



XIV FERIA FACULTATIVA

DE EMPRENDEDURISMO INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

CATEGORÍA EMPRENDIMIENTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Cafetería “COFTU”

INTEGRANTES

Marieth Plata Veizaga 224059459

Jhoselin Arandia Alcocer 224034162

Mariana Oropeza Daco 224058193

Sarita Reina Limón 224074350

DOCENTE GUIA

MSC Rosa Lia Arandia Orellana

INDICE

INTRODUCCION	1
1. JUSTIFICACION	2
2. OBJETIVOS.....	2
2.1. Objetivos Generales.....	2
2.2. Objetivos Especificos	2
3. DESARROLLO DEL TEMA.....	3
3.1. Misión	3
3.2. Visión.....	3
3.3. Breve descripción del negocio	3
3.4. Estudio de Mercado	4
3.4.1. Segmento de Mercado	4
3.4.2. Análisis de competencia	5
3.4.3. Factor diferenciador	5
3.5. Estrategia de Precios.....	6
3.5.1. Estructura de Precios	6
3.5.2. Estrategia de Distribución	9
3.5.3. Estrategia de Comunicación	10
4. CONCLUSION.....	10
5. RECOMENDACIÓN.....	11

INTRODUCCION

En un entorno donde el consumidor busca experiencias auténticas, productos sostenibles y una conexión emocional con las marcas, COFTU surge como una propuesta innovadora dentro del mercado del café de especialidad en Bolivia. Esta sección presenta la base estratégica sobre la cual se construye el negocio, definiendo su misión, visión y objetivos clave que orientan su accionar.

A través de una combinación de calidad artesanal, enfoque comunitario y diferenciación ecológica como su exclusivo café servido en vasos comestibles, COFTU aspira a posicionarse como un referente nacional en experiencias cafeteras únicas. El planteamiento estratégico no solo define el propósito y los valores de la marca, sino que también traza un camino claro hacia su consolidación y expansión, alineando sus esfuerzos con las necesidades del mercado y las tendencias de consumo responsables e innovadoras.

La misión, visión y los objetivos específicos de COFTU reflejan un compromiso integral con la excelencia en el servicio, la sostenibilidad, la educación del consumidor y la conexión emocional con sus clientes. Este enfoque se traduce en un modelo de negocio escalable que no solo busca rentabilidad, sino también impacto social y ambiental positivo.

1. JUSTIFICACION

El proyecto COFTU nace con la intención de innovar en el mercado del café de especialidad en Santa Cruz de la Sierra, respondiendo a una creciente demanda por productos de alta calidad que además sean sostenibles y originales. La propuesta de servir café en vasos comestibles elaborados con galletas artesanales no solo aporta un valor diferencial único en la región, sino que también atiende las tendencias actuales de consumo responsable y ecológico.

Además, COFTU busca ofrecer una experiencia integral que va más allá del café, creando un espacio acogedor y moderno que fomente la interacción social, el trabajo y el aprendizaje, principalmente dirigido a un público joven, universitario y profesional. Esto permite cubrir un segmento de mercado con potencial de crecimiento, poco atendido por las cafeterías tradicionales, que suelen enfocarse en un público más reducido y técnico.

El modelo de negocio incluye una estrategia clara y estructurada para posicionarse en el mercado, con objetivos definidos que garantizan calidad, innovación constante, responsabilidad social y ambiental, así como un manejo eficiente de recursos. Esto permite anticipar la sostenibilidad y escalabilidad del emprendimiento.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivos Generales

- Ofrecer una experiencia de café única y memorable, combinando productos de alta calidad con un ambiente acogedor.
- Consolidarse como una marca local reconocida por su innovación, responsabilidad social y excelencia en el servicio.

2.2. Objetivos Especificos

- Utilizar granos de café seleccionados y procesos artesanales para garantizar sabor y frescura en cada bebida.
- Lograr un índice de satisfacción del cliente superior al 90% mediante un servicio personalizado y eficiente.
- Introducir al menos un nuevo producto o bebida cada trimestre para mantener la oferta atractiva y dinámica.

- Evaluar la posibilidad de abrir una segunda sucursal o formato móvil (como un coffee truck) después del segundo año de operaciones.

