

Tecnologías de Información y Comunicaciones para la Gestión

Dulce tradición

Tarea 1

Integrantes: Carla González
David de la Puente
Diego Fuentes
Enrique Cumming
Profesores: Ángel Jimenez
Iván Díaz
Auxiliares: José Canto
Jorge Pinto
Javiera Ovalle
Ayudante: Carlos Vega
Fecha de realización: 25 de agosto de 2019
Fecha de entrega: 25 de agosto de 2019
Santiago, Chile

Resumen Ejecutivo

Con el objetivo de desarrollar la Tarea 1 del curso TICS relativo al proyecto semestral de tecnologías de la información, se pretende mostrar en este informe los avances de la etapa de concepción de la idea, identificación del problema y como pretendemos abordarlo durante el semestre. El centro de esta etapa del proyecto consiste en identificar una problemática u oportunidad de mejora dentro de una empresa, organización o emprendimiento para aplicar las TICS y que funcionen como facilitador o potenciador de estas organizaciones.

La PYME que el equipo ayudará es "Dulce tradición", esta organización es de la hermana de una integrante del equipo que ofrece distintos productos de pastelería y banquetería para diferentes tipos de clientes; ofrece pasteles y tortas varias, pastelería sin azúcar (para personas con diabetes) y servicio de banquetería para eventos tales como matrimonios, bautizos, etc. El plan consiste en armar una página web donde ella pueda por un lado ofrecer sus productos de pastelería y su servicio de banquetería, por otro lado ayudarla a controlar sus finanzas.

Índice de Contenidos

Resumen Ejecutivo	I
1. Planteamiento del problema	1
2. Benchmarking	2
3. Anexos	4

1. Planteamiento del problema

Fernanda González estudiante de tercer año de Gastronomía Internacional se dedica hace un tiempo a ofrecer distintos tipos de productos/servicios gastronómicos para distintos tipos de clientes, para poder realizar la investigación de sus necesidades de forma correcta se concretó una reunión con ella para que nos contara como se desarrolla su negocio y en que aspectos nosotras/os la podríamos ayudar, a continuación se muestra la segmentación de mercado que Fernanda identifica:

Cliente	Producto/Servicio
Personas generales	Tortas, Cupcakes, Tartas, Pasteles
Personas con diabétes	Tortas, Cupcakes, Tartas, Pasteles [todo sin azucar]
Personales generales	Banquetería para eventos

Tabla 1.1: Segmentación de mercado

Cada segmento de clientes le presenta distintos desafíos a Fernanda, el desafío común para los tres segmentos es el medio de comunicación ya que que todo lo ofrecido es personalizado, es decir, cada persona arma su pastel o banquete como le parezca mejor teniendo mucha variedad de alternativas.

El primer segmento el cliente es bastante amplio, cualquier persona que quiera encargar cierto producto de pastelería para alguna ocación, el principal desafío que se enfrenta Fernanda es que al ser un pedido personalizado, las personas pueden pedir distintas combinaciones de productos, por ejemplo; si un cliente quiere una torta de cumpleaños se debe saber para cuantas personas es, si es de biscocho, panqueque, merengue, etc, el tipo relleno y si es que tiene fondan o no para la cubierta de la torta. Entonces para cada tipo de producto ofrecido varían distintos parámetros que debe definir el cliente por lo que cada vez que a ella le llega un pedido debe ocupar mucho de su tiempo hablando con el cliente por medios tales como conversaciones por telefono o conversaciones por mensajes instantaneos, el problema que presentan estos medios son que los clientes no siempre están disponibles, muchas veces estos no le responden las preguntas que deben responder para hacer el pedido o a Fernanda se le olvida preguntar ciertas cosas por lo que no entiende bien la información.

El segundo segmento de cliente corresponde a personas con diabetes o interesados en poder disfrutar de cosas dulces pero sin azucar, el problema principal es muy parecido al del segmento uno respecto a la comunicación con el cliente pero además existe otro desafío con el calculo la cantidad de carbohidratos por porción, es necesario dar esta información ya que a las/os diabeticas/os este es el dato que les interesa conocer, ahora para poder calcular este valor es necesario saber cuantas porciones tiene el pastel y de qué está hecho, pero como los productos son personalizados este valor cambia para cada pedido.

