PLAN DE TRABAJO PROYECTO PRODUCTIVO- ETAPA PRODUCTIVA

PLAN DE NEGOCIOS

PROYECTO BARFFEE

Nombre y Apellido del aprendiz:

Laura Marcela Cuellar Arbelaez

Nombre y Apellido del instructor de seguimiento:

Daniela Catherine Del Hierro Patiño

Programa de Formación:

Técnico en Servicios de Barismo

No. Ficha: 2616325

Coordinación de Alimentos y Bebidas

Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos

Bogotá D.C., Noviembre de 2024

DATOS PERSONALES DE LOS INTEGRANTES

Nombre completo del aprendiz: Laura Marcela Cuellar Arbelaez
Tipo y número de identificación: CC. 1033804020
Edad: 26
Dirección: Diagonal 52 c bis # 27 - 40 sur
Localidad y Barrio: Tunjuelito - El Carmen
Correo electrónico: mcuellar19@gmail.com
Celular: 3222070576

Tabla de contenido

1 INTRODUCCIÓN 4

2 ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA 4

2.1 Nombre de la idea de negocio 4

2.2 Imagen corporativa 4

2.3 Ubicación y/o punto de venta 4

2.4 Antecedentes o justificación del proyecto productivo 4

2.5 Portafolio de productos o servicios 4

2.6 Factor creativo o innovador del proyecto productivo 4

3 ESTUDIO TÉCNICO Y LEGAL 4

3.1 Inversión inicial 4

3.2 Normatividad sector de alimentos y bebidas 5

3.1 Constitución y legalización 5

4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (16

4.1 Misión de la empresa 5

4.2 Visión de la empresa 5

4.3 Organigrama 6

4.4 Análisis DOFA 6

5 PROPUESTA FINANCIERA 6

5.1 Ficha técnica o receta estándar 6

6 ANÁLISIS DEL MERCADO 7

6.1 Población objetivo 7

6.2 Tendencias actuales 7

6.3 Análisis de la competencia 7

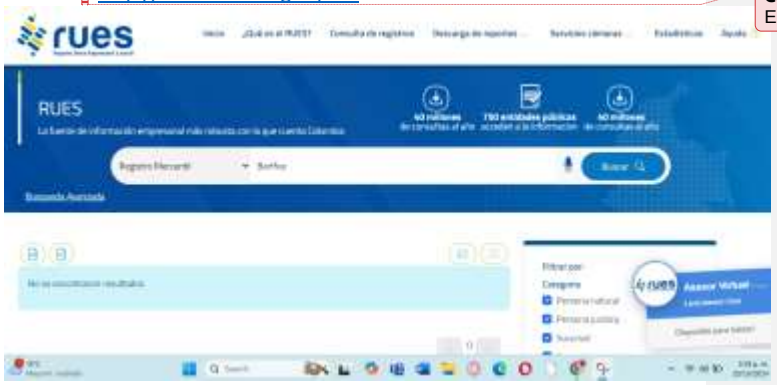
7 BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA 8

1 INTRODUCCIÓN

2 ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA (1 ENTREGA)

2.1 Nombre de la idea de negocio: ***Barffee***

1.1.1 Pantallazo consulta homónima ante Cámara de Comercio la consulta: http://www.rues.org.co/RM



1.1.2 Objetivo del proyecto productivo: *Crear un espacio social, enfocado en brindar bebidas a base de café a través de la fusión de sabores, fomentando el desarrollo económico del gremio.*

2.2 Imagen corporativa

Remitir propuesta inicial del logo, slogan, uniformes, factura y propuesta comercial.
Puede utilizar la herramienta: https://www.canva.com/

Logo y Slogan



Comentado [1]: se realizó en el Registro Único Empresarial y Social el día ...

Con formato: Fuente: Sin Negrita

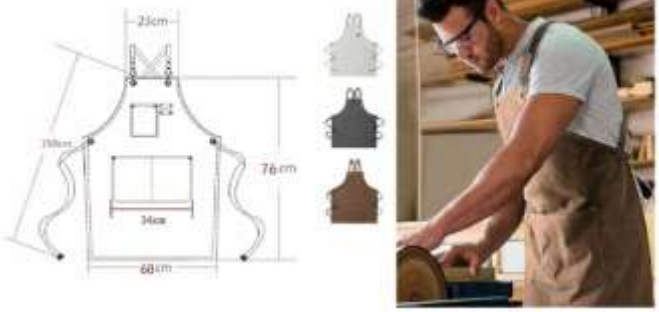
Con formato: Fuente: Sin Negrita

Comentado [2]: Crear un espacio social que ofrezca bebidas a base de café con combinaciones únicas de sabores, impulsando el desarrollo económico del sector cafetero.

