

# Licitación Servicio Web Scraper E-Commerce

## Aspectos Generales

El scraping de datos, de un modo general, se refiere a una técnica en la cual un programa informático extrae datos del resultado generado por otro programa. El scraping de datos se manifiesta normalmente en el scraping web, el proceso de utilizar una aplicación para extraer información valiosa de un sitio web.

Usualmente, estos programas simulan la navegación de un humano en la World Wide Web ya sea utilizando el protocolo HTTP manualmente, o incrustando un navegador en una aplicación.

Los scrappers sirven para recopilar información, de manera automática, de una página web. Para ello, utilizan soluciones basadas en tecnologías ya existentes y, para llevarlo a cabo, se pueden realizar en distintos niveles de automatización.

Algunos de los principales casos de uso del web scraping incluyen monitoreo de precios, inteligencia de precios, monitoreo de noticias, generación de clientes potenciales e investigación de mercado, entre muchos otros.

## Objetivos

Los objetivos de contar con una herramienta de web scraping para el equipo de E-Commerce de Coca-Cola Andina son:

1. Monitorear la ejecución digital de los productos del portafolio (nombre, imagen, descripción)
2. Monitorear los precios de venta y promociones de nuestros productos en distintas plataformas digitales
3. Monitorear los precios de venta y promociones de productos de la competencia en distintas plataformas digitales
4. Obtener insights relacionados a la ejecución digital
5. Tener un consolidado de accionables para mejorar la ejecución digital
6. Tener una vista consolidada del “estado” (ejecución y precio) de nuestros productos con el fin de poder tomar acción con el fin de aumentar las ventas sell out en distintas plataformas

## Descripción de los trabajos / servicios

La forma en la que se genere la reportería necesaria será de exclusiva responsabilidad del proveedor.

Los servicios esperados son:

1. Reporte online de ejecución digital
2. Reporte online de precios
3. Reporte online de promociones
4. Envío diario de reporte ad hoc (variaciones de precio, nuevas promociones)
5. Envío semanal de accionables para mejorar ejecución

Los reportes online deben tener al menos 1 actualización diaria antes de las 8 AM.

### **Alcance**

Las plataformas para monitorear serán no menos de 10 y no más de 20, siendo algunas de ellas:

- <https://andina.micoca-cola.cl/>
- <https://embonor.micoca-cola.cl/>
- <https://labarra.cl/>
- <https://www.booz.cl/>
- <https://www.liquidos.cl/>
- <https://www.jumbo.cl/>
- <https://www.lider.cl/supermercado>
- <https://www.santaisabel.cl/>
- <https://www.unimarc.cl/>
- <https://santaritaonline.com/>
- <https://tost.cl/>
- <https://www.lavinoteca.cl/>
- Jumbo en Uber Eats (1 ubicación):
  - <https://www.ubereats.com/store/jumbo-alto-las-condes/FNVA1K1KV7iVq-EsougLRg?diningMode=DELIVERY>
- Rappi Turbo (1 ubicación):
  - <https://www.rappi.cl/tiendas/900073873-turbo>
- Pedidos Ya Market (1 ubicación):
  - <https://www.pedidosya.cl/restaurantes/santiago/pedidosya-market-las-condes-menu?origin=custom-entry-points>

El portafolio de productos a monitorear serán todos los productos publicados en <https://andina.micoca-cola.cl/> (1.000 a 1.200) + una selección de no más de 200 productos de la competencia.

### **Atributos a monitorear**

1. Disponibilidad del producto
2. Presencia de imagen del producto
3. Nombre correcto del producto
4. Imagen correcta del producto
5. Precio de lista del producto
6. Precio promocional del producto
7. Promoción asociada al producto

### **Indicadores de satisfacción**

1. Completitud de los datos revisados
2. Uptime
3. Frecuencia de envío de los reportes por e-mail

**Multas**

La falta de servicio se multará descontando los días que no se recibió servicio proporcionalmente del pago mensual.