

Capítulo II: Requirements Elicitation & Analysis

2.1. Competidores.

En este punto el equipo realizará investigaciones sobre nuestros potenciales competidores en el mercado.

2.1.1. Análisis competitivo.

En este apartado el equipo realizará un analisis competitivo de nuestras 3 principales competidores identificados para posteriormente identificar y plantear estrategias que habrá que poner en marcha con respecto a nuestros competidores.

| Competitive Analysis Landscape | | | | | |
|--------------------------------|--|---|---|--|--|
| Competitive Analysis Landscape | | Se realiza con el objetivo de reconocer y comprender mejor las fortalezas, debilidades y estrategias de nuestros principales competidores y a partir de ello identificar oportunidades y amenazas en el mercado, para desarrollar estrategias para obtener una ventaja competitiva. | | | |
| | |  |  |  |  |
| Perfil | Overview | ElixirControl es una solución integral diseñada específicamente para la gestión del proceso productivo de vinos y pisco. Ofrece herramientas avanzadas para la administración del ciclo de producción y distribución, optimizando la gestión de inventario, seguimiento de pedidos, administración de la cartera de clientes y el proceso de vinificación. Su enfoque está en mejorar la eficiencia operativa y la toma de decisiones informadas. | Vinotec es un software de gestión integral para bodegas y productores de vino. Se enfoca en optimizar el proceso productivo y la gestión de ventas, ofreciendo herramientas para el seguimiento de la producción y la administración de la cartera de clientes. | WineManager proporciona soluciones específicas para la industria vitivinícola. Incluye funcionalidades como gestión de inventarios, seguimiento de pedidos y análisis de ventas. Su enfoque está en la integración de datos para facilitar la toma de decisiones estratégicas. | VinTrace se especializa en la gestión de viñedos y la trazabilidad de la producción de vinos. Ofrece herramientas para la planificación agrícola, registro de actividades y documentación de la cosecha, enfocándose en el control de calidad y el cumplimiento de normativas en el sector vitivinícola. |
| | Ventaja competitiva ¿Que valor ofrece a los clientes? | Ofrece una solución integral que abarca desde la gestión de inventario hasta el seguimiento de pedidos y la administración de la cartera de clientes, adaptándose a las necesidades específicas de productores y distribuidores de vinos y pisco. | Proporciona un enfoque centrado en la optimización del proceso productivo y la gestión de ventas, pero carece de funcionalidades específicas para la producción de pisco. | Su fortaleza radica en la integración de datos, lo que permite a las empresas tomar decisiones informadas basadas en análisis detallados. | Se especializa en pisco, pero su enfoque limitado podría no satisfacer las necesidades de los productores de vino. |
| Perfil de Marketing | Mercado objetivo | Productores y distribuidores de vinos y pisco que buscan una gestión eficiente y adaptada a sus procesos productivos. | Bodegas y productores de vino que requieren optimización en la gestión de ventas y producción. | Empresas vitivinícolas que necesitan soluciones integradas para la toma de decisiones. | Productores de vino que buscan herramientas específicas para la gestión de viñedos y la trazabilidad de la producción. |

| Competitive Analysis Landscape | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|--|---|---|
| Competitive Analysis Landscape | | Se realiza con el objetivo de reconocer y comprender mejor las fortalezas, debilidades y estrategias de nuestros principales competidores y a partir de ello identificar oportunidades y amenazas en el mercado, para desarrollar estrategias para obtener una ventaja competitiva. | | | |
| | Estrategias de Marketing | Se posiciona como una solución integral y flexible para la gestión de la producción de vinos y pisco, destacando su adaptabilidad y facilidad de uso. | Se enfoca en la optimización de procesos y la gestión de ventas a través de su plataforma. | Utiliza marketing de contenido y análisis de datos para posicionarse como líder en soluciones integradas. | Se centra en la especialización en la gestión de viñedos, destacando su conocimiento del sector y su capacidad para asegurar la calidad del producto. |
| Perfil del producto | Producto & servicios | Incluye control de inventario, gestión de clientes, seguimiento de pedidos y herramientas para la vinificación y gestión del viñedo. | Ofrece herramientas para la gestión de ventas y producción, pero con menos enfoque en la vinificación. | Proporciona soluciones integradas, pero puede carecer de funcionalidades específicas para la producción de pisco. | Se especializa en la gestión de viñedos, ofreciendo herramientas para la planificación agrícola y el control de calidad. |
| | precio y costos | Ofrece tres planes de pago (Básico, Intermedio, Avanzado) que se adaptan a diferentes tamaños de productores y distribuidores. | Utiliza un modelo de suscripción con precios variables según las funcionalidades requeridas. | Ofrece precios basados en la cantidad de usuarios y funcionalidades, con un enfoque en la personalización. | Modelo de suscripción con precios fijos, pero limitado a las funcionalidades específicas de gestión de viñedos. |
| | Canales de distribución (Web y/o movil) | Disponible en web y dispositivos móviles, facilitando el acceso a los usuarios. | Principalmente en web, con algunas funcionalidades móviles. | Ofrece una plataforma web robusta, pero con limitaciones en dispositivos móviles. | Enfocado en web, con un diseño amigable para el usuario. |
| Análisis SWOT | Fortalezas | Solución integral y adaptativa, interfaz amigable, y enfoque en la eficiencia operativa. | Optimización de procesos y experiencia en el sector. | Integración de datos para la toma de decisiones. | Especialización en la gestión de viñedos y trazabilidad. |
| | Debilidades | Necesidad de establecer confianza en un mercado competitivo y la dependencia de la tecnología. | Limitaciones en la personalización para productores de pisco. | Puede ser percibido como demasiado técnico para algunos usuarios. | Enfoque limitado que puede no atraer a los productores de vino. |
| | Oportunidades | Creciente demanda de soluciones tecnológicas en la producción de vinos y pisco, y posibilidad de expansión a mercados internacionales. | Aumento en la producción de vino y necesidad de optimización en el sector. | Oportunidad de diversificación en servicios ofrecidos. | Crecimiento en la popularidad de la gestión de viñedos y control de calidad. |
| | Amenazas | Competencia de nuevas plataformas y cambios en regulaciones del sector. | Aumento de competidores con tecnologías avanzadas. | Innovaciones rápidas en el sector que pueden dejar atrás a los competidores. | Cambios en preferencias del consumidor y aumento de la competencia en la gestión de viñedos. |

