





Capítulo II: Requirements & Analysis

2.1 Competidores

En esta sección, se presenta un análisis de los competidores de FoodFlow y sus respectivas estrategias y tácticas. Se incluye un análisis competitivo, así como una comparación de las fortalezas y debilidades de cada competidor.

2.1.1. Análisis competitivo.

Competitive Analysis Landscape				
¿Por qué llevar a cabo el análisis?				
Este análisis se lleva a cabo con la finalidad de poder conocer la competencia y cómo “nombre de la empresa” se diferencia ante esta.				
<div><div> FoodFlow</div><div> Wave</div><div> Xero</div><div> R365</div></div>				
FoodFlow				
Perfil	FoodFlow es una aplicación web que ofrece gestión financiera especializada para restaurantes. Integra dashboards con reportes visuales, notificaciones y análisis de rentabilidad por plato, con un enfoque en simplicidad y accesibilidad para dueños de restaurantes			
Overview	FoodFlow ofrece	Wave es una plataforma gratuita de contabilidad en la nube que ofrece facturación, gestión de ingresos/gastos, reportes financieros básicos y nómina opcional, enfocada en pequeños negocios y freelancers.	Xero es un software de contabilidad en la nube para pequeñas y medianas empresas. Ofrece conciliación bancaria automática, facturación, pagos, inventario, proyectos y reportes colaborativos en tiempo real.	Restaurant365 (R365) es una solución integral para la industria restaurantera, que combina contabilidad, inventario, nómina, recursos humanos y analítica avanzada en una sola plataforma.
Ventaja	FoodFlow ofrece	Ofrece un	Proporciona	Proporciona a

	competitiva ¿Qué valor ofrece a los clientes?	simplicidad y accesibilidad: dashboards visuales, análisis de platos, reportes y alertas de inventario. Su propuesta de valor se centra en la inteligencia financiera especializada para restaurantes, sin ser un software contable complejo	software gratuito e intuitivo que permite a pequeños negocios manejar sus finanzas sin conocimientos contables avanzados. Su valor clave es accesibilidad y simplicidad.	un ecosistema financiero robusto con integraciones a más de 1,000 apps, escalabilidad y colaboración en tiempo real, ideal para pymes con crecimiento acelerado.	restaurantes un control total de operaciones: inventario, contabilidad, nómina y gestión operativa, con datos en tiempo real y optimización de costos alimentarios.
Perfil de Marketing	Mercado Objetivo	Dueños de restaurantes pequeños y medianos, especialmente negocios independientes que requieren control financiero accesible, sin conocimientos contables avanzados	Pequeños negocios, freelancers y microempresas que buscan soluciones de contabilidad simples y sin costo inicial.	Pequeñas y medianas empresas que requieren contabilidad avanzada, integraciones y colaboración con contadores.	Restaurantes medianos, grandes cadenas y franquicias con múltiples locales y necesidades avanzadas de gestión operativa y financiera.
	Estrategias de Marketing	Publicidad digital, landing page optimizada y redes sociales.	Enfoque en marketing digital, testimonios de pequeños negocios y atracción mediante la gratuidad de la plataforma.	Marketing basado en partners contables, agencias financieras y presencia activa en mercados internacionales mediante integraciones y alianzas.	Posicionamiento como solución "todo en uno" para restaurantes, campañas directas al sector HORECA y alianzas con POS y bancos.

Perfil de Producto	Productos y Servicios	Dashboard financiero visual, análisis de ventas por plato, gestión de menú, gestión de inventario y reportes.	Software de contabilidad gratuito, facturación, reportes financieros, payroll (opcional y pago).	Software de contabilidad integral: facturación, inventario, conciliación bancaria, proyectos, análisis financiero, pagos integrados.	Plataforma integral de gestión de restaurantes: contabilidad, inventario, compras, nómina, recursos humanos, reportes avanzados.
	Precios y Costos	Modelo de suscripción mensual accesible para pequeños y medianos restaurantes	Gratuito (se cobra por servicios extra como nómina o pagos electrónicos).	Planes desde ~20 USD/mes hasta planes superiores según necesidades. Modelo SaaS con escalabilidad.	Planes de suscripción elevados, orientados a cadenas y grupos de restaurantes. No es accesible para negocios muy pequeños.
	Canales de distribución (Web y/o Móvil)	Plataforma web.	Plataforma web y aplicación móvil. Integración directa con bancos y servicios de pago.	Plataforma web y aplicación móvil para Android/iOS. Marketplace con más de 1,000 integraciones.	Plataforma web y aplicación móvil. Integración con POS, bancos y proveedores específicos de la industria restaurantera.
Análisis SWOT	Fortalezas	Especialización en finanzas para restaurantes con usabilidad sencilla, dashboards visuales y accesibilidad	Plataforma gratuita, fácil de usar, ideal para pequeños negocios. Acceso sencillo a facturación y reportes básicos.	Contabilidad robusta, integraciones masivas, colaboración en tiempo real y escalabilidad internacional.	Especialización total en el sector restaurantero, integración de todas las áreas de negocio en una sola plataforma.
	Debilidades	Poca experiencia en el mercado y menor reconocimiento	Limitado para negocios medianos o grandes. Pocas	Más costoso que Wave, requiere curva de aprendizaje	Alto costo de implementación, complejo de usar para

