

# **Confitería Santa Ana web**

## **Índice**

### **1. Introducción**

- Descripción del proyecto
- Objetivo principal
- Motivación

### **2. Análisis de la Situación Actual**

- Operación actual de la confitería
- Problemas y limitaciones
- Oportunidades de una página web

### **3. Objetivos del Proyecto**

- Objetivo general
- Objetivos específicos

### **4. Público Objetivo**

- Perfil de los clientes
- Necesidades y expectativas

### **5. Funcionalidades de la Página Web**

- Secciones principales
- Catálogo de productos
- Sistema de pedidos en línea
- Integración con redes sociales y WhatsApp
- Formulario de contacto y ubicación
- Panel de administración (opcional)

### **6. Requisitos Técnicos**

- Tecnologías a utilizar
- Hosting y dominio
- Seguridad y protección de datos

### **7. Diseño y Experiencia de Usuario (UX/UI)**

- Diseño responsive
- Interfaz intuitiva
- Colores y estilo acorde con la confitería

### **8. Plan de Desarrollo**

- Fases del desarrollo
- Tiempo estimado para cada fase

### **9. Estrategia de Marketing y Posicionamiento**

- SEO para mejorar la visibilidad
- Estrategia en redes sociales
- Publicidad digital

## 10. Conclusiones

- Beneficios esperados
  - Mejoras futuras
- 

Ahora el documento tiene un índice con enlaces para una navegación rápida dentro del Markdown.

## 1. Introducción

### 1.1 Descripción del Proyecto

El presente proyecto consiste en el desarrollo de una página web para la confitería, con el propósito de proporcionar una plataforma digital que no solo informe sobre la empresa y sus productos, sino que también permita la compra en línea. Además, contará con un panel de administración para gestionar los productos, pedidos y contenido de la web de manera eficiente.

La web incluirá:

- Una sección informativa sobre la historia y valores de la confitería.
- Un catálogo de productos con imágenes y descripciones detalladas.
- Un sistema de ventas en línea con carrito de compras.
- Un panel de administración para la gestión de productos y pedidos.
- Integración con redes sociales y opciones de contacto directo.

### 1.2 Objetivo Principal

El objetivo principal del proyecto es crear una plataforma web que permita a la confitería aumentar su visibilidad, facilitar la compra de sus productos en línea y optimizar la gestión interna a través de un panel administrativo. Esto permitirá mejorar la experiencia del cliente y aumentar las oportunidades de ventas.

Los principales beneficios esperados incluyen:

- Mayor alcance y visibilidad en el mercado.
- Posibilidad de captar nuevos clientes mediante el comercio electrónico.
- Automatización y gestión eficiente de pedidos y productos.
- Mayor comodidad para los clientes al poder realizar compras en línea.

### 1.3 Motivación

La motivación principal para la creación de esta página web surge de la necesidad de digitalizar la confitería y adaptarse a las nuevas tendencias del comercio. Actualmente, muchas personas buscan información y realizan compras a través de internet, por lo que contar con una plataforma digital permitirá:

- Ampliar la clientela más allá del público local.
- Ofrecer una experiencia de compra más cómoda y accesible.
- Reducir la dependencia de las ventas presenciales y mejorar la operativa.
- Facilitar la comunicación con los clientes mediante medios digitales.

Este proyecto busca modernizar la confitería sin perder su esencia tradicional, combinando la calidad artesanal de sus productos con la accesibilidad y eficiencia de una plataforma digital.

## 2. Análisis de la Situación Actual

### 2.1 Operación actual de la confitería

Actualmente, la confitería opera mediante un **local físico** donde los clientes pueden acudir a comprar los productos directamente. Además, los pedidos pueden realizarse a través de **WhatsApp, Instagram, Facebook o por llamada telefónica**, lo que facilita la comunicación con los clientes.

Los pedidos se gestionan de la siguiente manera:

- Los clientes pueden recoger sus encargos en la tienda.
- Existe la posibilidad de entrega a domicilio en una zona cercana a la tienda.
- Se tiene la intención de expandir el servicio de envíos a toda España en el futuro.

