

UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



DACEA

División Académica
de Ciencias Económico
Administrativas

DACEA

Asignatura:
Costos Históricos

Docente:
Ricardo Maglioni Montalvo

Alumnos:

- **Cordova Castro Teresita**
- **Cordova Santos Carla Viridiana**
- **León Vazquez Sofia Monserrat Morales**
Sanchez Ariadna

**AVANCE DEL “PROYECTO
INTEGRADOR”**

FORMATO PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO		
1.- Equipo:	Número 2	
2.- Nombre de los integrantes del equipo:	Teresita Córdova Castro Carla Viridiana Córdova Santos Sofía Monserrat león Vázquez Ariadna Morales Sánchez	
3.- Asignaturas que imparten:	Costos Históricos	
4.- Nombre del proyecto:	De flojo a genial, un cambio total	
5.- Presentación:	Al realizar la visita a la sucursal, identificamos la falta de marketing hacia el producto de "Té Chai Latte". Así como posteriormente adquirimos el producto para realizar un análisis detallado de sus características, así cómo su precio, calidad, sabor y presentación, y en base a esto realizar una propuesta de mejora a la distribución del producto.	
6.- Objetivo:	Implementar pantallas dinámicas en la sucursal, y buscar un descuento mediante una colaboración con la empresa SYSCOM	
7.- Tiempo de realización:	3 meses	
La metodología seleccionada para trabajar el proyecto se divide en tres fases:	(1) Preparación (2) Desarrollo y (3) Comunicación.	
8.- Fase de Preparación		
	Lo que se sabe	Lo que no se sabe
8.1.-Identificar los temas de aprendizaje que saben y los que no saben.	Identificación de problemáticas, identificación de costos, obtención de costos de materia prima y buscar soluciones	Técnicas de marketing para promocionar un producto, análisis de ventas y marketing de un solo producto.
8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.	Implementar: Pruebas gastronómicas, Pantallas dinámicas, Modificación al menú, Menú con código QR, Promocionar con volantes, Volverlo producto de temporada de otoño – invierno. La propuesta elegida para solucionar la problemática es implementar pantallas dinámicas en	