	frente a grandes competidores	integraciones y soporte al cliente limitado.	y no está especializado en restaurantes.	pequeños negocios o restaurantes independientes.
Oportunidades	Crecer en latino-américa como alternativa accesible, integrando inteligencia financiera en un nicho poco explotado	Ampliar integraciones, mejorar soporte y penetrar mercados emergentes donde la contabilidad digital aún es baja.	Crecer en LATAM y mercados emergentes, integrar más fintech y potenciar su ecosistema de pagos tras la adquisición de Melio.	Expansión global en restaurantes, integración con IA para forecasting y optimización avanzada de operaciones.
Amenazas	Alta competencia con software contables y POS que agregan módulos financieros	Competencia de software más robusto como Xero o QuickBooks. Posibles problemas regulatorios en servicios financieros.	Alta competencia con QuickBooks, Wave y nuevas fintech contables. Amenaza de disrupción por IA y open banking.	Competencia de otras plataformas de gestión de restaurantes y de software financiero más barato y accesible.

2.1.2. Estrategias y Tácticas Competitivas de FoodFlow

Competidor	Estrategia de FoodFlow	Tácticas concretas
Wave (software gratuito para pequeños negocios)	Diferenciación en especialización: Wave es gratis, pero genérico. FoodFlow debe posicionarse como solución hecha para restaurantes , con herramientas que Wave no ofrece.	<ul style="list-style-type: none">- Campañas de marketing destacando funciones exclusivas para restaurantes (ej. "control de rentabilidad por plato" o "alertas de inventario inteligente").- Ofrecer un plan freemium básico (limitado) para competir con la gratuidad de Wave y enganchar clientes.- Generar alianzas con asociaciones de restaurantes locales para aumentar confianza.

Competidor	Estrategia de FoodFlow	Tácticas concretas
Xero (software contable robusto y global)	Enfoque en simplicidad y curva de aprendizaje baja: competir con facilidad de uso frente a la complejidad y costo de Xero.	<ul style="list-style-type: none">- Ofrecer onboarding guiado con tutoriales sencillos para dueños de restaurantes sin experiencia contable.- Precio competitivo enfocado en pequeños y medianos restaurantes de LATAM.- Integrar funciones de reportes financieros con ejemplos prácticos del sector gastronómico (ej. "costos por plato más vendido").
R365 (plataforma integral, cara y compleja)	Accesibilidad en costos + cercanía con negocios independientes: mientras R365 apunta a grandes cadenas, FoodFlow se posiciona como la alternativa ligera, ágil y asequible .	<ul style="list-style-type: none">- Estrategia de precios escalonados (plan para pequeños restaurantes, plan avanzado para medianas cadenas).- Marketing enfocado en "empoderar a restaurantes independientes".- Incorporar progresivamente módulos opcionales para crecer sin perder simplicidad.

Estrategia Global de FoodFlow

1. **Posicionamiento claro:** "La plataforma de gestión financiera hecha a medida para restaurantes independientes y medianos".
2. **Modelo Freemium + Upselling:** captar usuarios con un plan gratuito básico, y escalar con planes premium.
3. **Go-to-Market en LATAM:** aprovechar la baja digitalización financiera de restaurantes en la región para ganar mercado más rápido que competidores globales.
4. **Simplicidad como bandera:** mientras otros ofrecen robustez y complejidad, FoodFlow se mantiene ágil y fácil de usar.
5. **Construcción de comunidad:** generar una red de dueños de restaurantes que compartan experiencias y testimonios.

2.2 Entrevistas

En esta sección, se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a dueños de restaurantes para comprender sus necesidades, desafíos y expectativas en relación con la gestión financiera y operativa de sus negocios. Se incluyen citas textuales y análisis de las respuestas obtenidas.

2.2.1. Diseño de entrevistas

A continuación, se presentan las preguntas para las entrevistas del segmento objetivo. Con el fin de optimizar el tiempo y facilitar la recopilación de datos, se hará uso de Google Forms para recolectar información adicional.

