando productos innovadores en este segmento. Las cadenas de farmacias también experimentan un incremento en la demanda de suplementos vitamínicos y productos para el cuidado de la piel.

Este cambio en los hábitos de consumo se relaciona con el impacto de la pandemia en Ecuador, que fue uno de los países más afectados al principio de la emergencia sanitaria. La población, especialmente en Guayaquil, muestra una mayor conciencia sobre lo que consume después de la experiencia pandemia, lo que sugiere que la tendencia hacia productos saludables se mantendrá en el tiempo. (Coba, 2022)

En conclusión, realizando una correlación entre los datos de la población ecuatoriana amante del café y el interés de estas por bebidas más saludables.

Por la arraigada popularidad del café en Ecuador, caracterizado por su amplio consumo y aprecio, se cree plausible que una parte considerable de los aficionados al café manifieste interés por opciones más saludables. Se podría especular que aproximadamente del 30 % al 40 % de los consumidores de café en Ecuador podrían explorar variantes más saludables, como café con ingredientes beneficiosos para la salud, opciones bajas en calorías o con atributos nutricionales destacados.

Según una población de 4,391,923 habitantes en Guayaquil, aproximadamente el 70 % de la población es consumidora habitual de café. En base a este dato, se calcula que

alrededor de 3,074,346 habitantes en Guayaquil son consumidores regulares de café. Además, considerando que el 40% de estos consumidores manifiesta interés en propuestas de café más saludables, se estima que alrededor de 1,229,738 habitantes en Guayaquil podrían estar interesados en opciones de café que promuevan la salud y el bienestar. Estos cálculos se basan en suposiciones proporcionadas y deberían interpretarse como estimaciones aproximadas. (INEC Instituto Nacional de estadísticas y censos, 2023)

### **Estudio del consumo café en Ecuador en una de sus provincias. (El Oro)**

Según un estudio realizado por la Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas REMC explica que, mediante un enfoque cualitativo de tipo descriptivo y exploratorio, sin carácter experimental y de naturaleza transversal. Lograron enfocar un análisis del mercado del café desde una perspectiva empresarial y de consumo, considerando variables tanto categóricas como cuantitativas relacionadas con la comercialización de café tostado y molido de la Finca la Mercedes en el cantón Marcabelí de la provincia de El Oro. Se empleó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, administrado a una muestra representativa de la población objetivo.

El objetivo del cuestionario fue entender la percepción de las personas sobre el consumo de café, con el fin de proponer la comercialización del café tostado y molido MERVET de la Finca la Mercedes. Los aspectos considerados en la elaboración del cuestionario incluyeron información demográfica, hábitos de compra y consumo, personas involucradas en la decisión de compra y lugares de adquisición.

Definen su investigación como descriptiva, centrada en presentar la realidad del fenómeno sin alteraciones, y exploratoria, destinada a identificar el problema de estudio mediante métodos cualitativos derivados de la investigación cuantitativa. El estudio se realizó en el cantón Marcabelí, provincia de El Oro, Ecuador, con una muestra objetivo-conformada por personas de entre 15 y 64 años, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de 2010.

Los datos recolectados fueron procesados y analizados utilizando Excel y el software estadístico SPSS Versión 24 para su posterior interpretación y análisis. Los resultados se presentaron visualmente mediante figuras para facilitar su comprensión.

Directrices:

Ítems	Variables
<b>Unidad de Análisis</b>	Habitantes del Cantón Marcabelí
<b>Técnica</b>	Encuestas aplicadas a los moradores
<b>Tamaño de la muestra</b>	Tamaño de la muestra (94) para una población conocida (3325)
<b>Margen de Error</b>	Error 10% Nivel de confianza del 95%

#### **Ilustración 4. Variables.**

**Fuente: Inec (Instituto Nacional de Estadística y Censos)**

Dentro de su investigación se concluyó que, según los datos recopilados, un considerable 97,87% de los encuestados en el cantón Marcabelí indicaron que prefieren consumir café en su forma tostada y molida. Esto sugiere un alto nivel de consumo de café, ya que también se observó que la mayoría consume de 1 a 2 tazas al día por persona, cifra

que contrasta favorablemente con el consumo per cápita a nivel nacional, el cual es de 32 tazas al año.

En lo referente a las preferencias de compra por tipo de café, se encontró que un significativo 90,22% prefiere el café tostado y molido en comparación con el soluble (instantáneo). En cuanto al lugar de compra preferido, la mayoría de los encuestados (74,43%) mencionaron las tiendas como su opción principal, y la característica más relevante considerada antes de comprar café fue el sabor del mismo.

Además, se destaca que la mayoría de los encuestados prefieren adquirir café en bolsas de plástico con una presentación de 500 gramos, y están dispuestos a pagar entre \$3,50 y \$4,50 dólares por bolsa.

Por último, se observa que un 53,85% de los encuestados en el cantón Marcabelí no están familiarizados con el café tostado y molido de la Finca la Mercedes MERVET. Sin embargo, un alto porcentaje (91,20%) manifestó disposición para comprar y consumir este café en particular. Estos resultados sugieren un nivel de consumo de café notable en el cantón Marcabelí, lo cual es positivo para la posible inserción de la marca MERVET en el mercado local, ya que la mayoría de los encuestados estarían dispuestos a adquirirlo. (Vargas Cajamarca, 2021)

Esta información será utilizada como referente para el análisis de consumo del ciudadano ecuatoriano de Pachamama Coffee.

- **Investigación cualitativa**

En el marco de este proyecto, se entrevistó con un experto destacado en producción de café. La finalidad de esta entrevista fue validar aspectos cruciales de la propuesta de Pachamama Coffee, asegurándose de que el proyecto esté en el camino correcto para ofrecer un café único y de alta calidad que responda a las crecientes demandas del mercado.

Durante la entrevista, se llevaron a cabo análisis detallados para validar los siguientes puntos:

- Evaluar la percepción en el mercado de la oferta de un café más saludable.
- Confirmar la viabilidad de crear un café con acidez reducida, utilizando componentes como el jengibre, la canela, o endulzado con miel en lugar de azúcar tradicional.
- Detallar el proceso que el café tendría que atravesar para lograr estas características distintivas.
- Obtener una estimación aproximada del costo de producción.
- Recopilar la opinión del experto sobre los posibles efectos del café modificado en consumidores habituales.
- Obtener un valioso feedback acerca de la idea y la propuesta en general.

- **Estructura de la entrevista**

- **Percepción en el Mercado:**

¿Cuál es su percepción sobre la demanda actual en el mercado para un café que se promociona como más saludable? ¿Cómo cree que los consumidores responderán a esta propuesta?

▪ **Viabilidad de la Creación del Producto:**

¿Desde su experiencia, considera viable la creación de un café con acidez reducida utilizando ingredientes como el jengibre, la canela o endulzantes naturales como la miel? ¿Existen desafíos técnicos o de aceptación por parte del mercado?

▪ **Detalles del Proceso de Producción:**

¿Podría proporcionar información detallada sobre el proceso de producción que el café tendría que atravesar para lograr una acidez reducida y características únicas? ¿Hay consideraciones especiales o desafíos en la implementación de estos componentes

▪ **Costos de Producción:**

¿Podría ofrecer una estimación aproximada de los costos asociados con la producción de un café con estas características? ¿Existen áreas específicas que podrían influir significativamente en los costos?

▪ **Efectos del Café Modificado en Consumidores:**

Desde su perspectiva, ¿cómo cree que los consumidores recurrentes reaccionarán a un café modificado en términos de sabor y beneficios para la salud? ¿Existen preocupaciones comunes o expectativas que deberíamos tener en cuenta?

▪ **Feedback General sobre la Propuesta:**

Dado su conocimiento en la industria, ¿Qué feedback general podría ofrecer sobre la propuesta de Pachamama Coffee? ¿Hay áreas específicas que podríamos fortalecer o considerar para mejorar la propuesta?

### **Focus Group.**

Los focus groups constituyen un método de investigación cualitativa que se fundamenta en la interacción entre un conjunto de individuos y un facilitador, con el propósito de recabar datos sobre un tema concreto. (Salazar Gómez & García-Peña, 2020)

En este estudio de focus group sobre el café "Pachamama Coffee", se ha reunido un grupo representativo de participantes de 10 personas con el fin de explorar las percepciones y opiniones acerca del sabor de jengibre y canela en este producto. El objetivo es comprender las distintas perspectivas de los consumidores, con un enfoque particular en tres segmentos de mercado específicos: personas con problemas gastrointestinales, individuos dispuestos a experimentar nuevos sabores y aquellos que tienen preferencia por consumir comidas saludables.

La metodología empleada consiste en una serie de discusiones moderadas, donde se alienta a los participantes a compartir sus experiencias, opiniones y sugerencias sobre el café Pachamama. Se abordarán varios aspectos del producto, incluyendo su sabor, presentación, precio, beneficios para la salud, entre otros.

Es importante destacar que el objetivo principal de este focus group es obtener una comprensión profunda de las percepciones individuales y colectivas sobre el producto. No se busca establecer respuestas "correctas" o "incorrectas", sino más bien recopilar una

variedad de opiniones que informen las decisiones futuras relacionadas con el café Pachamama.

A lo largo de la sesión, se presentarán una serie de preguntas y temas de conversación para guiar la discusión. Sin embargo, los participantes también están invitados a compartir cualquier otro pensamiento o idea que consideren relevante para el análisis del producto.

Este focus group representa una oportunidad invaluable para que los participantes contribuyan al desarrollo y mejora del café Pachamama. Sus opiniones y comentarios serán fundamentalmente importantes para informar las decisiones estratégicas relacionadas con este producto. **Modelo de preguntas focus group (Véase anexo 1)**

**Resultados del Focus Group. Fecha:** miércoles 14 de febrero del 2024

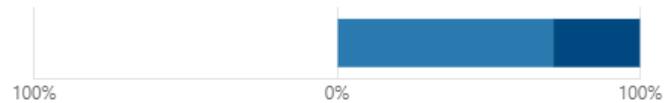
El focus group sobre el café Pachamama, reunió a un grupo diverso de participantes con experiencias y preferencias variadas. A través de la discusión moderada, se exploraron diferentes aspectos del producto, incluyendo su sabor, empaque, precio, aroma, beneficios para la salud y presentación. A continuación, se presenta un resumen de las principales conclusiones obtenidas durante la sesión:

8. Bajo su percepción, en una escala del 1 al 5, donde 5 es "totalmente de acuerdo" y 1 es "totalmente en desacuerdo", califique ¿Qué tan de acuerdo está con el precio de la propuesta de valor de Pachamama Coffee en sus presentación Canela (\$5,30) y Jengibre (\$6.45)? (0 punto)

[Más detalles](#)

■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5

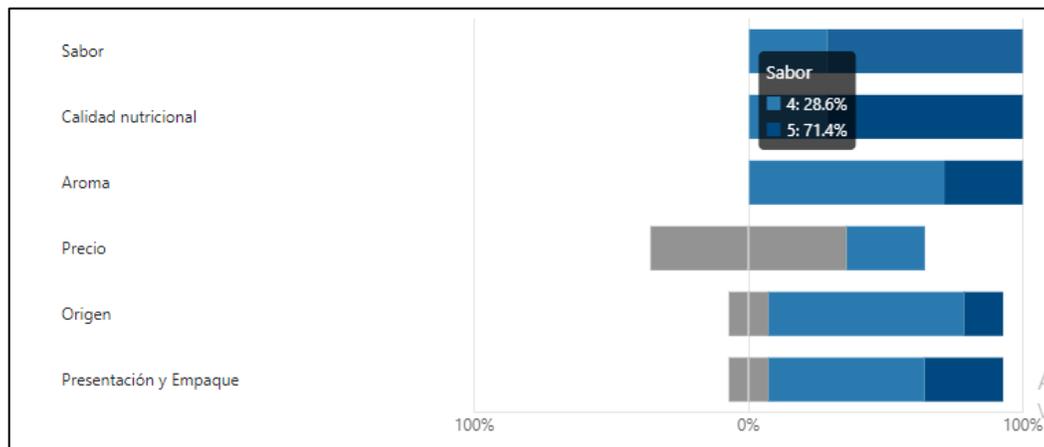
Nivel de aceptación



**Ilustración 5. Características de Café "Pachamama Coffee"**

**Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024)**

El 71,40% de los encuestados destaca que el sabor es su característica más importante seguido de la calidad nutricional con un porcentaje similar al obtenido en el sabor.



