

Universidad del sureste



Estudiantes :

Brandon Chang A

Proyecto : Alfredo Anleu Gramajo

BOOK&COFFEE

Lic. Víctor Antonio Gonzales Salas



ACTIVIDADES DEL ÁREA NATURALIZA DEL PROYECTO

ACTIVIDADES QUE ORGANIZÓ LA EMPRESA DEL DÍA 1 AL 10 MES DE JULIO.

6.6 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

6.2 PROCESO CREATIVO PARA DETERMINAR EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA EMPRESA.

6.13 PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DE LA EMPRESA.

6.4 PROPUESTA DE VALOR.

6.3 JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.

6.12 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA O SECTOR.

6.11 VENTAJAS COMPETITIVAS.

6.7 ANÁLISIS FODA.

ACTIVIDADES DEL ÁREA DE MARKETING.

ACTIVIDADES QUE ORGANIZÓ LA EMPRESA DEL DÍA 11 AL 21 MES DE JULIO.

7.4 ESTUDIO DEL MERCADO.

7.3 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.

7.8 PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO.

7.9 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO.

7.5 DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA.

7.2 OBJETIVOS DEL MARKETING.

7.7 FIJACIÓN Y POLITICAS DE PRECIO.

7.6 PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

7.10 SISTEMA Y PLAN DE VENTAS. ACTIVIDADES

DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.

ACTIVIDADES QUE ORGANIZÓ LA EMPRESA DEL DÍA 22 AL 30 MES DE JULIO.

8.11 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTAS Y OFICINAS.

8.4 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO.

8.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO.

8.5 CARACTERISTICAS DE LA TECNOLOGIA.

8.8 CAPACIDAD INSTALADA.

8.2 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO.

ACTIVIDADES DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN.

ACTIVIDADES QUE ORGANIZÓ LA EMPRESA DEL DÍA 31 DE JULIO AL 3 DE AGOSTO.

9.3 FUNCIONES ESPECIFICAS POR PUESTO.

9.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

9.6 ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS. ACTIVIDADES DEL

ÁREA DE FINANZAS.

ACTIVIDADES QUE ORGANIZÓ LA EMPRESA DEL DÍA 4 A 10 DE AGOSTO.

10.3 COSTOS Y GASTOS.

10.2 SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA.

10.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.



CAPITULO 12 RESUMEN EJECUTIVO.

12.2.1 NATURALEZA DEL PROYECTO.

***NOMBRE DE LA EMPRESA.**

BOOK&COFFEE fue el nombre seleccionado para nuestra empresa ya que el mismo informa que contamos con biblioteca y lugar adecuado para disfrutar de un exquisito platillo y a la vez leer un bonito libro

***JUSTIFICACIÓN (CONCISA) Y MISIÓN DE LA EMPRESA.**

La principal justificación de este proyecto es definitivamente dar solución y respuesta a la necesidad o problemática encontrada en la parte de los malos hábitos hacia la lectura y cultura general. Es una propuesta innovadora y original para brindar un excelente servicio en la variedad de adquisición de uno o varios libros en un ambiente confortable, donde los clientes se sentirán como en casa, con un delicioso café, un excelente menú y que mejor que con un buen libro

***UBICACIÓN DE LA EMPRESA.**

La ubicación óptima es y sería cerca de las universidades, centros de trabajo como oficinas, plazas comerciales y empresas con un alto número de trabajadores. Por lo que considerando todo esto la opción óptima sería:

5A Calle 2-45, Malacatán, a un costado del Parque Central.

VENTAJAS COMPETITIVAS.

Capacitaciones constantes
Gente funcional
Público internacional
Áreas únicas
Servicio perfecto

12.2.2 EL MERCADO

Descripción del mercado que atenderá la empresa

EN BASE A ESTO NOS PERMITIÓ SACAR UN ANALISIS ACERCA DEL IMPACTO QUE NUESTROS PRODUCTOS CAUSAN HACIA NUESTRO PUBLICO OBJETIVO CONSTA DE SATISFACCIÓN Y LO QUE QUEREMOS COMO EMPRESA QUE ES SATISFACER UNA NECESIDAD PREVIAMENTE.



Conclusiones del estudio de mercado realizado

¿Cuál es el mercado objetivo de una cafetería?

Las cuatro principales metas que el marketing para una **cafetería** debería de alcanzar son: Alcanzar más clientes. Obtener que cada cliente compre más productos. Obtener que cada cliente compre más productos caros.