Preguntas para el segmento "Dueños de restaurantes"


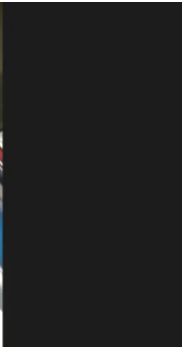

- ¿Cuántos años lleva operando su restaurante y qué tipo de comida ofrecen?
- ¿Cuál diría que es su principal reto operativo día a día?
- ¿Cómo lleva actualmente el control de sus finanzas? (Excel, cuaderno, sistema POS, contador, etc.)
- ¿Con qué frecuencia revisa los números de su negocio y qué tan fácil le resulta obtener esa información?
- ¿Tiene claridad sobre cuáles son sus platos más rentables?
- ¿Exporta información a Excel o comparte reportes financieros con alguien más?
- ¿Qué información le gustaría tener para tomar mejores decisiones sobre precios, menú o compras?
- ¿Ha tenido que quitar o cambiar platos del menú? ¿En base a qué criterios?
- ¿Cómo controla su inventario y con qué frecuencia se queda sin ingredientes importantes?
- ¿Le gustaría recibir alertas automáticas cuando un producto esté por agotarse?
- ¿Le sería útil tener un panel donde pueda ver de un vistazo sus ganancias, pérdidas y tendencias?
- ¿Valoraría tener gráficos que muestren sus platos más y menos vendidos para hacer ajustes en su menú?
- ¿Con qué frecuencia le gustaría revisar esta información? (diaria, semanal, mensual)
- ¿Prefiere ver la información en gráficos o en tablas con números?
- ¿Estaría dispuesto a usar una aplicación web que le ayude a monitorear las finanzas de su restaurante?
- ¿Qué tan cómodo se siente usando tecnología para su negocio?
- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por una herramienta que le ayude a gestionar mejor las finanzas?
- ¿Preferiría algo muy intuitivo o no le importaría dedicar tiempo a aprender?
- ¿Si tuviera acceso a mejor información financiera, qué cambios haría en su restaurante?
- ¿Qué dudas o preocupaciones tendría antes de usar una herramienta como FoodFlow?

2.2.2. Registro de entrevistas.

En esta sección se aborda la información recolectada de cada entrevista incluyendo un resumen de las respuestas de los entrevistados.

Segmento 1: Dueños de restaurantes.

- *Entrevista 1*

Nombre	Clara
Apellido	Canahualpa
Edad	49
Distrito	La Molina
Evidencia	<div><div>Clara Canahualpa</div><div></div><div>ro Maíta</div></div>

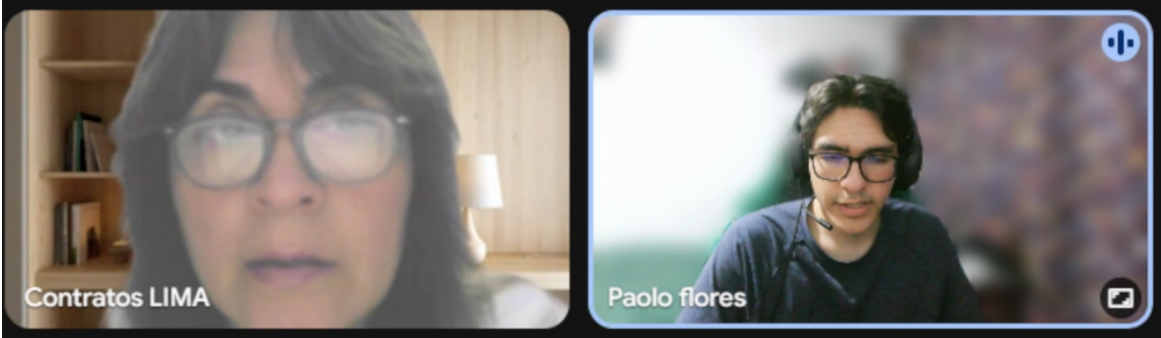
Nombre	Clara
Url	https://goo.su/bD7IT
Inicio de entrevista	00:00:01
Fin de entrevista	00:11:19
<ul style="list-style-type: none"> • Distrito de residencia: • Estado civil: • Ocupación: Dueño de restaurante • Dispositivo de preferencia: Laptop • Canales de interacción digital: Facebook, LinkedIn 	

Resumen de entrevista:

