

OPCION DE GRADO I

PROFESOR

LINDA BUSTOS

ESTUDIANTES

DAVID ESTEBAN BAUTISTA ROJAS

ANDERSON GAITAN

NELSON FONSECA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL CUN

INGENIERIA DE SISTEMAS

4 SEMESTRE

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. JUSTIFICACION

2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT

2.1 Stake Holders

2.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)

2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)

2.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)

2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)

2.6 Mercado

2.6.1 Identificación de TAM, SAM y TM

3. VALIDACION DEL MERCADO

3.1 Formato Entrevista

3.2 Análisis de la información Resultados.

3.2.1 Validación de Identificación de las Necesidades

3.2.2 Validación de los Beneficios y expectativas. 3.2.3 Validación de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones.

3.3 Pentágono de Perfilación de Clientes

4. Prototipo 4.1 Descripción del Producto o servicio

4.2 Ficha técnica del Producto o servicio.

4.2.1 Planos (Si se requiere)

5. Planeación Estratégica Generativa

5.1 Identidad Estratégica.

5.2 Futuro Preferido

5.3 Objetivos empresariales

5.3.1 Objetivo General

5.3.2 Objetivo específicos

6. Análisis del Macroentorno

6.1 PESTEL

6.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER

7. CONCLUSIONES

8. BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

Desarrollar una aplicación móvil se está convirtiendo gradualmente en un requisito indispensable para cualquier restaurante. Aquí les mostraremos una aplicación muy interesante a la hora de pedir una de las comidas rápidas preferidas para las personas que son las hamburguesas.

BurguerApp es una aplicación de domicilios que presta servicio en una zona muy comercial, incluyendo un seguimiento del pedido en la zona de cobertura de Bogotá. El servicio sirve para que tú puedas acceder a una hamburguesa con tus gustos y preferencias.

Según la ubicación de una persona, la aplicación le muestra el recorrido que se realizará del pedido desde el restaurante al lugar donde está.

La aplicación muestra oferta del día, próximos eventos y la recomendación del chef, ofrece la oportunidad de conocer el menú del restaurante,

1. JUSTIFICACION

Los motivos que nos llevaron a investigar los efectos del uso regular de las diferentes aplicaciones de comidas en el mercado, personas de edades entre los 15 y 30 años los cuales en su mayoría consumen este tipo de alimentos, resulta de gran importancia para diseñar un prototipo del proyecto BurguerApp , su contenido y su diseño fundamental, y que es de vital importancia para comprender plenamente el pensamiento del cliente, nuestro estudio acerca de las aplicaciones de comida, nos permitirá saber las necesidades de las personas y así solucionar este problema.

2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT

2.1 Stake Holders

Consiste en los usuarios que se interesan por nuestro producto alimenticio, dándoles a deleitar su paladar con nuestro sabor único y brindándoles un gran servicio a la hora de la entrega.

2.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)

Para El cliente la necesidad comienza desde el tipo de ambiente que hay, todo cliente necesita un lugar de consumo adecuado, limpio y libre de cualquier infección; de igual manera al ser entregado su producto utilizando nuestra aplicación, que el conductor utilice sus respectivos elementos de higiene, que su cajón de comidas este en buen estado y lo mantenga aseado. Por otro lado, el usuario necesita un alimento fresco para su consumo, que los productos no estén vencidos, el pan no este viejo ni duro ya que podría causar disgusto por nuestro cliente. La atencional cliente será otro punto factible que necesitan los usuarios ya que la paciencia es lo primero que se pierde en algunos trabajadores, se le prestara con el mayor grado posible para que este se sienta conforme con nuestra atención prestada.

2.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)

Los usuarios tendrán el beneficio de poder escoger su producto al gusto que deseen así podrán ver que los alimentos estén frescos y buen estado, serán atendidos de una gran manera y con la mayor paciencia que ofrecemos, podrán tener las expectativas muy altas ya que encontrarán grandes promociones y domicilios sin tanta espera podrán ver el sitio implacable que será de gran agrado para comer sin preocupación alguna de contraer alguna infección.

