**Revisión de caso: El emprendimiento de café.**

El presente caso corresponde a un proyecto ganador de un capital semilla presentado y aprobado por Corfo en el año 2008, este emprendimiento alcanzó un financiamiento de $7.500.000. No consiguió mayores inversores para seguir creciendo, siendo abandonado en 2010. El documento es un extracto del formulario de postulación presentado en la época.

Nuestro proyecto plantea que el predominio del consumo de café en chile, bajo la forma de café soluble, preparable de manera instantánea, ha ganado un predominio en el mercado chileno, debido al establecimiento de un adecuado mix entre comodidad y precio. Debido a esto, estimamos que existe una opción para la preparación de café en grano, que mantiene las referidas ventajas de comodidad y precio, añadiendo a estas las inigualables características del café de grano, cuyo aroma y sabor son sin duda muy superiores a las del café soluble.

Nuestro producto consiste en café de grano molido, de calidad gourmet, envasado en bolsas de papel filtro de calidad especial, con mucho mayor tamiz que las bolsas tipo té. Con esto es posible obtener una o más tazas de café, utilizando un mecanismo análogo al utilizado para el consumo de té instantáneo (en bolsitas) consiguiéndose un café de calidad, que mantiene las propiedades fisicoquímicas y organolépticas del café en grano, pero a la vez posee la simpleza de preparación de un café instantáneo.

El café de tipo arábigo por su naturaleza, aroma característico y agradable sabor, estimamos que es el mejor café adaptable a este medio de distribución.

La presentación de nuestro producto es en un envase exterior de polipropileno metalizado de 17 micras, impreso a 8 colores, cuya finalidad es mantener intactas las características del café anteriormente expuestas hasta el consumidor final. La bolsa de papel filtro que contendrá el café del tipo termo sellable, posee como dimensiones 65 largo mm por 60 mm de ancho, está sellada en tres costados, y posee adherido en su extremo superior un hilo de algodón de 210 mm de longitud, que permite introducirla en una tasa de agua hirviendo de un modo análogo a como se hace con las bolsas de té.

El café molido a envasar, como se explicó anteriormente, es del tipo arábigo, y se venderá en diversos formatos, tanto natural, como saborizado (amaretto, vainilla, crema, whisky, ron, mokka).

El envasado se realizará por mecanizado automático y la presentación final será en diversos formatos, dependiendo de los canales utilizados para la distribución al consumidor final (cajas de cartón con 20 bolsitas y cajas de madera con 20 bolsitas).

En la actualidad no existe competencia nacional, puesto que en Chile no existe café en grano disponible en este formato, aun cuando existe un pequeño número de países en los cuales este formato es ampliamente utilizado.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| Papel filtro termo sellable y algodón | Bolsa Sellada con Café |

De acuerdo con el caso anterior, responda las siguientes preguntas.

1. El proyecto anteriormente presentado, ¿se encuentra en etapa de formulación o evaluación? Argumente su respuesta.

El proyecto se encuentra en etapa de formulación dado que es un prototipo que aún no se implementa dado que el documento nos explica sobre las bases de este mismo, propuesta de valor y la estrategia de distribución además se menciona que el proyecto fue aprobado y recibió el financiamiento.

1. ¿Qué preguntas (de las que forman parte de la formulación y evaluación de proyectos) se pueden responder con los antecedentes presentados en este caso? Indíquelas y respóndalas utilizando solo la información de este documento.

a. ¿Cuál es la necesidad o problema que el proyecto busca resolver?

El proyecto busca establecer una alternativa al café instantáneo tradicional en Chile proporcionando café molido siendo esta una idea implementada en pocos países.

b. ¿Cuál es la propuesta de valor del proyecto?

La propuesta del valor se basa en ofrecer una alternativa al café arábigo de calidad gourmet en forma de bolsas de papel con filtro permitiendo una preparación rápida similar a las de bolsas de té manteniendo las propiedades del grano.

c. ¿Cuál es el mercado objetivo?

El objetivo es el mercado de los consumidores de café en Chile que buscan una alternativa (grano de café) de mayor calidad a mayor facilidad de preparación instantánea.

d. ¿Cuál es el producto o servicio que se ofrecerá?

Se ofrece café de grano molido en bolsas de papel con filtro diseñadas con preparación rápida en sabores como amaretto, vainilla, crema, whisky, ron, moka.

e. ¿Existen competidores en el mercado?

Según el documento nos indica que no existe competencia en el marcado Chileno de forma específica de café en bolsas de papel sin embargo menciona que se utiliza este formato en otros países.

1. Siguiendo el punto anterior, ¿qué preguntas NO se pueden responder? ¿Qué antecedentes faltan para poder responderlas?

a. ¿Cuál es el costo estimado del proyecto?

No se menciona ningún desglose de costos, incluyendo costos de producción, distribución o marketing.

b. ¿Cuál es la proyección financiera del proyecto (ROI, flujo de caja, etc.)?

No se proveen proyecciones financieras, como el retorno sobre la inversión (ROI) o proyecciones de flujo de caja.

c. ¿Cuál es la estrategia de marketing y ventas?

Aunque se mencionan canales de distribución (cajas de cartón o madera), no se detalla una estrategia de marketing, segmentación del mercado, ni las tácticas de ventas.

d. ¿Qué riesgos asociados al proyecto han sido identificados?

No se menciona ningún análisis de riesgos potenciales, como fluctuaciones en la demanda, desafíos logísticos o competencia internacional.

e. ¿Cuál es el plan de crecimiento o expansión del negocio?

No se aborda cómo se planea escalar el negocio, más allá de la producción inicial. Tampoco se mencionan estrategias para atraer inversores adicionales o nuevas rondas de financiamiento.

Antecedentes faltantes:

Desglose de costos: Detalles sobre los costos de producción, logística, marketing, y otros.

Proyecciones financieras: ROI, flujo de caja, proyecciones de ventas.

Análisis de riesgos: Identificación y estrategias de mitigación de riesgos.

Plan de crecimiento: Estrategias para la expansión y escalabilidad del negocio.

Estrategia de marketing y ventas: Detalles sobre cómo se planea posicionar y vender el producto en el mercado.