

Manual de cómo operar una cafetería

Popp Cianca, Sharika

2019-05-10

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/4213>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

SHARIKA POPP CIANCA.
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
FRANCO NOGUEDA QUIROZ.
INGENIERÍA EN NEGOCIOS.

CAFÉ TLAHUILLI

PROYECTO FINAL

CAFÉ TLAHUILLI

MARCA ENFOCADA A EVOCAR UNA EXPERIENCIA ARTESANAL DESDE LA IMAGEN DEL PRODUCTO, AROMA Y SABOR. TRANSPORTANDO AL CLIENTE A LA SIERRA NORORIENTAL POBLANA. NOMBRE EN NÁHUATL REPRESENTANDO A LA COMUNIDAD DE DONDE PROVIENE NUESTRO CAFÉ.

PUNTOS DE VENTA

- Tienda de productos agroindustriales de Puebla.
- CasaAlmira.
- Huacales Puebla.
- La Trufa panadería selecta.
- Practisuper47.
- Mercado la Pirámide.
- Productos Lácteos Don Andrés.



PRODUCTOS A COMERCIALIZAR



Bebidas
Calientes



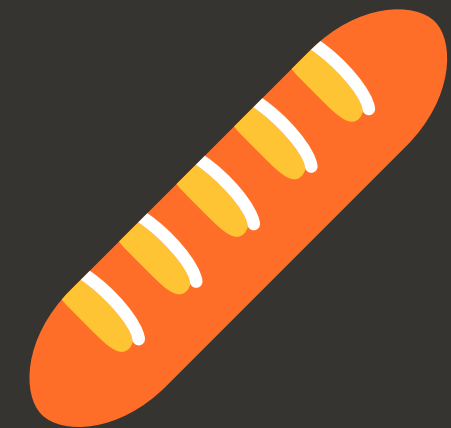
Bebidas
frías



Postres



Menú para
compartir



Salados



NOMBRE DEL PROYECTO

Manual sobre cómo
operar una cafetería.

1. PERFILES Y DESCRIPCIONES DE PUESTO

Incluye:

DESCRIPCIÓN

Datos generales del puesto.
Propósito del puesto.
Responsabilidades.
Maquinaria y equipo.
Relaciones.

PERFIL

Requisitos mentales.
Requisitos físicos.
Disponibilidad.
Competencias.



Mesero, Barista, Cajero

INDUCCIÓN

Consta de tres etapas

1. Primera etapa

Bienvenida (5 -10)

Proyección de Power Point (5 -10)

Actividad (60)

Recorrido por las instalaciones (20)

Despedida (10)

2. Segunda etapa

Responsabilidad del puesto (20)

Objetivos del puesto (15)

Procedimientos y formas de hacer las cosas (30)

Riesgos y cómo proceder (30)

3. Tercera etapa

Analizar la reacción (25)

Evaluación del aprendizaje (25)

Comportamiento (20)

2. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

3. PROPUESTA DE TRABAJO



INCLUYE

PLANEACIÓN

- ROL DE LIMPIEZA.
- PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE.
- PROCESO DE CAPACITACIÓN
- DISTRIBUCIÓN DE LAS MESAS.
- HORARIOS.
- ROTACIÓN DE PUESTOS.