El tercer segmento de clientes corresponde a personas que tengan eventos y necesiten un servicio de banquetería (matrimonios, bautizos, cumpleaños, etc), la principal complejidad de este segmento es que es muy variado lo que puede necesitar un cliente y se presentan dos principales dificultades, la primera es que el cliente necesita una cotización lo que le lleva mucho tiempo a Fernanda porque mandar una cotización no significa que la vayan a contratar entonces es necesario que el cliente pueda hacer una cotización online que se arme sola y en segundo lugar el cliente podría querer pedir cosas que no tienen que ver con gastronomía como mesas, sillas, loza, etc.

Por todo lo anterior observamos varias brechas donde podemos actuar, en primer lugar la idea sería crear una pagina donde las personas puedan armar sus pedidos con todas las especificaciones que estos deseen y que la pagina vaya mostrando como varían los precios según las especificaciones que las personas entreguen, en segundo lugar también tener un catalogo de productos estandar para llegar y comprar sin tener que decidir nada (para el segmento de clientes que no quiera decidir y busque algo ya pensado), en tercer para el segmento de clientes de productos sin azucar la pagina debe poder hacer el producto personalizado (parecido al primer segmento) agregándole la variante de la cantidad de carbohidratos por porción, para poder hacer esto es necesario que se ingresen la cantidad de materiales que se utilizarían para cocinar un producto y tener una base de datos con la cantidad de carbohidratos por porción de cada tipo de alimento utilizado para así poder calcular la cantidad de carbohidratos por porción, la particularidad es que esta cantidad va a variar segun los tipos de productos que se utilicen en la preparación y la idea es que se vaya mostrando en pantalla como van variando los carbohidratos por porción, en cuarto lugar una plataforma aparte que permita hacer el presupuesto de un evento completo con todas las variantes que se pueden ofrecer (con o sin insumos) y en último lugar una plataforma que le permita a Fernanda poder controlar sus finanzas, la idea de esta ultima utilidad tiene que ver con que ella pueda ingresar al sistema la cantidad de materiales que utilizó para un producto, a que precio los compró y cuanto tiempo de trabajo le costó hacer el producto, para luego poder hacer estadísticas con todos los datos almacenados, la idea de esta parte de la pagina es que no sea abierta al público y le sirva a Fernanda para poder ordenar sus utilidades, que ella pueda ver que productos le traen mas utilidades, cuales son los productos más vendidos, en que fechas y que tipo de eventos son lo que más le conviene.

2. Benchmarking

Para el segmento personas naturales que quieran comprar pasteles personalizados y estandar. Al investigar sobre distintas páginas se destacan dos Pastelerías que ya llevan un gran tiempo activas, estas son Pastelería Doña Cata y Strindberg. Como aspectos positivos se señala una buena página de inicio que cumple con la función de atraer la atención del que navega. Se hace muy buen uso de las imágenes y además ambas páginas cuentan con una sencillez para navegar, se entrega el contacto para cualquier duda que se pueda presentar y además se muestran los precios para cualquier tipo de producto. Como aspecto negativo se destaca que si bien se muestran todos los productos con sus respectivos precios no existe la opción de compra online, sino que para hacer una compra se debe llamar al número de la tienda o bien visitar físicamente esta. Esto causa que todas las transacciones se ralenticen, encontrando aquí una buena idea para lograr un negocio más eficaz. Además, también cabe mencionar que sólo se muestran productos prediseñados y no se menciona en ningún lugar si es que se pueden hacer pedidos más personalizados. Es importante tener en cuenta los aspectos negativos ya que de aquí yacen ideas para poder innovar y crear una página que permita que el negocio sea mucho más eficaz, aumentando la calidad de este.

Para el segmento de Pasteles sin azucar ,luego de investigar diversas propuestas similares de paginas de pastelerías para diabeticos, las dos más interesantes resultaron ser Pastelería Mango y De Tartas Tortas.