2.1.2. Estrategias y tácticas frente a competidores.

Luego de haber realizado el análisis de nuestra solución con respecto a soluciones ya existentes, nuestro equipo procederá a plantear estrategias y tácticas que debemos poner en marcha para sobresalir de las otras soluciones.

Matriz CAME para el desarrollo de estrategias en base al análisis FODA

| Análisis FODA cruzado | Oportunidades | Amenazas |
|--|--|---|
| | <p>1. Mayor demanda de servicios de gestión para la producción de vinos y pisco: El mercado está en auge, lo que representa una gran oportunidad para ElixirControl.</p> <p>2. Capacidad de expandirse a otras ciudades y países: El software puede expandirse a nuevos mercados, ampliando su alcance y base de clientes.</p> <p>3. Mejora continua de la tecnología y la experiencia del usuario: ElixirControl puede mejorar continuamente su tecnología y la experiencia del usuario para brindar servicios más atractivos y competitivos.</p> <p>4. Alianzas estratégicas con empresas del sector: Se pueden establecer alianzas con bodegas y distribuidores para ofrecer servicios más completos y competitivos.</p> <p>5. Posicionar ElixirControl como la mejor opción para la gestión de vinos y pisco: Desarrollar una estrategia de marketing para posicionarse como la mejor opción en el mercado.</p> <p>6. Colaborar con instituciones educativas: Asociarse con universidades o centros de formación en enología para ofrecer capacitaciones y certificaciones.</p> | <p>1. Aparición de nuevas plataformas con tecnologías avanzadas: El mercado es altamente competitivo, y pueden surgir nuevas soluciones que ofrezcan mejores funcionalidades.</p> <p>2. Cambios en regulaciones del sector: La industria vitivinícola puede enfrentar cambios normativos que afecten la operación del software.</p> <p>3. Problemas de seguridad cibernética: La plataforma puede ser vulnerable a ataques que comprometan la información de los usuarios.</p> <p>4. Competencia de precios: Otras plataformas pueden ofrecer precios más bajos, lo que podría atraer a clientes potenciales.</p> <p>5. Dificultades en la integración con otros sistemas: La falta de compatibilidad con herramientas existentes puede ser un obstáculo para los usuarios.</p> |
| Fortalezas | Estrategia (FO) E. Ofensivas | Estrategia (FA) E. Defensivas |
| <p>1. Conexión directa entre empresa y cliente: Permite una comunicación fluida y transparente, generando confianza y mejorando la experiencia del cliente.</p> <p>2. Brinda transparencia y control sobre el avance del proceso: Los clientes pueden seguir en tiempo real el progreso de su producción, lo que reduce la incertidumbre y aumenta la satisfacción.</p> <p>3. Enfoque en un solo rubro: Permite a ElixirControl especializarse en el sector vitivinícola, ofreciendo un servicio más preciso y eficiente.</p> <p>4. Reduce el tiempo y esfuerzo del cliente: La plataforma automatiza tareas y simplifica el proceso, liberando tiempo y recursos para el cliente.</p> | <p>1. Aprovechar la creciente demanda de soluciones tecnológicas en la producción de vinos y pisco: Implementar campañas de marketing que destaquen la facilidad de uso y eficiencia de ElixirControl para atraer nuevos clientes.</p> <p>2. Expandirse a nuevos mercados: Realizar estudios de mercado en países con tradición vitivinícola para adaptar la oferta a sus necesidades.</p> <p>3. Mejora continua de la tecnología y la experiencia del usuario: Invertir en I+D para mantener la plataforma actualizada con las últimas tendencias tecnológicas y mejorar la experiencia del usuario.</p> <p>4. Establecer alianzas estratégicas con empresas del sector: Colaborar con bodegas y distribuidores para ofrecer paquetes de servicios que integren la gestión de producción y distribución.</p> <p>5. Posicionar ElixirControl como la mejor opción para la gestión de vinos y pisco: Desarrollar una campaña de branding que resalte las características únicas del software y su valor añadido.</p> <p>6. Colaborar con instituciones educativas: Asociarse con universidades o centros de</p> | <p>1. Mantener la innovación constante en la plataforma: Para no quedar rezagados frente a la competencia y ofrecer funcionalidades de vanguardia que atraigan a los clientes.</p> <p>2. Implementar medidas de seguridad robustas: Para proteger la información de los usuarios y mitigar el riesgo de ataques cibernéticos que puedan comprometer la confianza en el software.</p> <p>3. Monitorear continuamente el entorno legal: Ajustar la plataforma para cumplir con nuevas normativas y regulaciones que puedan surgir en la industria vitivinícola.</p> <p>4. Ofrecer precios competitivos: Realizar un análisis de precios del mercado y ajustar las tarifas para ser atractivos sin sacrificar la calidad del servicio.</p> <p>5. Desarrollar APIs para facilitar la integración: Con otras herramientas y plataformas utilizadas por los clientes, reduciendo las barreras de adopción.</p> <p>6. Implementar programas de innovación: Para fomentar la creatividad y el desarrollo de nuevas ideas que permitan a ElixirControl mantenerse a la vanguardia.</p> |