La entrevistada es Clara Canahualpa, encargada de la producción de postres en la pastelería-cafetería Horneando Amores, ubicada en La Molina, Lima. El negocio lleva alrededor de diez años en funcionamiento y su principal reto diario es lograr mayores ventas. Actualmente, el 80% de la oferta corresponde a productos dulces y el 20% a salados. Para la gestión financiera, utilizan el sistema ODO, aunque Clara no revisa personalmente los números; esta labor la realizan dos de sus hijas. Una se encarga de la contabilidad, control de inventario y materiales, mientras que la otra gestiona al personal, siendo este último un punto crítico debido a la alta rotación en el área de salados. En cuanto a la oferta de productos, los más rentables y demandados son el queque de arándano, tres leches (de algarrobina y coco), carrot cake, queques de plátano, crocante de chocolate y pie de limón. Clara recibe reportes diarios en Excel sobre el stock y la producción necesaria, lo que le permite planificar la elaboración de postres. Sobre el control de inventarios, la información se obtiene principalmente del sistema ODO y de registros manuales en una pizarra. El sistema genera alertas de productos bajos en stock, siempre que la información sea cargada de forma adecuada. Clara considera muy útil contar con paneles gráficos interactivos que muestren ventas, ganancias, pérdidas y platos más vendidos, y afirma que los consultaría cada tres o cuatro días. Respecto al costo de la plataforma, sabe que es anual y solía rondar los \$1,500, aunque ahora es menor; sin embargo, este aspecto también lo maneja su hija. En cuanto a los planes futuros, se encuentran en un proceso de relanzamiento con nuevos postres, manteniendo su estilo artesanal. Uno de los objetivos principales es fortalecer la presencia en redes sociales, para lo cual han contactado a una persona encargada de marketing digital. En síntesis, Clara se enfoca principalmente en la producción y el control básico de personal, mientras delega las finanzas y el inventario a sus hijas. El negocio busca innovar con nuevos postres y crecer a través de una mejor estrategia de marketing digital.

- *Entrevista 2*

Nombre	Liliana
Apellido	Barrera
Edad	52 años
Distrito	Los Olivos

Nombre	Liliana
Evidencia	
Url	https://goo.su/bD7IT
Inicio de entrevista	00:11:28
Fin de entrevista	00:17:40
<ul style="list-style-type: none">• Distrito de residencia: Los Olivos• Estado civil: Casada• Ocupación: Dueño de restaurante• Dispositivo de preferencia: Smartphone• Canales de interacción digital: Instagram, X	

Resumen de entrevista:

La entrevistada es Liliana Barrera, dueña de un restaurante de comida criolla con 3 años de operación, donde su principal reto diario es mantener la frescura de los ingredientes y la calidad del servicio. Actualmente, gestiona sus finanzas en Excel con apoyo de un contador y revisa sus números semanalmente, identificando que platos como el ceviche y el lomo saltado son los más rentables. Aunque controla el inventario manualmente, suele quedarse sin insumos un par de veces al mes, por lo que valora la posibilidad de recibir alertas automáticas y contar con un panel visual que muestre ganancias, pérdidas, tendencias y rentabilidad por plato en gráficos fáciles de interpretar. Está dispuesta a usar una aplicación web intuitiva, pagar alrededor de S/100 mensuales por ella y aprovechar la información financiera para ajustar precios y menú; sin embargo, expresa preocupación por la facilidad de uso y la seguridad de los datos.

- *Entrevista 3*

Nombre	Gonzalo
Apellido	Elio
Edad	58 años
Distrito	San Isidro

Nombre	Gonzalo
Evidencia	
Url	https://goo.su/bD7IT
Inicio de entrevista	00:17:44
Fin de entrevista	00:28:10

- Distrito de residencia: San Isidro
- Estado civil: Conviviente
- Ocupación: Dueño de restaurante
- Dispositivo de preferencia: Laptop
- Canales de interacción digital: Facebook, LinkedIn

Resumen de entrevista:

Gonzalo Elio es dueño de un restaurante donde principalmente ofrece cafe y postres, con 1 año y media de experiencia en el rubro. Su mayor desafío es gestionar el inventario y las finanzas de manera eficiente. Actualmente, utiliza un sistema rudimentario para llevar el control financiero y revisa los números mensualmente, aunque le gustaría hacerlo con mayor frecuencia. Identifica que sus productos más rentables son los cafés y postres. Aunque no tiene un sistema formal para controlar el inventario, suele quedarse sin ingredientes esenciales una vez al mes. Valora la idea de recibir alertas automáticas y tener un panel visual que le permita monitorear ganancias, pérdidas y tendencias de manera sencilla. Está dispuesto a usar una aplicación web, pagar alrededor de S/300 mensuales y aprovechar la información financiera para optimizar precios y menú. Sin embargo, expresa preocupación por la seguridad de los datos y la facilidad de uso de la herramienta.