Comentado [3]: Redactar que se va a realizar en este punto de imagen corporativa, citar la herramienta que se utilizo por ej. Canva.

Uniformes

Delantal Unisex



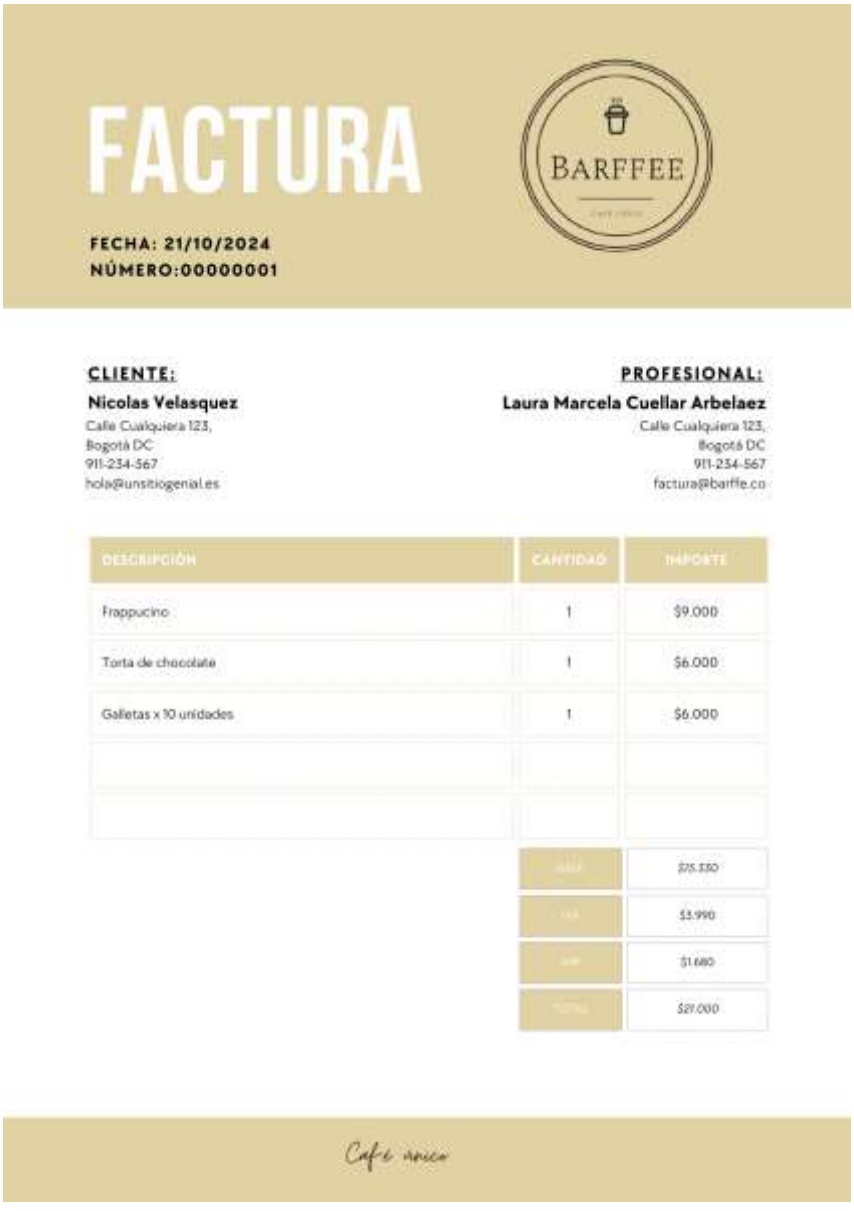
Dotación básica paraDama



Dotación básica para Hombre



Factura



FACTURA

BARFFEE

FECHA: 21/10/2024
NÚMERO:00000001

CLIENTE:
Nicolas Velasquez
Calle Cualquiera 123,
Bogotá DC
911-234-567
hola@unsitiogenial.es