| Matriz CAME para el desarrollo de estrategias en base al análisis FODA | | |
|---|--|---|
| | formación en enología para ofrecer capacitaciones y certificaciones que respalden el uso de ElixirControl. | |
| Debilidad (D) | Estrategia(DO) de Reorientación | Estrategia(DA) de Superviciencia |
| <p>1. Clientes que desconfían de contratar servicios sin conocer la empresa: Implementar un programa de testimonios y casos de éxito que muestre la eficacia de ElixirControl.</p> <p>2. Control de calidad del servicio: Establecer un sistema de evaluación de la satisfacción del cliente y realizar mejoras continuas basadas en su retroalimentación.</p> <p>3. Falta de visibilidad de la marca: Desarrollar una estrategia de marketing digital que incluya SEO, SEM y marketing en redes sociales para aumentar el reconocimiento de la marca.</p> <p>4. Dependencia de la tecnología: Capacitar al equipo en el uso de nuevas tecnologías y tendencias del sector para mejorar la oferta del servicio.</p> | <p>1. Generar confianza en nuevos clientes: Implementar un programa de testimonios y casos de éxito que muestre la eficacia de ElixirControl, destacando historias de clientes satisfechos y resultados exitosos.</p> <p>2. Control de calidad del servicio: Establecer un sistema de evaluación de la satisfacción del cliente y realizar mejoras continuas basadas en su retroalimentación, asegurando que los estándares de calidad se mantengan altos.</p> <p>3. Aumentar la visibilidad de la marca: Desarrollar una estrategia de marketing digital que incluya SEO, SEM y marketing en redes sociales para aumentar el reconocimiento de la marca y atraer a más clientes potenciales.</p> <p>4. Capacitación del equipo: Invertir en la formación continua del equipo para asegurar que estén al tanto de las últimas tendencias y tecnologías del sector, mejorando así la calidad del servicio ofrecido.</p> | <p>1. Diversificar los servicios ofrecidos: Ampliar las funcionalidades de ElixirControl para cubrir más aspectos del proceso productivo y de distribución, aumentando así su atractivo frente a la competencia y reduciendo riesgos.</p> <p>2. Desarrollar planes de contingencia: Preparar estrategias para responder rápidamente a la aparición de nuevas plataformas y cambios en el mercado, como regulaciones o amenazas de seguridad.</p> <p>3. Mantener una comunicación constante con los usuarios: Establecer canales de comunicación efectivos para recibir retroalimentación de los clientes y mantener su confianza en momentos de incertidumbre.</p> <p>4. Capacitar al equipo: Invertir en la formación continua del equipo para asegurar que estén al tanto de las últimas tendencias y tecnologías del sector, mejorando así la calidad del servicio ofrecido.</p> <p>5. Diversificar proveedores y planes de contingencia: Negociar contratos favorables con proveedores y tener planes de respaldo para asegurar la estabilidad tecnológica y la calidad del servicio ante posibles cambios.</p> <p>6. Establecer un sistema de gestión de quejas y comentarios: Implementar procesos para recibir, analizar y responder a la retroalimentación de los clientes, mejorando continuamente el servicio y obteniendo reseñas positivas.</p> |

2.2. Entrevistas.

En este punto el equipo realizará entrevistas a nuestros segmentos objetivos previamente identificados con el fin de poder conocer y empatizar con las necesidades de estos.

2.2.1. Diseño de entrevistas.

Preguntas para Productores de Vinos y Piscos Artesanales

1. Introducción (30 segundos)

Saludo y Presentación

Breve introducción tuya y del propósito de la entrevista.

Asegurar confidencialidad y explicar el tiempo estimado.

2. Aspectos Demográficos (1 minuto)

Datos Básicos

- ¿Cuál es tu nombre y cuál es el nombre de tu empresa?
- ¿Cuál es tu rol específico en la producción de vinos/piscos?

Ubicación

- ¿Dónde está ubicada tu empresa o tu lugar de producción?

Experiencia

- ¿Cuánto tiempo llevas en la industria de la producción de vinos/piscos?

3. Información General sobre el Negocio (1 minuto)

Tipo de Producto

- ¿Qué tipo de vinos/piscos produces?

Proceso de Producción

- ¿Cuál es la etapa más desafiante de tu proceso de producción?

4. Desafíos y Necesidades (1 minuto)

Desafíos

- ¿Cuál es el mayor desafío que enfrentas en la producción?

Necesidades

- ¿Qué tipo de apoyo o recursos te gustaría tener para superar esos desafíos?

5. Uso de Tecnología (1 minuto)

Tecnología Actual

- ¿Qué herramientas o tecnologías utilizas actualmente en tu producción?

Interés en Nuevas Herramientas

- ¿Estarías interesado en nuevas herramientas que te ayuden a gestionar tu producción? ¿Qué características te gustaría que tuvieran?

6. Cierre (30 segundos)

Agradecimientos

Agradecer al entrevistado por su tiempo

Información de Contacto

Preguntar si están dispuestos a ser contactados para más detalles o futuras pruebas.

Preguntas para Distribuidores de Vinos

1. Introducción (30 segundos)

Saludo y Presentación

Breve presentación tuya y del propósito de la entrevista.

Explicar cómo se utilizará la información y asegurar confidencialidad.