Resumen de plan de ventas.

Satisfacer las necesidades del cliente en el ramo de Librería y cafetería, brindando un servicio oportuno y con productos de mayor calidad, facilitando la adquisición de libros y demás, ahorrando dinero, tiempo y colaborar con el acercamiento del público en general, incentivando la lectura a través de obras literarias, para dar a conocer nuestros productos de calidad, a través de pequeñas degustaciones, para lograr su comercialización.

SISTEMA DE PRODUCCIÓN.

***PROCESO DE PRODUCCIÓN O SERVICIO.**

1. INICIO : El cliente llega y se establece en bookscofee en una mesa
2. CARTA: Llega el mesero y le entrega la carta al cliente y el cliente empieza a ver la variedad de alimentos y bebidas del menú.
3. ORDEN: El cliente le habla al mesero para pedir su orden.
4. Selecciona un libro: después que le tomaran la orden le comenta el mesero al cliente que puede pasar a recoger un libro de su gusto.
5. RECIBE SU ORDEN: El cliente ya escogió su libro de su preferencia el mesero le entrega su orden y listo para empezar a consumir
6. DESCANSO : Una vez terminada su orden y leyendo el libro a gusto el cliente puede descansar en el establecimiento
7. COBRO: Al finalizar el consumo el cliente llama al mesero para cancelar la cuenta.

Características generales de la tecnología.

La tecnología necesaria para la elaboración y producción de los platillos y bebidas de nuestro Coffee Book hace posible que logremos tener un mejor alcance en el mercado y competencia, tiene un gran las operaciones Comerciales, no importa el tamaño de la empresa, la tecnología puede aportar muchos beneficios que te ayudarán a obtener mayores ingresos.

El principal papel de la tecnología en los negocios es impulsar el crecimiento y mejorar sus operaciones.

El pan guía en los negocios es vital y puede optimizar las operaciones de una empresa jugando un papel importante en el la generación del procesos eficientes

Entre las máquinas necesarias para la elaboración de platillos y bebidas son:

1. MOLINO	6. ESTUFA
2. CREPERAS	7. HORNO
3. LIVUADORAS	8. TOSTADOR
4. CAFETERA	9. MICROONDAS
5. BATIDORA	10.CORTADOR ELECTRICO



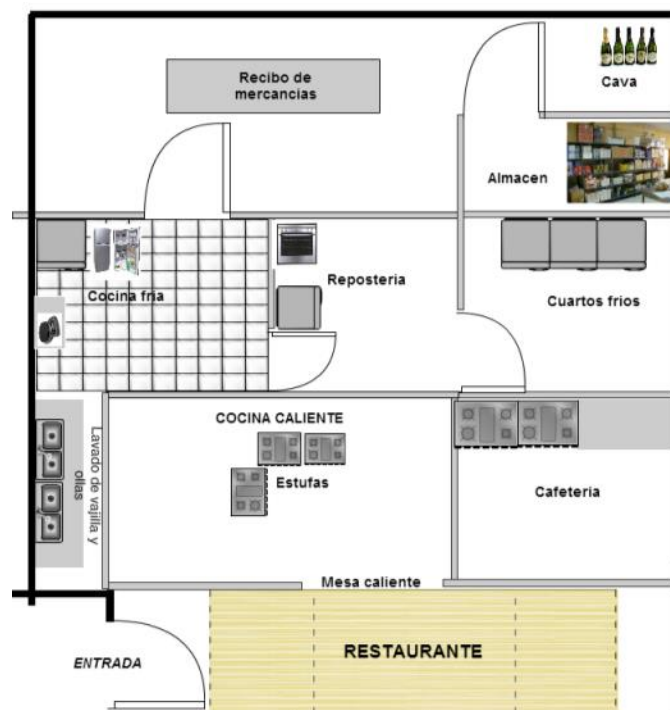


organización. Organigrama de la empresa.

Nuestra empresa contará con áreas para su funcionamiento como lo son:

¿Cuáles son las áreas de una cafetería?

Las partes principales que componen una cafetería a partir de el acceso al local son: Recibidor, Zona de barra, Zona de mesas, Baños y Office. En el recibidor de la entrada pueden haber mesas o pequeños puntos de venta de producto (helados, café o te confeccionado o incluso pequeñas vitrinas frías de pastelería).



Marco legal de la organización.