2.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)

En la actualidad podemos encontrar diferentes sitios de comidas rápidas donde encontramos los más finos hasta los sitios urbanos, teniendo en cuenta que por prestigio las personas frecuentan los sitios de alto nombre sin fijarse que algunos no cuentan con una buena higiene y que debería ser el ítem más importante para la salud de los usuarios como también el buen servicio que le prestan a los usuarios; por lo que podemos decir que en nuestro sitio encontraras la solución actual a este gran problema ya que podrán evidenciar la limpieza y los alimentos frescos que implementamos para nuestro producto.

2.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)

Para muchas personas el dinero es una limitación que frustra sus antojos ya que a veces la plata no les alcanza para tal fin. La inconformidad más grande del usuario es al momento de consumir el producto ya que tiende a ver sus ingredientes en mal estado, con mucha grasa, sin presentación y esto hace que la persona se frustre y hasta no quisiese comer una sola hamburguesa más.

2.6 Mercado

Se le brinda al usuario un producto (hamburguesa) sano y fácil de preparar para que deleite su paladar.

2.6.1 Identificación de TAM, SAM y TM

- **TAM.** Calculamos que en país hay aproximadamente 3 billones de establecimientos de comidas rápidas.
- **SAM.** Según la Cámara de Comercio de Bogotá, actualmente están registrados más de 32.000 restaurantes en la capital
- **TM.** Calculamos que aproximadamente que 6 de cada 10 personas van a sitios de comidas rápidas.

3. VALIDACION DEL MERCADO

3.1 Formato Entrevista

¿Los establecimientos ofrecen atención para todas las edades?

Sí ____ No ____ Algunos ____

¿Cuáles? _____

¿Cómo le parece la infraestructura de los restaurantes?

Mala Buena

Regular Excelente ¿Por qué? _____

¿Cómo le parece la atención hacia los Clientes?

Mala Buena

Regular Excelente ¿Por qué? _____

¿Qué le parece el horario de atención al público?

Mala Buena

Regular Excelente

¿Por qué? _____

¿Hay restaurantes que ofrezcan el servicio de reserva para eventos especiales?

Sí ____ No ____ Algunos ____ No sé ____

¿Cuáles? _____

¿En fechas especiales organizan algún evento, plato especial o promoción?

Sí ____ No ____ Algunos ____ No sé ____

¿Cuáles? _____

¿Cómo le parece la presentación y aseo del Personal?

Malo Regular

Bueno Excelente

¿Es acorde con el lugar? Sí ____ No ____

¿Alguno de estos establecimientos ha presentado casos de Intoxicación?

Sí _____ No _____ Algunos _____ No sé _____

¿Cuáles? _____

¿Sabe usted qué productos ofrecen algunos?

Platos Especiales Comida de Mar

Corriente Comidas Rápidas

¿Qué le gustaría además de comidas y bebidas encontrar en los restaurantes?

Servicio de Wifi (Internet) Recargas a celular Otro: _____

Juegos/Entretenimiento Infantil Tomacorriente para Celular/PC/Tableta

¿Cuándo va a comer en alguno de estos qué impresión le han dejado?

Excelente atención Regular, no volvería

Desordenados Poca Higiene/Sucios

¿Qué debe tener un restaurante para que le nazca ir a conocerlo?

Buena Infraestructura Excelente higiene

Reconocido/Recomendado Excelente Servicio y Personal

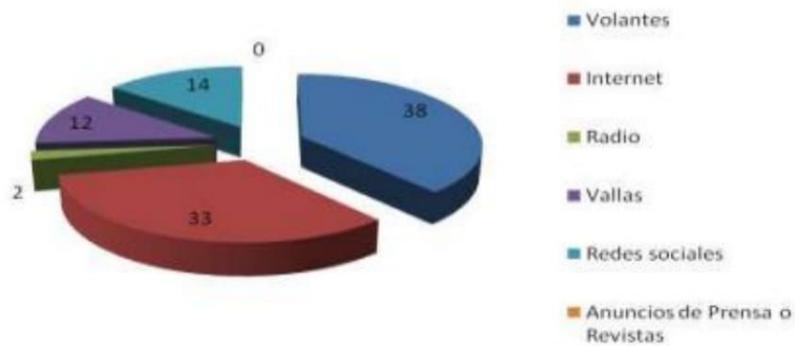
Cuando va a consumir alimentos ¿Se percata de que los chef y ayudantes de cocina porten su uniforme de forma adecuada?

