

# Tarea N1.

## IN3501-2

### Empresa:"GANESHA"

INTEGRANTES.

CAROLINA FIGUEROA

FELIPE FICA

VICTOR DURÁN

Universidad de Chile

29 de abril de 2019

#### I. RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, si bien en Chile las empresas de moda independiente han aumentado, esta industria es muy escasa. Las tiendas retail son las que se llevan la mayor ganancia, y prácticamente definen lo que el chileno viste. Pero las nuevas generaciones han adoptado una nueva manera de comprar vía redes sociales, donde se buscan prendas originales y adaptadas a lo que ellos quieren. Es aquí donde nace "GANESHA" como una tienda virtual enfocada en los jóvenes interesados en el arte y la creatividad, que buscan prendas originales y que reflejen sus personalidades. Es por esto que cada prenda vendida es única e involucra una confección personal y manual del artista.

#### II. DATOS DE LA EMPRESA

- Nombre de la Organización:"GANESHA"
- Rubro:Comercio.
- Contacto dentro de la organización o empresa: Edith Del Carmen Valdivia Saavedra. Fono: +56957091177

Se destacan varios tópicos relevantes para la experiencia:

#### I. Descripción general del problema u oportunidad de mejora

"GANESHA" es una micro-empresa que está naciendo en un rubro principalmente dominado por ventas vía redes sociales como es Facebook e Instagram. Si bien actualmente este es el mejor medio de difusión, se cree que la creación de una página web sería una oportunidad para mejorar el modus operandi a través de popular uso de ventas online.

#### II. Temática y explicación de la aplicación web (lo que se espera entregar)

Esta será una web enfocada en la compra y venta de los artículos de la tienda. Se espera que esta página sea amigable y esté orientada para el consumidor juvenil. Ambientada de una manera "chic", la plataforma tendrá la opción de crearse un usuario y comprar online las prendas que el cliente requiera, con la opción de enviarle la prenda a la sucursal de correo más cercana. La página tendrá distintas categorías, de manera que las ofertas y las nuevas chaquetas estén debidamente señaladas. Además se podrá identificar distintas categorías según la tendencia que representa cada chaqueta tales

como animal print, indie chic, rock, etc. Una vez que el consumidor se interese en una determinada chaqueta, será capaz de obtener los detalles de la chaqueta tales como medidas y materiales que la constituyen.

### III. Impacto esperado del proyecto finalizado

Se espera que una vez lanzada la plataforma las ventas en región y en la capital aumenten, debido a que gracias a esta plataforma para el consumidor será mucho más fácil conocer los diseños y los detalles de cada prenda.

### IV. Empresas competidoras dentro del mercado.

Esta práctica se entiende como Benchmarking. En caso de tener un proyecto completamente nuevo, deben buscar proyectos que en su momento fueron pionero en el mercado.

En proyectos similares que se encuentran en el mercado de Chile, se encuentran las tiendas Lunaluuneraa y Misster.clothes. Estas tiendas, al igual que "GANESHA", se enfocan en prendas intervenidas y únicas.

#### ■ Lunaluuneraa

En el primer caso es una tienda enfocada principalmente en estudiantes, por lo que la mayor parte de sus chaquetas son cómodas y juveniles.

#### ■ Aspectos POSITIVOS:

Un aspecto positivo es la alta difusión que tiene esta empresa, ya que la cantidad de seguidores que se mantienen al tanto de las novedades de la tienda son más de cien mil. Por otro lado, el catálogo es bastante minimalista y representa la comodidad de las chaquetas que producen, lo que a su público objetivo le representa, y destaca la esencia de las chaquetas. Finalmente, la variedad de tendencias que presenta esta tienda da para abarcar un gran número de clientes, lo que beneficia enormemente

ya que independiente de los gustos, el público se logra identificar con las prendas de esta tienda.