Para iniciar un negocio como es el de una cafetería se deben realizar los trámites necesarios para comenzar sus operaciones, para tener la certeza jurídica de trabajar dentro de las leyes.

solicitar la cedula de micro-empresa y verificar si en la ubicación donde deseamos el negocio este permitido el uso de suelo, en caso de que no exista ningún inconveniente se procede con el trámite del certificado de zonificación para el uso de suelo, también tendrá que tramitarse la boleta predial, copia de identificación y pago de derechos, dichos tramites no generan costo, para su trámite se debe presentar el RFC original y el certificado de zonificación para acreditar la posesión del predio, todo ello en la ventanilla única de gestión de la delegación

Es importante aclarar que el permiso se expide para el inmueble no para la persona; tiene vigencia de dos años, es decir que el interesado cuenta con dos años para concluir con el proceso para abrir su establecimiento.

Sistema contable de la empresa.

Sistema de Control de Cafeteria

Ingrese Nombres:

Ingrese Apellidos:

Cafe Favorito:

Numero:

Cientes:

marco polo	Phone Number: 234323	Favorite Coffee: capuc
marco polo	Phone Number: 234323	Favorite Coffee: capuc
marco polo	Phone Number: 234323	Favorite Coffee: capuc
marco polo	Phone Number: 234323	Favorite Coffee: capuc
marco polo	Phone Number: 234323	Favorite Coffee: capuc
marco polo	Phone Number: 234323	Favorite Coffee: capuc

Resultados:

marco polo Phone Number: 234323
Favorite Coffee: capuchino

Menu

Cafes: Helado Caliente

Tamaño: Pequeño Mediano Largo

Ordenes: Total: 4

Price: S/3.35

COMPUBINARIO
Lo Mejor en Sistemas Informáticos

Es una aplicación de escritorio. El proyecto se basa en un concepto para mantener el registro del cliente y calcular el costo del café. Hablando del sistema, un usuario puede pedir café del menú principal seleccionando las Bebidas de café y el tamaño. Cada uno de los artículos seleccionados contiene un precio diferente. Otra característica es que el usuario puede guardar los detalles del cliente, que incluyen el nombre y apellido del cliente, el café favorito y el número de teléfono. Este mini proyecto ayuda al usuario a calcular el costo total y a guardar los detalles del client

Objetivos de la cafetería a medio plazo (2-3 años)

- Diseñar paquetes de descuentos y ofertas enfocadas a atraer a nuevos clientes al establecimiento, satisfacer los intereses de los clientes habituales y generar interés en el público.
- Trazar estrategias que permitan la consecución de los **objetivos económicos** definidos para cada uno de los años.
- Potenciar la imagen del negocio, creando vínculos de cercanía entre nuestros clientes y productos.
- Promover la creación de una feria especializada en el ámbito de los cafés, zumos y preparados en cada una de las regiones en donde trabajamos.
- Elaborar perfiles de clientes con la intención de recomendar un conjunto de propuestas en función de dichos perfiles.
- Recuperar la cantidad destinada a la inversión en el negocio en el plazo previsto de 3 años como máximo.
- Ofrecer un servicio de degustación y a domicilio para los clientes que no puedan desplazarse a nuestro local y estén interesados en los productos comercializados.

Objetivos a largo plazo (5-8 años)

- Construir una firma comercial exportable a otras regiones del país, fácilmente reproducible y que cuente con un modelo de negocio expansivo.
- Brindar una experiencia total a los visitantes de nuestro establecimiento, cuidando tanto a trabajadores, clientes como proveedores de los diversos productos.
- Crear puestos de trabajo de manera estable en el lugar de ubicación del establecimiento y para personas residentes en sus cercanías.
- Facilitar el acceso a mejoras de índole económica a personas que habiten en el lugar de localización del negocio y sus familias.
- Incrementar los ingresos conseguidos con el propósito de expandir el negocio a otros rincones del país y fuera de éste.
- Buscar alianzas con otras empresas del entorno para crear relaciones gana-ganas en las cuales todas las partes se vean beneficiadas.
- Comprar tierras en las que cultivar nuestros propios productos, eliminando la necesidad de intermediarios en nuestros establecimientos.

Capital inicial.

Nuestra empresa como sociedad anónima tendrá una contribución de cada socio de 150,000 c/u siendo un total de 600,000 como aporte inicial.

Resumen de los estados financieros.

4.1 Estados financieros

Estado de Situación Financiera o Balance General

Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento del tiempo. Consta de tres partes, activo, pasivo y capital. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero y el capital representa la financiación

procedente de las aportaciones realizadas por los propietarios de la empresa, tanto en el momento en que ésta se formó como en fechas posteriores, siendo éste el significado económico del capital.