DIAGNÓSTICO

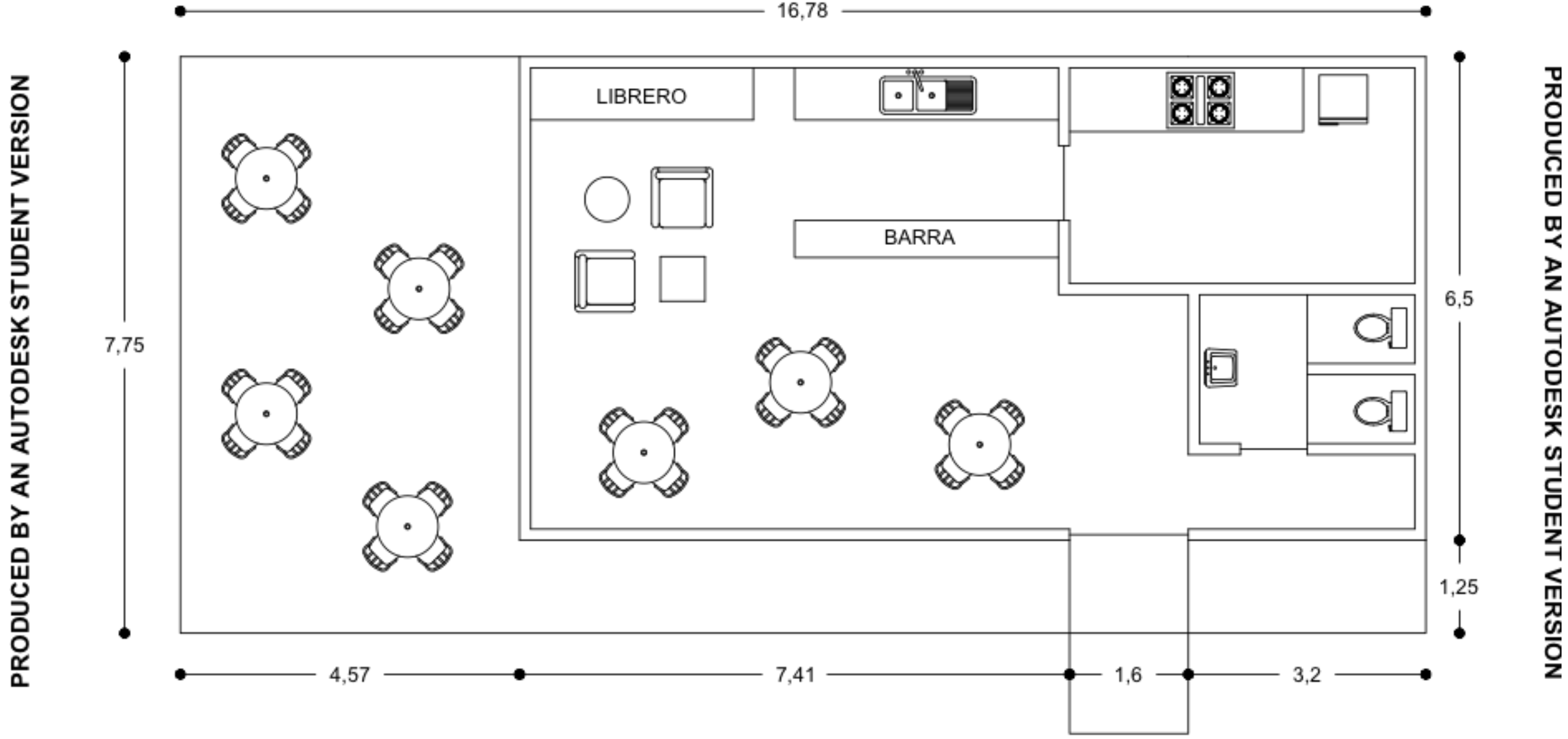
- RELACIONES INTERNAS.
- CAPACITACIÓN.
- PUNTUALIDAD.
- COMPROMISO.
- LIMPIEZA.
- RITMO DE TRABAJO.

EJECUCIÓN

- ROL DE LIMPIEZA.
- SERVICIO AL CLIENTE.
- FUNCIONES DE MESERO Y CAJERO.
- ACOMODO DE MESAS.
- ROTACIÓN DE PUESTOS.
- CUMPLIR CON HORARIOS DE TRABAJO.

Layout real

4. PRODUCCIÓN



PRODUCED BY AN AUTODESK STUDENT VERSION

PRODUCED BY AN AUTODESK STUDENT VERSION

PRODUCED BY AN AUTODESK STUDENT VERSION













SIPOC

EMPRESA	PRODUCTO	FORMA DE PAGO	TIEMPO DE VIDA	Tipo de proveedor
1 Proveedor A	mermeladas,salsas	Concesión	3 semanas	A
2 Proveedor B	chiles en escabeche	Concesión	3 semanas	A
3 Proveedor C	galletas artesanales	Concesión	3 semanas	AA
4 Proveedor D	cupitos amaranto,palanquetas,obleas	Concesión	3 semanas	A
5 Proveedor E	postres	Concesión	1 semana	AA
6 Proveedor F	bebidas funcionales	Concesión	8 semanas	AA
7 Proveedor G	agua embotellada, garrafrones	Pago directo	3 semanas	AA
8 Proveedor H	café empaquetado y a granel	Pago directo	6 meses	AA
9 Poveedor I	tlatloyos rellenos de frijol etc	Pago directo	1 semana	A
10 Proveedor J	canasta de galletas varias	Concesión	1 semana	AA
11 Proveedor K	botanas saludables	Concesión	4 semanas	AA
12 Proveedor L	pastel de chocolate	Pago directo	3 días	A

Pros

Ya se cuentan con varios proveedores de todos los productos que se van a vender.
 Todos estan en la ciudad de Puebla, menos el grano de café, pero ellos son los productores de éste.

