**PROYECTO DE CICLO**

# **INTEGRANTES**

* Estudiante 1: Auqui Castilla Nicole Ximena
* Estudiante 2: Aviles Aguado Diego Rafael
* Estudiante 3: Collazos Gamarra Juan Manuel
* Estudiante 4: Huaman Bernardo Steven Santiago

# **DATOS DEL PROYECTO**

## **Título del proyecto**

Título que describe de que trata el proyecto

## **Descripción del proyecto**

Aquí deben especificar el cliente del proyecto, el alcance en forma genérica, que indicadores le interesa al cliente analizar, algunas proyecciones, etc.

## **Alcance**

Una descripción más detallada del alcance, es importante también indicar los límites que tendrá el proyecto.

## **Indicadores**

Indicadores a medir en los reportes estadísticos.

Recordar que los indicadores tienen formula.

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS**



**-** Auqui Castilla, Nicole Ximena

**-**Aviles Aguado Diego Rafael

**-**Collazos Gamarra, Juan Manuel

**-**  Huaman Bernardo Steven Santiago

**PROFESOR:** Coronel Castillo Eric Gustavo

Lima, abril del 2024

**TITULO DEL PROYECTO:**  
 Diseñar e implementar un sistema para mejorar la eficiencia en los procesos de atención y administración de una cadena de restaurantes con servicios de entrega a domicilio.

**DESCRIPCION DEL PROYECTO:**

**INTRODUCCION:**

En un país tan reconocido por su rica gastronomía como es el caso de Perú, surge la idea de que iniciar un negocio en el sector restaurantero puede ser una excelente oportunidad. A pesar de la amplia competencia, que abarca desde restaurantes de comida rápida y extranjera hasta locales que ofrecen platos típicos del país, existe un nicho interesante: el servicio de delivery. Este enfoque se elige como estrategia para evitar posibles contratiempos al emprender, ya que implica principalmente la preparación y entrega de alimentos, sin la necesidad de gestionar un local físico.

Sin embargo, a pesar de su rápida expansión, se percibe la falta de un sistema adecuado para gestionar eficientemente los diversos procesos dentro del restaurante. Por eso, se han planteado las siguientes historias de usuario para identificar y solucionar las posibles deficiencias en la gestión del negocio.

1. Como cliente recurrente, quiero tener la opción de registrarme en el sistema para acceder a promociones exclusivas y agilizar el proceso de pedido, para poder disfrutar de una experiencia más personalizada y conveniente al realizar mis compras habituales en el restaurante."

2. Como gerente de sucursal, necesito poder acceder a un análisis geográfico de los pedidos para identificar las zonas con mayor demanda y asignar estratégicamente al personal de entrega, asegurando una atención eficaz y una entrega puntual, lo que mejorará la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa."

3. Como repartidor, deseo poder visualizar de manera clara y ordenada los pedidos asignados a mi ruta de entrega, incluyendo detalles como la dirección del cliente y la hora de entrega solicitada, para garantizar una entrega eficiente y oportuna, mejorando así la experiencia del cliente y la reputación del restaurante."

4. Como cliente nuevo, quiero tener acceso fácil a información detallada sobre las diferentes sucursales del restaurante, incluyendo ubicación, horario de atención y servicios disponibles, para poder tomar una decisión informada sobre cuál sucursal me conviene visitar o solicitar delivery, lo que mejorará mi experiencia como cliente y aumentará la probabilidad de repetir mi visita."

**ALCANCE:**

|  |  |
| --- | --- |
| PROBLEMA | SOLUCIÓN |
| Hay diferentes platillos que pertenecen a una categoría y se requiere una buena gestión y organización de los menús pedidos. Para ello se requiere el registro de cada menú solicitado por cada cliente. | Almacenar los distintos tipos de menú que se conforma por la combinación de cada categoría como bebidas, entradas y platos principales, con los respectivos nombres y precios de cada uno. |
| Para captar la atención del cliente y aumentar la fidelidad a este servicio, se requieren promociones que no afecten a la ganancia del restaurante. | Almacena cada cliente con su respectivo tipo o categoría asociada a la promoción especifica ofreciendo descuentos personalizados. |
| Se necesita hacer un buen seguimiento del pedido con respecto a las entregas al cliente para que no haya ningún tipo de queja y además se busca analizar el rendimiento de los productos. Por lo que se requiere un registro de cada pedido. | Almacena la información esencial de cada pedido como el cliente, repartidor, dirección, fecha y hora. Además de registrar la cantidad de cada uno. |
| Para tener una buena organización y gestión con respecto al personal, se vincula a cada uno de ellos a una sucursal. Para ello se requiere el registro de cada repartidor. | Se registra datos importantes de los repartidores, como nombre, correo y dirección, y obviamente a la sucursal a las que se les indicó previamente. |
| Cada cliente necesita saber que sucursal es más cercano a su domicilio. Por lo que necesita información detallada de cada una de ellas. Para ello se requiere el registro de todas las sucursales del restaurante. | Almacena información detallada sobre las sucursales del restaurante, incluyendo nombre del administrador, dirección, teléfono y RUC. |
| Se sabe que hoy en día, el pago en efectivo no es la única forma de pago. Por lo que las personas optan por otras formas como el pago por tarjeta, medios aplicativos, etc. Por ello, se requiere el registro de cada pedido con su respectiva forma de pago. | Almacena los distintos formatos de pago que están vinculados a cada pedido que solicite el cliente al restaurante. |