En cuanto a la presencia digital, la confitería **tiene cuentas en Instagram y Facebook**, donde se interactúa con los clientes y se promocionan los productos. Sin embargo, **no cuenta con un catálogo digital**, lo que dificulta la presentación estructurada de los productos y ofertas.

Los métodos de pago aceptados actualmente son: - **Efectivo**

- **Tarjeta bancaria**
- **Bizum**

### 2.2 Problemas y limitaciones

A pesar de contar con una clientela estable, la confitería enfrenta algunos desafíos que limitan su crecimiento:

1. **Poca visibilidad:** Fuera de fechas clave, la confitería experimenta dificultades para atraer nuevos clientes y generar pedidos constantes.
2. **Falta de un catálogo digital:** No contar con una plataforma donde los clientes puedan ver los productos de manera organizada afecta la capacidad de atraer y retener compradores.

3. **Organización en momentos de alta demanda:** En ciertos días de alta afluencia, se requieren al menos dos personas atendiendo en la tienda, lo que podría optimizarse con una mejor gestión de pedidos en línea.
4. **Ubicación:** Actualmente, la localización de la confitería podría ser un factor que dificulta la llegada de nuevos clientes. Existe un plan futuro para cambiar de local.
5. **Desconocimiento de la empresa:** Muchas personas aún no conocen la confitería, lo que limita el alcance del negocio.
6. **Competencia con presencia online:** Aunque la competencia no ofrece exactamente los mismos productos (se centra en la venta de pan), el hecho de que tengan presencia digital les da una ventaja en términos de alcance y accesibilidad.

### 2.3 Oportunidades de una página web

La creación de una página web representa una gran oportunidad para mejorar y expandir el negocio. Entre los beneficios esperados se encuentran:

1. **Aumentar las ventas:** Una tienda online permitirá llegar a más clientes y mejorar la comercialización de los productos.
2. **Facilitar los pedidos:** Implementar un sistema de compra directa desde la web permitirá automatizar y gestionar mejor los pedidos.
3. **Ampliar la audiencia:** Una plataforma digital permitirá atraer clientes fuera de la zona actual, impulsando la expansión a nivel nacional con envíos a toda España.
4. **Optimizar la gestión interna:** Se planea incluir un sistema de administración para gestionar pedidos, productos y clientes de manera más eficiente.
5. **Integración con redes sociales y WhatsApp:** Facilitará la interacción con los clientes y la promoción de productos.
6. **Mejorar la organización y reducir la carga en tienda:** Con un sistema online, los clientes podrán realizar pedidos con anticipación, lo que ayudará a reducir el tiempo de espera y optimizar la atención.

La implementación de una tienda online no solo resolverá algunos de los problemas actuales, sino que también abrirá nuevas posibilidades para el crecimiento del negocio y la fidelización de clientes.

## 3. Objetivos del Proyecto

### 3.1 Objetivo General

El objetivo principal del proyecto es desarrollar una **página web para la confitería**, que permita la **venta y organización de pedidos online**, además de implementar un **sistema de facturación interna**. La web servirá como una plataforma integral para optimizar la gestión del negocio, aumentar la visibilidad de la marca y reducir costos operativos en sistemas externos.

El éxito del proyecto se medirá en función de:

- Un **aumento en las ventas** mediante la tienda online
- Una **mayor visibilidad** de la confitería en el mercado digital.
- **Mejor organización interna**, optimizando el flujo de pedidos y gestión del stock.

- **Reducción de costes** al minimizar la dependencia de programas externos para facturación y administración.

A corto plazo, se espera que la web ayude a mejorar la comercialización de los productos, facilitando los pedidos y su organización. A largo plazo, se busca consolidar la presencia de la confitería en el ámbito digital, expandiendo la venta a nivel nacional y optimizando los procesos internos.

