**Integrantes:**

* **Aguirre Piedra Xavier**
* **Arguello Ojedis Santiago**
* **Chávez Cumbe Mónica**
* **Guaranda Cabezas María**
* **Parrales Pazmiño Dennys**

**Introducción**

Las empresas han ido cambiando conforme al paso de la tecnología, adaptándose para atender nuevos mercados emergentes. Esto les ha llevado a introducirse en nuevos campos y contactarse con el cliente de nuevas maneras. Antes era una práctica muy común el repartir volantes o pagar mucho dinero en publicidad (tv, radio, etc.) y muchos más común en el Ecuador, donde muchas empresas aun recurren a estas prácticas.

Muchos dueños de empresas y negocios se preguntan a donde se dirige el mercado, qué pueden hacer para captar más clientes o para mejorar su producto u ofrecer un nuevo servicio que los destaque de la competencia.

El internet, una herramienta muy usada en este siglo y que está en constante evolución, ha roto las barreras de la distancia, y ha dado inicio a la nueva era de la globalización. El usuario tiene una necesidad de permanecer conectado y este comportamiento ha originado nuevos servicios como las redes sociales y las compras en línea.

Con este poder de omnipresencia que ofrece el internet, muchos pensarán en soluciones similares a crear un sitio web como una web informativa lo cual permite al usuario conocer tu empresa, pero siguiendo las tendencias actuales mostradas por la *KPCB Internet Thrends.* Si al usuario no le presentas contenido interesante o un motivo para estar en esa página el simplemente se irá.

Conociendo este paradigma se recomienda crear una aplicación web donde podemos ofrecer servicios e interactuar directamente con el usuario. Habiendo expuesto el preámbulo nuestro proyecto intenta resolver el problema de organización de los pedidos de Dulcería Hanya en un ambiente interactivo

**Estado del arte**

Antecedente

La dulcería Hanya actualmente tiene una tasa de clientes mantenida exclusivamente de redes sociales y mensajería por WhatsApp donde tiene problemas tales como: aglomeración con sus pedidos, problema en el manejo de entregas, sobrecarga de tareas, mantener a sus clientes y captar nuevos, etc.

Argumentos

La tendencia actual según la IEEE viene de la mano con el internet de todas las cosas para ciudades inteligentes, donde se busca transparentar todo para el usuario y unir como también proveer una cantidad de sistemas heterogéneos, brindar acceso a datos todo por ofrecer un servicio a la comunidad e interconectarla. (Zanella, 2014). Como *KPCB* nos indica que los Smartphone son tendencia para la conexión a internet y demás actividades que tengan que ver con el mismo. La IEEE nos indica que estaremos aún más conectados y que gozaremos de mejor velocidad gracias a la introducción de 5G la cual busca no solo mejorar la velocidad de transmisión de datos sino integrar tecnologías como LTE y Wifi para mejorar la cobertura y ofrecer al usuario una experiencia sin fisuras. (Andrews, 2014).

La mayoría de los compradores tienen a seleccionar más productos personalizables, pero está sobre una base del marketing, muchas empresas tratan de enriquecer la experiencia de compra ofreciendo lo que realmente quiere el cliente y con esto que la empresa gane valor. (KPCB Internet Thrends, 2015), (Samsing, 2015), (Sanchez, 2015).

El correo electrónico y las notificaciones push de mensajes de texto es otra vía de crecimiento clara, ya que muchas empresas envían automáticamente a los clientes un correo electrónico o notificación de texto, cuando su pedido se ha enviado, o informa de alguna entrega, y muchas empresas de servicios, en lugar de llamar a un teléfono fijo, confirman una cita vía SMS a un móvil del cliente. (Pc World - E-Commerce: 5 Formas de mejorar servicio al cliente., 2016), (Marketing Movil, s.f.)

Hoy en día, los sitios web y aplicaciones móviles se basan en la confianza que su seguridad brinda. Por esto desde el inicio del proyecto debe ser tomado muy en cuenta la seguridad que se implemente, los expertos en el tema recomiendan ser conscientes de la sensibilidad de los datos con los que se cuenta y luchar contra la cultura propia del ser humano en cuanto a la importancia de la información que puede perder. (CCM, s.f.), (KPCB, 2014), (KPCB, 2014).

En el sector empresarial del Ecuador, el uso marginal de recursos tecnológicos es alarmante. Mientras en países europeos los negocios están haciendo uso de la nube y otras herramientas avanzadas, en nuestro país no pasan del 55% las PYMES que dan apenas un uso básico de administración y comunicación por correos o redes sociales, perdiendo oportunidades de internacionalización, optimización de tiempo y costos e incorporación de las tiendas dentro de cadenas productivas, donde las microempresas tienen la minoría de presencia web (9.2%). (Borja, 2014).