2.2.3. Análisis de entrevistas

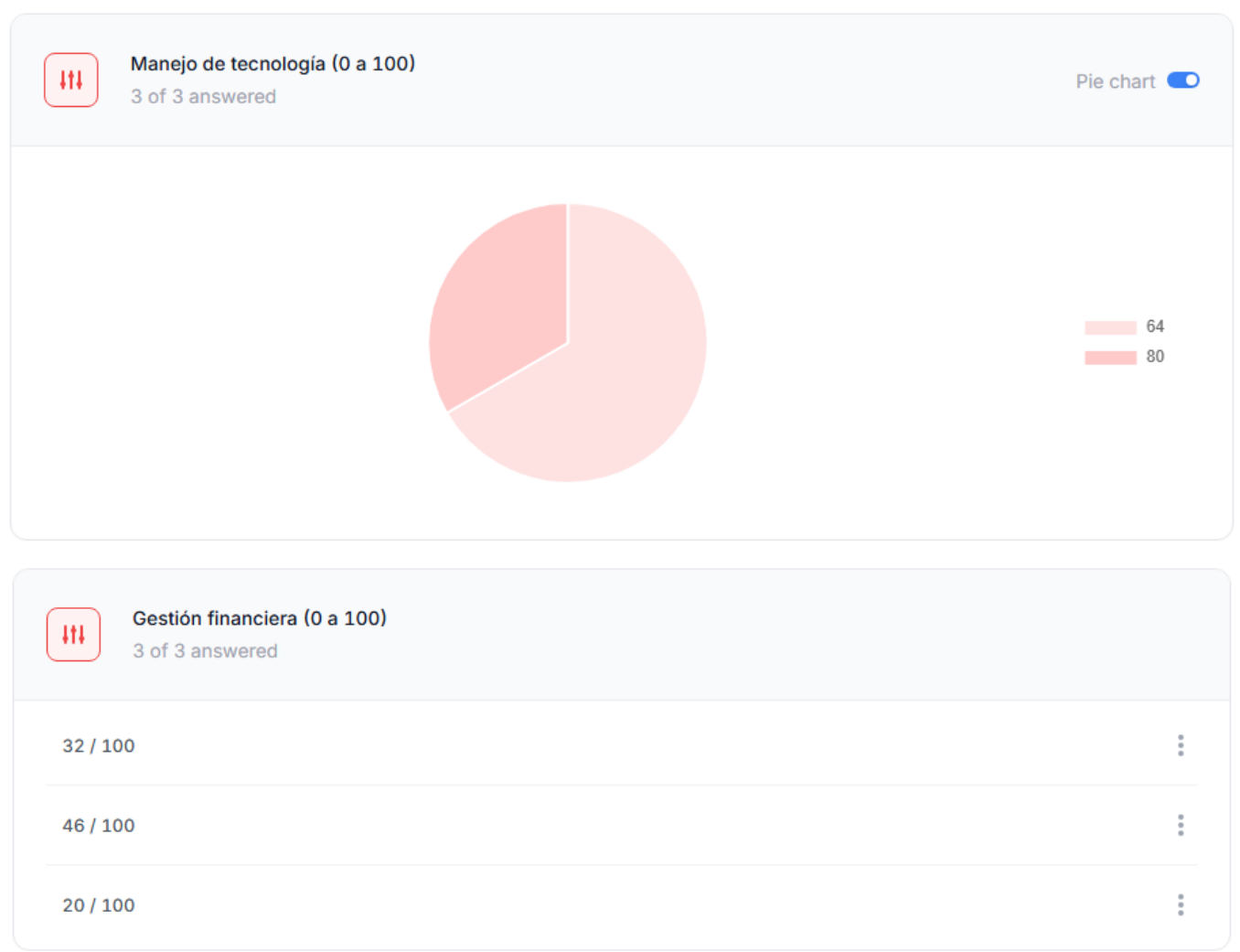
El análisis de las tres entrevistas revela que, a pesar de las diferencias en tamaño, experiencia y tipo de negocio, todos los entrevistados comparten retos similares relacionados con la gestión de inventarios y la necesidad de contar con información financiera clara y accesible. Clara Canahualpa, con un negocio de mayor trayectoria, utiliza un sistema más estructurado pero depende de sus hijas para la revisión de finanzas e inventario, lo que la aleja de la toma directa de decisiones. Gonzalo Elio, con menor tiempo en el rubro,

enfrenta dificultades en el control de insumos y finanzas, usando métodos rudimentarios que limitan la eficiencia de su gestión. Liliana Barrera, en cambio, trabaja con Excel y apoyo de un contador, lo que le permite tener mayor control, aunque aún enfrenta problemas de quiebres de stock.