**Ilustración 6. Nivel de Aceptación.**

**Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024)**

El 65% de los encuestados están de acuerdo con el precio al ser un café que ayuda al sistema gastrointestinal valoran mucho la propuesta de valor.

Según su análisis de las propuesta de Pachamama Coffee ¿Qué presentación de sabor le parece más atractiva?

[Más detalles](#)

- Pachamama Coffee "Jengibre" 2
- Pachamama Coffee "Canela" 5



**Ilustración 7. Sabor**

**Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024)**

El 65% de los encuestados prefieren el café Pachamama Coffee de Canela mientras que el 35% restante prefiere la presentación de Jengibre.

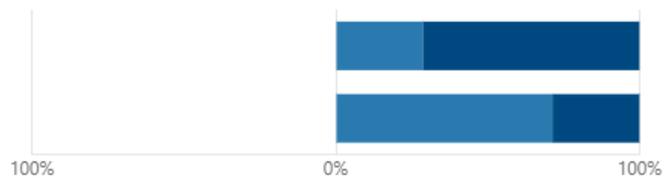
5. Bajo su percepción, en una escala del 1 al 5, donde 5 es "muy positiva" y 1 "nada agradable", (0 punto califique su experiencia consumiendo una taza de café "Pachamama Coffee".

[Más detalles](#)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Canela

Jengibre



**Ilustración 8. Percepción de Sabores.**

**Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024)**

Los encuestados tuvieron opiniones similares acerca del café en el cual manifiestan que el sabor de canela con un 80% tienen una opinión muy positiva acerca del producto mientras que en el de jengibre el 70% mantiene su opinión positiva acerca de este sabor.

**Sabor:** La combinación de jengibre y canela en el café Pachamama fue generalmente bien recibida por los participantes, quienes expresaron su agrado por cómo estas especias complementan el sabor del café, añadiendo un toque único e interesante.

**Empaque:** El diseño del empaque del café Pachamama fue elogiado por su simplicidad y atractivo. Los participantes consideraron que el diseño transmitía la idea de un producto natural y de calidad, lo que contribuye a generar interés por probar el café.

**Precio:** La mayoría de los participantes consideraron que el precio del café Pachamama era justo, dada su calidad y el hecho de ser orgánico. Estuvieron dispuestos a pagar un precio ligeramente más alto por un producto de alta calidad con ingredientes naturales.

**Aroma y Presentación:** El aroma del café Pachamama, impregnado con las notas de jengibre y canela, recibió elogios por su intensidad y atractivo. La presentación elegante del producto también fue destacada como un punto fuerte.

**Beneficios para la Salud:** Los participantes valoraron positivamente los posibles beneficios para la salud asociados con el consumo del café Pachamama, especialmente aquellos relacionados con las propiedades antiinflamatorias del jengibre.

### **Conclusiones:**

El focus group reveló una recepción generalmente positiva hacia el café Pachamama, especialmente en lo que respecta a su sabor distintivo, empaque atractivo, precio justo, aroma tentador, presentación elegante y posibles beneficios para la salud. Estas conclusiones proporcionan información valiosa para informar futuras estrategias de

marketing y desarrollo de producto, destacando los aspectos que los consumidores valoran y aprecian en un café como Pachamama.

El informe refleja los hallazgos y opiniones expresadas durante el focus group y se presenta como un recurso útil para la toma de decisiones relacionadas con la comercialización y posicionamiento del café Pachamama en el mercado.

### **4.3. Validación del segmento de mercado.**

La validación del segmento de mercado para Pachamama Coffee se ha llevado a cabo a través de diversos enfoques que respaldan la solidez y la relevancia de su propuesta. La combinación única de café con ingredientes saludables como jengibre y canela ha ganado popularidad, respaldada por tendencias de consumo que buscan tanto sabor distintivo como beneficios para la salud, como la mejora de la digestión y el fortalecimiento del sistema inmunológico.

La investigación cualitativa, que incluyó entrevistas con expertos del sector, como la propietaria de una cafetería destacada, María Idrovo, ha confirmado la percepción positiva del mercado hacia la propuesta de café saludable de Pachamama Coffee. Este respaldo externo refuerza la viabilidad de la oferta y destaca la necesidad de comunicar eficazmente los beneficios del producto para aumentar su aceptación en el mercado.

Además, el proceso de desarrollo de Pachamama Coffee, desde la cuidadosa selección de granos y tostado especializado hasta las pruebas exhaustivas y la producción piloto, demuestra un compromiso continuo con ajustar el producto según las expectativas cambiantes del consumidor.

#### **4.4. Testing diseño de experimentación en el consumidor**

##### **Conceptos básicos**

##### **1. Hipótesis:**

Los consumidores demuestran un interés significativo en la propuesta de Pachamama Coffee como un café saludable, caracterizado por la incorporación de ingredientes como jengibre, canela y miel, así como la reducción de acidez en comparación con las opciones tradicionales.

##### **2. Variables:**

La variable independiente es la propuesta de valor de Pachamama Coffee, que incluye ingredientes saludables y la reducción de acidez. La variable dependiente es el éxito del producto, medido por el nivel de aceptación demostrado por los clientes.

##### **3. Grupos de prueba:**

Se crearán grupos de prueba con participantes para evaluar su respuesta al producto bajo diferentes condiciones, variando la propuesta de valor. Tres grupos de prueba interesantes podrían ser:

- Grupo de prueba "Personas Saludables":

Incluyendo a individuos que buscan opciones de alimentos y bebidas saludables en su dieta diaria.

- Grupo de prueba "Personas con problemas gastrointestinales":

Dirigido a aquellos con sensibilidades gástricas, para evaluar cómo la propuesta de Pachamama Coffee afecta a aquellos con condiciones específicas como la gastritis.

- Grupo de prueba "Personas Curiosas/General":

Compuesto por aquellos que están dispuestos a probar el producto sin restricciones específicas, lo que permite evaluar la aceptación general.

#### **4. Recopilación y Análisis de Datos:**

- La recopilación de datos incluirá la medición del nivel de aceptación de los clientes mediante encuestas, entrevistas u otras formas de retroalimentación. El análisis se centrará en identificar patrones y correlaciones relevantes.

#### **5. Iteración y Ajuste:**

- Se realizarán ajustes en la propuesta de valor de Pachamama Coffee basándose en los resultados obtenidos, con el objetivo de mejorar el éxito del producto según el nivel de aceptación de los clientes.

Esta estrategia integral te permitirá evaluar la aceptación y el éxito de la propuesta de Pachamama Coffee en diferentes contextos de prueba.

### **4.5. Encaje de la propuesta de valor con el cliente (Product - market fit)**

#### **1. Propuesta de Valor**

*"Disfruta del sabor del café sin preocupaciones"*

Se presenta un café diseñado especialmente para brindar cuidado a tu bienestar digestivo. La propuesta de valor se centra en ofrecer una experiencia de café única y saludable para aquellos con problemas gastrointestinales y para cualquier persona que valore la armonía entre el sabor del café y la salud digestiva.

2. **Perfil de Cliente:** Amantes de Café Restringidos:

- **Demografía:**

- **Edad:** Adultos de 25 años en adelante.

- **Ubicación:** Área Urbanas con acceso a opciones de compras personalizadas.

- **Ingresos:** Económicamente activo ingresos medios.

- **Ocupación:** Diversificadas con predisposiciones hacia ocupaciones con un estilo de vida más consciente.

- **Psicografía:**

- Personas diagnosticadas con problemas gastrointestinales o experimentan molestias digestivas.

- Anteriormente disfrutaban del café, pero redujeron su consumo debido a restricciones digestivas.

- Se preocupan por su bienestar y aspiran a encontrar soluciones que mejoren su calidad de vida. La búsqueda de productos que satisfagan sus necesidades específicas es una prioridad.

- Estos clientes buscan productos que no solo cuiden de su salud, sino que también reflejen un compromiso con la sostenibilidad.

### 3. **Product – market fit**

- **Estrategias para Indicadores del producto-market fit para su lanzamiento.**

- **Aumento de ventas**

Para el aumento de ventas se implementarán promociones y descuentos para la atracción de clientes y fomentar la repetición de compra.

- **Retroalimentación positiva del cliente**

Establecer programas de recompensas por reseñas y participación en redes sociales, con esto se busca incentivar a los clientes a compartir sus experiencias para aumentar la visibilidad y credibilidad.

- **Tasa de retención de clientes**

Enviar mail de agradecimiento y de recordatorios de promoción al aceptar la suscripción al correo para no generar publicidad molesta para el cliente, incluir un descuento por cada nuevo cliente que refieren.

- **Crecimiento sostenible**

Expandirnos en diferentes ubicaciones para tener disponibilidad de producto a nivel nacional e internacional.

- **Participación del mercado**

Asociar y colaborar con expertos de la salud para aumentar visibilidad del producto y al a vez posicionar la marca como una alternativa saludable del café.

- **Feedback sobre mejoras del producto**

Establecer una canal de comunicación con los clientes en donde se facilite encuestas y foros que permita a Pachamama Coffee identificar áreas de mejora y poder responder los dolores de los clientes ante las necesidades cambiantes de los consumidores.

#### 4.6. Prototipo 2.0.



**Ilustración 9:Prototipo 2.0**

**Fuente: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

#### **Características de las nuevas presentaciones**

##### **Jengibre:**

El jengibre es reconocido por sus propiedades antiinflamatorias, ya que contiene compuestos que pueden ayudar a aliviar la inflamación en el cuerpo. Además, este ingrediente ha sido utilizado tradicionalmente para aliviar problemas gastrointestinales, como náuseas y malestar estomacal. Investigaciones también sugieren que el jengibre

puede ser beneficioso para reducir el dolor muscular después del ejercicio, lo que lo convierte en una opción a considerar para quienes buscan alivio en este aspecto.

### **Perfil de Sabor**

En términos de sabor, la fórmula ha experimentado refinamientos significativos, logrando un perfil más equilibrado y eliminando cualquier rastro de compuestos irritantes que pudieran afectar la digestión. Esta atención meticulosa al perfil sensorial garantiza una experiencia suave y placentera para todos los amantes del café.

### **Diversificación de Variedades**

Se han introducido nuevas variedades que atienden a los diferentes perfiles de clientes identificados, ofreciendo opciones que se adaptan a los gustos específicos de amantes del café restringidos, conscientes de la salud, ocupados saludables y nuevos exploradores de sabores. Entre los sabores tenemos: Jengibre, canela y café endulzado con miel.

### **Envase Innovador**

El envase no solo resalta la baja acidez y los beneficios digestivos, sino que también presenta un diseño más atractivo y amigable para el consumidor, transmitiendo claramente los valores de salud y sostenibilidad de Pachamama Coffee.

## **4.7. Medir datos y análisis de resultados de investigación de mercado.**

### **Resultados de la entrevista**

**Entrevistador(a):** Andrea Bohórquez

**Entrevistada:** María Idrovo Propietaria de cafetería “Mía Mía” y barista de profesión.

**Herramienta de contacto:** Aplicación Zoom

En la entrevista que tuvo origen en la coordinación de una videollamada María Idrovo. Se obtuvieron percepciones valiosas sobre la propuesta de Pachamama Coffee en el mercado de cafés más saludables. María expresó optimismo sobre la demanda actual, reconociendo la creciente preferencia de los consumidores por opciones de café que ofrezcan beneficios para la salud. Su conocimiento y visión respalda la viabilidad de la creación de un café con acidez reducida utilizando ingredientes como el jengibre, la canela o endulzante como la miel, sugirieron que la aceptación del mercado podría ser positiva.