PROFESIONAL:
Laura Marcela Cuellar Arbelaez
Calle Cualquiera 123,
Bogotá DC
911-234-567
factura@barffe.co

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	IMPORTE
Frappucino	1	$9.000
Torta de chocolate	1	$6.000
Galletas x 10 unidades	1	$6.000

[illegible]	$15.330
[illegible]	$3.990
[illegible]	$1.680
[illegible]	$21.000

Café único

Propuesta Comercial



2.3 Ubicación y/o punto de venta

Dirección: Cerca a la Estación calle 100 - Calle 97 #23.
Teléfono: 3187128926
Municipio: Bogota D.C
Localidad: Chapinero - Usaquén
Barrio: Chicó Norte
donde estará ubicada la empresa y el punto de venta.



Comentado [4]: Por favor redactar! Ej: El negocio estará estratégicamente ubicado cerca de la Estación Calle 100, en la dirección Calle 97 #23, en el barrio Chicó Norte, perteneciente a las localidades de Chapinero y Usaquén, en Bogotá D.C. Este lugar privilegiado facilita el acceso a una clientela diversa y en constante movimiento, ofreciendo una ubicación ideal para atraer tanto a residentes como a visitantes de la zona. El punto de venta estará diseñado para maximizar la experiencia del cliente en un entorno dinámico y acogedor. Para cualquier consulta, pueden comunicarse al teléfono 3187128926.

2.4 Antecedentes o justificación del proyecto productivo

Montar un café bar es una idea que considero importante por varias razones:

Comentado [5]: Se redacta en tercera persona, ej: Montar un café bar es un proyecto significativo por varias razones:
Ajustar!

1. ***Pasión por el café***: Mi amor por el café va más allá de una simple bebida; es una cultura, un arte y una experiencia. Quiero compartir esta pasión con los demás y crear un espacio donde la gente pueda disfrutar de un buen café en un ambiente acogedor.
2. ***Conocimiento en el sector***: He estado estudiando las distintas variedades de café, métodos de preparación y tendencias del mercado. Este conocimiento me permitirá ofrecer un producto de calidad y educar a los clientes sobre las diferentes opciones que tienen y así disfrutar una bebida deliciosa y de calidad.
3. ***Demanda insatisfecha:*** He observado que en mi área hay una creciente demanda de gusto y pasión por el café con experiencias únicas. Quiero ofrecer y demostrar que todos pueden acceder a un gran producto y aprovechar un espacio donde se puedan alejar del agite diario de la vida.
4. ***Comunidad y conexión***: Quiero crear un espacio donde la gente no solo venga a tomar café, sino que también se conecte, comparta y colabore. Los cafés son puntos de

encuentro importantes en las comunidades, y mi objetivo es fomentar esa interacción en un país cafetero, donde cada familia se ha influenciado por generaciones.

5. ***Sostenibilidad:*** Me interesa implementar prácticas sostenibles con envases biodegradables, apoyar a nuestros agricultores y productores que generan un impacto positivo al ambiente.
6. ***Innovación:*** Estoy emocionada por la oportunidad de experimentar con nuevas técnicas de preparación, menús innovadores y eventos relacionados con el café, lo que podría diferenciar mi negocio de la competencia.

En resumen, mi motivación para llevar a cabo este proyecto radica en la combinación de mi pasión, conocimiento, la oportunidad de satisfacer una demanda en el mercado, y el deseo de crear un espacio significativo en la comunidad.

2.5 Portafolio de productos o servicios



Comentado [6]: La imagen esta borrosa, cita la fuente, si ud lo realizo la fuente es elaboración propia.



Comentado [7]: La imagen esta borrosa, cita la fuente, si ud lo realizo la fuente es elaboración propia.



Comentado [8]: La imagen esta borrosa, cita la fuente, si ud lo realizo la fuente es elaboración propia, se podría dividir en 2 o 3 imágenes para que se más claro.



Para una experiencia personalizada de nuestro café, tendremos:

Comentado [9]: para la venta? o a que hace referencia?

- ***Café en Grano***
  - **Características**: Mezclas seleccionadas de granos de café de origen único.
  - **Empaque**: Bolsas de papel kraft con ventana transparente.
  - **Peso**: 250 g y 500 g.
- ***Merchandising***
  - **Características**: Tazas, camisetas y otros artículos de marca.
  - **Empaque**: Presentación en bolsas reutilizables o cajas de cartón.
  - **Peso**: Varía según el producto.