	la sucursal, y buscar un descuento mediante una colaboración con la empresa SYSCOM.																																																																														
8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito.	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="7">PLAN DE ACCIÓN</th> </tr> <tr> <th>ETAPAS</th> <th>Nº</th> <th>ACTIVIDAD</th> <th>DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</th> <th>FECHA DE EJECUCIÓN</th> <th>DURACIÓN</th> <th>RESPONSABLE</th> <th>ESTATUS</th> <th>OBSERVACIÓN</th> </tr> <tr> <th rowspan="4">PREPARACIÓN</th> <td>1</td> <td>Identificación y elección de la empresa con la problemática</td> <td>Se determina que la empresa elegida sera la sucursal de la empresa Cafí la caballa S.A de C.V ubicada en plazas las Americas, y se realizan las investigaciones para tener más información. Por lo tanto el producto elegido es el de menor venta "Te Chai Latte".</td> <td>04/02/2025</td> <td>07/02/2025</td> <td>Una semana</td> <td>Morales Sanchez Ariadna</td> <td>Concluido</td> <td>Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información alcance.</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Planteamiento claro de la problemática y posible solución</td> <td>Al realizar la visita a la sucursal, identificamos la falta de información sobre el producto de "Te Chai Latte", posteriormente adquirimos el producto para realizar un análisis detallado de sus características, así como su precio, y se realizo una presentación de la misma en una pantalla digital para solucionar la problemática implementando una colaboración con la empresa SYSCOM.</td> <td>10/02/2025</td> <td>25/02/2025</td> <td>Quince semanas</td> <td>Cordova Casino Teresita y Lucia Vazquez Sofia Monzantzi</td> <td>Concluido</td> <td>Se determino la problemática dentro de la empresa, la cual se describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Conocer tu empresa (Misiones y Visiones, Objetivos, metas, estructura organizica)</td> <td>ANTECEDENTES HISTÓRICOS: En 1992 nace en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco, la marca Cafí la Caballa, fundada por Sr. Jorge González Gutiérrez de Velasco, quien al negocio con un pequeño módulo de aproximadamente 2m² en forma de palapa, que se convirtió en una pequeña tienda de abarrotes, su esposo de trabajo han logrado convertir a Cafí la Caballa en una empresa pionera y líder en el concepto de Barrios de Café, siendo la primera en ofrecer este tipo de servicio en el país, durando logrando mantener la tradición de consumo el barrio duradero.</td> <td>24/02/2025</td> <td>26/02/2025</td> <td>Una semana</td> <td>Cordova Santos Carla Viridian</td> <td>Concluido</td> <td>Se determino los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Elaboración del Marco Referencial Antecedentes, Marco teórico y Marco Conceptual</td> <td>OBJETIVO: Ser un líder en el mercado de servicios de café y bebidas. MISSION: Enrichir la vida de las personas con nuestros productos y servicios, ofreciéndoles para que nuestro producto, servicio y establecimientos sean el total agrado de nuestros CLIENTES, brindando una experiencia única y memorable. Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franchises derivados del café, con presencia LIDER en el mundo.</td> <td>03/03/2025</td> <td>28/03/2025</td> <td>cuatro semanas</td> <td></td> <td></td> <td>Se investigo todo el antecedente de la empresa, considerando su evolución como empresa.</td> </tr> <tr> <th rowspan="2">DESEÑO</th> <td>5</td> <td>Presentación de la posible solución que se lleva a cabo en la preparación de una Guía o Capítulos en donde se establecen los pasos seguir para su desarrollo</td> <td></td> <td>31/03/2025</td> <td>16/05/2025</td> <td>cuatro Semana</td> <td></td> <td></td> <td>Se desarrollara la propuesta para la ejecución paso a paso de la posible solución, donde considerar los criterios y herramientas para poder realizarlo</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Presentación previa de la Diapositiva que se lleva a cabo para posteriormente elaborar el video de la presentación del proyecto</td> <td></td> <td>19/05/2025</td> <td>30/05/2025</td> <td>Tres Semana</td> <td></td> <td></td> <td>Se prepara la presentación previa del proyecto integrador</td> </tr> <tr> <td>8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.</td><td> <p>Ariadna: Determinar la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información al alcance.</p> <p>Carla: Obtener los antecedentes históricos de la empresa para conocer el objeto de estudio.</p> <p>Teresita: Analizar las características del producto, sabor, precio, calidad y presentación.</p> <p>Sofía: Elaboración del marketing digital del producto para su presentación en las pantallas dinámicas.</p> </td></tr> <tr> <td>8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida.</td><td> <ul style="list-style-type: none"> Analizar la estrategia de marketing que tiene en función la sucursal Analizar los costos para elaborar la propuesta de mejora para la distribución del producto Impulsar la propuesta de marketing para evitar tener mermas, y obtener ganancias </td></tr> <tr> <td>8.6.