Al explorar los detalles del proceso de producción, María proporcionó información valiosa sobre las consideraciones especiales y desafíos técnicos que podrían surgir al implementar estos componentes para lograr una acidez reducida en donde explico la importancia de la calidad del grano para asegurar un café alto en nutrientes y que permita adaptarlo a la incorporación de los nuevos ingredientes.

También ofreció una estimación aproximada de los costos asociados con la producción, destacando áreas específicas que podrían influir significativamente en los costos, lo cual será crucial para la planificación financiera de Pachamama Coffee.

La barista enfatizó la importancia de equilibrar la reducción de acidez en el café modificado sin comprometer la calidad del sabor, recalando la necesidad de gestionar expectativas para una recepción positiva. Además, al ofrecer un feedback general sobre la

propuesta de Pachamama Coffee, resaltó la necesidad de comunicar de manera efectiva los beneficios para la salud y la innovación del producto. También insistió en la importancia de considerar preferencias de los consumidores y fortalecer la conexión con la comunidad para construir una base de clientes leales. Estos insights proporcionan una guía valiosa para mejorar la propuesta y garantizar el éxito en el mercado ecuatoriano.

### **5. Prototipo o prueba de concepto (Cómo se haría producción)**

Pachamama Coffee se concibe a través de un cuidadoso proceso de selección de granos de café de alta calidad y un tostado especializado para minimizar la acidez sin perder sabor. La fórmula innovadora incorpora ingredientes como jengibre y canela para mejorar la salud digestiva. Pruebas exhaustivas garantizan un café delicioso y beneficioso, seguido de una producción piloto y pruebas de mercado para ajustar y refinar continuamente el producto.

Este enfoque está centrado en la calidad asegura que Pachamama Coffee no solo sea bien recibido inicialmente, sino que evolucione constantemente para satisfacer las expectativas cambiantes del consumidor.

En el análisis de producción del café se estudia que, tras realizar la fase principal de selección de la materia prima, llamado también cafeto, pasa por controles antes de ser procesado, en el que se interviene en húmedo para luego analizar el producto en medidas específicas para mejorar y controlar eficazmente el peso y gramaje de los granos de café durante el proceso de fabricación. Basándose en los resultados del análisis, se puede implementar medidas específicas para controlar eficazmente el peso y gramaje de los granos de café.

Luego pasamos a la parte de control de calidad y limpieza, para así verificar que se haya realizado un efectiva desmucilagenación de los granos de café, ya que esta fase de producción nos permitirá quitar toda capa de cubrimiento del cafeto.

Al completar la clasificación y limpieza, pasamos al tostado del producto donde introduciremos los componentes naturales que ofrecemos, que pueden ser la miel, jengibre o canela.

Los productos naturales tendrán una variación de adherencia de acuerdo con su estado. Ya que estas tres opciones que brindaremos cuentan con la facilidad de ser pulverizadas, para así agregarlo al café molido.

### 6. Análisis competitivo.

<b>Café Saludables</b>	
<b>Café 1820</b>	Café Negro es una empresa ecuatoriana que produce y comercializa café saludable. La empresa ofrece una variedad de productos, incluidos café orgánico, café sin cafeína y café con infusión de hierbas. (Cafe 1820, 2019)
<b>La Iguana</b>	La Iguana es otra empresa ecuatoriana que produce y comercializa café saludable. La empresa ofrece una variedad de productos, incluidos café de comercio justo, café cultivado a la sombra y café con sabor a frutas.
<b>Natura</b>	Natura es una empresa brasileña que vende una variedad de productos de belleza y cuidado personal, incluido café

	saludable. La empresa ofrece una variedad de productos, incluidos café orgánico, café sin cafeína y café con infusión de guaraná. (IMC Brasil, 2023)
--	--

**Tabla 1: Café Saludable.**

**Elaboración propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

Estos participantes compiten basándose en diversos elementos, entre los cuales se incluyen:

- **La excelencia del café:** Los consumidores buscan café beneficioso para la salud que posea una calidad superior y ofrezca un sabor delicioso.
- **Los costos:** Los consumidores buscan café beneficioso para la salud que sea accesible financieramente.
- **La accesibilidad:** Los consumidores buscan café beneficioso para la salud que esté disponible en distintos lugares.

<b>Factores Externos</b>	
Oportunidades	Amenazas
<p>- El mercado del café saludable en Ecuador se encuentra en una fase temprana de desarrollo, ofreciendo oportunidades para que las compañías amplíen sus actividades hacia nuevas áreas.</p>	<p>- La competencia de empresas internacionales: Empresas extranjeras están ingresando al mercado del café saludable en Ecuador, generando una competencia más intensa para las compañías locales.</p>

<p>- Las empresas pueden crear productos novedosos adaptados a las cambiantes demandas de los consumidores. Un ejemplo sería la creación de productos más prácticos o con beneficios adicionales para la salud.</p>	<p>- Las preferencias de los consumidores pueden experimentar cambios, afectando potencialmente la demanda de café saludable.</p>
---	---

**Tabla 2: Factores Externos.**

**Elaboración propia:** (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)

#### **4.8. PMV (Producto mínimo Viable).**

Pachamama Coffee ha evolucionado su Producto Mínimo Viable (PMV) desde la versión inicial, donde presentábamos un café exclusivo de canela, hasta la versión actualizada 2.0 que incorpora nuevos sabores y mejoras significativas. En el prototipo 1.0, nos enfocamos en ofrecer un café de canela como primer paso, aprovechando las propiedades únicas de este ingrediente para proporcionar una experiencia de sabor distintiva y saludable.

En el prototipaje 2.0, hemos ampliado y perfeccionado nuestro PMV, incorporando jengibre y endulzado con miel para enriquecer aún más la propuesta. Este desarrollo se basa en la investigación cualitativa y la entrevista con la barista que revelaron la popularidad de la combinación de café, jengibre y canela, no solo por su sabor excepcional sino también por sus beneficios para la salud. Este PMV 2.0 refleja nuestra constante búsqueda de

innovación y adaptación a las preferencias cambiantes del consumidor, asegurando que Pachamama Coffee ofrezca una experiencia única y satisfactoria desde el inicio.

#### 4.9. Landing Page.



Ilustración 2: Landing Page

Fuente: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)

[Enlace de la Landing Page](https://integralicius.my.canva.site/pachamamacoffe)

<https://integralicius.my.canva.site/pachamamacoffe>

#### 4.10. Monetización, proceso de pago.

##### Paso 1: Navegación y selección de productos

El cliente visita el sitio web Pachamamacoffe.com y navega por la selección de productos. Puede explorar diferentes tipos de café, tuestes, y accesorios. Cada producto tiene una descripción detallada y atractivas imágenes.

## **Paso 2: Carrito de compras**

Una vez que el cliente decide qué productos desea comprar, agrega los artículos a su carrito de compras. En el carrito, puede revisar los productos, ajustar las cantidades y ver el total de la compra. Se proporciona un resumen claro de los productos seleccionados.

## **Paso 3: Proceso de pago**

Al hacer clic en "Pagar", el cliente es redirigido a la página de pago seguro. Aquí, se le solicita ingresar la información de envío, que incluye la dirección de entrega y la información de contacto. Además, puede seleccionar las opciones de envío según sus preferencias.

## **Paso 4: Elección del método de pago**

Una vez completada la información de envío, el cliente procede a la elección del método de pago. Se ofrecen varias opciones, como tarjetas de crédito/débito y otros métodos de pago electrónicos. Los detalles de pago se ingresan de manera segura, utilizando un protocolo de seguridad SSL para proteger la información sensible.

## **Paso 5: Confirmación del pedido**

Después de ingresar la información de pago, el cliente revisa y confirma los detalles de su pedido. Se muestra un resumen completo, incluidos los productos seleccionados, el costo total, la dirección de envío y la opción de pago. Se brinda una última oportunidad para realizar cambios antes de confirmar la compra.

## **Paso 6: Confirmación y recibo**

Una vez que se confirma el pedido, el cliente recibe una confirmación por correo electrónico que incluye un resumen detallado de la compra, la información de envío y los detalles de contacto. Además, se proporciona un número de seguimiento si está disponible para rastrear el envío.

### **4.10.1. Medición de ingresos en canales digitales**

La evaluación futura del desempeño financiero del producto en entornos digitales se realizará mediante estrategias específicas de medición de ingresos en canales clave, incluyendo el sitio web, Instagram y WhatsApp. A continuación, se detallarán cinco enfoques para rastrear y analizar de manera eficiente los ingresos en cada uno de estos canales:

#### **1. Google analytics (Sitio web):**

- La futura implementación de Google Analytics permitirá un seguimiento detallado del tráfico en el sitio web. Se establecerán objetivos específicos relacionados con las transacciones, y el análisis del embudo de conversión identificará áreas críticas que impactarán directamente en la generación de ingresos.

#### **2. Ventas online (Sitio web):**

- A través de la futura integración de un sistema de comercio electrónico en el sitio web, se rastrearán transacciones y productos más

vendidos. Los informes de ventas en tiempo real proporcionarán una visión instantánea del rendimiento financiero y permitirán ajustar estrategias en consecuencia.

### **3. Estadísticas de Negocio (Instagram):**

- Al convertir la cuenta de Instagram en una cuenta comercial en el futuro, se tendrán acceso a estadísticas de negocios valiosas. Las métricas, como impresiones, interacciones y clics en el enlace del perfil se examinarán para entender la efectividad de las actividades en Instagram en la generación de tráfico y, en última instancia, ingresos en el sitio web.

### **4. Enlaces de Afiliados (Instagram y WhatsApp):**

- La futura implementación de enlaces de afiliados específicos en publicaciones de Instagram y mensajes de WhatsApp permitirá el rastreo de las ventas generadas a través de estas plataformas. Esta estrategia facilitará la asociación directa de las transacciones con actividades específicas de marketing en Instagram y WhatsApp.

### **5. Códigos de Descuento y Enlaces (WhatsApp):**

Para evaluar la contribución de WhatsApp a las ventas en el futuro, se proporcionarán códigos de descuento exclusivos a través de esta plataforma. El rastreo de la utilización de estos códigos y el uso de enlaces personalizados permitirá analizar el impacto de campañas promocionales específicas de WhatsApp en la generación de ingresos.

Estas estrategias de medición proporcionarán información valiosa sobre el rendimiento financiero de los canales digitales, guiando así las decisiones estratégicas para mejorar continuamente los esfuerzos de marketing y maximizar los ingresos.

#### **4.11. Componente Internacional**

##### Estrategia de expansión

“Pachamama Coffee” S.A.S exportara de forma directa sus productos a Perú específicamente Lima, donde sus ventas se realizarán mediante la comercialización de estos a través de la página web de la marca. Se establecerá una Filial de ventas la cual se registrará bajo la legislación peruana cumpliendo con la normativa establecida. Entrar utilizando esta estrategia al mercado peruano nos permitirá tener mayor control sobre los procesos de almacenamiento y distribución, disminuyendo el pago por servicios a agentes externos.

Adicional se generará un contrato con la empresa “CAP Logistic” en Perú, los cuales nos brindaran sus servicios aduaneros que facilitaran la nacionalización de nuestros productos una vez se encuentren en territorio peruano.

##### **Almacenamiento y gestión de inventario**

Nuestra filial de ventas será la encargada de manejar el almacenaje de los productos en Perú, y de realizar los reportes respectivos para poder observar en tiempo real todos los movimientos de inventario que surjan de las ventas e ingresos de mercadería a las bodegas. Esto permitiéndonos planificar los envíos de producto estratégicamente sin incurrir en excesos o faltantes.

##### Proveedores y socios logísticos

“Pachamama Coffee” fabrica sus productos con materias primas netamente adquiridas en el mercado ecuatoriano, algunos de sus proveedores son:

- Café: Cafetalera Camargo
- Servicios aduaneros Ecuador: GARCIA & GARCIA AGENTES DE ADUANA GGAA CIA. LTDA.
- Servicios aduaneros Perú: CAP Logistic
- Transporte internacional: OPERCON S.A.