Contras

Todavía no se encuentran todos los proveedores con los que se van a contar.
 No se tienen proveedores auxiliares por si alguno les llegará a fallar.
 Tener un manual el cual tenga indicaciones de como se debe escoger a un proveedor.

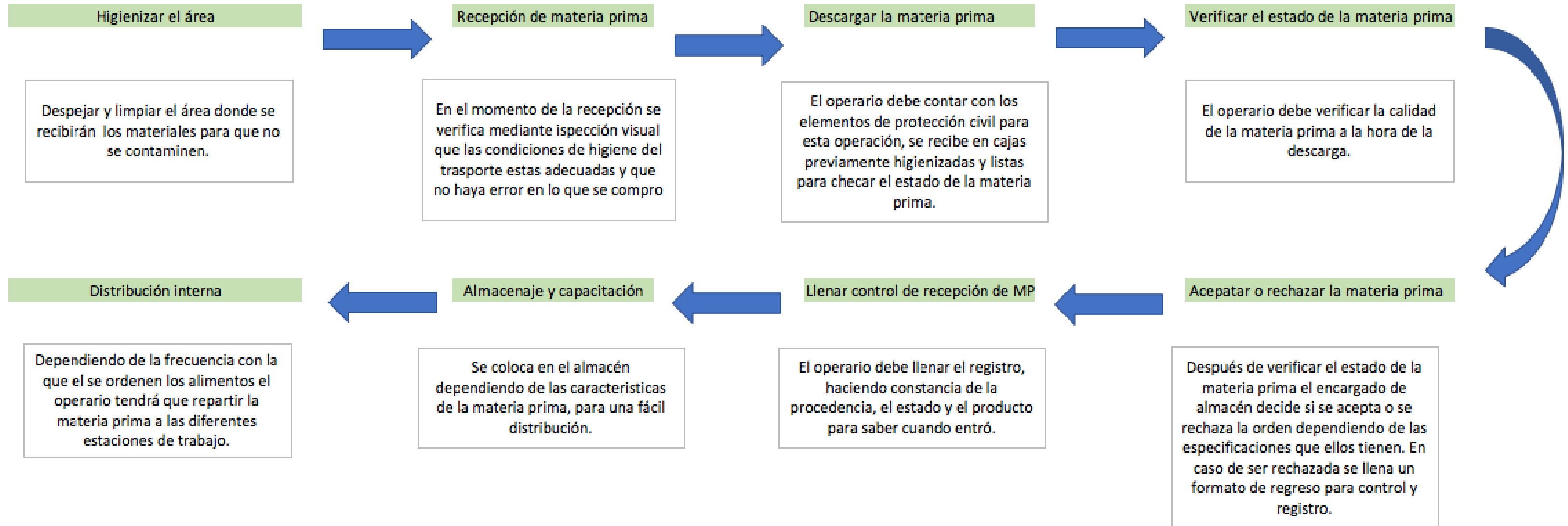
Proveedor	
AA	Cumple con todos los requisitos de calidad y es de vital importancia
A	Cumple con los requisitos de calidad
B	No todos los requisitos de calidad, pero puede surtir en caso de algún accidente
C	Algunos requisitos de calidad.

Análisis.

Se debe tener una base de cuales son los proveedores básicos que tienen que estar operando, pero aparte se debe de tener proveedores alternos que puedan solucionar cualquier problema que llegue a ocurrir.
 Se tiene que tener una lista de cuales son los requisitos para poder ser proveedor de la cafetería, esto es para que cumpla con la calidad que se quiere ofrecer.
 Se necesita tener un distintivo de los proveedores para saber cuales son de más importancia. con el fin de saber cuales se deben pedir primero y cuales pueden esperar.