En los tres casos se evidencia la necesidad de una herramienta digital que facilite el control financiero y de inventario, especialmente mediante paneles gráficos y alertas automáticas que ayuden a evitar pérdidas y mejorar la planificación. También coinciden en que contar con información clara les permitiría ajustar precios, introducir nuevos productos y tomar mejores decisiones estratégicas. Las diferencias surgen en la disposición de inversión, pues mientras Gonzalo está dispuesto a pagar un monto relativamente alto por una solución web, Liliana considera un pago más reducido y Clara ya invierte en un sistema, aunque no se involucra directamente en los costos. Finalmente, tanto Gonzalo como Liliana expresan preocupación por la seguridad de los datos y la facilidad de uso, lo que refuerza la importancia de diseñar soluciones intuitivas y confiables.

Estadísticas de entrevistas

Además de las entrevistas personales, a cada entrevistado se le compartió un enlace al formulario realizado con el objetivo de conocer su personalidad a detalle. A continuación se demuestran las estadísticas a las respuestas obtenidas






Toma de decisiones estratégicas (0 a 100)

3 of 3 answered

75 / 100

70 / 100

80 / 100




Gestión de personal (0 a 100)

3 of 3 answered

75 / 100

85 / 100

50 / 100

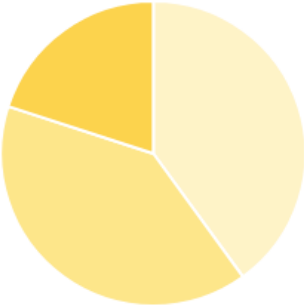


Canales (Seleccione los que utiliza)