ACTIVO

Son los objetos de valor que posee el negocio. Los bienes y derechos que posee la microempresa para operar.

PASIVO

Son las obligaciones que tiene la empresa y que en un plazo debe pagar con dinero, productos o servicios.

CAPITAL

Son los recursos de la empresa, los cuales incluyen las aportaciones del empresario, más las ganancias o menos las pérdidas que sufre el aporte inicial. Para determinar el capital existente, es decir el patrimonio neto de la empresa, se resta al total de los recursos (ACTIVO) el total de obligaciones (PASIVO).

rdidas y ganancias

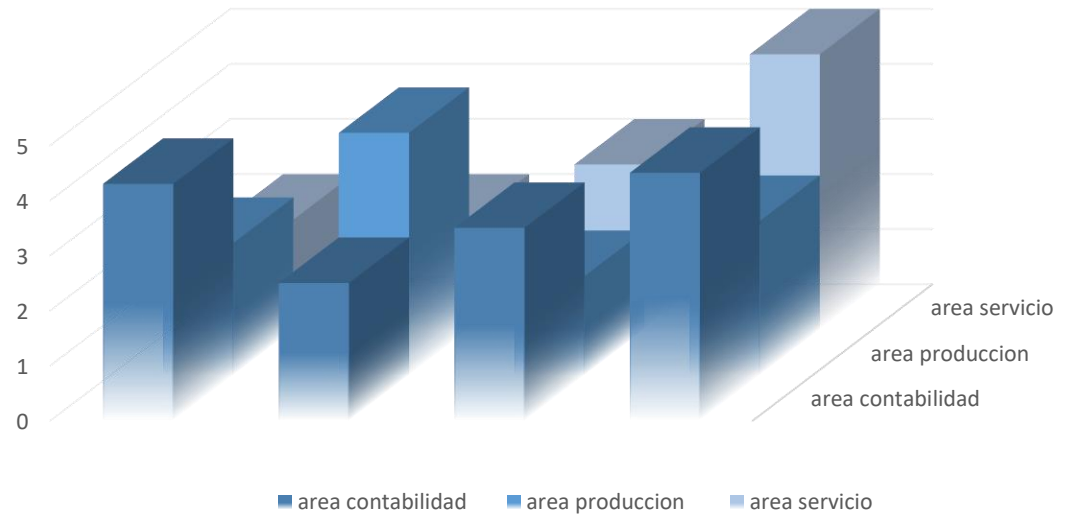
	2018	2019	2020	2021	2022
sonas	48.594,78	51.510,47	54.601,10	57.877,16	61.349,79
ntas	278.330,00	285.735,12	319.537,58	357.338,88	399.612,07
sto de ventas	52.882,70	54.289,67	60.712,14	67.894,39	75.926,29
idad Bruta	225.447,30	231.445,45	258.825,44	289.444,49	323.685,78
stos					
stos de constitucion	10.200,00	-	-	-	-
stos de menaje	-	-	-	-	-
arios	139.200,00	146.856,00	154.933,08	163.454,40	172.444,39
rketing	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00
precipación	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
nta	7.800,00	8.229,00	8.681,60	9.159,08	9.662,83
ntenimiento	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
vicios Básicos	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
stos operacionales totales	176.000,00	173.885,00	182.414,68	191.413,48	200.907,22
idad Antes de impuestos	49.447,30	57.560,45	76.410,77	98.031,01	122.778,55
ticipación a los trabajadores	7.417,10	8.634,07	11.461,62	14.704,65	18.416,78
uesto	9.246,65	10.763,80	14.288,81	18.331,80	22.959,59
idad Neta	32.783,56	38.162,58	50.660,34	64.994,56	81.402,18