### **Transporte y distribución**

El café de “Pachamama Coffee” se exportará a Lima – Perú desde las instalaciones en Ecuador utilizando el método de transporte terrestre, teniendo un trayecto de aproximadamente 36 horas. Este servicio será realizado por la empresa OPERCON S.A la cual maneja este tipo de trayectos hace más de 10 años.

Cuando el producto esté en el país de destino y se generen las ventas mediante la página web, la filial de ventas en Lima generará una orden de entrega y se coordinarán las entregas diarias con motorizados que trabajarían solo para nuestra oficina.

## **5. Estudio técnico y modelo de gestión organizacional**

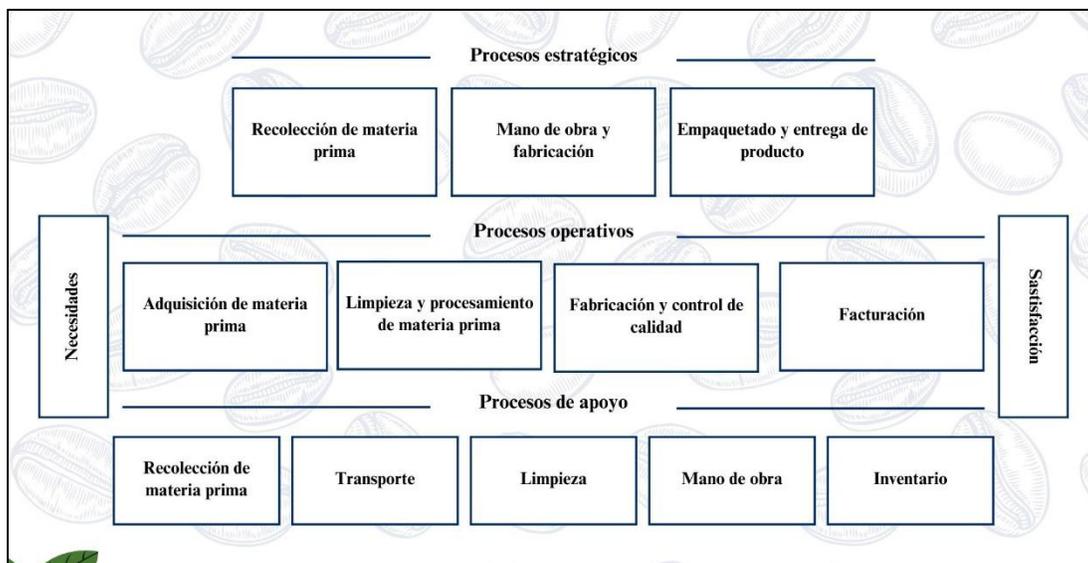
### **5.1. Localización**

El producto Pachamama Coffee estará mayormente posicionado y manejará sus ventas directas mediante su página web y redes sociales, así como también estará en algunas

cafeterías especializadas de la ciudad de Guayaquil las cuales funcionarán como puntos de venta estratégicos para llegar a nuestro cliente objetivo, ya que por el momento Pachamama Coffee no cuenta con un punto de venta propio físico.

El producto se producirá y almacenará para la venta, en un complejo bodeguero de la zona industrial de la vía Duran Bariloche, que tiene una ubicación estratégica para recibir materias primas como el grano de café y adicional está a una distancia moderada de Guayaquil permitiendo distribuirlo.

### 5.2. Operaciones (Mapa de procesos)



**Ilustración 10. Operaciones.**

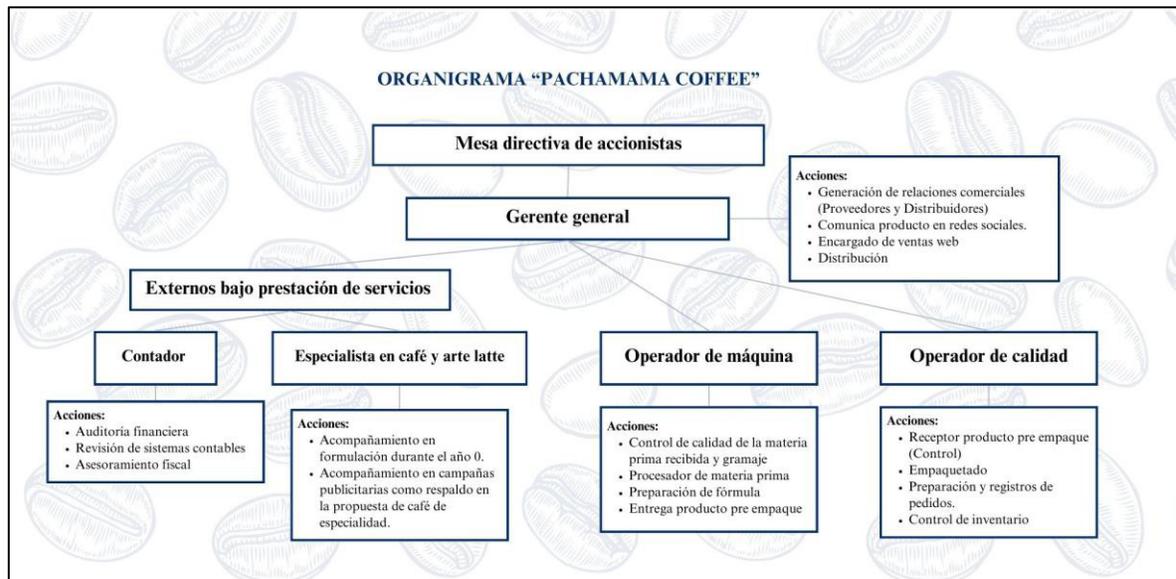
**Fuente propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

Entre los procesos clave de producción hay variables para la fabricación y entrega del producto final. La cadena comienza con la entrega de la materia prima, en este caso, granos de café molido, por parte de los agricultores. Este paso inicial establece la base para la calidad y el perfil de sabor del café que será producido.

A medida que los granos de café avanzan en la cadena de producción, se detallan las distintas fases críticas, como el proceso de tostado, molienda y envasado. Cada paso es esencial en la creación del café final, influenciando sus características organolépticas y presentando al consumidor.

Un elemento distintivo resaltado en el diagrama es la adición del suplemento natural por parte del equipo de Pachamama Coffee. Esta fase refleja la dedicación de la empresa no solo a la calidad del café sino también a la integración de elementos sostenibles y naturales en su producto final, agregando valor tanto al producto como a la filosofía de la marca.

### 5.3. Diseño Organizacional (Organigrama).



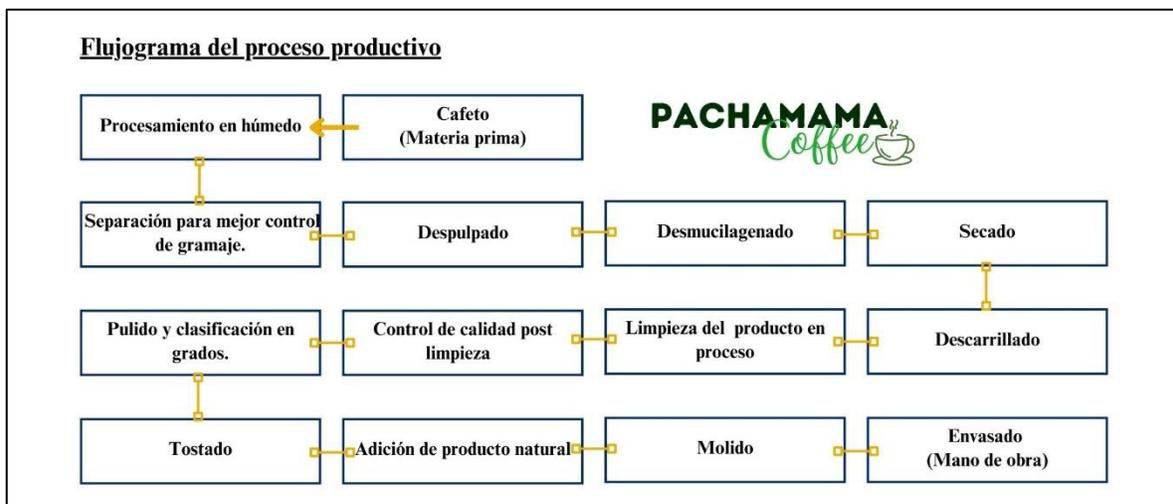
**Ilustración 11. Diseño Organizacional.**

**Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024)**

### 5.4. Diseño del Proceso Productivo o servicio (Flujograma)

Este proceso comienza en la plantación, donde los cafetos son cuidadosamente cultivados. Estos arbustos tropicales requieren condiciones de cuidado específicas.

Luego de ser cosechadas, las cerezas de café pasan por un proceso meticuloso de selección, donde solo las maduras son recolectadas. Esta fase es esencial para garantizar la calidad del café, ya que las cerezas en su punto óptimo ofrecen sabores más nítidos y perceptibles.



**Ilustración 12. Diseño del proceso productivo o servicio.**

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

Las cerezas cosechadas son procesadas para extraer los granos de café. Este proceso, conocido como beneficio, implica la eliminación de la pulpa exterior.

Los granos se someten luego a un proceso de secado, que puede llevarse a cabo al sol o en máquinas especializadas. La correcta ejecución de esta etapa contribuye a la preservación de los sabores naturales del café. Después del tostado, los granos de café son meticulosamente molidos. El grano selección del molido varía según el método de

preparación deseado, influyendo directamente en la extracción de sabores durante la preparación del café. Los granos molidos se empaquetan con cuidado.

La preservación de la frescura es esencial, por lo que el envasado se realiza en condiciones controladas para asegurar que el café llegue a los consumidores en su mejor estado.

### **5.5. Conformación legal**

“Pachamama Coffee” S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificadas) será creada bajo la normativa legal expuesta por:

- La Constitución del Ecuador.
- Código de Trabajo.
- Ley de Compañías.
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación

Luego de realizar una investigación sobre los diferentes tipos de compañías y analizar los beneficios de cada una, se escogió empezar la empresa como una Sociedad por acciones simplificadas debido a que esta nos otorgara las siguientes ventajas:

Se constituye online en la página de la Superintendencia de Compañías.

Su creación solo toma 6 pasos.

- No requieren capital mínimo para su creación.
- Da facilidad para agregar o modificar las actividades económicas de la empresa.
- No se requieren pagos de tasas administrativas al momento de crear, modificar o liquidar la empresa.

- Puede ser conformada por un solo accionista.
- Se puede convertir en S.A o Cia. Ltda. cuando sea necesario sin ningún inconveniente.
- Muestra formalización y seriedad de la empresa.

“Pachamama Coffee” S.A.S será dirigida por una junta general de accionistas los cuales tendrán como objetivo principal discutir:

- Designación o remoción del representante legal del emprendimiento.
- Planificar las actividades que se desarrollen en la empresa en corto y largo plazo.
- Repartición de utilidades.
- Aumento o disminución del capital del emprendimiento.
- Modificación de políticas internas.

División de acciones				
Capital		\$ 7.704,34		
Valor de las acciones		\$1.00		
Accionistas	Capital	Aportación	Nro. de Acciones	Total
Andrea Bohórquez	\$1.926,09	25%	1926,09	\$1.926,09
Darwin Mendoza	\$1.926,09	25%	1926,09	\$1.926,09
Alejandra Prado	\$1.926,09	25%	1926,09	\$1.926,09
Pedro Turner	\$1.926,09	25%	1926,09	\$1.926,09
Total				\$7.704,34

**Tabla 3. División de Acciones**

**Elaboración Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024)**

## **6. Plan de Marketing**

### **6.1. Establecimiento de Objetivos.**

#### **6.1.2. Objetivo general**

Introducir con éxito la marca de café saludable, nutricional y gastrointestinal "Pachamama Coffee" en el mercado, posicionándola como una opción preferida para los consumidores preocupados por su bienestar y calidad de vida.