2. Aspectos Demográficos (1 minuto)

Datos Básicos

- ¿Cuál es tu nombre y el nombre de tu empresa?
- ¿Cuál es tu rol en la empresa?

Ubicación

- ¿Dónde está ubicada tu empresa o tu tienda?

Experiencia

- ¿Cuánto tiempo llevas en el negocio de la distribución de vinos?

3. Información General sobre el Negocio (1 minuto)

Tipo de Vinos

- ¿Qué tipo de vinos compras y vendes (por ejemplo, nacionales, importados, artesanales)?

Proceso de Adquisición

- ¿Cómo decides qué vinos comprar y vender?

4. Desafíos y Necesidades (1 minuto)

Desafíos

- ¿Cuál es el mayor desafío que enfrentas en la compra y venta de vinos?

Necesidades

- ¿Qué tipo de apoyo o recursos te gustaría tener para mejorar tu negocio de distribución?

5. Uso de Tecnología (1 minuto)

Tecnología Actual

- ¿Qué herramientas o tecnologías utilizas para gestionar la compra y venta de vinos?

Interés en Nuevas Herramientas

- ¿Estás interesado en nuevas tecnologías o herramientas que podrían mejorar la gestión de tu negocio? ¿Qué características buscarías?

6. Cierre (30 segundos)

Agradecimientos


Agradecer al entrevistado por su tiempo y participación.

Información de Contacto

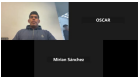
Preguntar si están dispuestos a participar en futuras investigaciones o pruebas de producto.

2.2.2. Registro de entrevistas.

Segmento objetivo 1: Productores de Vinos y Piscos Artesanales

| | |
|---|---|
| Entrevistado 1 | Joaquín Enrique Carranza T |
| Entrevistador | Oscar Javier Armas Sánc |
| Edad | 25 años |
| Distrito | Chorrilos |
|  | Resumen: Dado que el presente entrevistado nos comento que se dedicaba al campo de la vitivinicultura, siendo asistente de una Bodega en Lun; datos de su almacén, así como también un cuaderno de apuntes el cual lo usaba para datos que no les parecía reelevante. Además no; sus datos y también que pudiera llevar un control de las mismas. |
| Tiempo que empieza | 0:00 minutos |

| | |
|-------------------------|--|
| Entrevistado 1 | Joaquín Enrique Carranza T |
| Entrevistador | Oscar Javier Armas Sánci |
| Tiempo de la entrevista | 5:30 minutos |
| URL de la entrevista | https://upcedupe-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/u201923571_upc_edu_pe/Ee84qx8cO_RLuiQAY5NyaSEBIDSvwnXt1bqG67H7Ie0Il/nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOmsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6 |

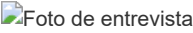
| | |
|---|--|
| Entrevistado 2 | Mirian Sánchez |
| Entrevistador | Oscar Javier Armas Sánc |
| Edad | 58 años |
| Distrito | Pacaran |
|  | Resumen: La presente intrevistada menciona que era la dueña de un viñedo, el cua ella acordaba con sus ayudantes lo que tenian que hacer para asi como un cuaderno de sus gastos y sus posibles ventas. Nos aclaro que ella lleva en nombre de su familia casi 6 años el viñedo que trayectoria, y queria seguir manteniendolo en trayectoria. |
| Tiempo que empieza | 0:05 minutos |
| Tiempo de la entrevista | 8:13 minutos |
| URL de la entrevista | https://upcedupe-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/u201923571_upc_edu_pe/EUJRH1TnmRZlq13cyEp07RsB6ixOH6U_eU9az7MytczE/nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOmsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6 |

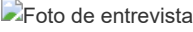
| | |
|---|--|
| Entrevistado 3 | Fabricio Candela |
| Entrevistador | Oscar Javier Armas Sánc |
| Edad | 26 |
| Distrito | San Juan de Miraflores |
|  | Resumen: Durante la entrevista, el entrevistado nos informó que trabaja en el ámbito de la vitivinicultura como asistente en una bodega ubicada er datos de su almacén. Además, utiliza un cuaderno de apuntes para llevar información que considera de menor relevancia. Nos mencior de manera más eficiente, con una funcionalidad que le facilite el control sobre el inventario. |
| Tiempo que empieza | 0:04 minutos |
| Tiempo de la entrevista | 4:21 minutos |
| URL de la entrevista | https://upcedupe-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/u201923571_upc_edu_pe/EfZVpAdvdxGjOuLCSm8PulBtXUHGDLTcAcdAZowxFq/nav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOmsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzliwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6 |

Segmento objetivo 2: Distribuidores de Vinos

| | |
|-------------------|---------------------------|
| Entrevistado 1 | Jazzy Adolfo Benites Mori |
| Entrevistador | Oscar Javier Armas Sánc |
| Edad | 25 |

| | |
|---|--|
| Entrevistado 1 | Jazzy Adolfo Benites Mori |
| Entrevistador | Oscar Javier Armas Sánc |
| Distrito | San Juan de Miraflores |
|  | Resumen: En la entrevista, el entrevistado nos comentó que se desempeña como distribuidor de vinos y piscos. Su labor principal consiste en ges como programas para llevar un control de los pedidos y la distribución de su inventario. Sin embargo, mencionó que le gustaría contar c un seguimiento de las entregas, y mejorar la planificación de sus rutas de distribución. |
| Tiempo que empieza | 0:03 minutos |
| Tiempo de la entrevista | 3:55 minutos |
| URL de la entrevista | https://upcedupe-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/u201923571_upc_edu_pe/EdzpSOgNqA9GiF7jhrRvbO4B7CLsnh2LjmDFwGgBt8Rdnav=eyJyZWZlcnJhbEluZm8iOnsicmVmZXJyYWxBcHAiOiJPbmVEcmI2ZUZvckJ1c2luZXNzIiwicmVmZXJyYWxBcHBQbGF0Zm9ybSI6 |