3. DESARROLLO DEL TEMA

3.1. Misión

En Coftu, ofrecemos café de especialidad con un enfoque en la calidad, la experiencia del cliente y la conexión comunitaria. Nos dedicamos a transformar cada visita en un momento memorable, combinando granos cuidadosamente seleccionados, procesos artesanales y un ambiente acogedor que invita a quedarse. Nuestro compromiso es brindar una experiencia inclusiva y accesible, donde cada taza cuente una historia y cada cliente se sienta parte de algo especial. En Coftu, el café es el medio, pero la experiencia es el verdadero valor.

3.2. Visión

Nuestra visión es posicionar a Coftu como una marca líder en el mercado del café de especialidad a nivel nacional, reconocida por su autenticidad, calidad constante y cercanía con las personas. Buscamos expandirnos de manera estratégica, desarrollando una red de cafeterías que mantengan una identidad coherente pero adaptada a cada comunidad local. A través de una propuesta diferenciada que equilibra lo artesanal con lo innovador, queremos construir un modelo de negocio escalable, sostenible y emocionalmente conectado con el cliente.

3.3. Breve descripción del negocio

COFTU es una cafetería innovadora ubicada en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, que revoluciona la forma tradicional de consumir café mediante una propuesta única y ecológica: servir el café en vasos comestibles elaborados con galletas artesanales. Este concepto no solo transforma el acto cotidiano de tomar café en una experiencia multisensorial, sino que también responde a las crecientes demandas del consumidor moderno por productos sostenibles, originales y amigables con el medio ambiente.

La esencia de COFTU no está únicamente en el producto, sino en la experiencia integral que ofrece. Desde la ambientación del local acogedora, moderna y pensada para inspirar creatividad hasta la presentación visualmente atractiva de sus bebidas, cada elemento está diseñado para conectar emocionalmente con el cliente. El objetivo es brindar un espacio

que invite a relajarse, trabajar, socializar y compartir, tanto presencialmente como en redes sociales, gracias a su propuesta “instagrameable”.

Además del café servido en vasos comestibles, COFTU contará con una variedad de bebidas calientes y frías (como capuchinos, lattes y frappés), así como opciones de snacks dulces y salados de producción local. Todos los ingredientes serán seleccionados cuidadosamente, priorizando la calidad, el origen local y el compromiso con prácticas responsables.

La cafetería está dirigida especialmente a jóvenes universitarios, profesionales, turistas y amantes del café que buscan una experiencia distinta y consciente. La propuesta combina innovación gastronómica, conciencia ambiental y diseño, diferenciándose completamente del modelo tradicional de cafeterías en Santa Cruz.

3.4. Estudio de Mercado

3.4.1. Segmento de Mercado

N	Segmento	Perfil de Segmento
1	Consumidor Final	Jóvenes de 18 a 35 años, universitarios y profesionales, con conciencia ecológica y gusto por lo novedoso. Ubicados en zonas urbanas con alto movimiento.
2	Empresas y eventos	Organizadores de eventos, oficinas, eco-friendly y personalizadas.

3.4.2. Análisis de competencia

Criterio de Evaluación	Café Patrimonio Bolivia	Café Buena Vista	Alexander Coffee	COFTU
Precio promedio (capuchino)	Bs 17 – 25	Bs 15 – 20	Bs 18 – 22	Bs 12 – 16
Calidad del café	Alta (especialidad)	Alta (tostado propio)	Media-Alta (comercial)	Alta (orgánico y artesanal)
Presentación	Tradicional	Tradicional	Estándar	Innovadora (vaso comestible)
Ambiente	Acogedor, artístico	Minimalista, moderno	Casual, urbano	Creativo, eco-friendly
Atención al cliente	Personalizada	Profesional	Eficiente	Cercana y experiencial
Variedad de productos	Amplia (jugos, snacks)	Enfocada en café	Amplia (pastelería, bebidas)	Media (bebidas y galletas)
Ubicación	Centro histórico	Barrio Sirari	Equipetrol	Zona universitaria/oficinas
Diferenciador clave	Cold brew, arte latte	Café de origen propio	Marca reconocida	Vaso comestible, cero residuos

3.4.3. Factor diferenciador

Coftu aprovecha una ventaja competitiva única en el mercado del café de especialidad: hacemos del café premium una experiencia accesible para todos, sin sacrificar la calidad ni el conocimiento del producto. La mayoría de las cafeterías de especialidad se enfocan en un público limitado y, a menudo, técnico, creando barreras para quienes buscan

un café de calidad, pero no tienen la familiaridad con el proceso detrás de él. Coftu rompe esa barrera.