#### **6.1.3. Objetivos específicos**

1. Establecer una sólida presencia en el mercado local a través de una estrategia de marketing integral que resalte los aspectos saludables y nutricionales únicos de "Pachamama Coffee", alcanzando al menos el 3% de cuota de mercado en el primer año de lanzamiento.

2. Desarrollar alianzas estratégicas con nutricionistas, dietistas y médicos especializados en salud gastrointestinal para respaldar la credibilidad de la marca y educar al público sobre los beneficios para la salud de consumir café "Pachamama", aumentando el conocimiento de la marca en un 30% en seis meses.

3. Implementar un programa de feedback y mejora continua basado en la retroalimentación de los consumidores, con el objetivo de optimizar la fórmula del café "Pachamama" para mejorar su perfil nutricional y garantizar su compatibilidad gastrointestinal, logrando un índice de satisfacción del cliente del 90% dentro del primer año de lanzamiento.

De acuerdo con (Vargas Cajamarca, 2021) los datos del estudio de tomados como referencia de comportamiento de consumo en la investigación de mercado de Pachamama Coffe y el focus group realizado se plantea el análisis estratégico para la elaboración del plan de Marketing.

### **Segmentación del mercado:**

#### **Demográfica:**

- **Edad:** Los adultos entre 25 – 40 años en adelante son el foco principal debido a que están en una etapa de la vida en la que son más conscientes de su salud y bienestar, y pueden experimentar problemas gastrointestinales relacionados con la edad. ( Matute Uloa, Moran , & Tubay, 2023)
- **Género:** Sin restricciones, ya que tanto hombres como mujeres pueden experimentar problemas digestivos y buscar alternativas saludables.
- **Nivel socioeconómico:** Se dirige principalmente a personas económicamente activas con ingresos medios a altos, ya que pueden estar dispuestas a pagar un poco más por productos de alta calidad que promuevan la salud.

#### **Psicográfica:**

- **Estilo de vida:** El estilo de vida de estas personas suele estar centrado en el bienestar y la búsqueda de soluciones naturales para mejorar su salud.

- **Personalidad:** Los consumidores objetivo son personas que disfrutan explorando nuevas experiencias gastronómicas y valoran la innovación en sus elecciones alimenticias.

#### **Geográfica:**

- **Ubicación:** Se enfoca en áreas urbanas donde existe una mayor accesibilidad a opciones de compras personalizadas y una mayor densidad de población, como Guayaquil, Quito, Ambato y Cuenca.

#### **Comportamental:**

Según el focus group realizado se logró identificar qué.

- El 67% de los encuestados prefiere el café tostado y molido en comparación con el soluble.
- Eligen su café en las tiendas como su lugar de compra preferido para el café.
- El 66.7% de los participantes indicó que están poco familiarizados con propuestas de café saludable por desconocimiento.
- El 66.7% indicó que está de acuerdo con el precio de la propuesta de valor jengibre (\$6.45) y canela (\$5.30)
- Se dirige a consumidores regulares de café que buscan alternativas más saludables sin sacrificar el sabor.

**Necesidades y deseos:**

- **Salud y bienestar:** Los consumidores buscan opciones de café que no solo satisfagan su deseo de una experiencia sensorial placentera, sino que también promuevan la salud digestiva y fortalezcan su sistema inmunológico.
- **Sostenibilidad y calidad:** Además de buscar beneficios para la salud, los consumidores desean productos que reflejen un compromiso con el medio ambiente y la calidad de los ingredientes utilizados en su elaboración.

La transformación en los patrones de consumo está vinculada al impacto que tuvo la pandemia en Ecuador, siendo uno de los países más golpeados al inicio de la crisis de salud. Específicamente, la población, principalmente en Guayaquil, está demostrando una mayor atención hacia sus elecciones de consumo tras la experiencia de la pandemia. Esto indica que la preferencia por productos saludables es probable que perdure en el tiempo. (Coba, 2022)

**Competencia:**

- **Variedades saludables existentes:** Aunque hay otras marcas en el mercado que ofrecen opciones de café saludables, Pachamama Coffee se diferencia por su enfoque en ingredientes naturales como el jengibre, la canela y la miel, que tienen beneficios específicos para la salud digestiva.

La combinación de café y jengibre se ha vuelto popular entre los aficionados a la gastronomía y la medicina natural, despertando interés por sus posibles beneficios para la salud. Esta tendencia, en aumento, no solo ofrece un sabor

distintivo, sino que también proporciona beneficios significativos para la salud. La adición de canela junto con el jengibre en el café aporta propiedades antiinflamatorias y antioxidantes, resultando en una experiencia sensorial única y nutritiva para los consumidores. (Mundo del Café, 2023)

### **¿Cómo aprovechar este diferenciador?**

1. Destacar la combinación única de ingredientes como el jengibre, la canela y la miel, resaltando sus beneficios específicos para la salud digestiva.
2. Comunicar cómo estos ingredientes pueden ofrecer una experiencia sensorial única y nutritiva para los consumidores.
3. Utilizar mensajes que refuercen la asociación positiva entre la medicina natural y el café, enfatizando la creciente popularidad de la combinación de café y jengibre en la gastronomía y la salud.

- **Reducción de acidez:** La reducción de la acidez en el café es un punto de diferenciación clave para Pachamama Coffee, ya que puede atraer a consumidores con sensibilidades gástricas o aquellos que buscan una opción de café más suave para su estómago.

### **¿Cómo aprovechar este diferenciador?**

1. Resaltar la ventaja de la reducción de acidez en el café de "Pachamama Coffee" para atraer a consumidores con sensibilidades gástricas.

2. Comunicar cómo esta característica proporciona una opción más suave para el estómago, lo que puede atraer a un segmento específico de consumidores preocupados por su salud gastrointestinal.

### **Tendencias de mercado:**

- **Calidad del grano:** Pachamama Coffee se distingue por su compromiso con la calidad del grano de café utilizado en sus productos. Utilizan granos orgánicos cuidadosamente seleccionados, que no solo ofrecen un sabor superior, sino que también garantizan una experiencia de café más saludable y nutritiva. La calidad del grano es un factor determinante en la percepción del sabor y la calidad general del café, lo que puede influir en la preferencia de los consumidores por la marca. La marca se enorgullece de su proceso de selección de granos, que incluye la colaboración con productores locales y el seguimiento de prácticas agrícolas sostenibles para garantizar la frescura y la pureza de sus productos. Esto crea una ventaja competitiva al resaltar la calidad del café en un mercado donde la calidad del grano es un factor crucial para los consumidores preocupados por la autenticidad y el sabor del café. (EL MISIONERO, 2021)
- **Preocupación por la salud:** El aumento en la preocupación por la salud entre los consumidores ecuatorianos está impulsando la demanda de productos alimenticios más saludables, incluido el café.

**¿Cómo aprovechar este diferenciador?**

1. Subrayar el compromiso de la marca con la calidad del grano de café orgánico cuidadosamente seleccionado.
2. Destacar la colaboración con productores locales y prácticas agrícolas sostenibles para garantizar la frescura, la pureza y la autenticidad de los productos.
3. Comunicar cómo este enfoque en la calidad del grano y la sostenibilidad crea una experiencia de café más saludable y nutritiva para los consumidores preocupados por la autenticidad y el impacto ambiental de sus opciones de café.

- **Tendencia hacia lo natural y sostenible:** La búsqueda de productos naturales y sostenibles está en aumento, lo que sugiere que los consumidores ecuatorianos pueden ser receptivos a la propuesta de Pachamama Coffee, que se enfoca en ingredientes naturales y sostenibles en su café saludable.

### **¿Cómo aprovechar este diferenciador?**

1. Capitalizar la creciente preocupación por la salud entre los consumidores ecuatorianos, destacando cómo "Pachamama Coffee" ofrece una opción de café que combina sabor y bienestar.
2. Aprovechar la tendencia hacia lo natural y sostenible, posicionando a "Pachamama Coffee" como una opción que responde a las demandas de los consumidores preocupados por el origen y la calidad de sus alimentos.

## **6.2 Estrategias de Marketing Mix**

- **Producto.**

Pachamama Coffee ofrece dos cafés especializados diseñados para satisfacer las necesidades y deseos del mercado objetivo. Esto incluye ingredientes como la canela y jengibre endulzados con vainilla para bajar la acidez y compuesto irritantes, elaborado con granos seleccionados y técnicas de procesamiento que minimizan la irritación estomacal.

Se distingue por su compromiso con la calidad, el diseño y la sostenibilidad. Cada producto se caracteriza por su excelente calidad de sabor, su diseño atractivo y su empaque transparente que comunica claramente los beneficios para la salud. Los cafés de Pachamama están formulados para ser suaves para el estómago, minimizando la acidez y los compuestos irritantes que pueden causar molestias digestivas.

Estos productos se presentan en envases llamativos que reflejan la imagen de marca coherente, el concepto del diseño se basa en la naturaleza y sostenibilidad para esto se usará la técnica de la psicología del color. El empaque incluirá información detallada de los beneficios para la salud y la mención de trabajo en conjunto con agricultores locales especializados.



**Ilustración 14. Cuadro característico Canela**

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**



**Ilustración 13. Cuadro característico de Jengibre**

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

- **Precio:**

La estrategia de precios se basa en ofrecer café de alta calidad a precios competitivos y justos. Considerando diversos factores para garantizar la rentabilidad y satisfacción del cliente.

Al lanzar la línea de café especializado para personas con problemas gastrointestinales, se podría establecer precios que reflejen este valor agregado al producto, los precios podrían oscilar entre \$5 a \$7 por empaque esto va a depender del tamaño y el tipo del café.

Se puede implementar estrategias de precios dinámicos, como descuentos por volumen o promociones para clientes recurrente de esta manera se incentiva a fidelizar a los consumidores y aumenta la percepción de compra y valor.

Pachamama Coffee se compromete a ser transparente en cuanto a los costos de producción y el proceso de elaboración del café, proporcionando a los clientes una comprensión clara de por qué se establecen ciertos precios. Esta transparencia fortalece la confianza del cliente y resalta el compromiso de la empresa con la calidad y autenticidad del producto.

- **Plaza:**

Pachamama Coffee ha establecido su estrategia de almacenamiento en la zona de Durán, en concreto en el Complejo Bodeguero del Km 6.5 de la Vía Duran Boliche. Esta ubicación se ha seleccionado cuidadosamente para garantizar un abastecimiento óptimo y oportuno de los empaquetados de café, lo que permitirá maximizar la disponibilidad del producto en el mercado.

Para promover y comercializar eficazmente el producto, se implementará una estrategia de venta a través de diversos canales digitales. Estos incluyen una página web dedicada y una presencia activa en redes sociales. Estos canales proporcionarán a los clientes potenciales información detallada sobre los beneficios del producto, así como una amplia gama de opciones de presentación disponibles bajo la marca. Además, se facilitará la compra y adquisición del artículo a través de opciones visuales atractivas y una experiencia de usuario intuitiva.

Además de la venta en línea, se establecerán convenios estratégicos con cafeterías locales interesadas en ofrecer el producto en sus instalaciones. Esta colaboración permitirá a los consumidores habituales de estas cafeterías acceder fácilmente a las opciones de café ofrecidas por Pachamama Coffee, manteniendo así un posicionamiento sólido y visible dentro del entorno de consumo de café local.

- **Promoción:**

**Público objetivo:**

Pachamama Coffee es dirigido a consumidores dentro del mercado cafetero, de 18 a 50 años, interesados en cafés de especialidad, que contengan productos naturales agregados para la reducción de respuestas negativas al sistema gástrico.

**Mensaje:**

Café de degustación y selección natural.

**Tonos:**

 <b>UIDE</b> Powered by Arizona State University	<b>UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>	<b>Página 111 de 134</b>
---	---	--------------------------

Confiable, agradable, comprometido y sostenible.

**Canales de comunicación:**

Redes Sociales: Mediante las diferentes redes elegidas para Pachamama Coffee se logrará alcanzar al público objetivo e informar acerca del producto.