PROVEEDORES

Programa de recepción de insumos



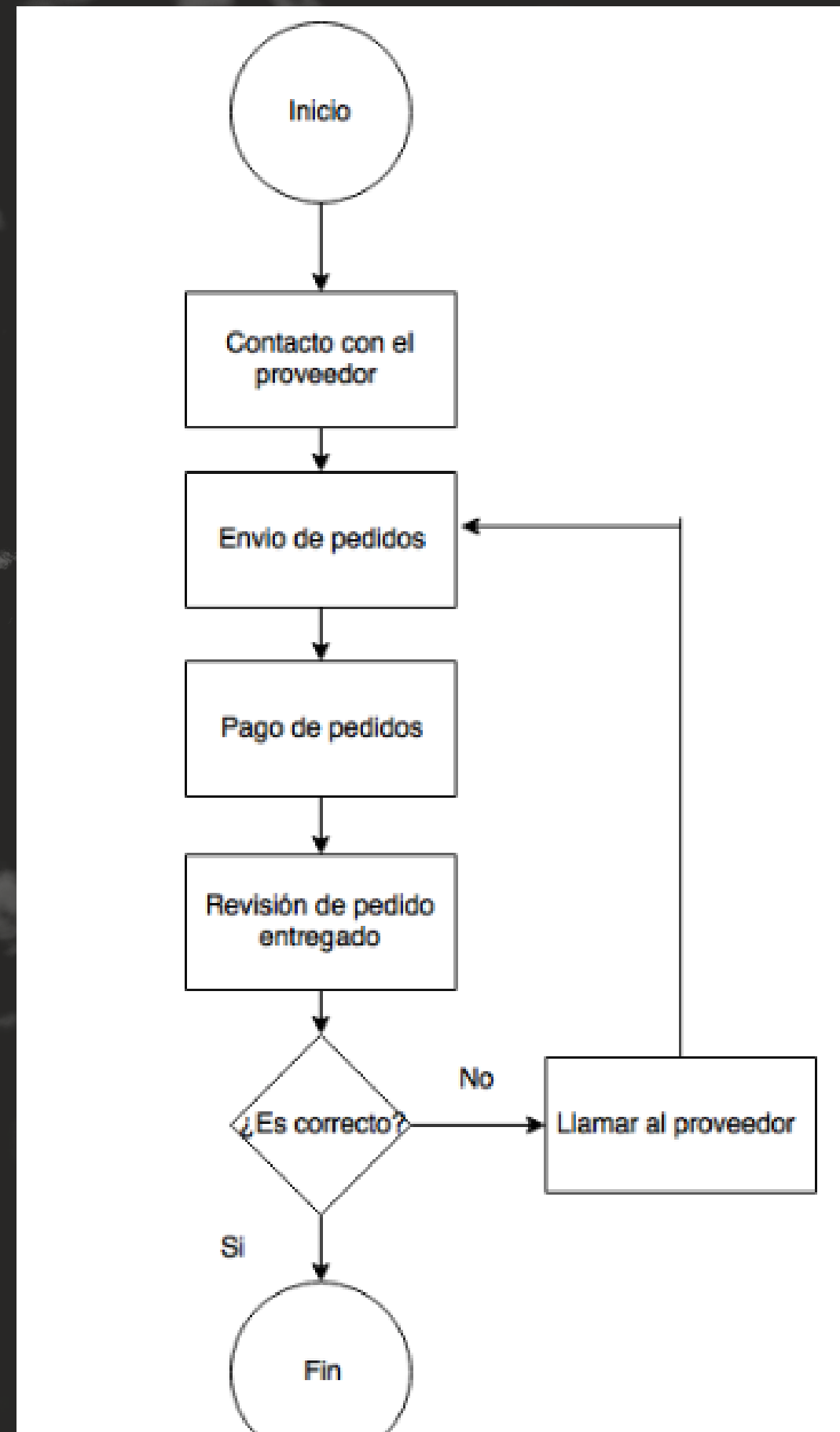
ENTRADAS

Símbolos de los diagramas de proceso

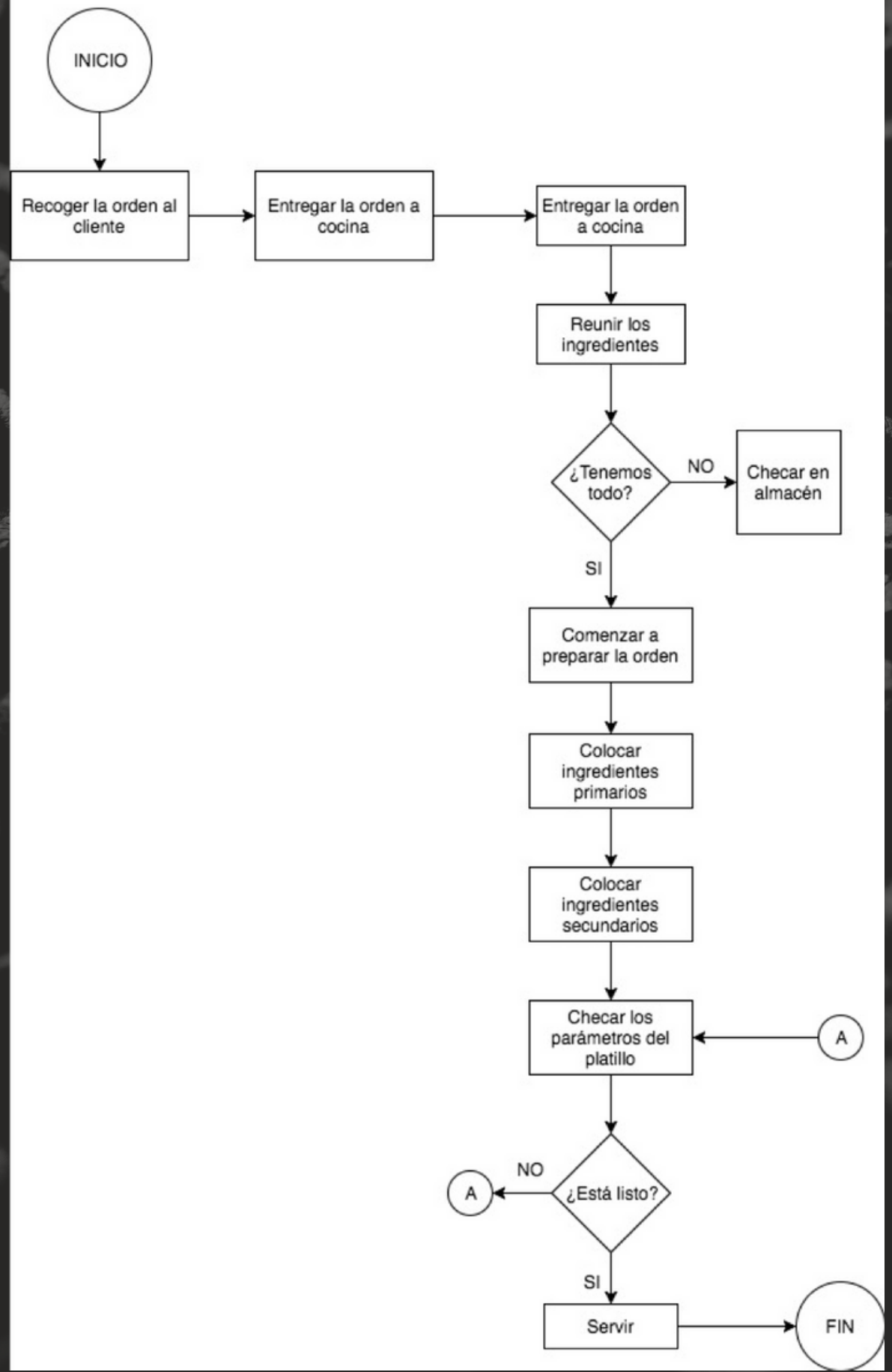
	Indica el inicio o fin de un proceso
	Indica cada actividad que necesita ser ejecutada
	Indica un punto de toma de decisión
	Indica la dirección de flujo
	Indica los documentos utilizados en el proceso
	Indica una espera
	Indica que el flujograma continúa a partir de ese punto en otro círculo, con la misma letra o número, que aparece en su interior

Análisis.

