# Descripción Simulada del Proyecto de Innovación para el Almacén de la Señora Denisse León

## Lo que el cliente dijo que necesitaba

La señora Denisse León expresó que necesitaba fortalecer su almacén de abarrotes frente a la creciente competencia de supermercados y tiendas de conveniencia. Buscaba una forma de mantener su ventaja competitiva basada en la cercanía y atención personalizada, especialmente para adultos mayores y personas con movilidad reducida de su comunidad.

## Cómo el fabricante entendió lo que quería

El equipo de proyecto interpretó que la señora Denisse necesitaba una transformación digital completa, centrándose principalmente en la implementación de redes sociales y una página web, combinado con catálogos digitales y promociones especiales.

## Lo que el ingeniero de producto diseñó

Se diseñó un sistema de pedidos y entregas a domicilio mediante página web y redes sociales, junto con la creación de combos de productos a precios preferenciales, suscripciones semanales para productos de primera necesidad y una tarjeta de cliente frecuente con descuentos y promociones exclusivas.

## Cómo entendió los requisitos el equipo

El equipo desarrolló un plan de implementación dividido en cuatro fases de dos semanas cada una: creación de redes sociales e implementación de publicidad, servicio de delivery y catálogo digital, logística y pruebas del sistema, y análisis de resultados y optimización.

## Lo que entendió el consultor de negocio

El consultor de negocio interpretó el proyecto como una oportunidad para realizar un análisis completo de factibilidad técnica, operacional y económica, desarrollando también una matriz FODA detallada que incluía aspectos como la fidelidad de la clientela, las posibilidades de crecimiento y las amenazas del mercado.

## Cómo fue documentado

No se documentó adecuadamente el proyecto. El informe carece de documentación técnica detallada sobre la implementación de la página web, no incluye manuales de usuario para el sistema de pedidos, ni establece procedimientos claros para la gestión diaria. Tampoco se documentaron las pruebas realizadas ni se establecieron métricas específicas para evaluar el éxito del proyecto. Esta falta de documentación podría dificultar el mantenimiento y la evolución futura del sistema, así como la capacitación de nuevo personal.

## Lo que el cliente recibió en casa

La señora Denisse recibió una propuesta que incluía la creación de perfiles en Facebook, Instagram y una página web básica, un sistema de gestión de pedidos con horarios específicos de recepción, rutas de entrega, y un sistema gradual de implementación de pagos digitales además del efectivo.

## Lo que se cobró al cliente

Se simuló un presupuesto inicial de $100,000 aproximadamente, desglosado en publicidad inicial ($20,000), materiales para empaque ($30,000), y combustible/mantenimiento para entregas ($50,000 mensuales), más un 10% del valor de cada pedido como incentivo para el repartidor.

## Cómo se diseñó el soporte y atención

No se detalla específicamente en el informe cómo se diseñó el soporte y atención al cliente. Esta es una deficiencia importante del proyecto, ya que no se establecieron claramente protocolos para la atención post-venta, manejo de quejas, devoluciones o problemas con las entregas. Tampoco se menciona capacitación específica para el personal en cuanto a atención al cliente a través de canales digitales, ni se especifica quién sería responsable de responder mensajes en redes sociales o la página web fuera del horario establecido para pedidos.

## Lo que el cliente realmente necesitaba

Lo que la señora Denisse realmente necesitaba era una solución simple y práctica que le permitiera mantener la esencia de su negocio (atención personalizada y cercanía con la comunidad) mientras ampliaba su alcance a clientes con dificultades de movilidad. Una implementación gradual con capacitación adecuada y enfoque en la calidad del servicio, más que en la complejidad tecnológica, habría sido más adecuada para sus necesidades reales.