-Recursos: Aquí se contemplan los libros, las revistas, las computadoras, las hojas, los bolígrafos, los espacios, las impresiones, las pastas, los consumibles, los materiales, las comidas, las bebidas, los transportes, las llamadas telefónicas, el uso del internet, el tiempo</td><td> Pasaje Compra del producto Papeles Lapiceros Impresiones Paginas digitales Power point Exel Word Consultas web </td></tr> </thead></table>	PLAN DE ACCIÓN							ETAPAS	Nº	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN	DURACIÓN	RESPONSABLE	ESTATUS	OBSERVACIÓN	PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Se determina que la empresa elegida sera la sucursal de la empresa Cafí la caballa S.A de C.V ubicada en plazas las Americas, y se realizan las investigaciones para tener más información. Por lo tanto el producto elegido es el de menor venta "Te Chai Latte".	04/02/2025	07/02/2025	Una semana	Morales Sanchez Ariadna	Concluido	Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información alcance.	2	Planteamiento claro de la problemática y posible solución	Al realizar la visita a la sucursal, identificamos la falta de información sobre el producto de "Te Chai Latte", posteriormente adquirimos el producto para realizar un análisis detallado de sus características, así como su precio, y se realizo una presentación de la misma en una pantalla digital para solucionar la problemática implementando una colaboración con la empresa SYSCOM.	10/02/2025	25/02/2025	Quince semanas	Cordova Casino Teresita y Lucia Vazquez Sofia Monzantzi	Concluido	Se determino la problemática dentro de la empresa, la cual se describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.	3	Conocer tu empresa (Misiones y Visiones, Objetivos, metas, estructura organizica)	ANTECEDENTES HISTÓRICOS: En 1992 nace en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco, la marca Cafí la Caballa, fundada por Sr. Jorge González Gutiérrez de Velasco, quien al negocio con un pequeño módulo de aproximadamente 2m ² en forma de palapa, que se convirtió en una pequeña tienda de abarrotes, su esposo de trabajo han logrado convertir a Cafí la Caballa en una empresa pionera y líder en el concepto de Barrios de Café, siendo la primera en ofrecer este tipo de servicio en el país, durando logrando mantener la tradición de consumo el barrio duradero.	24/02/2025	26/02/2025	Una semana	Cordova Santos Carla Viridian	Concluido	Se determino los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio	4	Elaboración del Marco Referencial Antecedentes, Marco teórico y Marco Conceptual	OBJETIVO: Ser un líder en el mercado de servicios de café y bebidas. MISSION: Enrichir la vida de las personas con nuestros productos y servicios, ofreciéndoles para que nuestro producto, servicio y establecimientos sean el total agrado de nuestros CLIENTES, brindando una experiencia única y memorable. Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franchises derivados del café, con presencia LIDER en el mundo.	03/03/2025	28/03/2025	cuatro semanas			Se investigo todo el antecedente de la empresa, considerando su evolución como empresa.	DESEÑO	5	Presentación de la posible solución que se lleva a cabo en la preparación de una Guía o Capítulos en donde se establecen los pasos seguir para su desarrollo		31/03/2025	16/05/2025	cuatro Semana			Se desarrollara la propuesta para la ejecución paso a paso de la posible solución, donde considerar los criterios y herramientas para poder realizarlo	6	Presentación previa de la Diapositiva que se lleva a cabo para posteriormente elaborar el video de la presentación del proyecto		19/05/2025	30/05/2025	Tres Semana			Se prepara la presentación previa del proyecto integrador	8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.	<p>Ariadna: Determinar la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información al alcance.</p> <p>Carla: Obtener los antecedentes históricos de la empresa para conocer el objeto de estudio.</p> <p>Teresita: Analizar las características del producto, sabor, precio, calidad y presentación.</p> <p>Sofía: Elaboración del marketing digital del producto para su presentación en las pantallas dinámicas.</p>	8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida.	<ul style="list-style-type: none"> Analizar la estrategia de marketing que tiene en función la sucursal Analizar los costos para elaborar la propuesta de mejora para la distribución del producto Impulsar la propuesta de marketing para evitar tener mermas, y obtener ganancias 	8.6.-Recursos: Aquí se contemplan los libros, las revistas, las computadoras, las hojas, los bolígrafos, los espacios, las impresiones, las pastas, los consumibles, los materiales, las comidas, las bebidas, los transportes, las llamadas telefónicas, el uso del internet, el tiempo	Pasaje Compra del producto Papeles Lapiceros Impresiones Paginas digitales Power point Exel Word Consultas web
PLAN DE ACCIÓN																																																																															
