

PL6- SI

Caso Starbucks

Grupo de 2 alumnos:

Marc Strange Mongort

Andreu Mut Portes

1. Explicar que es:
 - a. Sistema de Información.

Un sistema de la información es un conjunto de elementos integrados e interrelacionados que persiguen el objetivo de capturar, depurar, almacenar, recuperar, actualizar y tratar datos para proporcionar, distribuir y transmitir información en el lugar y momento en el que sea requerido en la organización.

Dicho de una manera más sencilla: obtener información, clasificarla y guardarla correctamente para poder usarla cuando nos haga falta por nuestra organización.

- b. Dato/Información/Conocimiento

Datos: Son la materia prima. Son un conjunto de caracteres expresados en un determinado sistema de codificación que representa un hecho o concepto.

Ejemplo: 5000€, rojo, 5 horas, 40°C.

Información: Los datos anteriores hay que transformarlos de manera que el resultado de la transformación sean unos datos con significado para alguien (nuestra empresa por ejemplo) y que nos transmita un **mensaje útil**.

Ejemplo: 5000€ ganancias, rojo de un semáforo, 5 horas de sueño, 40°C temperatura corporal.

Conocimiento: Recurso que permite convertir la información en decisiones y acciones. Cuando tenemos una información útil para nosotros, se trata de, mediante nuestro conocimiento y experiencia que disponemos, tomar una serie de decisiones y acciones que nos benefician.

Ejemplo: 5000€ de ganancias es muy poco para Amazon, rojo de un semáforo implica pararse, 5 horas de sueño son insuficientes para la mayoría, 40°C de temperatura corporal puede resultar mortal.

2. Factores críticos de éxito (FCE) de la compañía

Definición de aquellos puntos clave de la gestión de Starbucks donde no puede ni debe fallar la empresa (factores críticos de éxito) para no dejar de ser competitivo (entre 5-10 puntos)

-**Bebida personalizada.** Puedes hacerte tu propia bebida escogiendo entre distintas combinaciones y el sentimiento de que algo es tuyo; es importante.

-**Comunidad en línea.** Instagram, Facebook, Twitter. Mantenerse en las redes sociales a día de hoy es importante y tener **wifi gratis** se agradece.

-El establecimiento. No parece un sitio al que vayas a ir a comer/beber, se ve más como un sitio al que tú vas para estar con gente. Esto, junto al precio bastante elevado y el servicio recibido evocan una **impresión de calidad**, que está por encima de la media.

-La **decoración de las tiendas** da un ambiente único y agradable, que no se encuentra en otros establecimientos de restauración.

-**Crece de forma rápida** a nivel global. Esto permite posicionar la marca y evitar que sea copiada por otras empresas en otros países.

-Enfocar el **servicio al cliente**, su filosofía es poner al cliente en el centro de todo lo que hacen. Se preocupan por sus clientes.

-La marca de la empresa tiene una **identidad propia y reconocible**. El hecho de que esté a favor del **medio ambiente** y el **abastecimiento ético** es un valor añadido que mejora su imagen.

3. Necesidades de aplicación tecnológicas

Mejoras: Proponed ámbitos de mejora e innovaciones no contempladas por la empresa hasta este momento en cualquier campo).

Necesidad o Posibilidad Tecnológica	Aspectos que mejora de los FCE
Sistema automatizado a la entrada	Rapidez en la toma de pedidos
Presencia en redes sociales	Imagen y comunidad en línea
Venta de merchandise en línea	Imagen y comunidad online y offline
Desarrollar nuevos productos en la carta.	Bebida personalizada, servicio al cliente.
Sistema para recoger sugerencias de los clientes y, de tal modo, mejorar en distintos aspectos la empresa y sus servicios.	Carta, servicio, establecimientos, etc.