Siempre Algunas Veces

No es Importante Sólo voy a comer

3.2 Análisis de la información Resultados.

Grafica Medios de comunicación para publicar appburguer



G5: ¿qué tipo de comida rápida consume más? (más de 60)

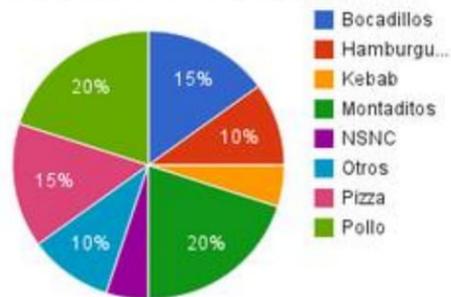
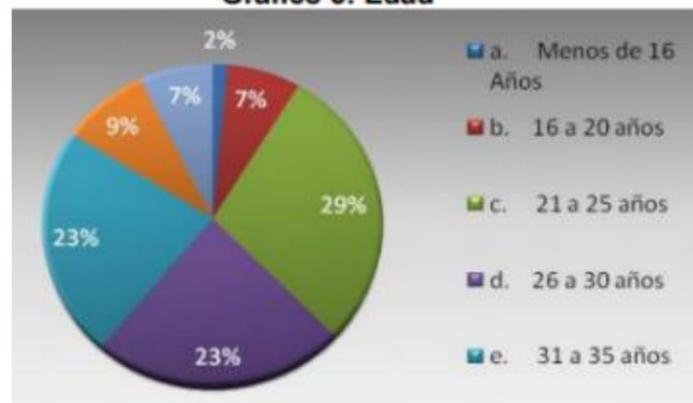