ETAPAS	Nº	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN	DURACIÓN	RESPONSABLE	ESTATUS	OBSERVACIÓN																																																																							
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Se determina que la empresa elegida sera la sucursal de la empresa Cafí la caballa S.A de C.V ubicada en plazas las Americas, y se realizan las investigaciones para tener más información. Por lo tanto el producto elegido es el de menor venta "Te Chai Latte".	04/02/2025	07/02/2025	Una semana	Morales Sanchez Ariadna	Concluido	Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información alcance.																																																																						
	2	Planteamiento claro de la problemática y posible solución	Al realizar la visita a la sucursal, identificamos la falta de información sobre el producto de "Te Chai Latte", posteriormente adquirimos el producto para realizar un análisis detallado de sus características, así como su precio, y se realizo una presentación de la misma en una pantalla digital para solucionar la problemática implementando una colaboración con la empresa SYSCOM.	10/02/2025	25/02/2025	Quince semanas	Cordova Casino Teresita y Lucia Vazquez Sofia Monzantzi	Concluido	Se determino la problemática dentro de la empresa, la cual se describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.																																																																						
	3	Conocer tu empresa (Misiones y Visiones, Objetivos, metas, estructura organizica)	ANTECEDENTES HISTÓRICOS: En 1992 nace en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco, la marca Cafí la Caballa, fundada por Sr. Jorge González Gutiérrez de Velasco, quien al negocio con un pequeño módulo de aproximadamente 2m ² en forma de palapa, que se convirtió en una pequeña tienda de abarrotes, su esposo de trabajo han logrado convertir a Cafí la Caballa en una empresa pionera y líder en el concepto de Barrios de Café, siendo la primera en ofrecer este tipo de servicio en el país, durando logrando mantener la tradición de consumo el barrio duradero.	24/02/2025	26/02/2025	Una semana	Cordova Santos Carla Viridian	Concluido	Se determino los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio																																																																						
	4	Elaboración del Marco Referencial Antecedentes, Marco teórico y Marco Conceptual	OBJETIVO: Ser un líder en el mercado de servicios de café y bebidas. MISSION: Enrichir la vida de las personas con nuestros productos y servicios, ofreciéndoles para que nuestro producto, servicio y establecimientos sean el total agrado de nuestros CLIENTES, brindando una experiencia única y memorable. Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franchises derivados del café, con presencia LIDER en el mundo.	03/03/2025	28/03/2025	cuatro semanas			Se investigo todo el antecedente de la empresa, considerando su evolución como empresa.																																																																						
DESEÑO	5	Presentación de la posible solución que se lleva a cabo en la preparación de una Guía o Capítulos en donde se establecen los pasos seguir para su desarrollo		31/03/2025	16/05/2025	cuatro Semana			Se desarrollara la propuesta para la ejecución paso a paso de la posible solución, donde considerar los criterios y herramientas para poder realizarlo																																																																						
	6	Presentación previa de la Diapositiva que se lleva a cabo para posteriormente elaborar el video de la presentación del proyecto		19/05/2025	30/05/2025	Tres Semana			Se prepara la presentación previa del proyecto integrador																																																																						
8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.	<p>Ariadna: Determinar la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información al alcance.</p> <p>Carla: Obtener los antecedentes históricos de la empresa para conocer el objeto de estudio.</p> <p>Teresita: Analizar las características del producto, sabor, precio, calidad y presentación.</p> <p>Sofía: Elaboración del marketing digital del producto para su presentación en las pantallas dinámicas.</p>																																																																														
8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida.	<ul style="list-style-type: none"> Analizar la estrategia de marketing que tiene en función la sucursal Analizar los costos para elaborar la propuesta de mejora para la distribución del producto Impulsar la propuesta de marketing para evitar tener mermas, y obtener ganancias 																																																																														
8.6.-Recursos: Aquí se contemplan los libros, las revistas, las computadoras, las hojas, los bolígrafos, los espacios, las impresiones, las pastas, los consumibles, los materiales, las comidas, las bebidas, los transportes, las llamadas telefónicas, el uso del internet, el tiempo	Pasaje Compra del producto Papeles Lapiceros Impresiones Paginas digitales Power point Exel Word Consultas web																																																																														