#### ■ Aspectos NEGATIVOS:

En los aspectos negativos se encuentra el exceso de información en la red social, es decir la plataforma consta de más de 600 publicaciones, por lo que es difícil identificar las prendas que están disponibles y las ofertas que puedan existir. Por lo que algunas fotografías que se encuentran en la plataforma no son reales produciendo confusión haciendo necesario buscar descripciones para comprobar si realmente las prendas publicadas son de la tienda. Por ultimo, el modo de compra es bastante tedioso, debido a que los precios no están a la vista y es necesario hacer pedidos vía Instagram, y juntarte con el vendedor o directamente esperar al showroom que se realiza.

#### ■ Misster.clothes

Es una tienda totalmente juvenil y chic, esta se enfoca principalmente en compradores que buscan una prenda que no encontraran en ningún lado, que se identifique con su personalidad y preferencia por la originalidad a la comodidad.

#### ■ Aspectos POSITIVOS:

En primer lugar, un aspecto positivo de esta tienda es el alto alcance que ha tenido con los chilenos, debido a la alta publicidad que ha logrado la tienda a través de canjes con famosos, los cuales realizan constantemente a través de sus redes sociales personales recomendaciones sobre las prendas que ocupan, destacando notoriamente a esta tienda de chaquetas. En segundo lugar, esta es una tienda que cuenta con un catálogo totalmente trabajado, es decir en cada fotografía se encuentra una chaqueta de ellos y logran plasmar el alto contenido artístico

en la red social. Por último, se destaca que la descripción y el concepto de la tienda se entiende rápidamente, además la información esencial como manera de contacto esta a simple vista, lo que a los clientes se les facilita la comprensión.

■ Aspectos NEGATIVOS:

En los aspectos negativos nuevamente se encuentra una plataforma en la que muchas de las prendas presentadas no están disponibles, lo cual simplemente no es práctico para el cliente. Por otro lado, el precio y la descripción del material de la chaqueta nuevamente no está a la vista por lo que a los clientes se les dificulta el trabajo de saber cuánto es el precio de cada chaqueta. Finalmente, el modo de compra para gente de Santiago y región es bastante tedioso, debido a que no pueden comprar directamente su chaqueta en la plataforma.

Referencia a sus tiendas:

- <https://www.instagram.com/lunaluuneraa/>
- <https://www.instagram.com/misstter.clothes/>

v. Actores del negocio y sus roles.

- Diseñador(a): Persona que diseña y confecciona cada chaqueta que es vendida en la tienda Ganesha.
- Dueño(a): Persona propietaria de la tienda, la cual es accionista y en este caso también gerencia el negocio, es decir lo administra, organiza y dirige. En Ganesha la diseñadora y dueña son la misma persona.
- Personas que reciben un bien, el cual corresponde a la(s) chaqueta(s) escogida(s), a través de una compra que realizan, en este caso vía una plataforma online.

vi. Modelo entidad relación

- Clientes: Son los actores principales del modelo, los cuales pueden adquirir una o más chaquetas. De ellos interesa saber su nombre, correo, número telefónico, dirección y ciudad.

- Pedidos: Los clientes tendrán la posibilidad de realizar pedidos, para ser más prácticos a la hora de buscar estos pedidos, nos interesará saber la fecha en que fueron realizados.
- Info\_pedido: Cada pedido realizado por un cliente puede consistir en una o más chaquetas, y estas pueden o no ser entregadas a domicilio, por lo que se necesita la información detallada del pedido completo del cliente. Esto consiste en el total del pago, medio de pago, y el tipo de despacho.
- Chaquetas: Cada chaqueta diseñada es única, es por esto que es necesario saber distinguir entre cada modelo, y sus características. Es por esto que interesa saber el número de serie de cada chaqueta, su talla y precio.
- ModeloChaqueta: Las chaquetas pueden ser categorizadas, según temporada y tendencia. Esto hace la página web más amigable para el cliente y ayuda a la empresa a analizar qué tipo de prendas son más vendidas. Las temporadas corresponden a Otoño-Invierno, Verano-Primavera y Todas. Además las tendencias con las que la tienda trabaja son Rock, indiechic, Etnic, Western y AnimalPrint.

