Los procesos de una cafetería los podemos dividir en tres categorías principales:

**1. Procesos operativos:**

* **Preparación de alimentos y bebidas:** Esto incluye todo lo que implica la elaboración de los productos que se ofrecen en la cafetería, desde la recepción de materias primas hasta la presentación final al cliente del producto.
* **Atención al cliente:** Esto incluye tomar pedidos, procesar pagos, servir alimentos y bebidas, y responder a las preguntas y solicitudes de los clientes.
* **Limpieza y mantenimiento:** Esto incluye mantener la cafetería limpia y ordenada, tanto en el área de servicio al cliente como en las áreas de preparación de alimentos.

**2. Procesos administrativos:**

* **Gestión de inventario:** Esto incluye realizar pedidos de materias primas, almacenar y rotar inventario, y realizar un seguimiento de los niveles de inventario.
* **Programación de personal:** Esto incluye crear horarios, asignar tareas a los empleados y gestionar las ausencias de los empleados.
* **Gestión financiera:** Esto incluye realizar un seguimiento de las ventas, los gastos y las ganancias, preparar informes financieros y pagar facturas.

**3. Procesos de apoyo:**

* **Marketing y ventas:** Esto incluye promocionar la cafetería y atraer nuevos clientes con diferentes estrategias. (opcional)
* **Desarrollo de productos:** Esto incluye crear nuevos productos y menús, y mejorar los productos existentes.
* **Capacitación de empleados:** Esto incluye brindar capacitación a los empleados sobre cómo preparar alimentos y bebidas, brindar atención al cliente y seguir los procedimientos de seguridad.

Dentro de estas categorías como vemos se encuentran tres divisiones las cuales cada una contempla una serie de acciones o situaciones que se dan dentro de esta división, consideramos que cada una de estas acciones podrán ser tomadas como BE (Business Event) los cuales como vimos en clase son eventos que desatan o generan los casos de uso de negocio (BUC).

Para estas situaciones donde queremos entender cómo funciona una cafetería deberíamos entender desde un inicio (donde se genera el BE) hasta donde termina (donde termina los BUCs y PUCs) ya que comúnmente no se toma en cuenta a los actores que son en sí, son los sistemas adyacentes por los cuales el negocio de la cafetería funciona en sí mismo.

Si analizamos lo recién mencionado, deberemos pensar en que es lo que genera el más básicos de los eventos de una cafetería, la compra de café (como un ejemplo), entonces desde ahí deberíamos empezar a pensar en cómo podemos generar un producto que le agregue valor al dueño del sistema, el cual en este caso sería la cafetería.

Pensando en cómo se generan los eventos, en este sistema llegamos a la conclusión de que siempre se trata de algún tipo de “necesidad”, ya sea que alguien necesite un café para despertarse, quiere pasar un buen rato con conocidos en un lugar agradable, “ganas de tomar algo rico”, entre otros tantos. Por lo que si queremos agregar un valor extra podemos pensar en cómo tratar con esos disparadores para poder tener un producto completo, en este caso podríamos utilizar los procesos de apoyo y en específico los de marketing y ventas, ya que gracias a este tipo de procesos podemos generar disparadores de los disparadores (triggers) y de esta forma que se den lugar a los otros procesos.

Siguiendo la metodología, en la cafetería como en todo negocio se busca atraer a nuevos clientes y no solo eso, sino que también mantener tanto a los viejos como a los nuevos, y es ahí en donde entra en juego no solo lo que hacemos sino también como lo hacemos, realizando referencia a los diferentes tipos de requisitos, ya que en el entorno que se encuentra en estudio no solo se le busca vender un servicio sino también una sensación donde el cliente se sienta cómodo no solo en cómo es el servicio  sino en todo lo que lo rodea, amabilidad de parte de los trabajadores, limpieza, buena decoración.

En referencia al anterior párrafo, este menciona varios elementos que tienen una importancia muy grande.

Por ejemplo, cuando mencionamos que no solo se vende alimentos sino también experiencias, es algo muy real, y lo podemos saber porque entendimos (estudiándolo) no solo el trabajo que debería hacer la cafetería sino también como se debería relacionarse con su alrededor. De esta forma se combinaban los diferentes procesos que hacen de tan exclamada “experiencia que mencionamos”, esto se debe a que es el conjunto de procesos o de efectos de procesos que hacen, ya que sin una buena gestión financiera no se podrían realizar los procesos de marketing y ventas, o sin la limpieza y mantenimiento adecuado no existirían clientes y por tanto no habría procesos de atención al cliente los cuales son la base fundamental.

(falta aquí)

Recordemos que no solo tenemos que pensar en los clientes, ya que no son los únicos sistemas adyacentes, también cuentan los distribuidores, a los cuales son necesarios para abastecerse de diferentes tipos de alimentos y así poder ofrecer de la misma manera un amplio cátalo de opciones por ejemplo. Continuando de esta manera debemos cuidar la forma en que se relaciona “el trabajo” con el resto del mundo ya que siempre hay sistemas que interactúan tanto como de forma consumista o en la otra forma que seria que de brindar hacia nuestro sistema.