



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**Escuela Académica de Ingeniería de Sistemas**



**Asignatura:**

**Fundamentos de Sistemas de Información**

**Docente:**

**AMALIA DELICIA, FERNÁNDEZ VARGAS**

**Integrantes:**

- **Aliaga Sánchez, Ángel Alejandro Magno (15%)**
- **Arevalo Tantalean, Nelson Orlando (40%)**
  - **Caruajulca Tiglla, Alex Eli (15%)**
  - **Sullca Chavez Alberth Smith (15%)**
- **Vallejos Zambrano Edgar Javier (15%)**

**2024 - Julio**

# Empresa

**Crazy CakePops** busca consolidarse y crecer en el mercado de Chiclayo. Los objetivos específicos de la empresa incluyen:

Queremos ofrecer una descripción clara de nuestros productos y servicios para que todos entiendan bien lo que ofrecemos y nuestra misión. También buscamos establecer metas concretas y estrategias claras para crecer y mantenernos en el mercado. Es importante evaluar si nuestra idea de negocio puede destacar y ser viable a largo plazo. Además, queremos atraer inversores y financiamiento con un plan de negocios sólido. Por último, tener un plan detallado nos ayuda a tomar decisiones informadas, enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades de manera estratégica.

## **información interna:**

- Registro de Ventas.
- Numeración de clientes actuales.
- Registro de producción de insumos semanales.
- Listado empleados unidos recientemente.

## **información externa:**

- Competidores, con temáticas
- Clientes interesados en el producto
- Entorno de mercado orientado al alcohol
- Entes reguladores

## **Recopilación de datos:**

### **Clientes:**

El mercado de Chiclayo no cuenta con competencia directa en cake pops con alcohol, dirigidos a eventos y regalos personalizados.

### **Producción:**

La empresa se especializa en cake pops con alcohol, ofreciendo productos dirigidos a un público específico, en busca de dar nuevos sabores.

### **Operaciones internas:**

Operan con un sistema productivo abierto, desde la producción hasta la logística, centrado en la satisfacción del cliente y la responsabilidad social.

### **Competidores:**

No hay competidores directos en la región que ofrezcan productos similares, lo que brinda una posición singular y estratégica, la falta de competencia directa posiciona a la empresa como líder en Chiclayo en su categoría.

### **Entornos, Mercado, Economía**

Chiclayo ofrece un mercado con crecimiento económico y poder adquisitivo en aumento, ideal para los cake pops con alcohol.

# **PROCESAMIENTO:**

## **1. Análisis de Clientes**

### **Datos Relevantes:**

- Demografía específica de Chiclayo.
- Clientes buscan productos exclusivos y personalizados.
- Eventos, celebraciones y regalos.

### **Procesamiento:**

- Identificar segmentos específicos interesados en productos temáticos (e.g., fiestas infantiles, gamers).
- Realizar encuestas para entender el interés en productos de Minecraft.
- Personalizar campañas de marketing para estos segmentos.

## **2. Producción o Servicios de la Organización**

### **Datos Relevantes:**

- Cake pops con alcohol de alta calidad y presentación elegante.
- Enfocados en el segmento premium.

### **Procesamiento:**

- Diseñar una línea de producción específica para los cake pops de Minecraft.
- Mantener los estándares de calidad y presentación, adaptando la temática al diseño del producto.
- Utilizar materiales de empaquetado temáticos, pero de calidad premium.

## **3. Operaciones Internas**

### **Datos Relevantes:**

- Sistema productivo con entrada de recursos materiales, tecnológicos, financieros y de maquinaria.
- Procesos internos enfocados en producción y logística.

### **Procesamiento:**

- Adaptar los procesos productivos para incluir los nuevos diseños y empaques temáticos.
- Capacitar al personal en la creación de decoraciones específicas de Minecraft.
- Asegurar la disponibilidad de materiales temáticos sin comprometer la eficiencia operativa.

## 4. Competidores

### Datos Relevantes:

- No hay competidores directos en la región.
- Posición única en el mercado de cake pops con alcohol.

### Procesamiento:

- Analizar si hay otros productos temáticos exitosos en mercados similares.
- Evaluar la posibilidad de ser los primeros en ofrecer productos de Minecraft en Chiclayo.
- Aprovechar la ventaja competitiva actual para consolidar la presencia de mercado antes de que aparezcan competidores.

## 5. Entornos, Mercado, Economía

### Datos Relevantes:

- Crecimiento económico de Chiclayo.
- Ausencia de competencia directa.
- Aumento del poder adquisitivo.

### Procesamiento:

- Estudiar el impacto económico local y la demanda potencial de productos temáticos.
  - Desarrollar estrategias de precios que reflejen tanto la exclusividad como la accesibilidad para el público objetivo.
  - Crear alianzas con tiendas de juguetes y videojuegos para promover los cake pops de Minecraft.
0. **Diseño de Empaque:** Utilizar cajas y palitos con temática de Minecraft, con colores y gráficos que reflejan el estilo del juego.
  1. **Formas y Decoraciones:** Crear cake pops con formas y decoraciones que representan personajes y elementos del juego, como bloques de tierra, Creepers, y otros personajes icónicos.
  2. **Marketing Temático:** Realizar campañas de marketing en redes sociales y en eventos locales, destacando la nueva línea tematizada y su exclusividad, manteniendo la calidad y el estilo premium del producto original.

## Información de salida:

**Agregar un producto tematizado de minecraft, sin perder la esencia del producto.**

## **Interpretación**

Se quiere agregar los productos tematizados para darle más variedad al negocio, otorgando una atención única a los clientes. Adquiriendo así, nuevos consumidores los cuales desean estos productos permitiéndonos llegar a un mayor público.

## **Posibles acciones a futuro**

- 1° caso. El producto sale rentable y es uno de los más aclamados por los clientes ya obtenidos, además que, nos hace ganar nuevos clientes.
- 2° caso. El producto tiene ventas rescatables sin embargo no ganamos nuevos clientes.
- 3° caso. El producto nos hace perder a los clientes habituales, pero ganamos nuevos clientes.
- 4° caso. El producto tiene ventas normales y ganancias promedio.
- 5° caso. El producto no vende y provoca pérdidas al negocio cayendo en la bancarrota.
- 6° caso. Se tiene que crear nuevas temáticas porque el público los adquiere de manera habitual y los hace sentir especiales.