Página web: Se proporcionará información de compra del producto y canales de monetización.

**Estrategia de contenido:**

Publicaciones de contenido de valor en Instagram, Facebook y Twitter, en los que se aplicarán estrategias de tendencias y contenido informativo, manteniendo la esencia e información que queremos compartir.

**Colaboraciones con influencers:**

Se realizarán trabajos con creadores de contenido que manejen el objetivo al que la marca Pachamama Coffee desea llegar e incrementar el alcance.

**Eventos de lanzamiento:**

Posicionamiento en eventos locales, como ferias de emprendimientos, festivales del café o conferencias, en las que se ofrecerá el producto con descuentos exclusivos para los asistentes.

**Organizaciones de la salud:**

Colaboración con organizaciones de salud, así como nutricionistas o doctores afines que estén interesados en el consumo e inclusión del producto dentro de las dietas recomendadas o definidas.

### **Resumen de la propuesta de promoción:**

Pachamama Coffee lanzará sus tres líneas de productos diferenciadas con distintos componentes naturales, como lo son el jengibre, miel y canela. Para promocionar la oferta y posicionar el producto, la marca planea establecerse en diferentes puntos a beneficio de incrementar el reconocimiento y generar atención con respecto a la información de beneficios y responsabilidad social que incluye.

Para ello, se trabajará con creadores de contenido previamente preseleccionados para trabajar como embajadores de la marca, para ello deben contar con un objetivo cafetero interesado en conocer las diferentes propuestas del mercado del café.

### **6.3 Estrategia de Diferenciación.**

#### **Estrategia de ingredientes naturales y salud digestiva:**

- Desarrollar una campaña de marketing que resalte los beneficios para la salud digestiva de los ingredientes naturales como el jengibre, la canela y la miel en "Pachamama Coffee".
- Introducir una línea de productos específicamente diseñada para mejorar la salud gastrointestinal, enfocándose en consumidores con sensibilidades gástricas.

- Colaborar con expertos en salud gastrointestinal para respaldar científicamente los beneficios de los ingredientes naturales en la digestión y promover estas asociaciones en la comunicación de la marca.

**Estrategia de Reducción de Acidez y Sabor Suave:**

- Posicionar "Pachamama Coffee" como la opción ideal para aquellos que buscan un café suave para el estómago debido a su reducción de acidez.
- Desarrollar materiales de marketing que destaquen cómo la reducción de acidez hace que el café sea más suave y agradable para el estómago, sin comprometer el sabor.
- Ofrecer degustaciones en tiendas y eventos para permitir a los consumidores experimentar de primera mano el sabor suave y la digestibilidad de "Pachamama Coffee".

**Estrategia de Compromiso con la Calidad del Grano y Sostenibilidad:**

- Comunicar el compromiso de "Pachamama Coffee" con la calidad del grano orgánico y prácticas agrícolas sostenibles a través de etiquetas distintivas y mensajes en el empaque.
- Hay que destacar historias de productores locales y prácticas agrícolas sostenibles en la campaña de marketing para resaltar la autenticidad y la procedencia de los granos utilizados en "Pachamama Coffee".

- Establecer programas de trazabilidad que permitan a los consumidores rastrear el origen de los granos utilizados en cada lote de café, reforzando la transparencia y la confianza en la marca.

#### **6.4 Presupuesto de Marketing**

Para iniciar con el presupuesto identificamos necesidades y posibles soluciones ante el mercado cafetero y el mercado de alimentación saludable.

1. Crear conciencia a la marca debido al desconocimiento de una café que reduzca la acidez estomacal.
2. Generar interés en el producto priorizando la atención a los consumidores.
3. Construir una base de cliente este es un objetivo a largo plazo para asegurar la viabilidad del negocio.
4. Se monitoreará y ajustará dependiendo del desempeño de cada actividad de marketing y ajuste de estrategia según los resultados obtenidos.

Concepto de Gasto	Costo estimado
Marketing Digital	\$750.00
Eventos locales	\$450.00
Publicidad en medios impresos	\$300.00
<b>Total</b>	<b>\$1500.00</b>

**Ilustración 15. Concepto de Gastos**

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

**1. Publicidad en redes sociales.**

Este presupuesto cubrirá los costos de la publicidad en plataformas como Facebook, Instagram y Twitter, de esta forma se podrá aumentar el tráfico a las redes de Pachamama Coffee y promover sus productos entre el mercado meta.

**2. Marketing de influencers.**

Se destinarán fondos para el trabajo en colaboración con influencers y creadores de contenido en redes sociales los cuales cumplan con el perfil que necesita la marca, además de tener una línea de seguidores a la cual la marca desea dirigirse para fomentar los leads.

**3. Eventos locales direccionados al mercado cafetero.**

Gastos relacionados con la organización y participación en eventos de café y sostenibilidad, como ferias comerciales, conferencias y afines en las cuales Pachamama Coffee puede exhibir sus productos y establecer conexiones con clientes potenciales.

**4. Marketing de Contenido**

Gastos destinados a la creación de alta calidad, como contenido de valor, reels y blogs para la página web que eduquen, entretengan y comprometan a la audiencia de Pachamama Coffee en línea.

### **5. Email Marketing y automatización**

Recursos para herramientas de email marketing, así como para la creación y envío de boletines informativos y campañas automatizadas que mantengan la participación del cliente y fomenten las ventas repetidas de productos.

### **6. Promociones y descuentos.**

Fondos asignados para promociones de ventas, descuentos especiales y ofertas promocionales en productos posicionados dentro de establecimientos en convenio y compras al por mayor.

### **7. Publicidad en medios impresos.**

Fondos asignados para anuncios en revistas especializadas de café, periódicos locales y otros medios impresos selectos que lleguen a la audiencia objetivo a la que la marca procura apuntar para incrementar el reconocimiento dentro del mercado cafetero.

### **8. Diseño y producción de material de marketing.**

Costos relacionados con el diseño y la producción de materiales de marketing impresos y digitales, como catálogos, infográficos que promocionen historia, valores e información relevante acerca de la sostenibilidad, compromiso social y la calidad de los productos.

### **7. Evaluación Financiera.**

### 7.1. Inversión Inicial.

La inversión inicial de Pachamama Coffee es de \$30.817,35, este valor fue calculado en base a la inversión requerida de maquinaria que será utilizada para la producción, el equipo de oficina y la suma de los costos variables-fijos para los tres primeros meses de operaciones. Esta inversión inicial se divide en 25% capital propio y 75% préstamo

BALANCE DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
AREA	MAQUINARIA Y EQUIPO	unidades/ m2	PRECIO	TOTAL
Producción	Maquina moladora/tostadora	1	\$ 600,00	\$ 600,00
	Balanza industrial	2	\$ 120,00	\$ 240,00
	Contenedores plástico industrial con tapa bisagra	10	\$ 30,00	\$ 300,00
	Kit utensilios acero quirurgico	2	\$ 150,00	\$ 300,00
	Estanteria	3	\$ 200,00	\$ 600,00
	Carretilla de carga	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Oficinas	Escritorio ejecutivo	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	Escritorio sencillo	2	\$ 120,00	\$ 240,00
	Sillas ejecutivas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	Silla sencilla	2	\$ 60,00	\$ 120,00
	Computadoras	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
	Impresoras	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	Central de Aire Acondicionado	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Camaras de seguridad	4	\$ 100,00	\$ 400,00	
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 5.210,00</b>

**Ilustración 16. Balance de Maquinarias y Equipos.**

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

<b>Costos Variables/ No operativos</b>			
<b>Costos Variables/ No operativos</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>3 Meses</b>
Gastos de suministros	100	1200	300
Materia Prima 1 (café)	1640,00	19680	4919,99
Materia Prima 2 (jengibre)	73,34	880,02	220,01
Materia Prima 3 (canela)	124,53	1494	373,58
Materia Prima 4 (vainilla)	395,71	4749	1187,14
Empaque	490	5880	1470
Gastos de Publicidad	1500	18000	4500
Gastos Electricidad	400	4800	1200
Creación de Pagina Web	600	600	600
<b>Total de Costos Variables</b>	<b>5323,57</b>	<b>57282,86</b>	<b>14770,71</b>

**Ilustración 17. Costos Variables no operativos**

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

<b>Costos Fijos/Operativos</b>			
<b>Costos Fijos/Operativos</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>3 Meses</b>
Gastos de Servicios Básicos	50	600	150
Gastos de Internet	25	300	75
Gastos de Telefono	15	180	45
Gastos de Limpieza/Mantenimiento	150	1800	450
Gastos de Sueldos	2000	24000	6000
Gastos de interes	208,10	2497,20	624,3
Gastos de Arriendo	1000	12000	3000
Gastos legales	83,33	1000	250
Gastos de Depreciacion	80,78	969	242,33
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>3612,21</b>	<b>43346,53</b>	<b>10837</b>

**Ilustración 18. Costos Fijos Operativos.**

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

## 7.2. Presupuesto de venta

El presupuesto de ventas se calculó en base a la participación de mercado objetivo 3% y utilizando porcentajes de consumo por producto referenciales obtenidos en el focus group realizado, donde se estima que el 65% de los consumidores comprarían el sabor canela y el 35% compraría el sabor. En base a estos datos se espera vender 19819 unidades o \$113.016,01 durante el primer año.

Estimación de demanda anual de productos de Pachamama coffe		
	1229738	# de habitantes en GYE que son consumidores activos de café e interesados en productos saludables.
	1109470	# Personas que prefieren el café tostado y molido
TAM	825778	# Personas que compran café en tiendas y por su sabor
SAM	660623	% Interés generado en propuesta de valor PC según Focus Group
SOM	19819	Market Share 3% estimado (Anual)
Datos basados en investigación de mercado		

**Tabla 4. Estimación de demanda (Modelo TAM - SAM - SOM)**  
**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

Proyeccion de Demanda		
Año	Jengibre	Canela
2024	6937	12882

**Ilustración 19. Proyección de Demanda.**  
**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

	Precio	Ingresos
<b>Ventas</b>	6,45	\$ 44.740,67
	5,3	\$ 68.275,34
	<b>Totales</b>	<b>\$ 113.016,01</b>

**Ilustración 20. Ingresos por Productos.**

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

**7.3. Punto de Equilibrio.**

Para obtener un punto de equilibrio en ventas Pachamama Coffee debe vender 12713 unidades.

