



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE MEJORA INTEGRAL
DE SERVICIOS QUE MEJORE LAS DEFICIENCIAS EN EL CASO
DE ESTUDIO DE PAN DE VIDA

AUTORA

Tatiana Alejandra Montenegro Ortega

AÑO
2017



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA INTEGRAL DE
SERVICIOS QUE MEJORE LAS DEFICIENCIAS EN EL CASO DE ESTUDIO
DE PAN DE VIDA

Trabajo de Titulación Presentado en Conformidad con los Requisitos
Establecidos Para Optar por el Título de Licenciada en Diseño Gráfico e
Industrial

Profesor Guía
Mtr.Stella Marys Lizcano Mendoza

Autora
Tatiana Alejandra Montenegro Ortega

Año
2017

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del proyecto y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Stella Marys Lizcano Mendoza

Master en Diseño

C.C.: 1756467047

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

Andrea Patricia Rivadeneira Cofre
Máster en Diseño Multimedia
C.C.:171749184-7

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se representaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Tatiana Alejandra Montenegro Ortega
C.C.: 171656496-6

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a mis padres por acompañarme en este proceso educativo con amor, paciencia, seguridad y confianza, por eso he podido lograrlo. También quiero agradecer a Stella y Andrea Rivadeneira por su guía, como también Juan Fruci por su preocupación y apoyo.

DEDICATORIA

Le dedico con todo amor a mis padres, y a Pauli por su colaboración en este trabajo.

RESUMEN

Este proyecto presenta el diseño de un sistema integral para mejorar el proceso de pedido, despacho y entrega de productos de la Pastelería Pan de Vida para atender de manera óptima a sus actuales y futuros clientes. Este sistema comprende el desarrollo de una aplicación táctil para tomar pedidos de manera personalizada promoviendo la interacción directa del cliente, también comprende varias infografías que otorgue la guía permanente a los colaboradores y a los clientes para operativizar el proceso específico de pedido, el objetivo final de este planteamiento es mantener un ciclo de mejora continua y reducir costos e inconvenientes especialmente generados por devolución en pedidos, al igual que optimizar la comunicación de tal manera que todos estos esfuerzos contribuyan a incrementar las utilidades finales al negocio.

ABSTRACT

This project presents the design of an integral system to improve the process of ordering, shipping and delivering products from the Pan de Vida Pastry to optimally serve its current and future customers. This system includes the development of a touch application to take orders in a personalized way by promoting the direct interaction of the customer, it also includes several infographies that provide the permanent guide to collaborators and customers to operationalize the specific ordering process, the final objective of this Approach is to maintain a cycle of continuous improvement and reduce costs and inconveniences especially generated by return in orders, as well as optimize the communication in such a way that all these efforts contribute to increase the final profits to the business.

ÍNDICE

1.Capítulo I. Introducción.....	1
1.1 Formulación del Problema.....	1
1.2 Justificación.....	2
1.3 Objetivos.....	2
1.3.1 Objetivo General.....	2
1.3.2 Objetivos específicos.....	2
2.Capítulo II Marco Teórico	3
2.1 Antecedentes.....	3
2.1.1 Historia Pan de Vida caso de estudio.....	3
2.1.2. Proceso de pedido Pan de Vida.....	4
2.1.3. Proceso de pedido de pasteles.....	5
2.1.4 Rol de los trabajadores en una pastelería.....	7
2.15 Condiciones para movilizar los pasteles en general.....	8
2.2 Aspectos de Referencia.....	9
2.2.1 Competencia en pastelerías.....	9
2.2.2 Catálogos de diseño de pasteles.....	9
2.2.3 Páginas de Facebook.....	10
2.3 Aspectos Conceptuales.....	12
6.3.1 SPT Diseño servicio de producto.....	12