Nuestra ventaja radica en tres pilares clave:

Café de calidad accesible: Mientras que muchas cafeterías de especialidad venden una experiencia exclusiva para conocedores, Coftu ofrece un café premium sin elitismos, brindando a todos la oportunidad de disfrutar de sabores excepcionales de manera sencilla y sin complicaciones.

Experiencia envolvente y educativa: Nuestro personal no solo es experto en café, sino también en servicio. Enseñamos a nuestros clientes sobre el origen de nuestros granos y las técnicas de preparación, sin pretensiones, invitándolos a aprender mientras disfrutan. Esto crea una conexión auténtica con la marca y convierte a nuestros clientes en embajadores de la experiencia.

Ambientes diseñados para quedarse: En Coftu, no solo vendemos café; ofrecemos un lugar donde las personas pueden trabajar, socializar y relajarse. Cada tienda está pensada para ser un espacio versátil, cómodo y acogedor, lo que aumenta el tiempo de permanencia y fomenta una mayor lealtad de nuestros clientes. Esto es una ventaja directa frente a competidores que no priorizan el ambiente o la experiencia del cliente de forma tan integral.

3.5. Estrategia de Precios

3.5.1. Estructura de Precios

Producto: Café negro simple en vaso comestible

- Costo de Producto: **7,50 Bs**
- Impuesto: incluido en precio
- Comisión de venta: no aplica
- Margen deseado: 60%
- Precio final sugerido: 12 Bs

Opciones premium: vaso relleno, topping personalizado, sabores especiales (+2 a 4 Bs).

Análisis económico

Este análisis considera el escenario base para el primer año de operaciones, con una estimación conservadora de ventas y costos mensuales.

Costos de Producción (unitarios)

Concepto	Costo Unitario (Bs)
Insumos vaso comestible	2,00
Insumos cafés (grano, leche, azúcar)	3,50
Toppings y decoración	0,50
Mano de obra directa	1,00
Gastos operativos proporcionales	0,50
Total Costo de Producción	7,50 Bs

Precio de Venta Promedio y Margen

Producto	Precio Venta (Bs)	Costo (Bs)	Utilidad Bruta (Bs)	Margen (%)
Café negro simple	12,00	7,50	4,50	60%
Capuchino / Latte	13,00	8,00	5,00	62,5%
Capuchino especial con toppings	14,00	8,50	5,50	64,7%
Café premium (decorado)	15,00	9,00	6,00	66,7%

Estimación de Ventas Mensuales

Indicador	Valor estimado
Vasos vendidos por día	60
Días operativos al mes	30
Total unidades vendidas/mes	1800

Indicador	Valor estimado
Precio promedio por unidad	12 Bs
Ingresos mensuales estimados	21600 Bs

Costos Fijos Mensuales

Concepto	Monto estimado (Bs)
Alquiler del local	3000
Servicios básicos (agua, luz, gas)	500
Sueldos (2 empleados base)	5000
Internet / Wifi	300
Publicidad y redes sociales	700
Mantenimiento e imprevistos	500
Total costos fijos mensuales	10000 Bs

Resumen Económico Mensual (Estimado)

Indicador	Valor (Bs)
Ingresos brutos	21600
Costo de ventas (1,800 x 7.50 Bs)	13500
Utilidad bruta	8100
Costos fijos	10000
Utilidad neta estimada	-1900 Bs

Interpretación:

En el primer mes (fase de arranque), la utilidad neta es casi nula o levemente negativa, lo cual es normal en negocios emergentes.

A medida que la clientela aumenta (por fidelización y marketing), los ingresos crecerán sin que los costos fijos aumenten al mismo ritmo.

El punto de equilibrio se alcanza vendiendo aproximadamente 1,820 cafés al mes (61 por día).

3.5.2. Estrategia de Distribución

Canales de Distribución Clave:

- **Cafetería en o cerca de universidades:** Ubicar la tienda física en inmediaciones de campus universitarios, con espacios cómodos para estudiar y reunirse. Wi-Fi gratuito, tomacorrientes accesibles y un ambiente relajado son esenciales.
- **Delivery en campus:** Ofrecer pedidos por WhatsApp, app propia o apps de delivery con entregas rápidas dentro del campus o a residencias estudiantiles.
- **Pick-up inteligente:** Sistema de pedidos anticipados para evitar filas. Ideal para estudiantes con tiempos ajustados entre clases.