10.3 COSTOS Y GASTOS.

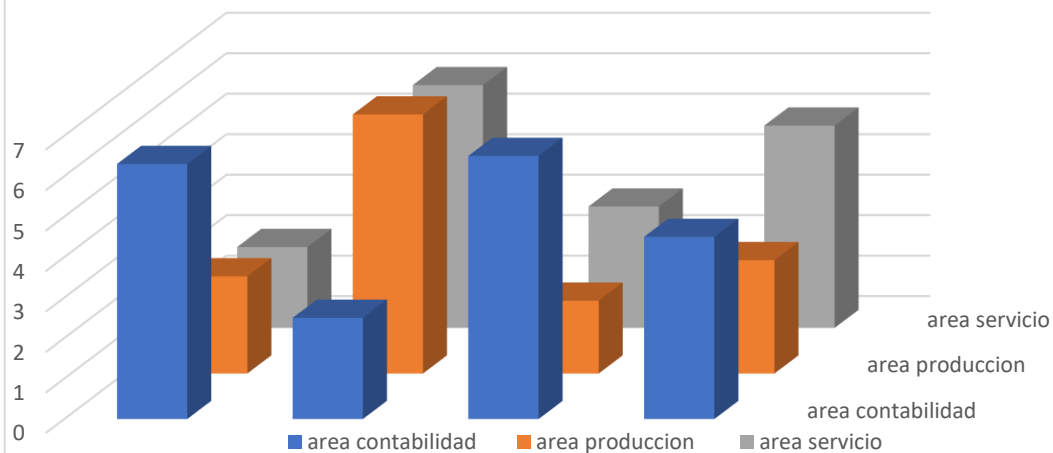
10.2 SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA.

10.4 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.

AREA DE FINANZAS



area naturaleza del proyecto



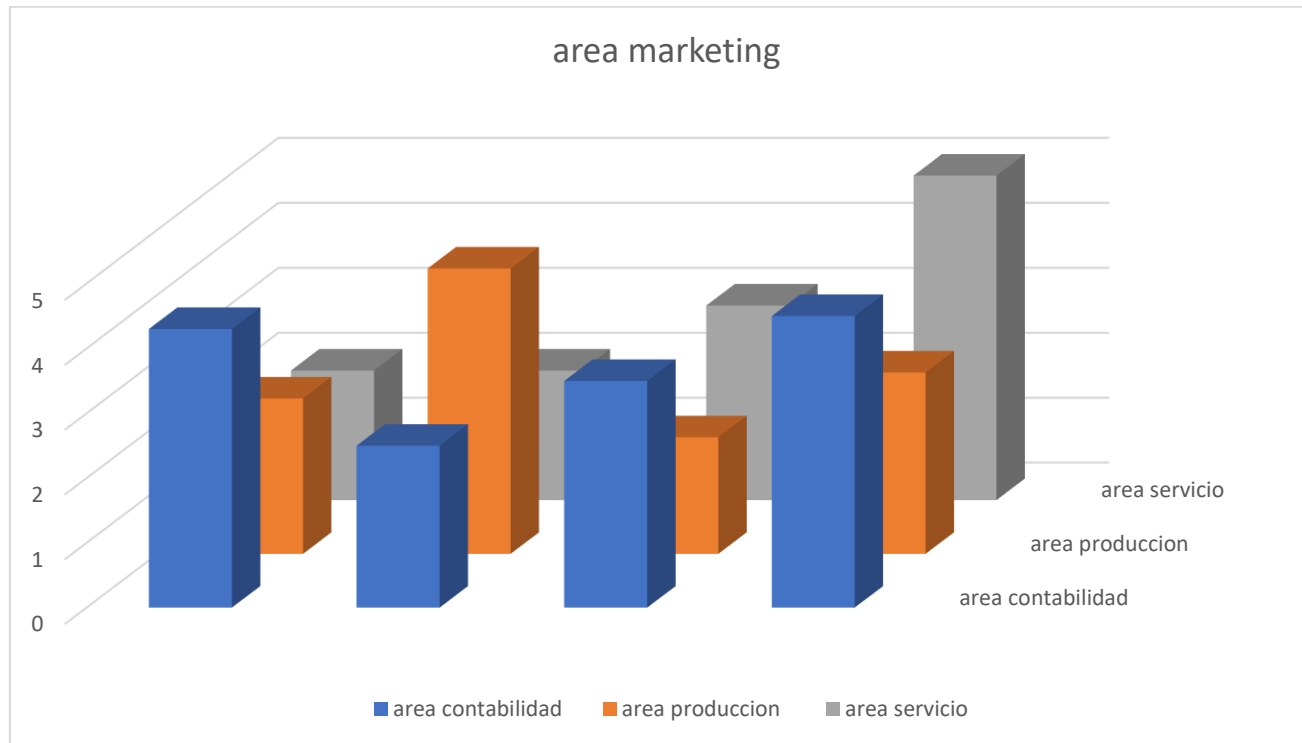
6.6 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

6.2 PROCESO CREATIVO PARA DETERMINAR EL PRODUCTO O SERVICIO DE LA EMPRESA.

6.13 PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DE LA EMPRESA.

6.4 PROPUESTA DE VALOR.

6.3 JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.



7.4 ESTUDIO DEL MERCADO.

7.3 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.