6.3.2 Diseño centrado en las personas.....	14
2.4 Aspecto Teóricos.....	15
2.4.1 Diseño de servicio.....	15
2.4.2 Diseño de la experiencia.....	16
2.4.3 Guía de prácticas de Diseño.....	17
2.4.4 Creación de Emociones.....	17
2.4.5 Proceso de Diseño.....	18
2.4.6 Imagen Corporativa.....	18
2.4.7 Identidad corporativa.....	20
2.4.8 Logotipo	21
2.4.9 Teoría del color.....	22
2.4.10 Psicología del color	23
2.4.11 La Infografía.....	25
2.4.12 Técnicas de conceptualización.....	27
2.4.13 Sitio Web.....	27
2.4.14 Diseño de Interfaz.....	34
2.5 Marco Normativo y Legal.....	34
3.Capítulo III. Metodología.....	35
3.1 Tipo de investigación.....	35
3.2 Población.....	36

3.3 Muestra.....	36
3.4 Variables.....	38
3.5 Actividades del Proyecto.....	39
4.Capítulo IV. Investigación y Diagnóstico.....	43
4.1 Entrevistas.....	43
4.2 Encuestas.....	47
5.Capítulo V. Desarrollo de la propuesta	49
5.1 Desarrollo del Brief.....	51
5.2 Concepto de Diseño.....	53
5.3 Determinantes de Diseño.....	54
5.4 Generación de Alternativas.....	54
5.5 Propuesta Definitiva.....	97
5.6 Proyecto de Diseño.....	105
5.7 Presupuesto.....	106
5.8 Comunicación Estratégica.....	107
6.Capítulo VI. Resultados.....	108
6.1 Validación de Sistema de pedidos.....	109
7.Conclusiones y Recomendaciones.....	109
7.1 Conclusiones	110
7.2 Recomendaciones.....	114
Referencias.....	115
ANEXOS.....	120

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de flujo de Pan de Vida estado actual.	16
Figura 2. Formulario de pedidos de pasteles Alice Cake Shop.....	17
Figura 3. Captura de pantalla Página web Panadería y Pastelería Unión.....	18
Figura 4. Captura de pantalla página web Soy de Azúcar.....	19
Figura 5. Captura de pantalla página web Soy de Azúcar.....	22
Figura 6. Captura de pantalla de catálogo Panadería y Pastelería Unión.....	23
Figura 7. Captura de pantalla página web Hansel Gretel.....	24
Figura 8. Captura de pantalla de página web Cyril Boutique.....	25
Figura 9. Captura de pantalla Cake Ambato.....	26
Figura 10. Transporte un pastel bodas , Mark. Baker.....	27
Figura 11. Tabulación de Pan de Vida.....	69
Figura 12. Matriz de Porter.....	71
Figura 13. Determinantes del diseño	75
Figura 14. Sistema de pedidos	77
Figura 15. Rediseño del Logo.....	79
Figura 16. Moodboard corrección	80
Figura 17. Tabla de Atributos.....	81
Figura 18. Bocetación Rediseño de logo	81
Figura 19. Propuesta de logo 1	82
Figura 20. Propuesta de logo 2	83
Figura 21. Propuesta de logo 3	83
Figura 22. Propuesta de logo 4	84
Figura 23. Logo vida antes y después	85
Figura 24. Sistema de navegación.....	85
Figura 25. Portada de Diagramación	88
Figura 26. Diagramación 1.....	89
Figura 27. Diagramación 2.....	90
Figura 28. Diagramación de aplicación para personalizar el pedido.....	91
Figura 29. Diagramación página 2.....	91