| | |
|---|--|
| Entrevistado 2 | Nombre del entrevistado |
| Entrevistador | Nombre |
| Edad | ingresa edad |
| Distrito | ingresa Distrito |
|  | Resumen: Escribe el resumen de la entrevista |
| Tiempo que empieza | Ingresa el tiempo de inicio de tú entrevista |
| Tiempo de la entrevista | Ejemplo -> 4:41min |
| URL de la entrevista | Ingresa URL |

| | |
|---|--|
| Entrevistado 3 | Nombre del entrevistado |
| Entrevistador | Nombre |
| Edad | ingresa edad |
| Distrito | ingresa Distrito |
|  | Resumen: Escribe el resumen de la entrevista |
| Tiempo que empieza | Ingresa el tiempo de inicio de tú entrevista |
| Tiempo de la entrevista | Ejemplo -> 4:41min |
| URL de la entrevista | Ingresa URL |

2.2.3. Análisis de entrevistas.

2.3. Needfinding.

La identificación y comprensión profunda de las necesidades de los usuarios es crucial para el éxito de ElixirControl, una plataforma diseñada para la gestión del proceso productivo en la industria del vino y pisco. Mediante un enfoque meticuloso de *needfinding*, se recolecta y analiza información clave sobre las operaciones y desafíos específicos que enfrentan tanto los productores de vino como los distribuidores de pisco. Este enfoque permite descubrir puntos críticos y oportunidades significativas que informan el desarrollo y diseño de la solución. Al explorar a fondo los comportamientos, preferencias y dificultades de estos usuarios, ElixirControl se orienta a crear una herramienta que no solo optimiza la eficiencia, sino que también proporciona una experiencia de usuario adaptada y sencilla. Los perfiles de usuario (*user personas*) que guían este desarrollo están basados en los perfiles detallados de

productores y distribuidores, asegurando que la plataforma satisfaga de manera precisa sus necesidades específicas y maximice su efectividad en el sector.

2.3.1. User Personas.

NAME

Ruben Flores

MARKET SIZE



TYPE

Artisan



Demographic

♂ Male 45 years

📍 Valle De Ica, Perú

Married

Productor Artesanal

Goals

- Visualizar el inventario de sus productos para una gestión precisa.
- Agregar y editar la información de sus clientes de forma sencilla.
- Consultar el detalle de cada cliente y mejorar el servicio personalizado.
- Monitorear sus pedidos y revisar el detalle de los mismos.

Quote

“Mi prioridad es que cada botella salga con la misma calidad con la que fue hecha, pero necesito saber en todo momento qué tengo disponible y quiénes son mis mejores clientes.”

Background

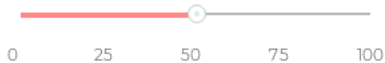
Rubén es un productor de vinos artesanales con más de 20 años de experiencia. Dirige una bodega de tamaño mediano en el Valle de Ica, donde produce vinos de alta calidad que distribuye a restaurantes y tiendas especializadas. Busca modernizar ciertos aspectos de la gestión, pero siempre priorizando la autenticidad de su producto.

Skills

Producción de vino



Gestión de inventario



Atención al cliente



Uso de software de gestión



Motivations

- Mantener el control sobre su producción y stock.
- Ofrecer un servicio personalizado a sus clientes.
- Mejorar la eficiencia en la gestión de sus pedidos.

Frustrations

- Falta de visibilidad en tiempo real sobre los niveles de inventario.
- Dificultad para gestionar los detalles de sus clientes de forma centralizada.
- Procesos manuales que consumen tiempo y no se alinean con la modernización.

Brands and influencers



NAME

Camila Ramos

MARKET SIZE



TYPE

Rational



Goals

Mantener un historial organizado de todos los pedidos realizados.

Facilitar el proceso de completar datos de las solicitudes.

Realizar pedidos de manera rápida y eficiente.

Quote



"Cada cliente es único, y sus expectativas son altas. Mi trabajo es asegurarme de que cada entrega sea perfecta."



Background

Camila es una distribuidora de vinos artesanales con 8 años de experiencia. Tiene su propia red de distribución, especializada en productos premium, y trabaja con productores que valoran la calidad artesanal. Ha construido una sólida reputación con clientes exigentes en Lima.

Demographic

Female 21 years

Lima, Perú

Single

Administradora

Skills

Gestión de ventas



Logística de distribución



Relaciones comerciales



Uso de herramientas



Motivations

Entregar productos de calidad.

Establecer relaciones a largo plazo con sus clientes.

Mejorar la eficiencia en la gestión de pedidos.

Frustrations

Retrasos en la entrega que afectan la relación con sus clientes.

Falta de visibilidad del estado de los pedidos y disponibilidad de productos.

Comunicación ineficiente con los productores sobre el inventario.