Este portafolio de productos busca reflejar un enfoque en la calidad, sostenibilidad y experiencia del cliente, asegurando que cada producto no solo sea delicioso, sino también visualmente atractivo y cuidadosamente presentado.

2.6 Factor creativo o innovador del proyecto productivo

Nuestro café se distingue por una propuesta innovadora que combina la experiencia del café de especialidad con un enfoque en la sostenibilidad y la comunidad. Aquí están algunas características clave que destacan la innovación:

1. **Café de Origen Único**: Nos enfocamos en ofrecer cafés de origen único, provenientes de productores locales y responsables. Esto no solo apoya a los agricultores, sino que también proporciona a los clientes una experiencia auténtica y de calidad.
2. **Espacio Multifuncional**: El local estará diseñado como un espacio comunitario, donde se pueden realizar eventos, talleres de café, ambientes tranquilos de trabajo y esparcimiento. Esto crea un ambiente atractivo que va más allá del simple consumo de café.
3. **Sostenibilidad**: Implementaremos prácticas sostenibles, como el uso de envases biodegradables y el reciclaje de residuos. Además, promoveremos métodos de cultivo de café responsables que beneficien al medio ambiente.
4. **Personalización de la Experiencia**: Ofrecemos una experiencia personalizada, donde los clientes pueden elegir su método de preparación de café y aprender sobre el proceso de preparación de su bebida, asimismo detectar sensaciones, sabores y olores del producto.
5. **Identidad de Marca**: La creación de una comunidad y una cultura en torno al café de especialidad es un proceso que no se puede copiar rápidamente. La experiencia del cliente y la fidelización se construyen a través del tiempo y la interacción.

3 ESTUDIO TÉCNICO Y LEGAL

3.1 Inversión inicial

Complete la siguiente tabla con los recursos necesarios para la ejecución de su proyecto productivo.

R. Humanos

Descripción	Valor	Costo Total $
- Personal (Baristas)	1 barista a $1,300,000	1,300,000
Subtotal R. Humanos		1,300,000

R. Físicos

Descripción	Valor	Costo Total $
- Alquiler local	3 meses a $2,500,000	7,500,000
- Mobiliario y decoración	Mesas, sillas, decoración	5,000,000
- Utensilios de cocina	Equipamiento básico	4,000,000
- Construcción y remodelación	Obras menores	3,000,000
Subtotal R. Físicos		19,500,000

R. Tecnológicos

Descripción	Valor	Costo Total $
- Cafetera profesional		4,000,000
- Molino de café	1 a $1,000,000	1,000,000
- Sistema de punto de venta	Software y hardware	1,000,000
- Nevera		1,000,000
Subtotal R. Tecnológicos		7,000,000

R. Financieros

Descripción	Valor	Costo Total $
- Capital de trabajo	Insumos iniciales	5,000,000
- Publicidad y marketing	Campañas iniciales	3,400,000
Subtotal R. Financieros		8,400,000

Total

| **Total $** | | **36,200,000** |

Comentado [10]: Incluir las tablas no imágenes, ajustar por favor!

3.2 Normatividad sector de alimentos y bebidas

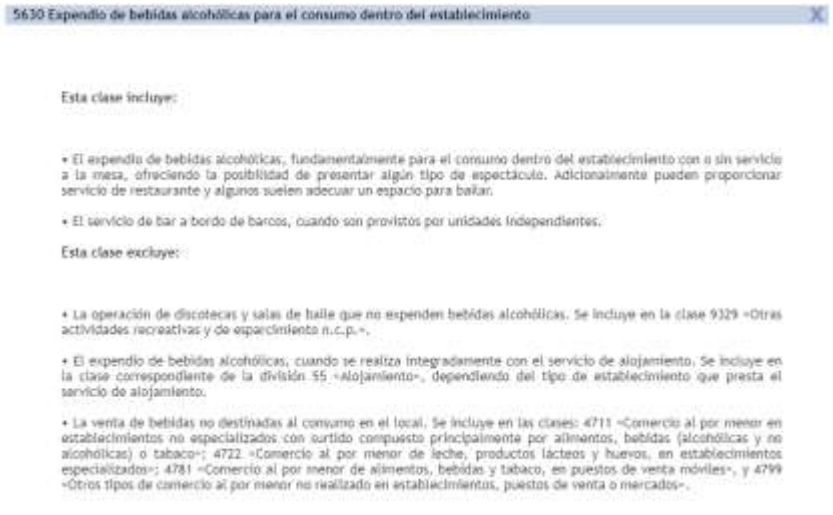
Incluya las buenas prácticas de manufactura y las normas a implementar.