Figura 30. Diagramación página 3.....	92
Figura 31. Diagramación página 4.....	92
Figura 32. Diagramación página 5.....	93
Figura 33. Diagramación página 6.....	94
Figura 34. Diagramación página 7.....	94
Figura 35. Diagramación página 8.....	95
Figura 36. Diagramación página 9.....	96
Figura 37. Propuesta de bocetación de Iconos 1.....	96
Figura 38. Bocetación de Iconos 2.....	97
Figura 39. Bocetación de Iconos 3.....	98
Figura 40. Iconos digitalizados	99
Figura 41. Propuesta de portada, página inicio	100
Figura 42. Propuesta de portada, página inicio 2.....	101
Figura 43. Portada Aplicación.....	101
Figura 44. App, Página 2.....	102
Figura 45. App, Página 3.....	102
Figura 46. App, Página 4.....	103
Figura 47. App, Página 5.....	103
Figura 48. App, Página 6.....	104
Figura 49. App, Página 7.....	104
Figura 50. App, Página 8.....	105
Figura 51. App, Página 9.....	106
Figura 52. Boceto de infografía.....	106
Figura 53. Infografía	109
Figura 54. Boceto de infografía de transporte.....	111
Figura 55. Digitalización de Infografía de transporte.....	112
Figura 56. Bocetación de Base para transporte de pasteles.....	113
Figura 57. Figura 57. Base de madera.....	114
Figura 58. Página de Facebook “Vida”	115
Figura 59. Rediseño de Factura.....	116
Figura 60. Orden de Producción.....	117

Figura 61. Sistema de servicio.....	118
Figura 62. Sistema de pedidos, Usuario.....	119
Figura 63. Sistema de pedidos, Cajera.....	119
Figura 64. Sistema de pedidos, Pastelero.....	119
Figura 65. Sistema de pedidos, Distribución.....	120
Figura 66. Sistema de pedidos, Cajera	120
Figura 67. Sistema de pedidos, Usuario.....	121
Figura 68. App, Página de Inicio.....	121
Figura 69. App, Página de Masa y relleno.....	122
Figura 70. App, Página de calendario.....	122
Figura 71. App, Página de Número de personas.....	123
Figura 72. App, Página de Leyenda	123
Figura 73. App, Página de Decoración	124
Figura 74. App, Página de Confirmación de Pedido	124
Figura 75. App, Página de Pago de Pedido	125
Figura 76. Infografía de uso de App	126
Figura 77. Infografía del transporte	128
Figura 78. Mercado libre, pantalla táctil	128
Figura 79. Sistema de pedido Vida	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables de Pan de vida.....	42
Tabla 2. Objetivos para cumplir las actividades.....	45

1. Capítulo I. Introducción

1.1 Formulación del Problema

En la empresa Pan de Vida, de la ciudad de Quito existe dificultad para el manejo de pedidos y cumplimientos de los requerimientos del cliente en cuanto a solicitudes de elaboración de tortas para eventos sociales y familiares. El personal que recibe las órdenes de pedido en varias ocasiones no tiene el detalle específico como nombres de los clientes, fechas de entrega, colores, tipo de masas, rellenos, tamaños, números de personas, formas y figuras, se generan retrasos en los tiempos de entrega, confusiones en el proceso de elaboración de tortas por errores registrados en los pedidos, demoras por confirmación de rellenos y otros detalles anteriormente ya detallados, lo que en ocasiones causa malestar en los clientes sobre todo cuando deben esperar para recibir las tortas por demoras en el transporte también son generadas por los inconvenientes en producción. Estos problemas generados inicialmente en la recepción de pedidos se trasladan como se indicó anteriormente a la planta de producción, lo que se traduce en pérdidas de tiempo e inconvenientes internos con el personal y externos con los clientes, además de causar malestar e insatisfacción que ha hecho en muchas ocasiones al cliente desistir de adquirir el producto o devolverlo por inconformidad en diseño o por demora en la entrega lo que genera pérdidas económicas y desprestigio a la empresa.

1.2. Justificación

Este trabajo se justifica ya que es indispensable mejorar el proceso de recepción de pedidos, además de dar su estilo propio y valor agregado al producto que se comercializa para evitar inconvenientes con el cliente al hacer su pedido de tortas, cumpliendo con los requisitos específicos del pedido para cubrir e inclusive superar las expectativas del cliente, esto evitará el desperdicio de recursos, incrementará el nivel de ganancias, por un incremento directo del volumen en ventas, y será sin duda una excelente carta de presentación, lo que contribuirá con el prestigio y buen nombre de Pan de Vida.