Brands and influencers



2.3.2. User Task Matrix.

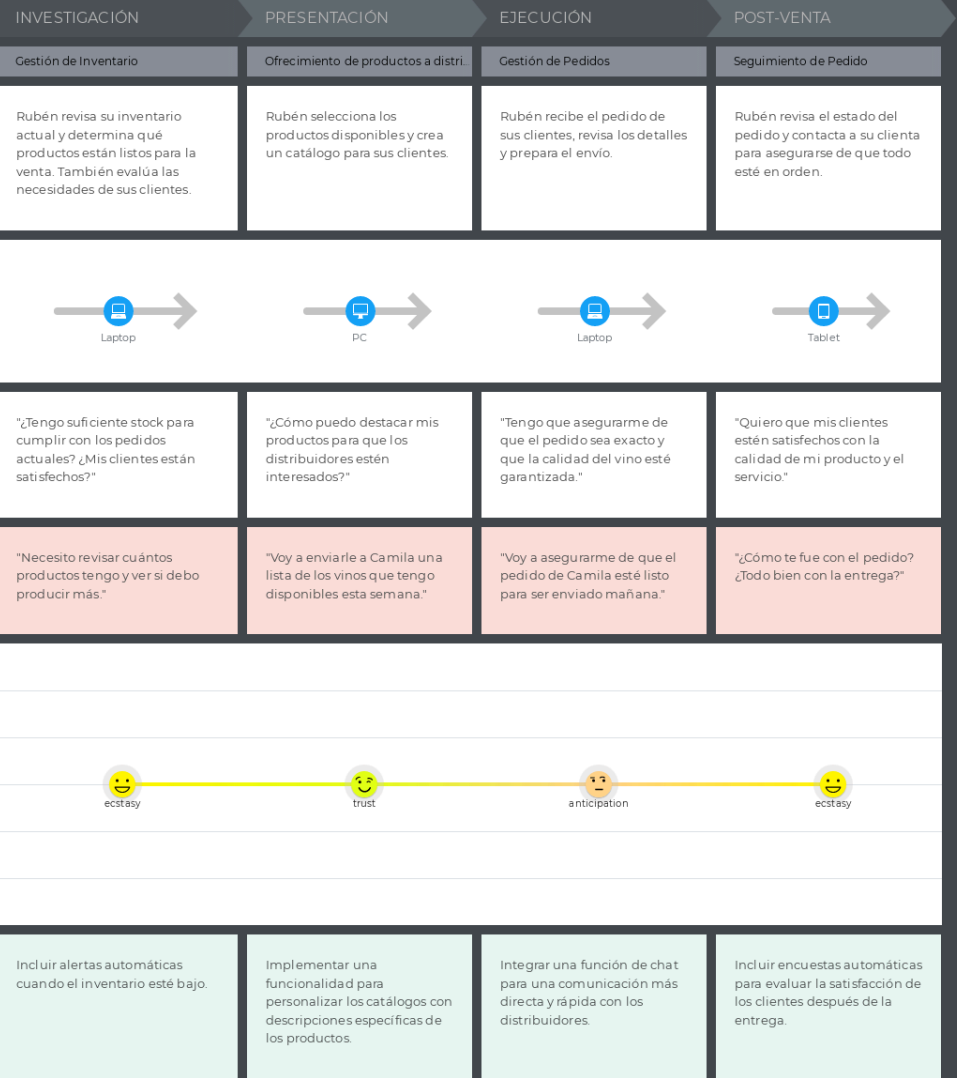
User Task Matrix

| User Task | Ruben Flores (Productor de Vinos) | | Camila Ramos (Distribuidora de Vinos y Piscos) | |
|--|-----------------------------------|-------------|--|-------------|
| | Frecuencia | Importancia | Frecuencia | Importancia |
| Agregar o editar información de clientes. | Alta | Alta | Media | Alta |
| SSupervisar y gestionar pedidos recibidos. | Alta | Alta | Baja | Media |
| Ver el detalle del pedido | Media | Alta | Alta | Alta |
| Mantiene y expande la cartera de clientes. | Media | Alta | Alta | Alta |
| Gestionar el historial de ventas y pedidos. | Alta | Alta | Media | Media |
| Generar reportes de inventario y ventas. | Alta | Alta | Media | Alta |
| Realizar pedidos a productores. | Media | Media | Alta | Alta |
| Asegurar la calidad de los productos enviados. | Baja | Media | Baja | Media |
| Buscar nuevos clientes para expandir el negocio. | Media | Alta | Alta | Alta |

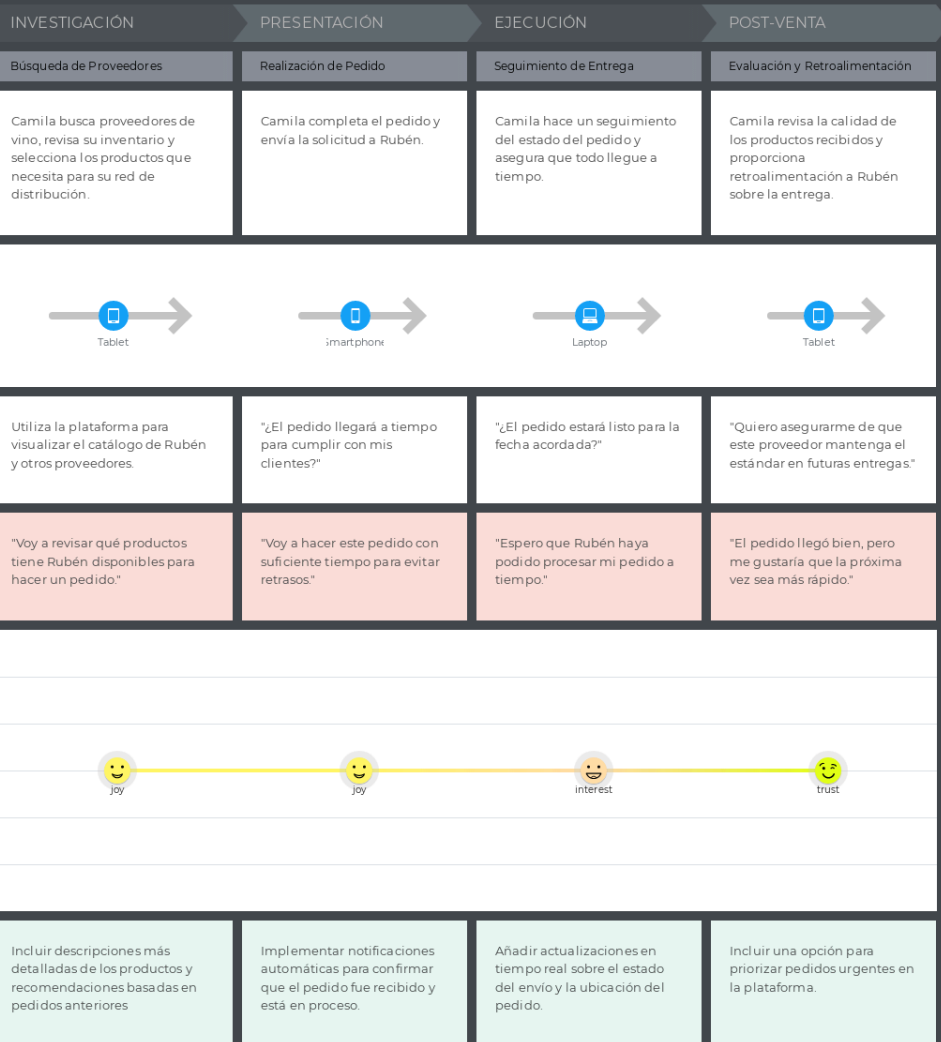
2.3.3. User Journey Mapping.