Costo fijo	\$ 43.346,53
Costo variable unitario	\$ 2,89
Precio	\$ 6,30
<b>Punto de equilibrio (Unidades)</b>	<b>12713</b>

**Ilustración 21. Punto de Equilibrio**

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

#### 7.4. Estados financieros

##### ESTADOS DE PERDIDAS Y GANANCIAS DE PACHAMAMA COFEE AL 31 DE DICIEMBRE

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Por ventas	\$ 113.016,01	\$ 116.406,49	\$ 119.898,69	\$ 123.495,65	\$ 127.200,51
(-) Costos de Producción	\$ 53.341,97	\$ 54.942,23	\$ 56.590,50	\$ 58.288,21	\$ 60.036,86
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 59.674,04</b>	<b>\$ 61.464,26</b>	<b>\$ 63.308,19</b>	<b>\$ 65.207,43</b>	<b>\$ 67.163,66</b>
(-) Gastos Operativos					
Gastos de ventas	1.000,00	1.035,00	1.071,23	1.108,72	1.147,52
Gastos Generales y Administrativos	26.880,00	27.820,80	28.794,53	29.802,34	30.845,42
Gastos de Depreciación	\$ 969,333	\$ 969,333	\$ 969,333	\$ 969,333	\$ 969,333
Gastos de Arrendamiento	\$ 12.000,00	\$ 12.420,00	\$ 12.854,70	\$ 13.304,61	\$ 13.770,28
Total Gasto Operativos	<b>\$ 40.849,33</b>	<b>\$ 42.245,13</b>	<b>\$ 43.689,79</b>	<b>\$ 45.185,00</b>	<b>\$ 46.732,55</b>
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 18.824,71</b>	<b>\$ 19.219,13</b>	<b>\$ 19.618,40</b>	<b>\$ 20.022,43</b>	<b>\$ 20.431,11</b>
(-) Menos Gastos por intereses	\$ 2.563,23	\$ 2.152,39	\$ 1.695,98	\$ 1.188,96	\$ 625,71
<b>Utilidad Neta antes de Impuesto</b>	<b>\$ 16.261,47</b>	<b>\$ 17.066,74</b>	<b>\$ 17.922,42</b>	<b>\$ 18.833,47</b>	<b>\$ 19.805,39</b>
(-) Impuestos	\$ -2.618,13	\$ -2.764,12	\$ -2.920,08	\$ -3.087,02	\$ -3.266,10
<b>Utilidad Netas Despues de Impuesto</b>	<b>\$ 13.643,35</b>	<b>\$ 14.302,62</b>	<b>\$ 15.002,34</b>	<b>\$ 15.746,45</b>	<b>\$ 16.539,29</b>

#### Ilustración 22. Estados de Pérdidas y Ganancias

Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
% De Costos Operativos	3,50%	% costos no operativos		Participación de Trabajadores		15%
	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ingresos Café Jengibre		\$ 44.740,67	\$ 46.082,89	\$ 47.465,37	\$ 48.889,33	\$ 50.356,01
Ingresos Café Canela		\$ 68.275,34	\$ 70.323,61	\$ 72.453,31	\$ 74.606,31	\$ 76.844,50
<b>Total de Ingresos</b>		<b>\$ 113.016,01</b>	<b>\$ 116.406,49</b>	<b>\$ 119.898,69</b>	<b>\$ 123.495,65</b>	<b>\$ 127.200,51</b>
<b>Costos No Operacionales</b>						
Gastos de suministros	1,06%	\$ 1.200,00	\$ 1.236,00	\$ 1.273,08	\$ 1.311,27	\$ 1.350,61
Gastos de Publicidad	15,93%	\$ 18.000,00	\$ 18.540,00	\$ 19.096,20	\$ 19.669,09	\$ 20.259,16
Materia Prima 1	17,41%	\$ 19.679,95	\$ 20.270,35	\$ 20.878,46	\$ 21.504,81	\$ 22.149,95
Materia Prima 2	0,78%	\$ 880,02	\$ 906,43	\$ 933,62	\$ 961,63	\$ 990,48
Materia Prima 3	1,32%	\$ 1.494,33	\$ 1.539,16	\$ 1.585,33	\$ 1.632,89	\$ 1.681,88
Materia Prima 4	4,20%	\$ 4.748,56	\$ 4.891,01	\$ 5.037,74	\$ 5.188,87	\$ 5.344,54
Empaque	5,20%	\$ 5.880,00	\$ 6.056,40	\$ 6.238,09	\$ 6.425,23	\$ 6.617,99
Gastos de electricidad	4,25%	\$ 4.800,00	\$ 4.944,00	\$ 5.092,32	\$ 5.245,09	\$ 5.402,44
Creación de pagina web	0,53%	\$ 600,00	\$ 618,00	\$ 636,54	\$ 655,64	\$ 675,31
<b>Total costos no operativos</b>		<b>\$ 57.282,86</b>	<b>\$ 59.001,34</b>	<b>\$ 60.771,38</b>	<b>\$ 62.594,52</b>	<b>\$ 64.472,36</b>
<b>Costos Operativos</b>						
Gastos de Servicios Básicos		\$ 600,00	\$ 621,00	\$ 642,74	\$ 665,23	\$ 688,51
Gastos de Internet		\$ 300,00	\$ 310,50	\$ 321,37	\$ 332,62	\$ 344,26
Gastos de Telefono		\$ 180,00	\$ 186,30	\$ 192,82	\$ 199,57	\$ 206,55
Gastos de Limpieza/Mantenimiento		\$ 1.900,00	\$ 1.863,00	\$ 1.928,21	\$ 1.995,69	\$ 2.065,54
Gastos de Sueldos		\$ 24.000,00	\$ 24.840,00	\$ 25.709,40	\$ 26.609,23	\$ 27.540,55
Gastos de Arriendo		\$ 12.000,00	\$ 12.420,00	\$ 12.854,70	\$ 13.304,61	\$ 13.770,28
Gastos legales		\$ 1.000,00	\$ 1.035,00	\$ 1.071,23	\$ 1.108,72	\$ 1.147,52
Gastos de Depreciacion		\$ 969,33	\$ 969,33	\$ 969,33	\$ 969,33	\$ 969,33
<b>Total Costos Operativos</b>		<b>\$ 40.849,33</b>	<b>\$ 42.245,13</b>	<b>\$ 43.689,79</b>	<b>\$ 45.185,00</b>	<b>\$ 46.732,55</b>
UAII		\$ 14.833,82	\$ 15.160,02	\$ 15.437,52	\$ 15.716,12	\$ 15.995,61
Gastos de interes		\$ 2.563,23	\$ 2.152,39	\$ 1.695,98	\$ 1.188,96	\$ 625,71
<b>Utilidad antes de participacion e impuestos</b>		<b>\$ 12.320,59</b>	<b>\$ 13.007,63</b>	<b>\$ 13.741,53</b>	<b>\$ 14.527,16</b>	<b>\$ 15.369,89</b>
15% Participacion de Trabajadores		\$ 1.848,09	\$ 1.951,14	\$ 2.061,23	\$ 2.179,07	\$ 2.305,48
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>\$ 10.472,50</b>	<b>\$ 11.056,48</b>	<b>\$ 11.680,30</b>	<b>\$ 12.348,08</b>	<b>\$ 13.064,41</b>
Impuestos 25%		\$ -2.618,13	\$ -2.764,12	\$ -2.920,08	\$ -3.087,02	\$ -3.266,10
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$ 7.854,38</b>	<b>\$ 8.292,36</b>	<b>\$ 8.760,23</b>	<b>\$ 9.261,06</b>	<b>\$ 9.798,31</b>
<b>Gastos de Depreciacion</b>		<b>\$ 969,33</b>	<b>\$ 969,33</b>	<b>\$ 969,33</b>	<b>\$ 969,33</b>	<b>\$ 969,33</b>
Inversion	-30817,35					
Préstamo	23113,01					
Amortización		\$ -3.704,63	\$ -4.115,47	\$ -4.571,87	\$ -5.078,90	\$ -5.642,15
Capital de trabajo	-8230,28					
Recuperacion Capital de Trabajo						
Valor de desacho						
<b>Flujo de Caja</b>	<b>-15.934,62</b>	<b>\$ 5.119,08</b>	<b>\$ 5.146,23</b>	<b>\$ 5.157,69</b>	<b>\$ 5.151,50</b>	<b>\$ 5.125,49</b>

Ilustración 23. Flujo de Caja Proyectado.

Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)

Pachamama Coffee Estado de situación financiera Al 21 de Diciembre 2024			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<u>Activos corrientes</u>		<u>Pasivos corrientes</u>	
Banco	\$ 111.609,28	Sueldos	\$ 24.000,00
		Proveedores	\$ 57.282,86
<b>Total activos corrientes</b>	<b>\$ 111.609,28</b>	<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>\$ 81.282,86</b>
<u>Activo no corriente</u>		<u>Pasivos no corrientes</u>	
Maquina moladora	\$ 600,00	Prestamo a largo plazo	\$ 19.408,38
(-) Depreciación acumulada	\$ -60,00	<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>\$ 19.408,38</b>
Balanza industrial	\$ 240,00		
(-) Depreciación acumulada	\$ -24,00	<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 100.691,24</b>
Equipos de producción	\$ 1.360,00		
(-) Depreciación acumulada	\$ -136,00	<b>PATRIMONIO</b>	
Equipos de computación	\$ 1.350,00	Capital accionario	\$ 7.704,34
(-) Depreciación acumulada	\$ -450,00	Utilidad	\$ 7.854,38
Equipos de oficina	\$ 2.060,00	<b>Total patrimonio</b>	<b>\$ 15.558,72</b>
(-) Depreciación acumulada	\$ -299,33		
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>\$ 4.640,67</b>	<b>Total pasivo + patrimonio</b>	<b>\$ 116.249,95</b>
<b>Total activos</b>	<b>\$ 116.249,95</b>		

**Ilustración 24. Estado de Situación Financiera.**

**Fuente Propia: (Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , Mendoza Villacreses, & Turner Santos , 2024)**

**7.5. Indicadores Financieros**

Los siguientes indicadores financieros muestran un valor actual neto de \$892,62 y una tasa interna de retorno del 18.38%.

<b>TMAR</b>	<b>8,74%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$ 4.193,25</b>
<b>TIR</b>	<b>18,38%</b>

<b>WACC</b>	<b>8,74%</b>
-------------	--------------

**Ilustración 25. Indicadores Financieros**

**Elaboración Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

Pachamama Coffe proyecta recuperar su inversión al cuarto año de operaciones.

PAYBACK						
	Año 0	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de efectivo	\$ (15.934,62)	\$ 5.119,08	\$ 5.146,23	\$ 5.157,69	\$ 5.151,50	\$ 5.125,49
Flujo de efectivo descontado	\$ (15.934,62)	\$ 4.707,72	\$ 4.732,68	\$ 4.743,22	\$ 4.737,53	\$ 4.713,61
Flujo de efectivo descontado acumulado	\$ (15.934,62)	\$ (11.226,90)	\$ (6.494,23)	\$ (1.751,01)	\$ 2.986,52	\$ 7.700,14

### Ilustración 26. Payback

**Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)**

## 8. Conclusiones y Recomendaciones.

Las conclusiones de esta investigación resaltan la relevancia y el potencial de la integración de productos naturales en la industria del café. Se ha demostrado que la combinación de café con ingredientes naturales como canela, jengibre y vainilla no solo añade valor sensorial al producto, en términos de sabor y aroma, sino que también proporciona beneficios percibidos para la salud, lo que resuena con las crecientes preferencias de los consumidores por opciones más saludables y naturales.

La respuesta positiva de los consumidores hacia este tipo de café, evidenciada a través de pruebas de sabor, Focus Group y entrevistas, respalda la viabilidad comercial de esta propuesta. La aceptación del mercado sugiere un nicho prometedor para productos de café enriquecidos con ingredientes naturales, lo que puede traducirse en oportunidades de diferenciación y expansión para las empresas del sector.

Las recomendaciones derivadas de esta investigación incluyen la consideración por parte de las empresas de café de la inclusión de productos naturales en su oferta, así como la exploración continua de nuevas combinaciones de ingredientes y su impacto en la percepción del consumidor. Esto no solo puede mejorar la competitividad de las marcas en un mercado saturado, sino que también puede fomentar la innovación y la creatividad en la industria del café.

Estas conclusiones tienen implicaciones significativas para la industria del café y para cualquier sector que busque innovar y adaptarse a las tendencias del mercado. La integración de productos naturales no solo puede mejorar la calidad del producto final, sino que también puede impulsar el compromiso del consumidor y la diferenciación en un mercado saturado. En última instancia, esta investigación subraya la importancia de la innovación continua y la atención a las demandas cambiantes de los consumidores en la industria alimentaria.