Además de mejorar el proceso de pedidos, se propone una mejora integral en el servicio que comprende aspectos como la comunicación, la interrelación con los clientes, los procesos de producción, de despacho, y comercialización en general. Esta mejora también impulsará la capacitación y modernización mediante el uso de tecnologías actuales, que además de ser vanguardistas, permitirán la interacción entre el cliente y nuevas tecnologías, además de incentivar la creatividad y liberar al personal de procesos anticuados.

Es importante también consolidar la marca que ya tiene acogida en el mercado, sin embargo es necesario impulsar aún más el nombre de Pan de Vida a fin de incrementar la fidelización de los actuales clientes y de los potenciales clientes futuros, con una imagen renovada, esto buscando réditos económicos que permitan a su vez incrementar las inversiones internas de la empresa.

1.3.Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar un sistema que mejore las deficiencias en pedidos y requerimientos del cliente en el caso de estudio de pan de vida.

1.3.2 Objetivos Específicos

Diagnosticar las deficiencias en el manejo de pedidos realizando encuestas y entrevistas al personal interno y clientes de Pan de Vida para evitar pérdidas económicas y mejorar la calidad del servicio.

Crear un sistema desarrollando talleres de capacitación, en atención al cliente, producción y despacho del producto; alternativas tecnológicas, que comprenden infografías, app, páginas de facebook e instructivos que supere las expectativas del cliente en su requerimiento de tortas.

Validar internamente con entrevistas y encuestas al personal de Pan de Vida y

clientes sobre la implementación del sistema, verificando los resultados obtenidos.

2. Capítulo II Marco Teórico

2.1 Antecedentes

2.1.1 Historia Pan de Vida caso de estudio.

Como caso de estudio la Empresa Familiar Pan de Vida tiene una trayectoria de quince años en el mercado funcionando desde el año 2001 tiempo en el cual se ha dedicado a la elaboración de panes y pasteles. Empezó con cuatro personas que desarrollaron todo tipo de actividades desde la realización del pan hasta el despacho y caja. En estos quince años han logrado grandes progresos al posicionarse en el mercado con su marca y producto lo que le ha permitido ahora contar con más de cuarenta y cinco empleados, cinco sucursales, una matriz donde se elabora la producción de pan y pasteles. Su marca es reconocida por sus más de tres mil clientes aproximadamente. Pan de Vida está categorizada como una pequeña empresa con una producción de pastelería de al menos 200 tortas diarias, lo que la ha posesionado en el mercado con gran aceptación de sus clientes.

La expectativa de producción futura de mediano plazo, será llegar a la elaboración de 400 tortas diarias, lo que equivale a un incremento de alrededor del 50%, considerando un mediano plazo al término de dos años.

2.1.2 Proceso de pedido Pan de Vida.

Los pedidos que realiza el cliente en la empresa Pan de Vida siguen el siguiente proceso :

1. Acuden al local, piden asesoría para elegir la torta de acuerdo a las que están en exhibición en los fríos o en los catálogos previamente elaborados, en donde escogen de acuerdo al evento, número de

personas, masas , ingredientes , rellenos, decoración y formas.

2. Se llena este pedido en un formato previamente elaborado donde constan los datos del cliente y los detalles de su pedido incluyendo la fecha de entrega, los abonos , los saldos y si es el caso su total cancelación.
3. Este formato es enviado a la matriz para su elaboración.
4. La sección pastelería recibe el pedido, lo elabora según sus características y es enviado en el vehículo de la empresa para su entrega al cliente o a los diferentes locales.
5. Concluye el proceso con la entrega al cliente, sea en los locales o en su domicilio.
6. También aceptan pedidos vía facebook y whatsapp especialmente los de fondant aquí el proceso cambia específicamente en la vía de comunicación pero básicamente es lo mismo.