### 3.2 Objetivos Específicos

Para lograr el objetivo general, se establecen los siguientes objetivos específicos:

1. **Desarrollar un catálogo digital** donde los clientes puedan visualizar los productos con sus respectivas descripciones, imágenes y precios.
2. **Implementar una tienda online** que permita a los clientes realizar pedidos directamente desde la web con métodos de pago integrados.
3. **Desarrollar un sistema de administración interno** para gestionar pedidos, productos, stock y facturación.
4. **Integrar la página con redes sociales y WhatsApp** para facilitar la comunicación y promoción de productos.
5. **Diseñar una interfaz atractiva y responsive**, que garantice una experiencia de usuario óptima en dispositivos móviles, tablets y ordenadores.
6. **Crear un sistema de gestión de stock**, que permita ingresar la cantidad de productos disponibles y que se actualice automáticamente con cada compra.
7. **Implementar un sistema de descuentos y promociones** para fidelizar clientes y aumentar las ventas.
8. **Incorporar un blog o sección de noticias** para promocionar nuevos productos, ofertas y eventos especiales.
9. **Monitorear métricas clave**, como el número de ventas, pedidos realizados y nivel de stock, para evaluar el desempeño de la tienda online y optimizar su funcionamiento.

Este enfoque permitirá a la confitería mejorar su gestión operativa, incrementar sus ingresos y consolidar su presencia en el mercado digital.

## 4. Público Objetivo

### 4.1 Perfil de los clientes

La confitería cuenta con una clientela diversa, ya que sus productos están dirigidos a todo tipo de personas. Sin embargo, el perfil de los clientes varía según el tipo de producto:

- **Encargos de tartas:** Mayormente solicitados por personas de edad avanzada.
- **Bollería y productos más informales:** Preferidos por un público más joven.
- **Bandejas de dulces pequeños y tartas:** Son los productos más vendidos en general.
- **Compradores locales y de fuera de la ciudad:** La mayor parte de los clientes son locales, pero también hay empresas de fuera que hacen pedidos en grandes cantidades.
- **Finalidad de la compra:** Los productos se adquieren tanto para **consumo propio** como para **regalos**, aunque predominan las compras para consumo personal.

Además, la confitería tiene un segmento de clientes compuesto por **empresas o negocios** que compran productos en grandes cantidades, lo que representa una oportunidad para consolidar ventas al por mayor.

#### 4.2 Necesidades y expectativas

Los clientes eligen la confitería principalmente por la **calidad de los productos y los precios competitivos**. Sin embargo, existen algunas dificultades que pueden afectar la experiencia de compra:

- **Localización poco accesible y poco visible**, lo que dificulta atraer nuevos clientes.
- **Algunas quejas sobre los precios**, lo que sugiere la necesidad de estrategias de promoción o descuentos ocasionales.
- **Falta de información online**, ya que actualmente no hay un catálogo digital con precios.
- **Dificultad para hacer pedidos**, ya que solo se pueden realizar por teléfono, WhatsApp o redes sociales, lo que puede ser poco práctico en algunos casos.

**Mejoras esperadas por los clientes** Para mejorar la experiencia del usuario, los clientes esperan las siguientes mejoras:

1. **Facilidad para hacer pedidos online**, evitando la necesidad de comunicación directa por otros medios.
2. **Catálogo digital con precios**, para visualizar los productos de manera clara y organizada.
3. **Entrega a domicilio**, especialmente para facilitar compras fuera de la zona local.

**Reacción ante una tienda online** Se espera que los clientes reciban de manera positiva la posibilidad de realizar compras en línea, ya que **facilitaría el proceso de compra y mejoraría la comodidad del cliente**.

**Oportunidades de consumo y tendencias** Para atraer más clientes y expandir las ventas, se pueden aprovechar algunas tendencias de consumo como:

- **Cajas de regalo personalizadas**, ideales para celebraciones y obsequios.
- **Tartas personalizadas**, para eventos especiales como cumpleaños y bodas.

Además, aunque los clientes no suelen exigir opciones de pago flexibles o descuentos de forma habitual, sería conveniente implementar **promociones ocasionales** para incentivar las compras y mejorar la percepción del precio.

Este análisis permite identificar oportunidades clave para mejorar la experiencia de los clientes y potenciar el crecimiento del negocio.