Ruben Flores

PERSONAS (0)



PERSONAS (0)



UXPRESSIA

This map was built in uxpressia.com

2.3.4. Empathy Mapping.

Ruben Flores

1.WHO are we empathizing with?

Rubén Flores, un productor de vinos artesanal con una bodega mediana, enfocado en mantener la calidad y eficiencia de sus procesos de producción y distribución.

6.What do they HEAR?

Comentarios de los clientes sobre la calidad del vino.

Recomendaciones de otros productores sobre tecnologías y métodos de producción.

Retroalimentación de distribuidores sobre los pedidos y tiempos de entrega.

7.What do they THINK and FEEL?

“

"¿Cómo puedo asegurarme de que mi vino siga cumpliendo con los altos estándares de calidad? ¿Cómo optimizo mis procesos de producción y distribución?"

Se siente comprometido y a veces estresado por la necesidad de mantener altos estándares de calidad mientras gestiona múltiples aspectos de su negocio. Busca soluciones para mejorar su eficiencia y satisfacer a sus clientes.

”



2.What do they need to DO?

Gestionar inventario, supervisar la producción, gestionar pedidos, mantener y expandir su cartera de clientes, y asegurar la calidad de los productos.

3.What do they SEE?

Reportes de inventario, resultados de producción, pedidos de clientes, y feedback sobre la calidad de sus productos. También observa la demanda de productos y las tendencias del mercado.

5.What do they DO?

Revisa y ajusta el inventario, prepara y envía pedidos, controla la producción de vino, gestiona la información de clientes y realiza ajustes para mejorar la calidad y eficiencia

PAINS

Dificultad para mantener un control preciso del inventario.

Problemas para coordinar y comunicar eficientemente con los distribuidores.

Desafíos en la optimización de la producción según la demanda.

GAINS

Mejora en la visibilidad y control del inventario.

Herramientas para facilitar la comunicación con distribuidores.

Optimización en la planificación de la producción y procesos eficientes.

4.What do they SAY?

“

"Necesito asegurarme de que mi inventario esté bien gestionado."

"Es crucial que cada pedido sea revisado para garantizar la calidad."

"Tengo que encontrar formas de mejorar mi producción y mantener a mis clientes satisfechos."

”

UXPRESSIA

This persona was built in uxpressia.com

1.WHO are we empathizing with?

Camila Ramos, una distribuidora que maneja la logística y la distribución de vinos y piscos, buscando eficiencias en el proceso de compra y gestión de pedidos.

6.What do they HEAR?

Retroalimentación de clientes sobre la calidad y puntualidad de las entregas.

Comentarios y sugerencias de proveedores sobre el proceso de pedido.

Recomendaciones sobre cómo mejorar la eficiencia en la gestión de pedidos y distribución.

7.What do they THINK and FEEL?

“

"¿Cómo puedo mejorar la eficiencia en el proceso de pedidos? ¿Cómo puedo garantizar que mis clientes reciban sus productos a tiempo?"

Se siente presionada para cumplir con las expectativas de sus clientes y manejar eficientemente la logística. Busca soluciones que le permitan gestionar mejor los pedidos y mejorar la comunicación con los proveedores.

”



2.What do they need to DO?

Gestionar y realizar pedidos a proveedores, seguir el estado de los pedidos, mantener actualizada la información de los clientes y asegurar la entrega oportuna de productos.

3.What do they SEE?

Catálogos de productos de proveedores, estado de los pedidos, informes de ventas, y comentarios de clientes.

5.What do they DO?

Revisa catálogos de productos, realiza y gestiona pedidos, actualiza la información de clientes, y coordina la recepción y distribución de productos.

PAINS

Problemas con la confirmación y seguimiento de pedidos.

Dificultades para mantener actualizada la información de productos y clientes.

Retrasos en la entrega de productos que afectan la satisfacción del cliente.

GAINS

Herramientas que faciliten el seguimiento y confirmación de pedidos.

Mejoras en la actualización de la información de productos y clientes.