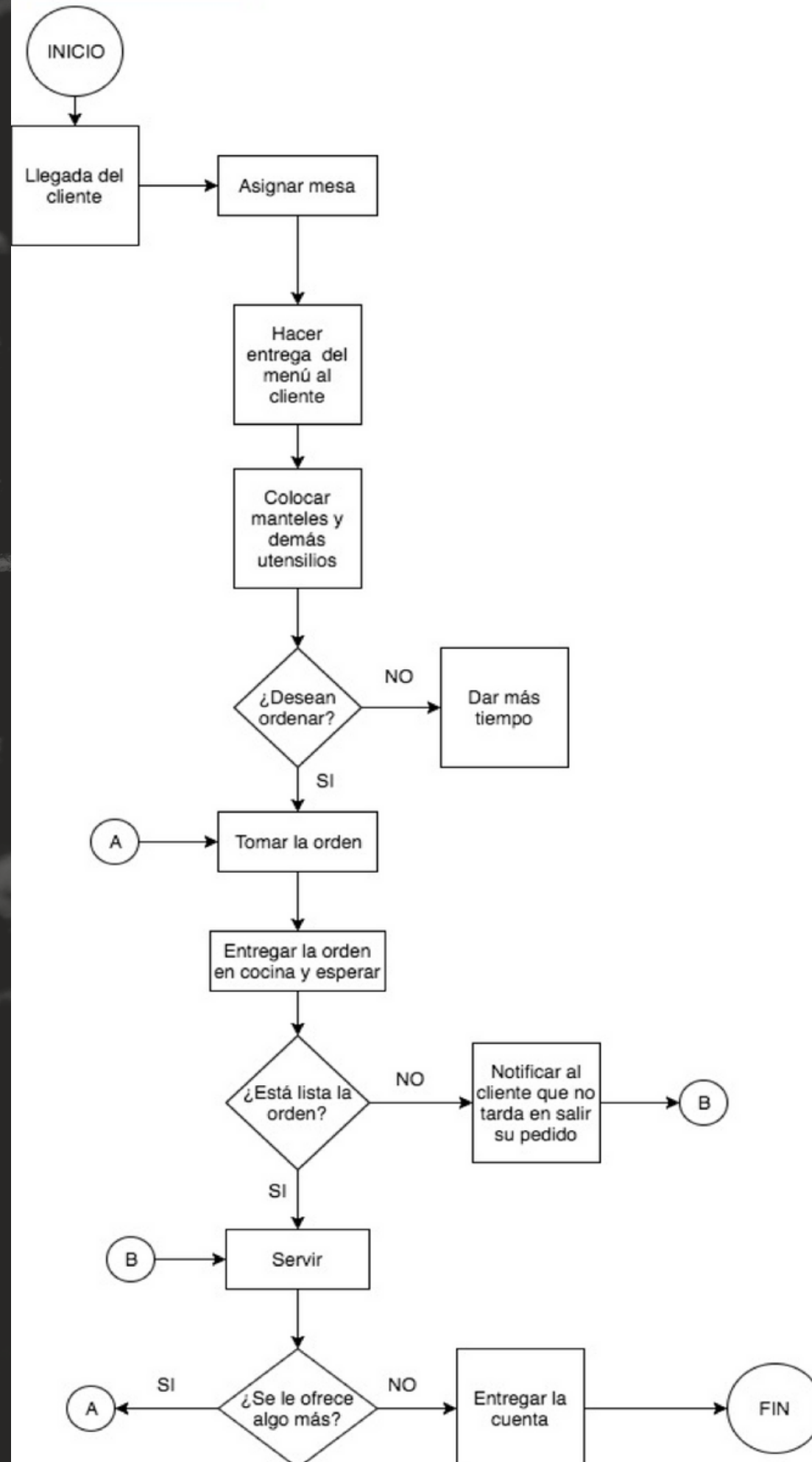
Se puso de ejemplo los procesos que están en el manual, y aparte se pusieron los símbolos de los diagramas de proceso para que tomen de ejemplo los que ya están hechos y puedan crear los nuevos.



TRANSFORMACIÓN



SERVICIO AL CLIENTE



5S

Clasifica

Los insumos del almacén serán clasificados por tipo, peso y nivel de peresederidad.



Ordena

Se ordenan de acuerdo a la frecuencia con la que se utilizan, además de contemplar un buen diseño del almacén para el adecuado manejo.