## 5. Funcionalidades de la Página Web

### 5.1 Secciones principales

La página web contará con las siguientes secciones clave:

- **Inicio:** Página principal con información destacada y acceso rápido a las secciones más importantes.
- **Catálogo:** Listado de productos organizados por categorías con imágenes, precios y descripción.
- **Tienda:** Plataforma de compra en línea con carrito de compras y opciones de pago.
- **Contacto:** Formulario para que los clientes puedan enviar consultas, junto con la ubicación en Google Maps.
- **Sobre Nosotros:** Información sobre la historia de la confitería y el proceso de elaboración de los productos.
- **Blog:** Sección para compartir novedades, promociones y recomendaciones.
- **Opiniones/Testimonios:** Espacio donde los clientes pueden dejar reseñas sobre los productos y servicios.

### 5.2 Catálogo de productos

El catálogo mostrará los productos de manera organizada y atractiva:

- **Visualización en tarjetas** con imagen, nombre, precio y botón de compra.
- **Productos categorizados** (ejemplo: tartas, bandejas de dulces, bollería, etc.).
- **Filtros y búsqueda avanzada** para facilitar la navegación (ordenar por precio, popularidad, categoría, etc.).
- **Ficha detallada del producto**, con descripción, ingredientes y opciones de personalización.

### 5.3 Sistema de pedidos en línea

La web permitirá a los clientes realizar compras de forma fácil y segura:

- **Métodos de pago disponibles:** Se incluirán todas las opciones posibles (tarjeta, PayPal, Bizum, contra reembolso, transferencia bancaria).
- **Carrito de compras:** Los clientes podrán añadir productos al carrito sin registrarse, pero deberán crear una cuenta para completar la compra.
- **Opciones de personalización:** Algunos productos, como tartas, permitirán incluir mensajes personalizados.
- **Selección de fecha y hora de entrega o recogida**, según disponibilidad.
- **Seguimiento de pedidos**, permitiendo a los clientes conocer el estado de su compra en tiempo real.

### 5.4 Integración con redes sociales y WhatsApp

Para mejorar la interacción con los clientes, la web contará con:

- **Botones de redes sociales visibles en todas las páginas.**
- **Chat de WhatsApp en tiempo real** para atención personalizada.
- **Opción de compartir productos y promociones automáticamente en redes sociales.**

## 5.5 Formulario de contacto y ubicación

La página incluirá un formulario de contacto con los siguientes campos:

- Nombre
- Correo electrónico
- Teléfono
- Mensaje

Además: - Se mostrará **un mapa con la ubicación de la confitería** mediante Google Maps. - Para pedidos altamente personalizables, en lugar de un archivo adjunto, se incluirá **un enlace a WhatsApp** donde el cliente podrá comunicarse directamente con la empresa.

## 5.6 Panel de administración

El sistema de administración permitirá gestionar eficientemente la tienda online con las siguientes funcionalidades:

- **Gestión de productos:** Agregar, editar y eliminar productos.
- **Gestión de pedidos:** Ver, actualizar y administrar los pedidos recibidos.
- **Gestión de stock:** Actualización automática del inventario según las ventas.
- **Sistema de facturación:** Generación y administración de facturas para mejorar la contabilidad.
- **Revisión de estadísticas de ventas:** Análisis de métricas clave para evaluar el rendimiento.
- **Control de roles y permisos:** Definir diferentes niveles de acceso para administradores y empleados, permitiendo restringir acciones según el rol asignado.

# 6. Requisitos Técnicos

## 6.1 Tecnologías a utilizar

Para el desarrollo de la página web, se utilizarán las siguientes tecnologías:

- **Frontend:** Angular, para una interfaz moderna y dinámica.
- **Backend:** Java, proporcionando un sistema robusto y escalable.
- **Base de datos:** MySQL, para la gestión eficiente de los productos, pedidos y usuarios.
- **Integración de APIs externas:** Se implementarán servicios para pasarelas de pago y otros servicios de mensajería.
- **Desarrollo personalizado:** No se utilizará un CMS como WordPress o Prestashop, sino una solución a medida que se adapte mejor a las necesidades del negocio.