Nuestro mercado objetivo serán las personas que se mantienen conectadas por medio de dispositivos como teléfonos inteligentes y derivados que disfruten de los dulces o requieran este servicio.

Según nuestra investigación, en Ecuador existen apps para pedir comida o sitios web informativos para dulcería en un caso específico nosotros tenemos una competencia directa por el mercado existente (otras dulcerías) pero no muchas dulcerías en el país cuentan con una aplicación web que permita un ambiente interactivo con el usuario.

**Descripción**

Dulces de Hanya es una microempresa dedicada a la venta de tortas, cupcakes, bocaditos, y combos para diferentes tipo de eventos; gracias su buena atención y calidad de sus productos, el crecimiento de su negocio ha aumentado considerablemente necesitando así un control más ordenado y exacto de los pedidos que acepta elaborar y las fechas de entrega, ya que en vista de este rápido crecimiento que ha tenido en los últimos años, el principal problema a presentarse es la manera en cómo se gestiona la logística del negocio.

La dulcería *“Dulces de Hanya”* actualmente tiene una tasa de clientes mantenida exclusivamente por redes sociales y mensajería por WhatsApp donde tiene problemas tales como: aglomeración con sus pedidos, problemas en el control y fechas de entregas y sobrecarga de tareas.

Si un cliente hace un pedido, independientemente del tamaño del mismo, este es negociado vía WhatsApp, se establece un precio, se agenda el pedido con su fecha de entrega, el cual es el escenario perfecto. Sin embargo el problema aumenta cuando varios clientes hacen sus pedidos al mismo tiempo, ya que muchas veces no cuenta con el tiempo suficiente para responder cada consulta a través de una red social o brindar la información detallada de alguno de sus productos al cliente dando como resultado que el cliente desista de sus servicios.

Otro inconveniente se presenta al momento de indicar los precios de los productos, las fechas de entrega de un pedido o simplemente tiene que desistir de elaborar el pedido de algún cliente ya no está realmente segura si contara con el tiempo suficiente para poderlo realizar.

*Dulces de Hanya* es un equipo conformado por Hanya Manzur y Rocío Massuh que ofrece productos únicos no sólo en belleza sino también en sabores y texturas.

**Competidores Directos**

* Dolupa/Dulce placer

[*http://www.dolupa.ec/web/*](http://www.dolupa.ec/web/)

* Domremi : Patisserie y cafetería

[*http://www.domremi.com.ec/*](http://www.domremi.com.ec/)

* Tortas & Tartas, Ecuador

[*http://tortasytartas.com.ec/*](http://tortasytartas.com.ec/)

* Sweets: tortas y bocaditos gourmet

[*http://sweets.ec/*](http://sweets.ec/)

* El Saloncito Pastelería

[*http://www.elsaloncito.com/*](http://www.elsaloncito.com/)

* Pasteles & Compañía

[*http://pastelesycompania.com.ec/*](http://pastelesycompania.com.ec/)

**Competidores indirectos**

Como se especificó en la introducción, las aplicaciones que permiten ordenar comida a domicilio sería un competidor indirecto, las cuales son:

* adomicilio.com

Esta aplicación online está siendo acogida por el público ecuatoriano por su fácil uso y funciona en varias provincias del ecuador y su facilidad de pago que permite al usuario pagar en efectivo (pero se encarga de la satisfacción de otro mercado “comidas rápidas”).

* Sin delantal

Funciona muy similar a la app anterior con la diferencia que esta está orientada solo al público mexicano pero cuenta con más establecimientos y estos tienen promociones para los usuarios de la app, transacciones por tarjeta de débito o crédito (sector comidas rápidas).

* Hellofood

Aceptada en el ámbito internacional por más de 40 países entre ellos México, Brasil, Europa, África, etc. metodología similar a la app S*in Delantal* (sector comidas rápidas).

De toda la competencia que podemos resaltar la más fuerte viene de las pastelerías grandes del país que cuentan con su propia aplicación web. Pero podemos usar la publicidad y los clientes de *Dulces de Hanya* para fortalecer la plataforma y aumentar su número de clientes.

La clave para resolver este problema es optimizar su tiempo de respuesta. Para ello sugerimos el desarrollo de una aplicación web cumpliendo los estándares IEEE y W3C para permitir que los clientes puedan realizar sus pedidos online desde su pc, teléfono inteligente o Tablet.

Nuestra aplicación web permitirá a un cliente de *Dulces de Hanya,* las siguientes opciones:

* Selección de productos
* Selección de fecha y hora de entrega disponible
* Visualizar su Orden de pedido
* Autenticación de Usuario
* Confirmación de pedido

Dando como resultado

* Gestionar las ordenes de pedido a través de solución informática web
* Optimizar el manejo de órdenes de pedidos manuales por un manejo automático web
* El cliente conocerá el valor de sus pedido automáticamente
* Generar mayor flujo de ingreso a través de autenticación de usuarios

**Objetivo General**

Implementar una solución informática web para administrar correctamente las órdenes de pedido.