aire del celular, los costos de envío, las impresiones y lo que los equipos consideren pertinentes, de acuerdo a la naturaleza de su proyecto.	Tiempo aire Uso de computadoras y celulares
--	--

8.7.- Elaborar un plan de acción.

FASES	No.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	PLAN DE ACCIÓN					OBSERVACIÓN
				INICIAL	FINAL	DURACIÓN	RESPONSABLE	ESTATUS	
PREPARACIÓN	1	Identificación y elcción de la empresa con la problemática	Se determina que la empresa existente sera la sucursal de la empresa Café la Gálula S.A de C.V. ubicado en plena latitud de América y el alcance que podemos tener hacia el público en general, tanto el producto ofrecido es el de mercadeo virtual "Té Chat Latte".	04/02/2020	07/02/2020	Una semana	Morales Sanchez Araceli	Concluido	Se determina la estrategia para el desarrollo de la investigación considerando los tiempos y la información adquirida.
PREPARACIÓN	2	Planteamiento claro de la problemática y posible solución	Al realizar la visita a la sucursal, identificamos la falta de marketing hacia el producto de "Té Chat Latte". Así como la necesidad de tener una estrategia de marketing más amplias detallado de sus características, así como su precio, calidad, sabor y presentación, y en base a esto la propuesta de una estrategia de marketing que incluya la creación de pantallas dinámicas en la sucursal, y buscar un descuento mediante una colaboración con la empresa STICOM.	10/02/2020	21/02/2020	Una semana	Cordoba Santos Teresita	Concluido	Se determina la problemática detectada en la empresa, la cual se plantea claramente con los integrantes del grupo de investigación.
PREPARACIÓN	3	Conocer la empresa (Antecedentes, objetivos, metas, estructura organizativa)	ANTECEDENTES HISTÓRICOS: En 2001 nace en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco Café La Gálula, su fundador es el Sr. Jorge Morales Sanchez, quien al ser un apasionado por el café, abrió un pequeño módulo de aproximadamente 2 m ² en forma de cáliz. La gran visita de su fundador y el éxito de su negocio, impulsó a que en 2003 se expandiera la sucursal en otra ciudad, Mérida, Yucatán. Hoy en día, la cadena tiene 10 sucursales en una empresa pionera y líder en el concepto de Barrios de Café, ofreciendo una variedad de bebidas y postres que ha implementado siguiendo mantener la tradición de consumo el café.	10/02/2020	21/02/2020	Una semana	Morales Sanchez Araceli	Concluido	Se determinan los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio.
DESEMPEÑO	4	Elaboración del Marco Referencial Antecedentes, Marco teórico y Marco Conceptual	OBJETIVO: Ser un líder en el mercado tabasqueño y mexicano ofreciendo una experiencia única y satisfactoria para nuestro producto, servicio y establecimiento. Se verá el total agrado de nuestros CLIENTES, logrando hacer que la marca sea la mejor en el rubro.	24/02/2020	26/02/2020	Una semana	Cordoba Santos Teresita	Concluido	Se investiga todo el antecedente de la empresa, considerando su evolución como empresa.
DESEMPEÑO	5	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Críptica en donde se presentan los pasos seguir para su desarrollo	VISION: Ser una empresa que comercialice excelente en Productos, servicios y franquicias derivados del café, con presencia IUSDR en el mercado.	01/03/2020	26/03/2020	Quattro Semanas			Se desarrolla la propuesta con su elaboración paso a paso de la posible solución en donde se presentan las principales herramientas para poder realizarlo.
COMUNICACIÓN	6	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador para posteriormente elaborar el video de la presentación del proyecto		31/03/2020	16/05/2020	Quattro Semanas			Se prepara la presentación previa del proyecto integrador
COMUNICACIÓN	7			19/05/2020	30/05/2020	Tres Semanas			

9.- Fase de Desarrollo

9.1.-Gráfica de Gantt.	
9.2.-Programas, asignaturas, objetivos y temas.	
9.3.-Elaborar las evidencias.	
9.4.-Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.	
9.5.-Organización de la información y las fuentes consultadas.	
9.6.-Presentación del reporte en Word	Portada: nombre del proyecto, nombre de la institución, nombres de los integrantes del equipo y nombres de los maestros. Índice del proyecto en donde se presenten las tres fases del proyecto: fase de preparación, fase de desarrollo y fase de comunicación.