El sistema de administración estará **integrado dentro de la misma web**, permitiendo gestionar productos, pedidos y otros aspectos sin necesidad de una plataforma separada.

## 6.2 Hosting y dominio

Para garantizar un buen rendimiento y escalabilidad, se considera la contratación de un servicio de hosting que permita manejar mejor la web. Algunos aspectos clave del alojamiento serán:

- **Dominio propio**, para una identidad profesional.



- **Escalabilidad**, permitiendo manejar más tráfico y pedidos a medida que el negocio crezca.
- **Correo corporativo** (ejemplo: contacto@tuconfiteria.com) incluido en el hosting.
- **Sin preferencia por un proveedor específico**, se evaluarán opciones como Hostinger, Bluehost, SiteGround, AWS o DigitalOcean en función de costos y necesidades.

### 6.3 Seguridad y protección de datos

Para garantizar la seguridad de los clientes y la integridad de la tienda online, se implementarán las siguientes medidas:

- **Certificado SSL**: La web funcionará bajo **HTTPS** para proteger la información de los usuarios.
- **Cumplimiento del RGPD (Reglamento General de Protección de Datos)**: Se garantizará el correcto tratamiento y almacenamiento de los datos personales según la normativa europea.
- **No se implementará autenticación de dos factores (2FA)** para los administradores.
- **No se considerarán medidas adicionales contra ataques (firewalls y protección contra DDoS)** en esta fase inicial.

Este conjunto de requisitos técnicos permitirá que la tienda online sea segura, escalable y fácil de gestionar, asegurando una buena experiencia tanto para los clientes como para los administradores.

## 7. Diseño y Experiencia de Usuario (UX/UI)

### 7.1 Diseño Responsive

La página web estará optimizada para ofrecer una experiencia fluida en **dispositivos móviles, tablets y ordenadores**, asegurando que los usuarios puedan navegar y realizar compras de manera cómoda desde cualquier dispositivo.

El diseño seguirá una **estructura basada en cuadrículas**, pero con elementos visuales que le otorguen profundidad y un aspecto moderno, evitando un diseño demasiado plano. Se tomará inspiración en el estilo de **Google**, pero con más detalles visuales que realcen la experiencia de usuario.

### 7.2 Interfaz Intuitiva

Para mejorar la usabilidad de la web, se implementarán las siguientes características:

- **Navegación combinada**: Se optará por un menú claro y accesible con elementos interactivos, incluyendo animaciones sutiles para mejorar la experiencia sin sobrecargar la interfaz.
- **Acceso rápido a la tienda**: La tienda online será accesible desde la página de inicio, posiblemente integrada en un **navbar fijo** o con un botón destacado que dirija directamente a los productos.
- **Asistente de compra o recomendaciones personalizadas**: Se implementará un sistema de sugerencias basado en compras previas o productos populares para mejorar la experiencia del cliente y facilitar la toma de decisiones.

### 7.3 Colores y Estilo Acorde con la Confitería

El diseño de la web reflejará la calidad y elegancia de los productos de la confitería:

- **Uso de identidad visual definida:** Se mantendrán los colores corporativos, el logo y la tipografía oficial de la marca.
- **Estilo elegante y sofisticado:** Se priorizará un diseño más **clásico y refinado**, en lugar de un aspecto llamativo, para transmitir la calidad de los productos.
- **Imágenes de productos:** Se buscará un equilibrio entre imágenes grandes y un diseño minimalista, dependiendo de lo que mejor se adapte a la estética general de la web.
- **Elementos gráficos personalizados:** Se incluirán ilustraciones o patrones visuales relacionados con la confitería, como detalles en fondos o iconos personalizados.

Con este enfoque, la web ofrecerá una experiencia atractiva, funcional y alineada con la imagen de la confitería, facilitando tanto la navegación como el proceso de compra para los clientes.

## 8. Plan de Desarrollo

### 8.1 Fases del desarrollo

El desarrollo de la página web seguirá el modelo de **desarrollo en cascada**, abordando cada fase de forma secuencial para asegurar una implementación estructurada y eficiente.