**Objetivos Específicos**

1. Investigar sobre el problema
2. Realizar una propuesta
3. Propuesta gráfica
4. Creación de una Imagen Corporativa
5. Creación de pantallas web
6. Creación de modelo y base de datos
7. Creación de autenticación usuario.
8. Creación de páginas formulario y procesos
9. Metodología de desarrollo
10. Instalación de Ubuntu, servidores de http para desarrollo
11. Deploy en la nube.
12. Incrementar el segmento de mercado actual

**Conclusión**

Como ya hemos hablado anteriormente nuestra meta es aprovechar las tendencias mundiales pero, ¿Ecuador es parte de este crecimiento tecnológico? La respuesta es sí, el INEC nos muestra que Guayaquil tiene mayor el número de usuarios que tienen un teléfono inteligente con servicio de datos, convirtiéndose así en nuestro principal mercado objetivo. Así también muestra que el servicio de Internet se ha popularizado en el país debido a las tarifas del mismo. La dulcería ha aplicado este contexto usando las redes sociales para darse a conocer. El usuario de redes sociales es relativamente joven de 16 a 24 años promedio donde su perfil es ser ocupado plenamente desempeñando alguna actividad de producción. Lo que ha impulsado a este negocio pero para captar más público y mejorar el servicio que brinda *Dulces de Hanya,* le es imperativo realizar la aplicación web mencionada anteriormente.

Con esta aplicación esperamos que la compañía no maneje sus pedidos de forma manual, sino que, una vez que los clientes hagan la solicitud de uno o varios productos, estos pedidos se registren a través del sistema y puedan irse almacenando de una forma ordenada y rápida.

**Referencias**

[1]"Ecuador en cifras", *ecuadorencifras*, 2016. [Online]. Available: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20%20resultados%20ENSANUT.pdf> [Accessed: 07- Jun- 2016].

[2]"Uso de las TIC en hogares del Ecuador 2012", *Inec.gob.ec*, 2016. [Online]. Available: <http://www.inec.gob.ec/sitio_tics2012/> [Accessed: 7- Jun- 2016].

[3]"Aplicación para realizar pedidos de comida a domicilio", *El Universo*, 2016. [Online]. Available: <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2015/08/03/nota/5051437/aplicacion-realizar-pedidos-domicilio> [Accessed: 7- Jun- 2016].

[4]"hellofood | All about your favorite food delivey service", *hellofood*, 2016. [Online]. Available:

<https://www.hellofood.co.ke/contents/about.htm>[Accessed: 07- Jun- 2016].

s.f.). Obtenido de Marketing Movil: http://www.marketing-movil-sms.com/aplicaciones-moviles/marketing-movil-con-notificaciones-push/

(s.f.). Obtenido de CCM: http://ccm.net/contents/635-introduction-to-it-security

(1 de Diciembre de 2014). Obtenido de KPCB: http://www.kpcb.com/blog/how-scared-should-we-be-of-the-growing-cybersecurity-threat-a-conversation-betwee

(3 de Noviembre de 2014). Obtenido de KPCB: http://www.kpcb.com/blog/five-easy-steps-to-secure-your-startup-right-now

(2015). Obtenido de KPCB Internet Thrends: http://www.kpcb.com/internet-trends

(14 de 3 de 2016). Obtenido de Pc World - E-Commerce: 5 Formas de mejorar servicio al cliente.: http://www.pcworldenespanol.com/2016/03/14/e-commerce-5-formas-mejorar-servicio-al-cliente/

Andrews, J. G. (3 de Junio de 2014). Obtenido de IEEE Xplore: http://ieeexplore.ieee.org/xpl/articleDetails.jsp?arnumber=6824752

Borja, M. (Diciembre de 2014). Obtenido de Análisis del uso de las tecnologías de información y comunicación, TIC, en el apoyo de la productividad de las MIPYME ecuatorianas: http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Analisis%20del%20uso%20de%20las%20tecnologias%20de%20informacion%20y%20comunicacion.pdf

Samsing, C. (9 de 11 de 2015). Obtenido de Hubspot Inbound hub: http://blog.hubspot.es/marketing/8-tendencias-de-personalizacion-que-estan-reinventando-el-proceso-de-compra-de-los-clientes

Sanchez, A. (29 de 12 de 2015). Obtenido de Shopify - crea tu tienda online: https://es.shopify.com/blog/71364293-3-tacticas-para-personalizar-la-experiencia-de-compra-de-tus-clientes

Zanella, A. (14 de Febrero de 2014). Obtenido de IEEE Xplore: http://ieeexplore.ieee.org/xpl/articleDetails.jsp?arnumber=6740844

￼