Comentado [11]: Fuente?

1.1 Constitución y legalización

1.1.1 Establezca la forma jurídica y el ámbito de operación de su establecimiento de comercio (si aplica), incluya la actividad económica principal.
Ver: Cámara de Comercio de Bogotá (https://www.ccb.org.co/guru)
Link para la consulta de la actividad económica: https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/



5630 Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento

Esta clase incluye:

• El expendio de bebidas alcohólicas, fundamentalmente para el consumo dentro del establecimiento con o sin servicio a la mesa, ofreciendo la posibilidad de presentar algún tipo de espectáculo. Adicionalmente pueden proporcionar servicio de restaurante y algunos suelen adecuar un espacio para bailar.

• El servicio de bar a bordo de barcos, cuando son provistos por unidades independientes.

Esta clase excluye:

• La operación de discotecas y salas de baile que no expenden bebidas alcohólicas. Se incluye en la clase 9329 «Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.».

• El expendio de bebidas alcohólicas, cuando se realiza integradamente con el servicio de alojamiento. Se incluye en la clase correspondiente de la división 55 «Alojamiento», dependiendo del tipo de establecimiento que presta el servicio de alojamiento.

• La venta de bebidas no destinadas al consumo en el local. Se incluye en las clases: 4711 «Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) o tabaco»; 4722 «Comercio al por menor de leche, productos lácteos y huevos, en establecimientos especializados»; 4781 «Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco, en puestos de venta móviles», y 4799 «Otros tipos de comercio al por menor no realizado en establecimientos, puestos de venta o mercados».

Comentado [12]: No pegar imágenes y citar de donde extrae la información, por favor ajustar.



5611 Expendio de comidas preparadas en cafeterías

Esta clase incluye:

• La preparación y el expendio de alimentos para su consumo inmediato, mediante el servicio a la mesa. Por lo general, estos establecimientos expenden alimentos ligeros (que no constituyen comidas completas) que pueden ser o no, preparados dentro del establecimiento. No presentan una decoración estandarizada y pueden o no suministrar bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

Esta clase excluye:

• Las cafeterías cuyo producto hace parte integral del servicio prestado por unidades que prestan el servicio de alojamiento. Se incluyen en la clase correspondiente de la división 55, «Alojamiento».

1104 Elaboración de bebidas no alcohólicas, producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas

Esta clase incluye:

- La elaboración de bebidas no alcohólicas, excepto cerveza sin alcohol y vino sin alcohol.
- La producción de aguas minerales naturales y otras aguas embotelladas.
- La elaboración de bebidas no alcohólicas aromatizadas y/o edulcoradas: gaseosas, bebidas a base de jugos de frutas, aguas tónicas, etcétera.
- La elaboración de helados aderezados con extractos artificiales de frutas, jarabes u otras sustancias similares.
- La elaboración de bebidas isotónicas (bebidas rehidratantes o bebidas deportivas) y energizantes.
- El embotellado y el etiquetado de bebidas no alcohólicas, siempre y cuando se realicen en la misma unidad de producción.
- La producción de hielo, incluido hielo para elaboración de productos alimenticios y para otros fines (ej.: para refrigeración).

Esta clase excluye:

- La elaboración de jugos naturales de frutas u hortalizas. Se incluye en la clase 1020 «Procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos».
- La elaboración de bebidas a base de leche. Se incluye en la clase 1040 «Elaboración de productos lácteos».
- La elaboración de productos de café. Se incluye en la clase 1063 «Otros derivados del café».

Tabla 2 Forma Jurídica



Comentado [13]: escribir por que eligió esa forma jurídica y cuales son los pasos para la constitución y legalización de empresa de acuerdo a lo establecido por la Carama de Comercio de Bogotá.

1.1.2 Registro de marca

Ver: Superintendencia de Industria y Comercio (https://www.sic.gov.co/node/82).