Modalidades especiales para reuniones:

- **Reservas de espacios para grupos:** Crear zonas o mesas reservables para grupos de estudio o reuniones pequeñas. Ofrecer combos especiales para grupos (café + snacks).
- **Servicio de coffee break a domicilio:** Paquetes para reuniones, talleres o eventos universitarios. Incluye termos de café, bocadillos y utensilios desechables, con entrega directa a aulas o salones.

Alianzas estratégicas:

- Con facultades, centros de estudiantes o clubes académicos para patrocinar eventos, ferias y charlas, entregando café gratuito o con descuento.

- Promociones con apps de organización de tareas o plataformas educativas.

Experiencia adaptada al público:

- Menú accesible en precio, con opciones saludables, veganas o energéticas.
- Tarjetas de fidelidad o recompensas para estudiantes frecuentes.
- Ambientación moderna, juvenil y funcional para el estudio.

3.5.3. Estrategia de Comunicación

Estrategia de Comunicación 1: Para fomentar la fidelización de clientes y promover todos los productos del menú (cafés, postres, empanadas, etc.), se lanzará un programa de tarjeta de cliente frecuente. Por cada 5 compras realizadas (sin importar si son cafés, empanadas o postres), el cliente recibirá un producto gratis a elección entre un café pequeño, una empanada o un postre del día. Esta promoción será válida de manera permanente y busca incentivar la recurrencia y premiar la lealtad de los clientes.

Estrategia de Comunicación 2: Para aumentar la visibilidad de la cafetería y atraer nuevos clientes, se organizarán eventos temáticos mensuales (como tardes de música en vivo, catas de café o talleres de repostería). Estos eventos se promocionarán a través de redes sociales con publicaciones atractivas, sorteos y transmisiones en vivo. Además, se harán alianzas con negocios cercanos (como librerías, o tiendas de arte) para ofrecer descuentos cruzados: por ejemplo, mostrando una compra de la cafetería se obtendrá un 10% en la tienda aliada, y viceversa. Esta estrategia busca crear comunidad y posicionar la cafetería como un punto de encuentro local.

4. CONCLUSION

COFTU se presenta como una propuesta innovadora y diferenciadora en el mercado del café de especialidad en Santa Cruz de la Sierra, combinando calidad, sostenibilidad y una experiencia única para sus clientes. Su misión de ofrecer un café de alta calidad en un ambiente acogedor y cercano se ve reflejada en cada aspecto del negocio, desde la selección de granos orgánicos hasta el uso de vasos comestibles que promueven un consumo responsable y amigable con el medio ambiente.

La visión de posicionarse como una marca líder a nivel nacional y expandirse estratégicamente se apoya en objetivos claros que incluyen innovación constante, responsabilidad social, excelencia en el servicio y un enfoque inclusivo que rompe barreras de acceso al café de especialidad. El análisis de mercado y la diferenciación frente a la competencia evidencian el potencial de COFTU para captar un segmento joven, consciente y exigente, que busca no solo una bebida sino una experiencia envolvente y educativa.

A pesar de los desafíos económicos iniciales propias de un negocio emergente, la estrategia integral de precios, distribución y comunicación está diseñada para fomentar la fidelización, aumentar la visibilidad y construir una comunidad sólida en torno a la marca. De este modo, COFTU no solo pretende vender café, sino crear un espacio versátil, creativo y comprometido con sus clientes y el entorno, lo que asegura su sostenibilidad y crecimiento a mediano y largo plazo.

5. RECOMENDACIÓN

Te invitamos a conocer y disfrutar la experiencia única que ofrece COFTU, donde cada taza de café es mucho más que una bebida; es una propuesta que combina calidad, innovación y compromiso con el medio ambiente. Recomendamos aprovechar el ambiente acogedor y las opciones sostenibles, como los vasos comestibles, para disfrutar no solo del café, sino de un espacio pensado para compartir, trabajar y relajarse. También sugerimos estar atentos a las promociones, eventos y nuevos productos que se lanzan regularmente, para aprovechar al máximo la oferta y ser parte de esta comunidad. Finalmente, te animamos a valorar el consumo responsable y apoyar iniciativas locales que promueven la innovación y el cuidado ambiental a través de experiencias gastronómicas originales.

BIBLIOGRAFIA

<https://www.troncosodistribuidora.com/vasos-comestibles-una-tendencia-sostenible/>

<https://www.iniciarunacafeteria.com/blog/como-poner-una-cafeteria/mini-plan-de-negocios-para-poner-cafeteria/>

<https://raona.com/como-hacer-estrategia-comunicacion/>