PLAN DE INTRODUCCIÓN AL
MERCADO.

RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO.

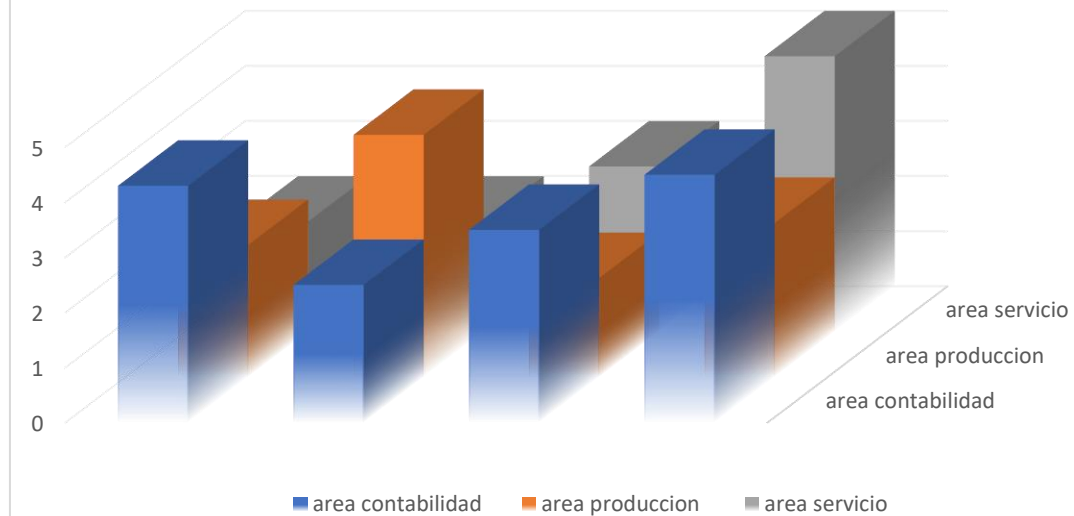
7.5 DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA.

7.2 OBJETIVOS DEL MAKETING.

7.7 FIJACIÓN Y POLITICAS DE PRECIO.

7.6 PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

AREA PRODUCCION



8.11 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTAS Y OFICINAS.

8.4 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO.

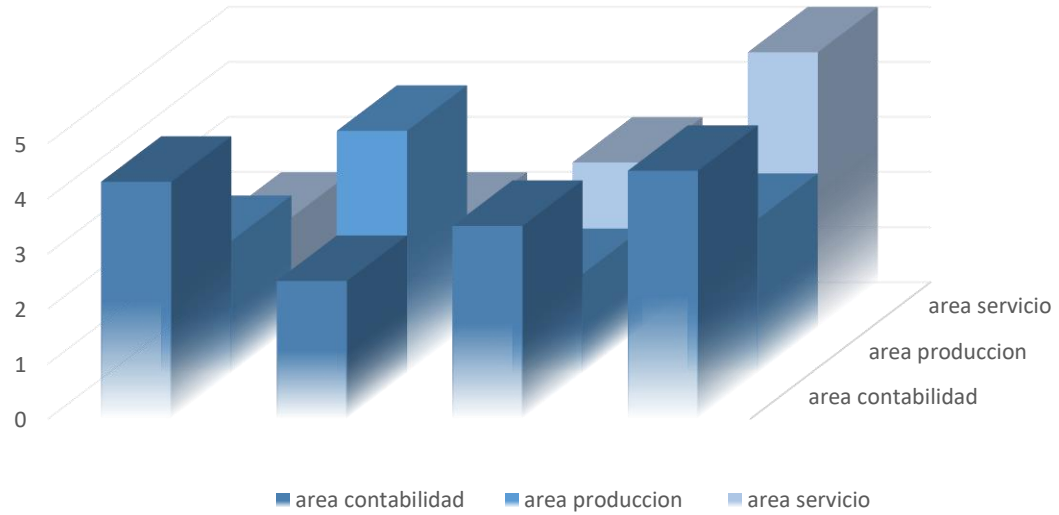
8.3 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO.

8.5 CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA.

8.8 CAPACIDAD INSTALADA.

8.2 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO.

AREA DE ORGANIZACION



9.3 FUNCIONES ESPECIFICAS POR PUESTO.

9.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

9.6 ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.