Limpia

Se hará limpieza tres veces al día tanto del área de la cocina, almacén y área para clientes para poder garantizar que es un espacio higiénico y apto para preparar y almacenar



Estandariza

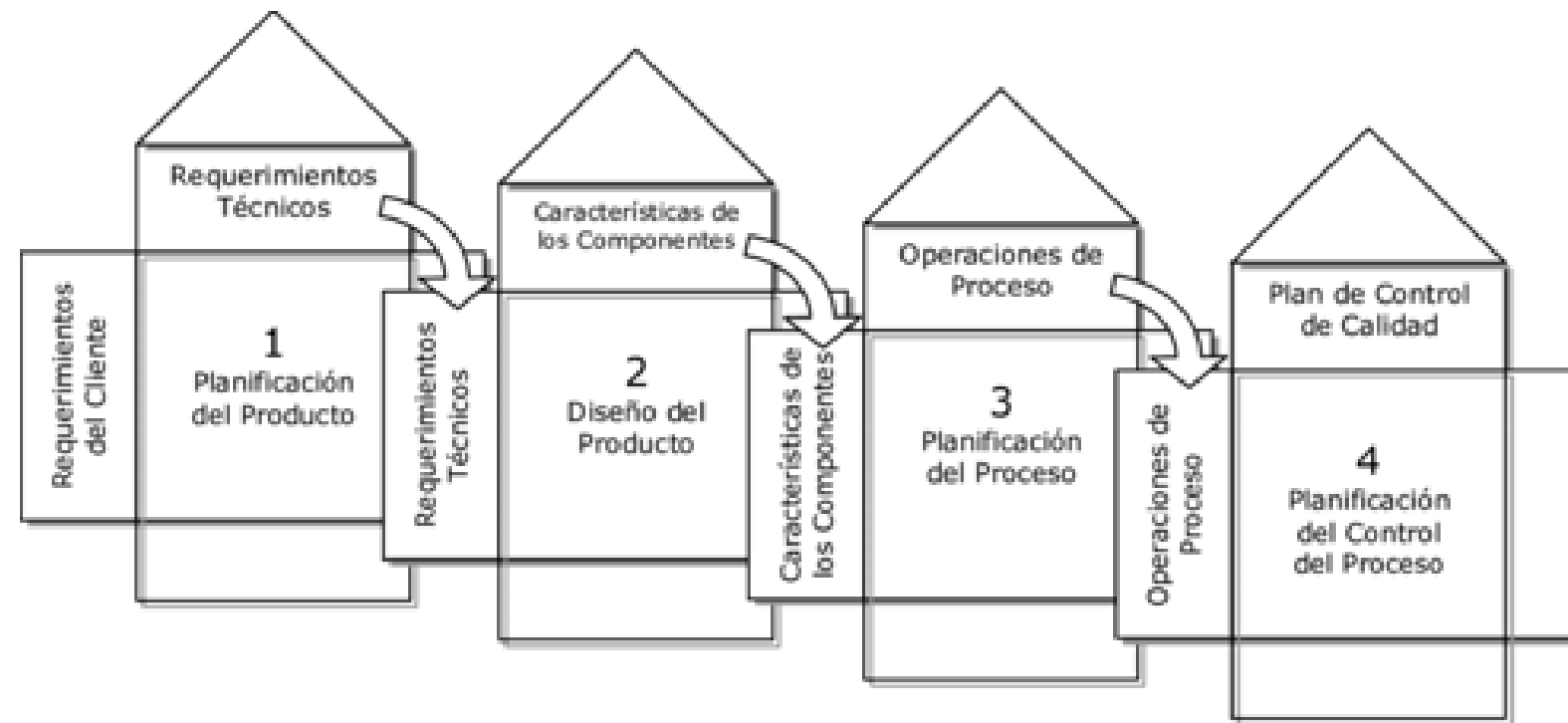
Las funciones a desempeñar en el almacén serán estandarizadas para evitar el máximo número de errores y garantizar que las cosas funcionen siempre.