3 of 3 answered

Pie chart

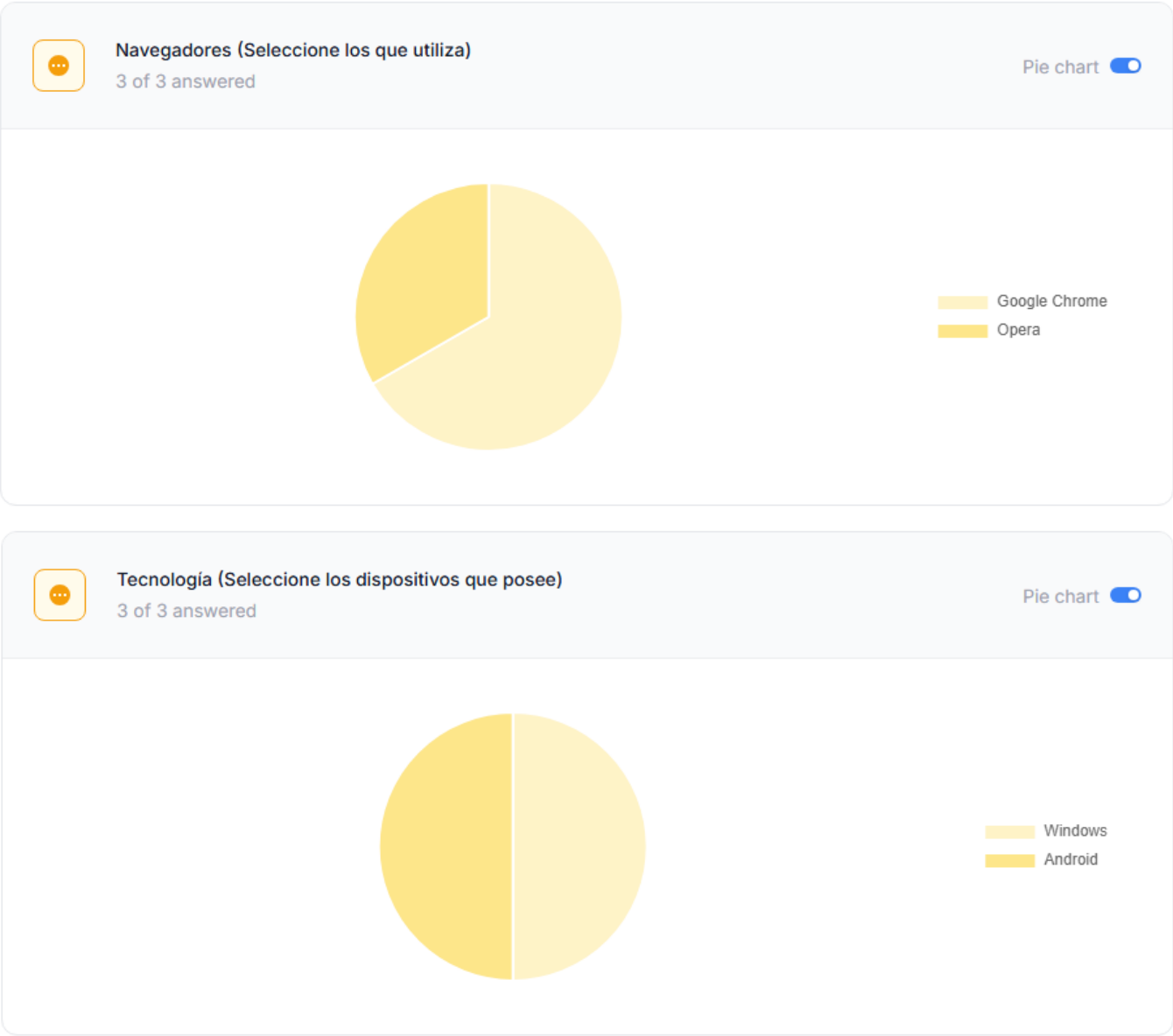
☒



Instagram

WhatsApp

X



Enlace al formulario: <https://forms.fillout.com/t/xcdy5bB5ZKus>

2.3 Needfinding

En esta sección se presenta el análisis detallado de la información recolectada durante las entrevistas realizadas a los distintos perfiles involucrados en la gestión financiera de restaurantes. El objetivo principal del proceso de Needfinding ha sido identificar necesidades reales, motivaciones, frustraciones y patrones de comportamiento de los usuarios para guiar el diseño de una solución centrada en ellos. Los artefactos incluidos User Persona, User Task Matrix, User Journey Maps, Empathy Mapping y As-Is Scenario Mapping, permiten visualizar, sintetizar y comprender de manera estructurada la experiencia actual de los usuarios, sus tareas clave, emociones, puntos de dolor y oportunidades de mejora. Este análisis constituye la base para el diseño de soluciones alineadas con sus contextos y objetivos reales.

2.3.1 User Personas



2.3.2 User Task Matrix

En esta sección, se presenta la matriz de tareas de los usuarios, que muestra las actividades realizadas por los dueños y empleados de restaurantes, junto con su frecuencia e importancia. Esta matriz ayuda a identificar las tareas clave y su relevancia para cada tipo de usuario.

Para ello, usamos el user persona creado en la sección anterior tomando a Sofía Ríos, segmento: Dueños de restaurantes

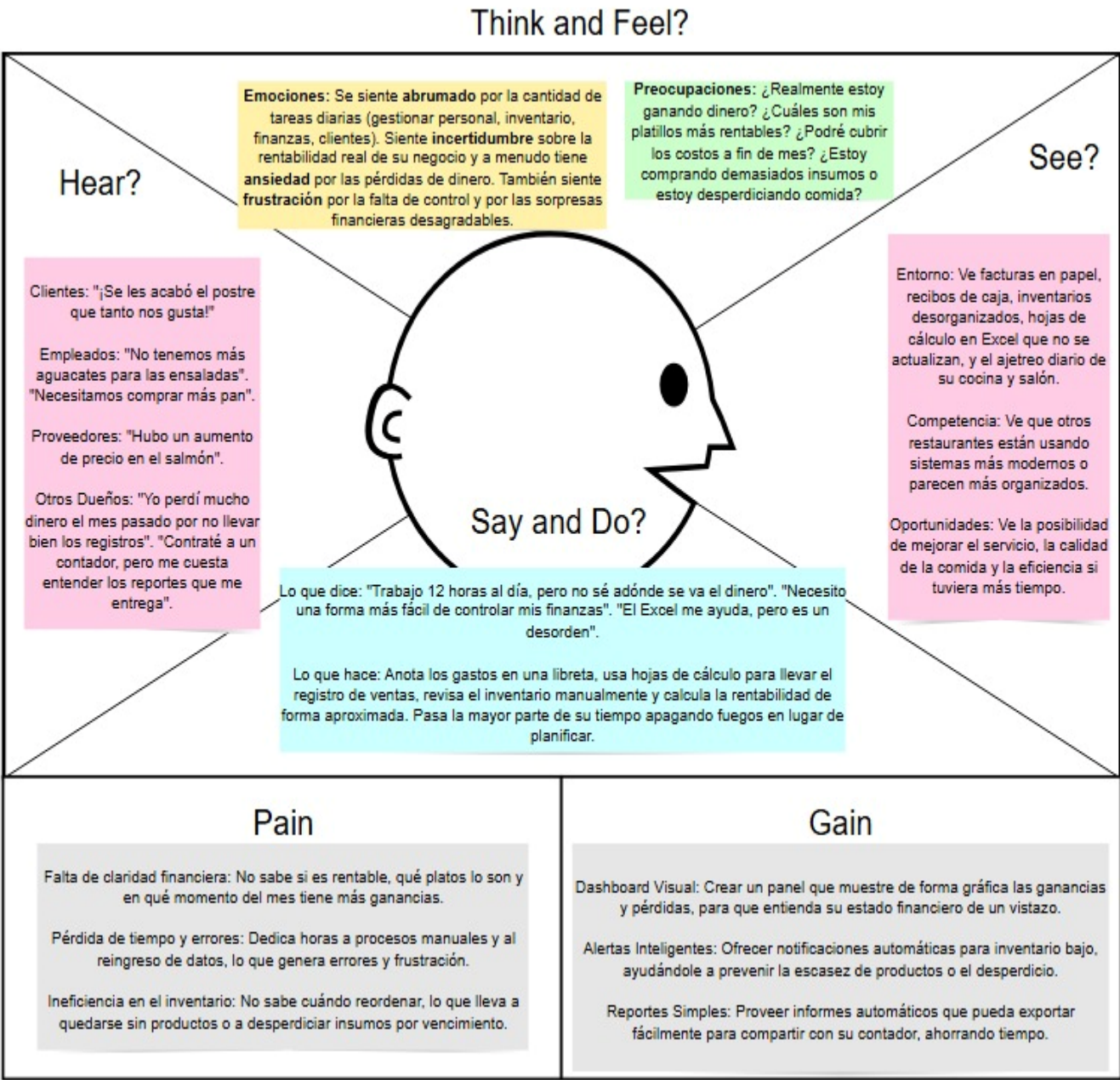
Actividades	Sofía Ríos (Dueña de restaurante) - Frecuencia / Importancia
Revisar caja diaria manualmente	Siempre / Alta
Hacer cálculos de ganancias en papel/Excel	Siempre / Alta
Contar efectivo y arqueo de caja	Con Frecuencia / Alta
Calcular costos de platos manualmente	Con Frecuencia / Alta
Anotar productos faltantes en papel	Con Frecuencia / Media
Calcular necesidades de compra mentalmente	Siempre / Alta
Contar inventario físicamente	Siempre / Alta
Identificar platos populares por observación	Siempre / Alta
Organizar facturas y comprobantes físicos	Con Frecuencia / Media