Comentado [14]: Por favor incluir información sobre la solicitud y costos del registro de marcas que apliquen a su proyecto productivo. La imagen no dice nada, recuerde por favor que no es un cuestionario.

2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (2 ENTREGA)

2.1 Misión de la empresa

Ver: https://economipedia.com/definiciones/mision-de-una-empresa.html

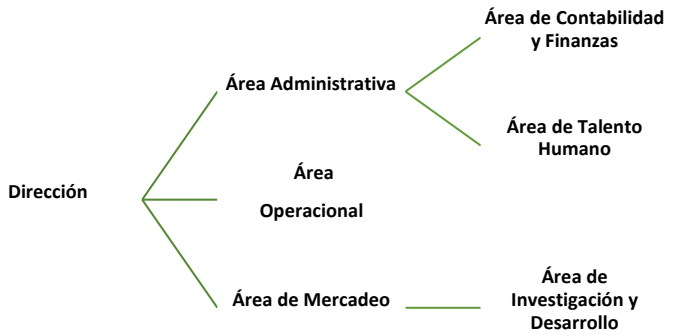
2.2 Visión de la empresa

Ver: https://www.obsbusiness.school/blog/como-definir-la-vision-empresarial-de-mi-negocio

2.3 Organigrama

Realice un organigrama de las áreas funcionales de su empresa donde se observe las estructuras por cliente, producto, función y proceso.

Tabla 3 Organigrama



2.4 Análisis DOFA

Tabla 4 Análisis DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
FORTALEZAS	**AMENAZAS**

3 PROPUESTA FINANCIERA

3.1 Ficha técnica o receta estándar

Realice la ficha técnica por cada uno del producto o servicio a ofrecer en su idea de negocio.

Tabla 5 Receta Estándar

NOMBRE DE LA PREPARACIÓN					
NÚMERO DE LAS PORCIONES					
No.	Ingredientes	Cantidad	Unidad de Medida	Valores	
				Unitarios	Total
1.				$	$
2.					
3.					
Costo total de la materia prima					$
Margen de error o variación				%	$
Costo total de la preparación					$
Costo por porción					$
Costo materia prima				%	
Precio potencial de la venta					$
IVA					$
Precio de venta					$
Porcentaje real costo MP					$
Precio Carta					$

4 ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1 Población objetivo

Realice una encuesta por medio de un formulario que contenga; mínimo 4 preguntas entre datos básicos del encuestado y sobre el posible interés que llegue a presentar por el producto, al segmento de mercado que apuntaría y responda las siguientes preguntas:

4.2 Tendencias actuales

Desarrolle el análisis del sector y del consumidor enfocado en el producto Colombiano.

4.3 Análisis de la competencia

Tabla 6 Análisis de la Competencia

	Competidores directos / indirectos	Ventajas	Desventajas

1.	Competidor 1 Nombre Dirección / Pág web		
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			

5 BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Castrillón Ortega, A. M. (2014). *Fundamentos Generales de Administración.* Medellin: Centro Editorial Esumer.

Sánchez Jiménez, I. C. (2017). Sociedades mercantiles en Colombia: breve historia, desarrollo y tendencias actuales. Una perspectiva desde el derecho comparado. Obtenido de https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15051/1/SOCIEDADES%20MERCANTILES%20EN%20COLOMBIA.pdf

Project Management Institute. (2013). *Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (guía del PMBOK®).* Pensilvania, EE.UU.: Project Management Institute, Inc.

Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la Teoría General de la Administración (7ta. ed). .* México: Editorial Mc. Graw Hill.

Guadarrama, E. *Teorías de la organización y pensamiento estratégico.* Universidad Autónoma del Estado de México, México. Obtenido de http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/69959/secme-3416_1.pdf?sequence=1

Cárdenas y Nápoles, R. A. (2008). Presupuestos Teoría y Práctica. México, D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. Obtenido de https://rashellrivas.files.wordpress.com/2017/04/cardenas-y-napoles-raul-andres-presupuestos-teoria-y-practica-2ed-1-1.pdf

Welsch, G. A., Hilton, R. W., Gordon, P. N., & Rivera Noverola, C. (2005). Presupuestos, Planificación y Control. México: Pearson Educación de México. Obtenido de

https://catedrafinancierags.files.wordpress.com/2015/03/welsch-presupuestos-6edi.pdf