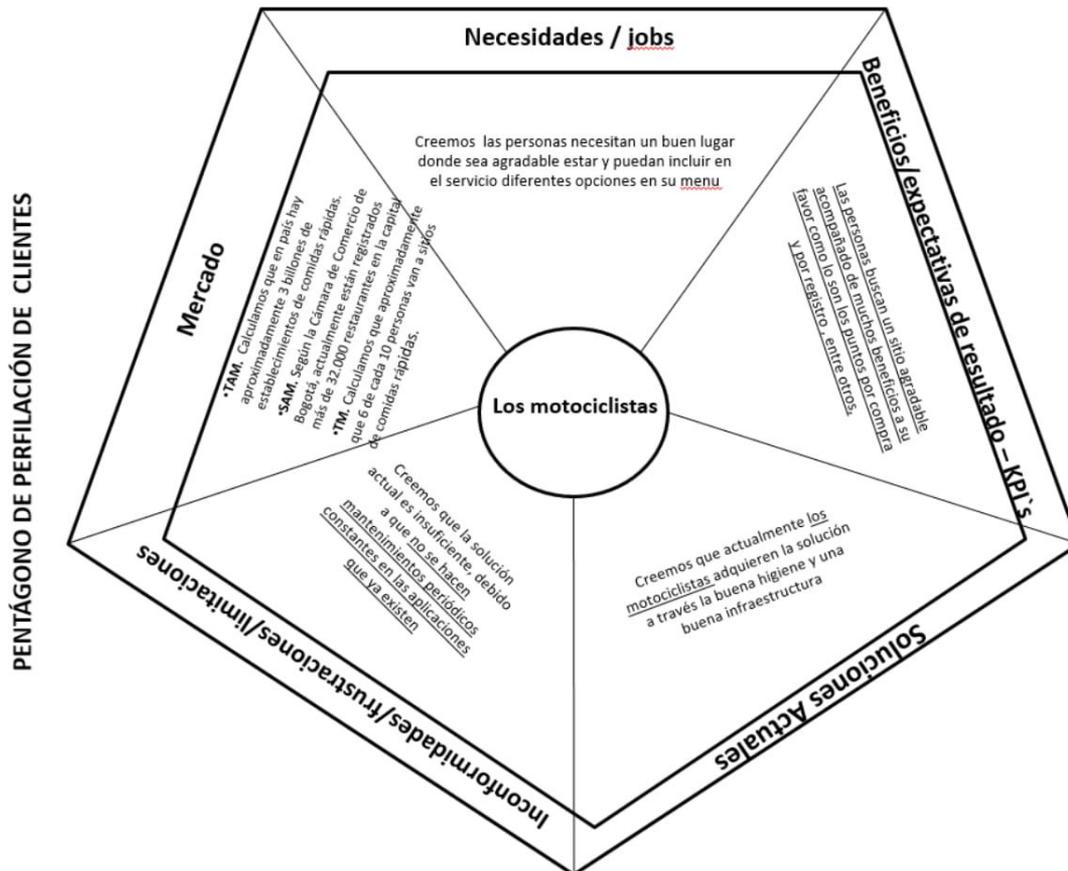
Gráfico 3: Edad



3.2.1 Validación de Identificación de las Necesidades

3.2.2 Validación de los Beneficios y expectativas. 3.2.3 Validación de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones.

3.3 Pentágono de Perfilación de Clientes

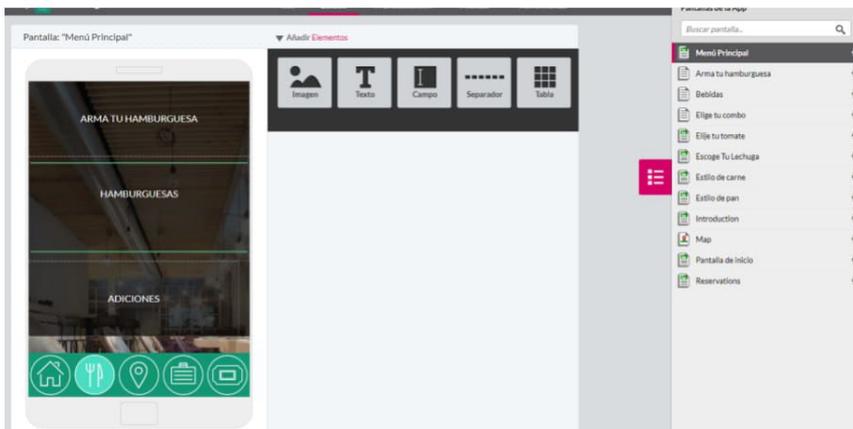


4. Prototipo 4.1 Descripción del Producto o servicio

4.2 Ficha técnica del Producto o servicio.



4.2.1 Planos (Si se requiere)



5. Planeación Estratégica Generativa

Nuestro proyecto se basa en darle a conocer al cliente una nueva forma de acceder a un nuevo menú, una nueva tendencia, donde puede manejar una aplicación, planeando acceder por medios digitales a las personas y dar a conocer nuestro servicio.

5.1 Identidad Estratégica.

Nuestra estrategia es implementar todos los servicios como son, navegación, tiempo de espera, precio según su adición y su tipo de alimento que escoja.

5.2 Futuro Preferido

Nuestra visión es empezar y dar a conocer a la gente nuestro servicio, nuestro proyecto innovador sobre las comidas rápidas y su impacto con la tecnología, que este proyecto se expanda a nivel nacional a mediano plazo y a largo plazo que este sea un éxito a nivel internacional.

5.3 Objetivos empresariales

Darle importancia a cada uno de nuestros clientes pues de ellos depende nuestro éxito.

Aplicar todas las normas y leyes vigentes relacionadas con la manipulación de alimentos,

Fomentar en nuestros clientes la alimentación saludable.

Crear cadenas de valor con nuestros proveedores.