Mejora continua

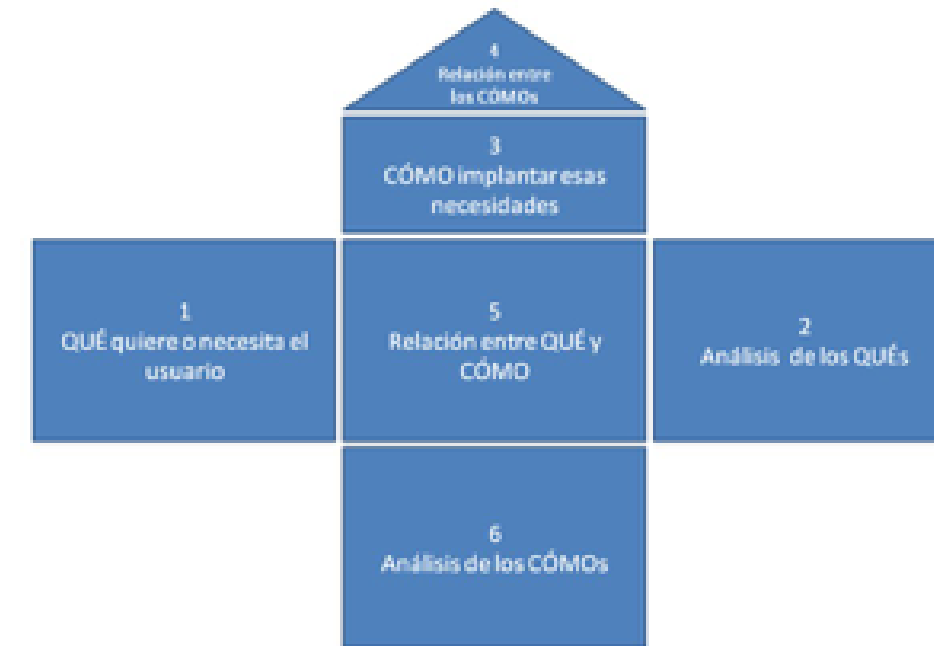
Es importante mantener el funcionamiento del almacén para que no represente problemas de tiempo, manejo etc. Sin embargo se debe estar abierto a nuevas formas y técnicas de control de almacén para implementarlas y continuar a la vanguardia.

Casa de la calidad



Saber la calidad verdadera.
"Qué" necesitan y esperan los clientes.
"Cómo" conseguir y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.
La cuestión de cómo diseñar el producto para que responda a la calidad esperada.

Hacer un checklist de la calidad de las cosas, con los requerimientos que acordaron con los proveedores, por decir un ejemplo.



SALIDAS

¿Quién es su cliente?

Mercado Objetivo

- Hombres y mujeres de 21 a 65 años con gusto por el café, y productos que complementan la experiencia una cafetería de calidad
- Grupos sociales, laborales o estudiantiles de la zona que requieren un lugar de convivencia
- Oficinas, instituciones y entorno habitacional a 10 km a la redonda
- Personas que buscan el consumo de productos locales y de alta calidad con un enfoque saludable
- Lectores con necesidad de un espacio adecuado para de concentración y enfoque
- Gente que busca un lugar de trabajo que le permita estadías largas con servicios disponibles
- Consumidores que identifiquen el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad de su entorno

CRM

Gestión de las Relaciones con los Clientes
Conjunto de prácticas, estrategias de negocios y tecnologías enfocadas en los clientes. Analizar las interacciones con sus clientes, anticipar sus necesidades y deseos, optimizar la rentabilidad, y aumentar las ventas

Seguimiento

Establecer expectativas.
Recordar datos clave.
Tratar de ser especial.

Regresos de lealtad

Reresos donde al cliente le gusto el producto o lo que se ofrecía, por lo que vuelve al negocio a seguir consumiendo.

Atención al cliente

Proceso para que el cliente este satisfecho con todo lo que le ofreciste.
No solo es eso, sino preguntarle si todo bien con lo que ordenó, si se le orfece algo más, cosas así para que sepa del trato que se da.

Uno a uno

Cada cliente es único y especial, por lo que se le debe de tratar individualmente.
Interactuar con el cliente para que se sienta único y sobre todo bien tratado.
Así se puede conocer de que es lo que los clientes opinan de la cafetería y en que se puede mejorar.

Análisis de TOS

Saber las necesidades de los clientes debe ser llevada a cabo con regularidad.
Información acerca de sus consumidores, como en qué trabajan, lo que leen y lo que se ven en la publicidad, se pueden mejorar las estrategias que se utilizan para atraerlos.
Su comportamineto de compra.

Campañas

En base a las opiniones de los clientes y a los objetivos de la cafetería hacer campañas que puedan atraer a nuevos clientes y que haga volver constantemente a los habituales.

CLIENTES

The image features a dense, dark background of coffee beans. The beans are scattered across the entire frame, creating a textured, monochromatic pattern. In the center, the word "GRACIAS" is written in a bold, orange, sans-serif font. The text is the only element of color in the image, standing out prominently against the dark, textured background.

GRACIAS