Mapa de flujo

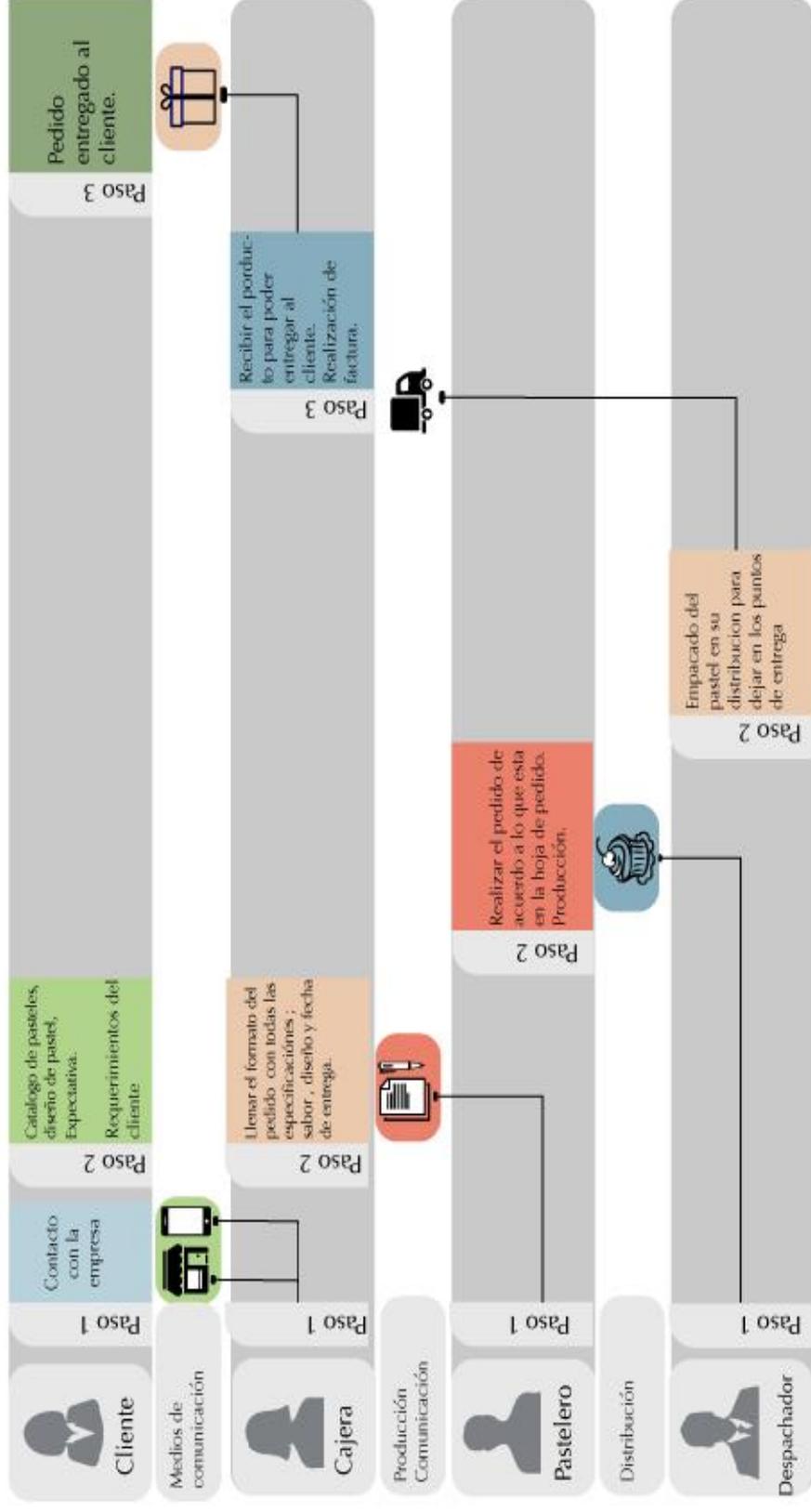


Figura 1. Mapa de flujo de Pan de Vida estado actual.