Las fases principales serán:

1. **Planificación y análisis de requisitos** (X semanas)
  - Definir funcionalidades clave y tecnologías a utilizar.
  - Establecer estructura del proyecto y modelo de datos.
  - Determinar los flujos de navegación y experiencia del usuario.
2. **Diseño de la interfaz (UX/UI)** (X semanas)
  - Creación de wireframes y prototipos del sitio web.
  - Definir colores, tipografía y elementos visuales acorde con la identidad de la confitería.
  - Ajustes de diseño basados en feedback antes del desarrollo.
3. **Desarrollo del frontend (Angular)** (X semanas)
  - Implementación de la tienda online con catálogo de productos.
  - Creación de la interfaz de usuario responsive y atractiva.
  - Integración de navegación y animaciones.
4. **Desarrollo del backend (Java y MySQL)** (X semanas)
  - Implementación de la base de datos y lógica del negocio.

- Desarrollo del sistema de autenticación y gestión de usuarios.
- Creación de la API para la tienda online.

#### 5. Integración de métodos de pago y APIs externas (X semanas)

- Configuración de pasarelas de pago (tarjeta, Bizum, PayPal, etc.).
- Implementación de integración con WhatsApp y redes sociales.
- Pruebas de seguridad en los pagos.

#### 6. Desarrollo del panel de administración (X semanas)

- Implementación de gestión de productos, pedidos y facturación.
- Creación de estadísticas y reportes para análisis de ventas.
- Definición de roles de usuario para la administración.

#### 7. Pruebas y corrección de errores (X semanas)

- **Pruebas internas:** Verificación de funcionalidades y detección de errores.
- **Pruebas con clientes de confianza:** Feedback sobre experiencia de usuario.
- **Beta pública:** Pruebas finales con acceso limitado para detectar mejoras.

#### 8. Lanzamiento oficial y despliegue (Antes del 10 de junio)

- Configuración final del hosting y dominio.
- Implementación de medidas de seguridad (SSL, RGPD).
- Últimos ajustes basados en feedback de la beta.

### 8.2 Tiempo estimado para cada fase

El plazo límite para completar el desarrollo de la web es el **10 de junio**. Dado que aún no se han definido los tiempos específicos para cada fase, se distribuirán de manera eficiente para cumplir con el objetivo, priorizando el desarrollo de la tienda online y asegurando que la versión final esté completamente funcional al momento de la entrega.

### 8.3 Mejoras y actualizaciones posteriores

Una vez lanzado el proyecto, se prevé realizar **actualizaciones continuas** para mejorar la funcionalidad, optimizar la experiencia del usuario y adaptar la tienda a nuevas necesidades del negocio. Estas mejoras incluirán:

- Implementación de nuevas funcionalidades según la demanda de los clientes.
- Optimización del rendimiento y escalabilidad de la tienda online.
- Ajustes en la interfaz para mejorar la usabilidad y experiencia de compra.
- Monitoreo y actualización de medidas de seguridad.

Este plan permitirá llevar a cabo el desarrollo de la web de manera organizada y asegurar su correcto funcionamiento en el tiempo establecido.

## 9. Estrategia de Marketing y Posicionamiento

### 9.1 SEO para mejorar la visibilidad

Para aumentar la presencia en buscadores y atraer más clientes, se implementarán estrategias de **SEO (Search Engine Optimization)** con un enfoque inicial en **SEO local**, para posteriormente expandirse a nivel nacional.

Las acciones clave incluyen:

- **Optimización para Google:** Implementación de técnicas de SEO on-page y off-page para mejorar el posicionamiento en los resultados de búsqueda.
- **SEO local:** Optimización para clientes cercanos mediante:
  - Implementación de **Google My Business**, para que la confitería aparezca en Google Maps con información detallada.
  - Uso de palabras clave geolocalizadas en la web.
  - Registro en directorios locales y plataformas gastronómicas.
- **SEO nacional a largo plazo:** Una vez establecida la presencia local, se trabajará en estrategias para ampliar el alcance a nivel nacional.
- **Descripciones optimizadas de productos:** Cada producto tendrá textos detallados con palabras clave relevantes para mejorar su visibilidad en buscadores.
- **Creación de un blog:** Publicación de contenido relacionado con recetas, historia de productos y noticias del sector para atraer tráfico orgánico a la web.