La pagina de Pastelería Mango presenta varios aspectos positivos y negativos, como puntos altos

están el buen apoyo visual que brindan las buenas imágenes de pasteles y tortas, otro punto a favor es que cada producto expuesto en la pagina tiene su respectivo precio, también es destacable que los medios contactos son bastante visibles y por ultimo aspecto positivo está que la pagina cuenta con un sistema de reserva de pedidos de pasteles y tortas online, pasando a los aspectos negativos el primero que podemos notar es que el sistema de reservas no permite personalizar productos, otro aspecto negativo notable se ve en que a pesar de exponer las direcciones de las sucursales no hay mapas que muestren la ubicación referencial de estas y por ultimo podemos observar que los productos no cuentan su respectiva información nutricional.

Por otra parte esta la pagina de De Tartas & Tortas que al igual que la pagina anteriormente expuesta tiene aspectos negativos y positivos, en aspectos positivos podemos encontrar una amplia gama de productos además de una buena organización de estos(cada cual en su respectiva sección), otro aspecto positivo es que se puede ver es la exposición de los precios de cada producto, además de una visión de cual es la empresa a la que estamos comprando y como aspecto positivo final encontramos que la pagina ofrece contacto especial para empresas que requieran los productos de manera mas masiva, como aspectos negativos volvemos a ver que hay nula información sobre el productos mas allá del nombre de este, otro aspecto negativo es que hay secciones de la pagina que presentan información obsoleta(ofertas y noticias) y como aspecto negativo final notamos que no hay un sistema se reserva de pedidos online.

Al comparar las dos paginas anteriores notamos que hay aspectos positivos que hay que tomar en cuenta al momento de realizar nuestro proyecto, así como también hay un aspecto negativo que se repite en ambos casos que es la nula información nutricional sobre los productos que están siendo ofrecidos a los clientes, lo cual no podemos dejar pasar como aspecto a tomar en cuenta por ello tenemos planeado crear un indicador en nuestra pagina que muestre en cada productos cual es la cantidad de carbohidratos por cada porción consumida además de los ingredientes que son utilizados para endulzar las preparaciones, en el caso de "Dulce Tradición" las preparaciones son endulzadas con tagatosa, un monosacárido derivado de la leche libre de carbohidratos pero que endulza el doble que el azúcar, es ideal para el consumo de gente con diabetes ya que no eleva la glicemia, la tagatosa es ideal para preparaciones pasteleras, pero su único punto en contra de este endulzante es su valor que ronda alrededor de los \$6000 pesos el medio kilogramo a diferencia de el azúcar convencional que tiene un costo aproximadamente 20 veces menor, esta diferencia de costos trae como consecuencia inevitable un costo mayor de producción en la pastelería y en los precios de esta en comparación con productos para gente que no posee diabetes.

Por último a Fernanda le parece útil una forma de llevar cuenta de sus finanzas, flujos de cajas y gráficos de ventas y gastos en función del tiempo que le ofrecen información que la pone en ventaja por sobre sus competidores, se busca ofrecerle una pagina donde poder guardar los gastos y utilizarlos mes a mes, para poder analizarlos. Ya existen paginas que lo hacen; <https://www.chipax.com> , te permite realizar flujos de caja, graficar gastos o ingresos, entre otras cosas. El problema es que es una herramienta externa a las paginas de ventas, por lo que sus usuarios deben crear una cuenta para poder ingresar y exportar sus datos. Paginas como <https://www.shopify.com/> te permiten tener tu tienda y realizar finanzas en su misma pagina, esto lo hace a través de una tienda virtual que posee un dashboard con las herramientas necesarias para vender y analizar datos. El problema es que es una pagina pensada para vendedores a nivel mundial, donde el usuario debe crear todo desde cero (comprar un dominio, crear la interfaz de la pagina).

3. Anexos

- <http://www.pasteleriadonacata.cl/index.html>
- <http://strindberg.cl/home>
- <https://www.pasteleriamango.cl>
- <https://www.detartasytortas.cl>



Figura 3.1: Fernanda González y su torta de novios



Figura 3.2: 150 mini tortas de novios



Figura 3.3: Mini hamburguesas para banquete



Figura 3.4: Mini pies de limón para banquete



Figura 3.5: Trozo cheesecake sin azucar



Figura 3.6: Tartas sin azucar para banquetería