10.- Fase de Comunicación

10.1.-Power Point	
10.2.-Las evidencias	
10.3.-El costo	
10.4.-Fuentes de financiamiento	
10.5.-El impacto	

10.6.-La forma de evaluación	
10.7.-Rúbrica	
10.8.-Evaluación del plan de acción	
10.9.-La bibliografía consultada	
10.10.-Anexos	

PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR

FASES	No.	TEMATICA INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUSIÓN		TIEMPO ESTIMADO	ESTATUS	OBSERVACIÓN
				INICIAL	FINAL			
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Se determino qué la empresa elegida sera la sucursal de la empresa Café la cabaña S.A de C.V. ubicada en plaza las Américas y el alcance que podemos tener hacia su información. Por lo tanto el producto elegido es el de menor venta "Té Chai Latte".	04/02/2025	07/02/2025	Una semana	concluido	Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la infomaración alcance.
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática	Al realizar la visita a la sucursal, identificamos la falta de marketing hacia el producto de "Té Chai Latte". Así como posteriormente adquirimos el producto para realizar un análisis detallado de sus características, así como su precio, calidad, sabor y presentación, y en base a esto realizar una propuesta de mejora a la distribución del producto.	10/02/2025	14/02/2025	Una semana	concluido	Se determino la problemática detectada en la empresa, la cual se describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.

		Implementar: Pruebas gastrónomicas, Pantallas dinámicas, Modificación al menú, Menú con código QR, Promocionar con volantes, Volverlo producto de temporada de otoño - invierno. La propuesta elegida para solucionar la problemática es implementar pantallas dinámicas en la sucursal,y buscar un descuento mediante una colaboración con la empresa SYSCOM.				Se determino la posible solución en la cual se realizo una lluvia de ideas de las propuestas para llevar acabo en lo referente a la posible solución.
3	Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución		17/02/2025	21/02/2025	Una semana	Concluido

4	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	<p>ANTECEDENTES HISTÓRICOS: En 1991 nace en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco Café La Cabaña; su fundador el Sr. Jorge González Gutiérrez de Velasco, inició el negocio con un pequeño módulo de aproximadamente 2 m² en forma de cabaña. La gran visión de su fundador y el esfuerzo de su equipo de trabajo han logrado convertir a Café la Cabaña en una empresa pionera y líder en el concepto de Barras de Café, siendo la única empresa 100% Tabasqueña que ha perdurado logrando mantener la tradición de consumir el buen café.</p> <p>OBJETIVO: Ser un líder en el mercado</p> <p>MISIÓN: Café La Cabaña es una empresa donde nos entusiasma esforzarnos para que nuestro producto, servicio y establecimiento sean del total agrado de nuestros CLIENTES, lo que nos hace ser ya una tradición</p> <p>VISIÓN: Ser una empresa que comercialice excelencia</p>	24/02/2025	28/02/2025	Una semana	Se determino los antecedentes hisotricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio Concluido
---	---	---	------------	------------	------------	--

		en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado. Actividad o giro: Comercial					
DESARROLLO	5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes		03/03/2025	07/03/2025	Una semana	Concluido
	6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teorico y Marco Conceptual		10/03/2025	28/03/2025	tres semanas	INICIO