## 9. Referencias

Matute Uloa, G. H., Moran , N., & Tubay, C. (30 de Diciembre de 2023). *Prevalencia y factores de riesgo de problemas gastrointestinales en adultos de 25 a 40 años.*

Obtenido de <https://revistas.itsup.edu.ec/index.php/Higia/article/view/811>

Abril, L. (1 de 10 de 2022). *Ecuatorianos prefieren tomar tres tipos de café.* Obtenido de El comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/curiosidades/ecuatorianos-prefieren-tomar-tipos-cafe.html>

Abril, L. (05 de 10 de 2022). *El café, que este 1 de octubre celebra su Día Internacional, es una de las bebidas predilectas de los ecuatorianos.* Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/curiosidades/ecuatorianos-prefieren-tomar-tipos-cafe.html>

Almax. (8 de septiembre de 2020). *Almax.* Obtenido de <https://www.almax.com/blog/acidez-2/especias-condimentos-te-haran-triunfar-librarte-la-acidez/>

Amazonical. (13 de Diciembre de 2021). *¿El café provoca acidez, inflamación y gases?* Obtenido de <https://amazonical.com/blog/el-cafe-produce-gases/#:~:text=%C2%BFEl%20caf%C3%A9%20provoca%20acidez%2C%20inflamaci%C3%B3n%20y%20gases%3F%20,El%20mejor%20caf%C3%A9%20para%20evitar%20problemas%20gastrointestinales%20>

Ana, P. (27 de abril de 2023). *Perfect Daily Grind.* Obtenido de <https://perfectdailygrind.com/es/2023/04/29/cafe-problemas-estomacales/>

Astudillo, G. (23 de 01 de 2023). *Las exportaciones de café y elaborados llegaron a USD 106,6 millones entre enero y noviembre de 2022. Es un 68% más que en 2021.*

Obtenido de El Comercio:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/exportacion-cafe-ecuatoriano-especialidad-crecio.html>

Banco Central del Ecuador. (12 de 2022). *Presentación Coyuntural Estadísticas*

*Macroeconómicas*. Obtenido de

<https://contenido.bce.fin.ec//documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro122022.pdf>

Bentacour, D. (05 de Julio de 2016). *Cómo hacer un árbol de problemas*. Obtenido de

<https://www.ingenioempresa.com/arbol-de-problemas/>

Bohorquez Gilbert, A., Mendoza Villacreses, D., Prado Guevara, A., & Turner Santos, P.

(2023).

Cafe 1820. (2019). *Beneficios del café negro*. Obtenido de <https://cafe1820.com/beneficios-del-cafe-negro/>

CAMAE Cámara Marítima del Ecuador. (17 de 08 de 2022). *CAMAE*. (A. Candelario,

Editor) Obtenido de Café y cacao: <http://www.camae.org/cacao/cafe-y-cacao-aliados-tradicionales-de-la-reactivacion-economica/>

Cavero, J. (21 de Mayo de 2023). *Wikitips* . Obtenido de Cavero, J. (2023, 23 mayo).

Monetización - MentorDay WikiTips. mentorDay WikiTips.

<https://mentorday.es/wikitips/monetizacion/#:~:text=La%20monetizaci%C3%B3n%20se%20refiere%20al,de%20convertir%20algo%20en%20dinero.>

Centro de información Café y Salud. (10 de Febrero de 2021). *Efectos del café y sus componentes sobre el tracto gastrointestinal y el eje cerebro-intestinal*. Obtenido de <https://www.cicas.es/noticias/efectos-del-cafe-y-sus-componentes-sobre-el-tracto-gastrointestinal-y-el-eje-cerebro-intestinal>

Chef Turista. (21 de Agosto de 2021). *Café con Jengibre Mezcla*. Obtenido de [https://www.youtube.com/shorts/\\_p8HdLEq5Y0?feature=share](https://www.youtube.com/shorts/_p8HdLEq5Y0?feature=share)

Coba, G. (30 de 09 de 2022). *Tras la pandemia, aumenta el consumo de productos saludables*. Obtenido de Premicias: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/consumo-productos-saludables-ecuador/>

EL MISIONERO. (09 de 2021). *Café una bebida universal*. Obtenido de PERIÓDICO OFICIAL DE LA UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADO: [http://archivo.uagraria.edu.ec/web/el\\_misionero/El-Misionero-876.pdf](http://archivo.uagraria.edu.ec/web/el_misionero/El-Misionero-876.pdf)

Fake , C., & Ries , E. (2020). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radively Successful Businesses*. New York: Currency.

*Fastercapital*. (22 de diciembre de 2023). Obtenido de <https://fastercapital.com/es/contenido/Exploramos-los-principales-modelos-de-monetizacion-de-sitios-web-y-cual-es-el-adecuado-para-ti.html>

Forum del café. (07 de Septiembre de 2020). *Café y salud digestiva*. Obtenido de <https://www.forumdelcafe.com/noticias/cafe-salud-digestiva>

Fred, D. (2020). *Strategic Management*. Pearson Education: New Jersey.

Hostelvending. (2023). *El consumo de café se dispara, hay vida más allá de los millenials*. Obtenido de Hostelvending.com: [https://www.hostelvending.com/noticias-vending/el-consumo-de-cafe-se-dispara-hay-vida-mas-alla-de-los-millenials#:~:text=La%20franja%20de%20edad%20que,a%2064%20a%C3%B1os%20\(89%25\)](https://www.hostelvending.com/noticias-vending/el-consumo-de-cafe-se-dispara-hay-vida-mas-alla-de-los-millenials#:~:text=La%20franja%20de%20edad%20que,a%2064%20a%C3%B1os%20(89%25)).

IMC Brasil. (2023). Obtenido de <http://www.imcbrasil.com/clientes-e-projetos/natura/>

INEC Instituto Nacional de estadísticas y censos. (03 de 10 de 2023). *EL NUEVO ROSTRO DE GUAYAS*. Obtenido de [Ecuadorcifras.gob.ec](http://Ecuadorcifras.gob.ec): [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/el-nuevo-rostro-de-guayas/#:~:text=Guayaquil%2C%20Ecuador%20\(03%20de%20octubre,292%20\(49%2C1%25\)](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/el-nuevo-rostro-de-guayas/#:~:text=Guayaquil%2C%20Ecuador%20(03%20de%20octubre,292%20(49%2C1%25)).

Interactemos. (2023). *¿Qué es la ideación y cómo prepararse para las sesiones de ideación?* Obtenido de <https://www.interactemos.com/que-es-la-ideacion-y-como-prepararse-para-las-sesiones-de-ideacion/>

Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2020). *Exploring Strategy: Text and Cases*. Harlow, UK: Pearson Education.

Jonathan, G. (20 de febrero de 2022). *Manual MSD*. Obtenido de

<https://www.msmanuals.com/es-ec/hogar/trastornos-gastrointestinales/s%C3%ADntomas-de-los-trastornos-digestivos/hipo>

Medix. (12 de 03 de 2022). *La gastritis se refiere al conjunto de enfermedades asociadas a la inflamación del revestimiento del estómago. Ingresar a Medix y conocer todo sobre la gastritis*. Obtenido de Medix: <https://medix.com.mx/todo-lo-que-debes-saber-sobre-la-gastritis/>

Ministerio de agricultura y ganadería Ecuador. (2023). *Gobierno Nacional Ecuatoriano*.

Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/magap-ejecuta-proyecto-de-reactivacion-de-la-caficultura-ecuatoriana/>

Mundo del Café. (2023). *Que pasa si tomo café con jengibre*. Obtenido de

[https://mundodelcafe.es/que-pasa-si-tomo-cafe-con-jengibre/?expand\\_article=1](https://mundodelcafe.es/que-pasa-si-tomo-cafe-con-jengibre/?expand_article=1)

National Library of Medicine. (19 de agosto de 2021). Obtenido de National Library of

Medicine: <https://medlineplus.gov/spanish/caffeine.html>

Núñez, A., & Torrón, S. (23 de Septiembre de 2023). *Los 7 grupos de personas que no*

*deben tomar café*. Obtenido de <https://www.businessinsider.es/7-grupos-personas-nunca-deberian-tomar-cafe-1294604>

Prado Guevara, A., Bohorquez Gilbert, A., Mendoza Villacreses, D., & Turner Santos, P.

(2024).

Salazar Gómez, C. A., & García-Peña, C. A. (2020). Grupos focales: una herramienta para la investigación cualitativa en salud. Colombia: Colombiana de Salud Pública,.

Torres Arriaga , M. G. (Junio de 2019). *Modelo de las cinco fuerzas de Porter*. Obtenido de [http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3043/3/Modelo\\_cinco\\_fuerzas\\_Porter%20%281%29.pdf](http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3043/3/Modelo_cinco_fuerzas_Porter%20%281%29.pdf)

Turner Santos, P., Prado Guevara, A., Bohorquez Gilbert , A., & Mendoza Villacreses, D. (2024).

Vargas Cajamarca, M. J. (05 de 2021). *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*. Obtenido de Análisis de mercado para el procesamiento y comercialización de café tostado y molido, cantón Marcabell: <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/382>

Vásconez, L. (23 de enero de 2023). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/exportacion-cafe-ecuatoriano-especialidad-crecio.html>

## 10. Anexos

**Evaluación de la aceptación de Pachamama Coffee: Un estudio de percepción del consumidor**

Este estudio busca entender cómo los consumidores perciben y aceptan el café orgánico saludable. Con un breve cuestionario de 10 preguntas, recopilaremos datos sobre el aroma, sabor, frescura, precio y otros aspectos importantes. Su participación es fundamental para comprender las preferencias y necesidades de los amantes del café saludable. Gracias

1. Rango de edad

- De 18 a 25 años
- De 26 a 33 años
- De 34 a 41 años
- Más de 41 años

2. Según su dieta que tipo de café consume más:

- Café Soluble
- Café de pasar

3. En una escala del 1 al 5, donde 5 es "muy familiarizado" y 1 es "nada familiarizado" califique. ¿Cuál es su nivel de conocimiento de propuestas de bebidas saludables tales como "Pachamama Coffee"?

Nivel de conocimiento de presentaciones de café saludable.

1   2   3   4   5

### Anexo 1 Modelo de análisis de focus group

**Fuente:** (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)

4. En una escala del 1 al 5, donde 5 es "muy interesado" y 1 es "nada interesado", califique su interés por la propuesta de valor de la marca "Pachamama Coffee". Un café de pasar que ofrece beneficios a su salud y cuida su sistema gastrointestinal.

	1	2	3	4	5
Nivel de interés	<input type="radio"/>				

5. Bajo su percepción, en una escala del 1 al 5, donde 5 es "muy positiva" y 1 "nada agradable", califique su experiencia consumiendo una taza de café "Pachamama Coffee".

	1	2	3	4	5
Canela	<input type="radio"/>				
Jengibre	<input type="radio"/>				

6. ¿Considera que el café con ingredientes naturales como jengibre, canela y vainilla pueden ofrecer beneficios para su salud?

Sí

No

No estoy seguro

### Anexo 2 Modelo de análisis de focus group

Fuente Propia: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)

7. Bajo su percepción, en una escala del 1 al 5, donde 5 es lo "más destacable" y 1 es lo "menos destacable", califique ¿Cuál es la característica más importante que destaca de la marca Pachamama Coffee?

	1	2	3	4	5
Sabor	<input type="radio"/>				
Calidad nutricional	<input type="radio"/>				
Aroma	<input type="radio"/>				
Precio	<input type="radio"/>				
Origen	<input type="radio"/>				
Presentación y Empaque	<input type="radio"/>				

8. Bajo su percepción, en una escala del 1 al 5, donde 5 es "totalmente de acuerdo" y 1 es "totalmente en desacuerdo", califique ¿Qué tan de acuerdo está con el precio de la propuesta de valor de Pachamama Coffee en sus presentación Canela (\$5,30) y Jengibre (\$6,45)?

	1	2	3	4	5
Nivel de aceptación	<input type="radio"/>				

9. Según su análisis de las propuesta de Pachamama Coffee ¿Qué presentación de sabor le parece más atractiva?

Pachamama Coffee "Jengibre"

Pachamama Coffee "Canela"

10. En una escala del 1 al 5 donde 5 es "muy atractivo" y 1 es "nada atractivo", califique su percepción sobre el empaque "Pachamama Coffee".

	1	2	3	4	5
Nivel de interés por diseño	<input type="radio"/>				

11. ¿Por qué elegirías "Pachamama Coffee"?

Escriba su respuesta

Puede imprimir una copia de su respuesta después de enviarla

### Anexo 3 Modelo de análisis de focus group

Fuente: (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)



**Ilustración 27 Focus Group Pachamama Coffee**

**Fuente Propia:** (Turner Santos, Prado Guevara, Bohorquez Gilbert , & Mendoza Villacreses, 2024)