### 9.2 Estrategia en redes sociales

Las redes sociales jugarán un papel clave en la estrategia de marketing. Se enfocará en **Instagram y TikTok**, ya que son plataformas ideales para mostrar productos de manera visual y atractiva.

Las acciones principales incluyen:

- **Publicación regular de fotos y vídeos** para mantener el interés del público y mostrar los productos de manera atractiva.
- **Campañas de sorteos y descuentos exclusivos** para generar interacción y atraer nuevos clientes.
- **Creación de contenido dinámico** con reels y TikToks que muestren el proceso de elaboración de los productos y promociones especiales.
- **Uso de tendencias y hashtags estratégicos** para aumentar la visibilidad de las publicaciones.

Por el momento, **no se integrará la tienda online con las redes sociales** para compras directas, pero se analizará esta opción en el futuro. Las colaboraciones con **influencers o cuentas gastronómicas** se consideran una estrategia viable, aunque se planearán a largo plazo.

### 9.3 Publicidad digital

Para acelerar el crecimiento de la confitería, se implementará una estrategia de **publicidad digital**, enfocada inicialmente en el mercado local y expandiéndose a nivel nacional a medida que el negocio crezca.

Las acciones clave incluyen:

- **Publicidad en Google Ads e Instagram Ads**, dirigida a clientes locales en una primera fase.
- **Campañas publicitarias en fechas clave** como Navidad, San Valentín y otras celebraciones importantes.
- **Uso de email marketing** para enviar promociones y novedades a los clientes registrados en la web.
- **Estrategias de retargeting**, mostrando anuncios a personas que visitaron la web pero no finalizaron su compra, con el objetivo de convertir esas visitas en ventas.

Con esta estrategia, se busca mejorar la presencia de la confitería en el entorno digital, atraer nuevos clientes y aumentar las ventas tanto en tienda física como online.

## 10. Conclusiones

### 10.1 Beneficios esperados

La implementación de la página web traerá múltiples beneficios para la confitería, tanto a nivel comercial como operativo. Entre los principales impactos positivos se encuentran:

- **Aumento de ventas:** La tienda online permitirá a los clientes realizar compras de forma más cómoda, lo que se traducirá en un incremento en los ingresos.
- **Mejor organización:** Con un sistema de administración eficiente, la gestión de pedidos, stock y facturación será más rápida y efectiva.
- **Mayor alcance:** A corto plazo, se espera un aumento en las ventas locales, mientras que a largo plazo la tienda online permitirá atraer a clientes de otras ciudades.
- **Reducción de costes:** La automatización de procesos disminuirá la dependencia de programas externos y reducirá gastos administrativos.
- **Mejora en la relación con los clientes:** Gracias a la integración con redes sociales y canales de comunicación directa, se fortalecerá la interacción con los clientes, aumentando la fidelización.

### 10.2 Mejoras futuras

Aunque el lanzamiento de la web cubrirá las necesidades principales de la confitería, se contempla la posibilidad de implementar mejoras en el futuro, tales como:

- **Nuevas funcionalidades:** Incorporación de más opciones de personalización en productos, expansión de envíos a nivel nacional y nuevos métodos de pago.
- **Estrategias avanzadas de marketing:** Implementación de campañas más sofisticadas y posibles colaboraciones con influencers para aumentar la visibilidad de la marca.
- **Mantenimiento y actualizaciones:** Se planea mantener la web con mejoras periódicas e innovaciones en función de la evolución del negocio.
- **Expansión de la web:** Aunque no es una prioridad actual, en el futuro podría evaluarse la posibilidad de añadir nuevas secciones o servicios adicionales.

En conclusión, la página web no solo será una herramienta clave para potenciar las ventas y mejorar la operatividad de la confitería, sino que también sentará las bases para un crecimiento sostenible en el mundo digital.