Procesos de distribución más eficientes y comunicación fluida con proveedores.

4.What do they SAY?

“

"Necesito asegurarme de que los pedidos lleguen a tiempo para satisfacer la demanda de mis clientes."

"Es importante mantener la información de mis clientes actualizada y precisa."

"Voy a seguir el estado del pedido y verificar que todo esté en orden."

”

2.3.5. As-is Scenario Mapping.

Ruben Flores

| | | | | | | |
|----------|---|---|---|--|---|---|
| Steps | Identificación del problema | Búsqueda de soluciones | Evaluación de opciones | Decisión de compra | Implementación | Monitoreo y optimización |
| Doing | Notar inconsistencias en la calidad del vino y desafíos en la gestión del inventario. | Investigar sobre tecnologías que puedan optimizar la gestión de inventario. | Comparar distintos proveedores y realizar pruebas piloto. | Elegir la solución que mejor balancea costo y beneficio. | Integrar la nueva tecnología en la línea de producción. | Supervisar el desempeño de la nueva tecnología y buscar oportunidades de mejora. |
| Thinking | "Necesitamos una solución para mantener la calidad constante." | "¿Qué opciones tecnológicas están disponibles en el mercado?" | "¿Cuál de estas soluciones se adapta mejor a nuestras necesidades?" | "Esta opción parece ser la más adecuada." | "Es crucial que esta implementación sea lo más fluida posible." | "¿Está la nueva tecnología cumpliendo con nuestras expectativas?" |
| Feeling | Frustrado por la falta de consistencia. | Ansioso por encontrar una solución viable. | Dudoso sobre cuál opción será la más efectiva. | Confiado en la decisión tomada. | Estresado por los posibles desafíos durante la implementación. | Satisfecho si los resultados son positivos, Inquieto si no se cumplen las expectativas. |

Camila Ramos

| | | | | | | |
|----------|--|--|---|---|---|---|
| Steps | Identificación del problema | Búsqueda de soluciones | Evaluación de opciones | Decisión de compra | Implementación | Monitoreo y optimización |
| Doing | Detectar problemas en la eficiencia de la distribución y tiempos de entrega. | Investigar herramientas logísticas que puedan optimizar los rutas de distribución. | Revisar diferentes proveedores y solicitar demos de sus soluciones. | Seleccionar la herramienta que mejor se alinee con los objetivos de la empresa. | Capacitar al equipo en la nueva herramienta y supervisar su integración. | Revisar la eficacia de la nueva herramienta y ajustar estrategias según los resultados. |
| Thinking | "Los tiempos de entrega son demasiado largos y están afectando la satisfacción del cliente." | "Necesitamos una solución que nos permita ser más eficientes." | "Debo asegurarme de que esta herramienta realmente reduzca los tiempos de entrega." | "Esta parece ser la mejor opción para optimizar nuestras operaciones." | "Necesito que esta implementación sea rápida y efectiva para no afectar las operaciones." | "¿Está la nueva herramienta mejorando nuestros tiempos de entrega?" |
| Feeling | Preocupada por la insatisfacción del cliente. | Esperanzada en encontrar una solución adecuada. | Confundida sobre cuál opción sería la mejor para implementar. | Aliviada por haber tomado una decisión basada en datos concretos. | Ansiosa por los posibles problemas durante la implementación. | Contenta si se logran los objetivos, Frustrada si persisten los problemas. |

2.4. Ubiquitous Language.

El **Ubiquitous Language** es esencial en el desarrollo de software para garantizar una comunicación clara entre todos los miembros del equipo y los stakeholders. Este glosario de términos específicos del dominio asegura que todos estén alineados y evita malentendidos, facilitando una colaboración efectiva y el cumplimiento de las necesidades del negocio.

Glosario:

Ubiquitous Language - ElixirControl

- **Inventory Management (Gestión de Inventario):** Supervisión y control de niveles de inventario para asegurar disponibilidad oportuna de productos y materiales, incluyendo recepción, almacenamiento y despacho.
- **Wine Quality Control (Control de Calidad del Vino):** Procedimientos y estándares para asegurar que el vino cumpla con los requisitos de calidad, garantizando consistencia y excelencia en cada lote.
- **Customer Satisfaction (Satisfacción del Cliente):** Medida en la que se cumplen las expectativas del cliente con los productos y servicios ofrecidos, implicando evaluación y mejora continua de la experiencia del cliente.
- **Distribution Efficiency (Eficiencia de Distribución):** Optimización del proceso de distribución para reducir tiempos de entrega y costos, mejorando la satisfacción del cliente con entregas puntuales y efectivas.
- **Market Expansion (Expansión de Mercado):** Estrategia para aumentar la base de clientes mediante la entrada en nuevos mercados o la diversificación de productos.
- **Cost Analysis (Análisis de Costos):** Evaluación detallada de costos asociados con la producción y distribución para identificar oportunidades de reducción y mejorar la rentabilidad.

- **Customer Portfolio Management (Gestión de la Cartera de Clientes):** Optimización de las relaciones con clientes actuales para maximizar su valor y fortalecer las relaciones comerciales.
- **Order Tracking (Seguimiento de Pedidos):** Sistema para monitorear y gestionar el estado de los pedidos desde la creación hasta la entrega final, garantizando transparencia y comunicación continua.
- **Technology Implementation (Implementación de Nuevas Tecnologías):** Integración de nuevas herramientas tecnológicas en las operaciones diarias para mejorar eficiencia, calidad y competitividad.
- **Production Planning (Planificación de Producción):** Organización y programación de actividades de producción para asegurar fabricación en las cantidades correctas, a tiempo y con los recursos disponibles.