7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Cripticos en una serie de pasos propuestos para su desarrollo		31/03/2025	02/05/2025	Dos semana	Se desarrollara la propuesta de los pasos asegurar para dar la posible solución a la problemática planteada.
8	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establecen los pasos a seguir para su desarrollo		05/05/2025	09/05/2025	una Semana	Se desarrollara la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere los criterios y herramientas para poder realizarlo
9	Conclusión de la Guía para elaboración del proyecto integrador, con el fin de recabar los puntos clave para considerar en el desarrollo de la presentación de su		12/05/2025	16/05/2025	Una semana	Finalización de la Guía de elaboración del proyecto integrador e inicio de la conformación de la presentación del proyecto.

	proyecto integrador.						
COMUNICACIÓN	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador 10		19/05/2025	23/05/2025	Dos semana		Se prepara la presentación previa del proyecto integrador
	Preparación del Video 11		26/05/2025	30/05/2025	Una semana		Se programara la elaboración del video para la integración del proyecto
	Presentación del Video 12		02/06/2025	06/06/2025	Una semana		Se presentara para su conocimiento

PLAN DE ACCIÓN									
FASES	No.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUSIÓN		DURACIÓN	RESPONSABLE	ESTATUS	OBSERVACIÓN
				INICIAL	FINAL				
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Se determino qué la empresa elegida sera la sucursal de la empresa Café la cabaña S.A de C.V. ubicada en plaza las Américas y el alcance que podemos tener hacia su información. Por lo tanto el producto elegido es el de menor venta "Té Chai Latte".	04/02/2025	07/02/2025	Una semana	Morales Sanchez Ariadna	concluido	Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la infomaración alcance.
	2	Planteamiento claro de identificación de la problemática y posible solución	Al realizar la visita a la sucursal, identificamos la falta de marketing hacia el producto de "Té Chai Latte". Así como posteriormente adquirimos el producto para realizar un análisis detallado de sus características, así como su precio, calidad, sabor y presentación, y en base a esto la propuesta elegida para solucionar la problemática es implementar pantallas dinámicas en la sucursal, y buscar un descuento mediante una colaboración con la empresa SYSCOM.	10/02/2025	21/02/2025	Dos semana	Cordova Castro Teresita	concluido	Se determino la problemática detectada en la empresa, la cual se describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.
	3	Conoce tu empresa (Antecedentes Históricos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura orgánica	ANTECEDENTES HISTÓRICOS: En 1991 nace en la Ciudad de Villahermosa, Tabasco Café La Cabaña; su fundador el Sr. Jorge González Gutiérrez de Velasco, inició el negocio con un pequeño módulo de aproximadamente 2 m ² en forma de cabaña. La gran visión de su fundador y el esfuerzo de su equipo de trabajo han logrado convertir a Café la Cabaña en una empresa pionera y líder en el concepto de Barras de Café, siendo la única empresa 100% Tabasqueña que ha perdurado logrando mantener la tradición de consumir el buen café. OBJETIVO: Ser un lider en el mercado MISIÓN: Café La Cabaña es una empresa donde nos entusiasma esforzarnos para que nuestro producto, servicio y establecimiento sean del total agrado de nuestros CLIENTES, lo que nos hace ser ya una tradición VISIÓN: Ser una empresa que comercialice excelencia en Productos, Servicios y Franquicias derivados del café, con presencia LIDER en el mercado. Actividad o giro: Comercial	24/02/2025	28/02/2025	Una semana	Cordova Santos Viridiana Carla	Concluido	Se determino los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio
DESARROLLO	4	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes, Marco teórico y Marco Conceptual		03/03/2025	28/03/2025	cuatro semana			Se investigo todo el antecedente de la empresa, considerando su evolución como empresa.
	5	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establecen los pasos seguir para su desarrollo		31/03/2025	16/05/2025	cuatro Semana			Se desarrollara la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere os criterios y herramientas para poder realizarlo

COMUNICACIÓN	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador para posteriormente elaborar el video de la presentación del proyecto						Se prepara la presentación previa del proyecto integrador
6			19/05/2025	30/05/2025	Tres Semana		