Daniel representa a un dueño de restaurante experimentado enfocado en la optimización operativa y el mejoramiento de la eficiencia del negocio. Su enfoque está en actividades estratégicas como el manejo financiero y la gestión de inventario, que realiza con alta frecuencia e importancia.

2.3.3 Empathy Map

Esta sección presenta el Empathy Map desarrollado para el User Persona. El proceso de elaboración incluyó la reflexión colaborativa del equipo en torno a la experiencia, necesidades, pensamientos, emociones y percepciones de cada usuario. Este mapa permite profundizar en la comprensión de sus contextos y motivaciones, respondiendo preguntas clave sobre lo que ven, escuchan, piensan, sienten, dicen y hacen. A partir de este análisis, se identificaron sus Pains y Gains, los cuales servirán como base para el diseño de una propuesta de valor relevante.

Segmento Objetivo: Dueños de restaurantes.



2.3.4 As-is Scenario Mapping

FASES	Control financiero	Revisión de Inventario	Gestión de órdenes	Gestión del menú	Reportes financieros	Alertas / Notificaciones
DOING	Revisa ingresos y egresos de forma manual (cuadernos, hojas de Excel).	Cuenta productos en almacén de forma manual	Calcula total a mano o en una calculadora.	Actualiza menús en pizarras, cartas impresas o comunicando verbalmente al personal los cambios.	Suma manualmente ingresos y egresos del día	Se entera que un producto se acabó al momento de cocinar o atender a un cliente.
THINKING	¿Mis números estarán correctos? ¿Me estaré olvidando de algún gasto	¿Tendré suficiente stock para el fin de semana? ¿Cuándo compré esto por última vez?	¿Estaré sumando bien? ¿No me olvidaré de cobrar algo a esta mesa?	¿Los meseros recordarán cuáles son los platos disponibles? ¿Se confundirá el cliente?	Estos números me ayudan, pero me toma mucho tiempo organizarlos.	Esto me hace perder ventas... debí darme cuenta antes.
FEELING	Ansioso, inseguro, porque no tiene una visión clara y actualizada de las finanzas.	Estresado, preocupado, porque la información no siempre está completa o actualizada.	Presionado y con riesgo de errores, sobre todo en horas de alta demanda.	Frustrado por la falta de organización y la confusión que puede generar.	Cansado, inseguro respecto a la precisión de los reportes.	Frustrado, impotente, porque reacciona tarde y afecta la experiencia del cliente.