Desarrollar menús balanceados de acuerdo a las características de nuestros clientes.

5.3.1 Objetivo General

Implementación de procesos amigables con la tecnología.

Seleccionar proveedores comprometidos con la implementación de procesos de producción libres de químicos.

Ofrecer la mejor atención a nuestros clientes de forma atenta y confiable.

5.3.2 Objetivo específicos

Ofrecer productos a un precio justo y competitivo.

Utilización de insumos orgánicos de alta calidad.

Ofrecer productos de buena calidad al gusto del cliente.

Presentar información: ofrecer y sugerir diferentes platos al cliente teniendo en cuenta a las reglas de nutrición.

Hacer recomendaciones y aconsejar a los clientes

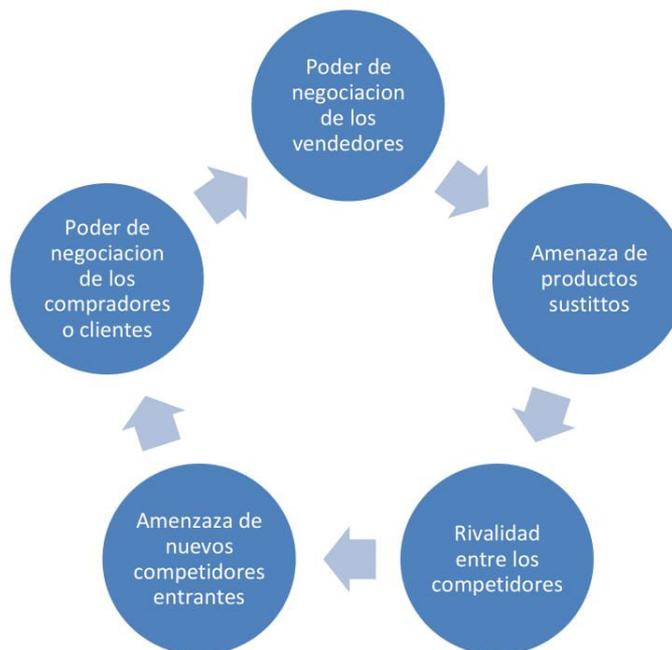
Tendremos lugares cómodos y placenteros para un mejor servicio.

6. Análisis del Macro entorno

6.1 PESTEL

Factores externos	Locales	Nacionales	Internacionales
Legales	Decreto municipal	Reglamento	Derecho
Económicos	Crisis	Ciclos económicos	Tendencia
Sociales	Estilo de vida	Imagen corporativa	Actitudes y opiniones
Tecnológicos	Infraestructura	Tecnología de la información y comunicación	Acceso tecnológico
Ambientales	Acceso al medioambiente	Diseño del lugar	Política de innovación

6.2 Cinco (5) Fuerzas de PORTER



7. CONCLUSIONES

En conjunto la población prefiere una mejor infraestructura a la hora de disfrutar su comida rápida, en este caso la hamburguesa.

El aseo es un punto fundamental para que en el lugar donde ofrecen el servicio de alimentación sea reconocido y se mantenga su calidad.

La mayoría de establecimientos ofrecen servicios a Domicilio y reservas para eventos especiales, en esta parte hay unos más reconocidos o preferidos para estas necesidades,

Muchos de los establecimientos que son más frecuentados no poseen capacidad necesaria o deseada para abarcar a la cantidad de personas en su defecto no poseen espacio o dinero para la construcción de recreación infantil.

La mayoría de los establecimientos reconocidos cuentan con servicios adicionales que no son conocidos por los ciudadanos, desperdiciando dicho servicio.

Falta de diseño en el lugar, falta de presentación y de atención al cliente.

8. BIBLIOGRAFÍA

<https://www.mobincube.com/es/>

<https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5659/1/T03716.pdf>

http://www.pedrosantana.mx/papers/garcia_mexihc2012.pdf

<http://plandenegocioinsti4.blogspot.com.co/2012/03/plan-de-negocios-restaurante-de-comida.html>