**LIMITACIONES:**

1. Exclusividad del servicio de entrega: Al no tener sucursales físicas donde los clientes puedan comer, la única opción para disfrutar de los platos del restaurante es a través del servicio de entrega a domicilio. Esto limita la experiencia gastronómica para aquellos clientes que prefieren comer en el lugar y disfrutar del ambiente del restaurante.

2. Menor visibilidad y experiencia de marca: La falta de presencia física puede afectar la visibilidad y la experiencia de marca del restaurante. Los clientes pueden no tener la oportunidad de experimentar la atmósfera única del lugar, lo que podría afectar su conexión emocional con la marca.

3. Limitaciones geográficas: Dependiendo de la cobertura de entrega, puede haber áreas donde el servicio no esté disponible o donde los tiempos de entrega sean más largos debido a la distancia. Esto podría limitar el alcance del restaurante y su capacidad para atraer clientes en esas áreas.

4. Interacción cara a cara limitada: La falta de sucursales físicas también significa que hay menos oportunidades para interactuar cara a cara con los clientes. Esto podría afectar la capacidad del restaurante para ofrecer un servicio personalizado y construir relaciones sólidas con los clientes.

5. Mayor dependencia de la plataforma de entrega: Con un enfoque exclusivo en el servicio de entrega, el restaurante puede volverse más dependiente de las plataformas de entrega de terceros para llegar a los clientes. Esto podría resultar en costos adicionales y una menor flexibilidad en términos de control sobre la experiencia del cliente.

**INDICADORES:**

En vistas de potenciar la eficiencia operativa de la empresa, se plantean indicadores estratégicos que desentrañarán valiosa información:

a) Segmentación de Clientes Potenciales:

Identificar y honrar a aquellos clientes recurrentes y clientes VIP, permitiendo la personalización de ofertas y beneficios específicos que fortalezcan su lealtad.

Índice de Fidelidad de Clientes VIP = (Clientes VIP / Clientes Totales) \* 100

b) Optimización de Recursos Horarios:

Discernir los momentos de mayor recurrencia por parte de los clientes para facilitar la adecuada asignación de personal, garantizando así la prontitud en la atención durante esos horarios pico.

c) Análisis Geográfico de Pedidos:

Mapear las direcciones donde la demanda de pedidos es más pronunciada, lo cual orientará la contratación estratégica de personal para atender eficazmente esas zonas.

d) Seguimiento Financiero Integral:

Obtener un panorama preciso de las ganancias acumuladas mediante el servicio de entrega, proporcionando una visión financiera clara y sustancial para la toma de decisiones.

Ingresos Netos de Entrega = Ingresos totales - Costos de entrega

Margen de Ganancia por Entrega = (Ingresos netos de entrega / Ingresos totales) \* 100

e) Preferencias Gastronómicas:

Profundizar en las preferencias de los clientes respecto a bebidas, entradas y platos principales, permitiendo ajustar la producción y oferta para satisfacer de manera proactiva la demanda.

Índice de Demanda de Platos Principales = (Número de pedidos de platos principales / Total de pedidos) \* 100s en sede de mayor demanda) \* 100icos / Total de pedidos) \* 100.

f) Eficiencia en Sede con Mayor Demanda:

Identificar la sede con el mayor número de pedidos para optimizar su abastecimiento, asegurando una gestión eficaz de recursos y una experiencia fluida para los clientes.

Estos indicadores, cuidadosamente seleccionados, no solo proporcionarán una radiografía precisa del desempeño del restaurante, sino que también constituirán herramientas esenciales para orientar estrategias que impulsen la excelencia operativa y la fidelización de la clientela.

Índice de Eficiencia de Abastecimiento = (Pedidos atendidos / Pedidos recibidos) \* 100

Índice de Satisfacción del Cliente en Sede de Mayor Demanda = (Clientes satisfechos / Total de clientes en sede de mayor demanda) \* 100icos / Total de pedidos) \* 100.