Las relaciones realizadas corresponden a: Cada cliente puede realizar desde 0 a más de un pedido, pero cada pedido solo puede tener un cliente (1:n). A cada pedido le corresponde su información, la cual es única (1:1). Cada información puede estar compuesta por más de una chaqueta, pero como las chaquetas son únicas, estas existen en un solo detalle de compra (1:n). Cada chaqueta al ser única está categorizada de solo una manera, pero cada categoría contiene varias chaquetas (n:1).

vii. Consultas

- Crear registros (C): como el nombre lo dice, esta función permite crear un registro que antes no existía, por ejemplo, en el archivo, se crea el registro de la

“chaqueta11”, la cual tiene un número de serie (78264880404933463), talla (“M”), precio (14.990) y modelo (“modelo2”, modelo que ya está en la base de datos de la tienda) distinto a el de las otras chaquetas que están en la base de datos. Esta función en la vida real, sirve principalmente para agregar a la base de datos de “Ganesha” el nombre del cliente, para que quede registrado y así, para su próxima compra no pedir los datos nuevamente. Los códigos usados fueron los siguientes:

```
chaqueta9 = chaqueta(numero\_serie=
78210928493927899,
talla="XS", precio=17.990,
modelo="modelo9")
chaqueta9.save()
```

```
chaqueta10 = chaqueta(numero\_serie=
78264880404939303,
talla="S", precio=13.990,
modelo="modelo10")
chaqueta10.save()
```

- Leer registros (R): Esta función tiene dos usos, y es la más importante al momento de buscar en la base de datos; el primer uso corresponde a mostrar todos los elementos, una tabla por ejemplo, y el segundo es filtrar datos. En el archivo se aplicó un filtro de tallas de chaquetas, el cual se le pide el número de serie de la chaqueta (filter) y el dato de la chaqueta que se quiere saber (talla). Esta función, devuelve tablas, siendo en el primer caso la tabla completa, y en el segundo caso devuelve una tabla con los registros que cumplen dicha condición. Para la organización, esta función es muy importante, por ejemplo, para saber la cantidad de chaquetas disponibles de cierta talla, o bien, el precio de las chaquetas más que están a un menor precio. Los códigos usados fueron los siguientes:

```
tallas\_M = chaqueta.objects.filter(talla="M")
```

- Modificar registros (U): Esta función es muy importante, ya que en la vida real, todo está en permanente cambio, por ejemplo el número de celular o bien, cambio en la dirección de residencia. Para hacer esto posible, la función pide el número de serie de la chaqueta (get) y el dato que se quiere modificar (mail o número). Este a diferencia del anterior, no entrega una tabla, sino que el registro se actualiza con el cambio modificado. Los códigos usados fueron los siguientes:

```
cliente4 = chaqueta.objects.get(nombre=
"Javiera Prado")\\
cliente4.correo = "jpardof@hotmail.com"\\
cliente4.save()\\
\\
cliente5 = chaqueta.objects.get(nombre=
"Julieta Venegas")\\
cliente5.numero = 991236574\\
cliente5.save()\\
```

- Eliminar registros (D): esta última función permite eliminar un registro completo, por ejemplo, un cliente se cambia de tienda y decide abandonar “Ganesha”, por lo que se opta por eliminar de la base de datos al cliente para que en el futuro no se le ofrezca algún producto de la tienda o evitar posible spam hacia él. Para borrar el registro, en el caso de “Ganesha” se pide el nombre del cliente, el cual al actualizar la página, este es borrado de la base de datos. Los códigos usados fueron los siguientes:

```
chaqueta1 = chaqueta.objects.get(talla= "S")\\
chaqueta1.delete()
```