2.1.3 Proceso de pedido de pasteles.

De los datos obtenidos en la ciudad de Quito, se emplean procesos de pedidos muy similares a los utilizados en Pan de Vida, siendo muy común también los pedidos online, estos últimos pertenecientes a establecimientos de la competencia.

Un ejemplo es la empresa Alice Cake Shop, tiene un formulario para poder llenarlo vía página web donde especifica cada uno de los detalles para la elaboración como también las opciones a escoger pasteles de diferentes formas, tipo de evento y opciones para personalizar.

Solicitud de presupuesto

Danos tus datos de contacto.
Necesitamos que nos indiques la fecha en la que deseas que esté listo tu pedido¹ y tus datos de contacto.

Nombre*

Teléfono*

email*

Fecha de recogida 2*

¹Para pasteles de celebración el pedido se debe realizar con una antelación mínima recomendada de 4 semanas
²Podemos entregar tu pedido en el lugar en el que tiene lugar el evento. Consúltanos al respecto.

Selecciona tu pastel
Selecciona el tipo de pastel que mejor se adapte a tus necesidades.

Tipo de pastel *i* *

- Pastel de formas básicas
- Pastel de lazo, formas o de puzzle
- Pastel con figuras
- Pastel para ocasiones especiales

Número de raciones*

Selecciona una base

Selecciona un relleno

Niveles (según raciones)

Figura 2 . Formulario de pedidos de pasteles Alice Cake Shop

Tomado de (Alice Cake Shop, s.f.)

Para los pedidos de pasteles de bodas el proceso es diferente como se lo indica a continuación, según Sánchez ella habla sobre la importancia de ofrecer una degustación para que puedan probar sus productos en el caso de Pan de Vida si se cumple con esta sugerencia dándole al cliente varias opciones en lo que son masas, formas, texturas, figuras que estén relacionadas con el evento incluso las condiciones ambientales a las que va a estar expuesta la torta sin que tenga un costo alguno.

Tenemos también como ejemplo la Panadería Unión que cuenta con una página web donde se anuncian sus productos solicitando los pedidos se los realice en los contactos que constan en la página

Figura 3. Captura de pantalla Página web Panadería y Pastelería Unión.

La pastelería Soy de Azúcar tiene la página web más completa que hemos consultado contando con imágenes , catálogos , asesoría servicio a domicilio y los pedidos igual que en la otras pastelerías tiene un número para contactarse



Figura 4. Captura de pantalla página web Soy de Azucar.

Tomado de (Soy de Azucar, s.f.)

Al observar la competencia hemos podido evidenciar que otras pastelerías

ofertan sus productos en páginas web y en redes sociales, en la mayoría de los casos estos canales están al alcance de todo público, sin embargo se conoce que Pan de Vida está en capacidad de mejorar estos diseños, haciéndolos más elegantes y funcionales.

Tras el análisis previo se considera necesario que este proyecto se ejecute de manera inmediata ya que de no hacerlo se convertiría en una debilidad para Pan de Vida, restándole competitividad y dejando a la empresa alejada de la vanguardia tecnológica.

2.1.4 Rol de los Trabajadores en una Pastelería

En el Ecuador el rol del empleado de pastelería está considerado como un trabajo artesanal, en la mayoría de los casos influye el talento y la creatividad que ha sido enseñado como un legado generacional.

El maestro pastelero juega un rol importante en el arte de la fabricación pero además tiene que saber aconsejar sobre los beneficios, indicándose las características, composición y variedades de pasteles.

El pastelero es quien asegura la presentación artística y la decoración de las tortas, lo que significa que el éxito en su elaboración, depende exclusivamente de quien la hace sin desconocer que la materia prima que se utiliza es relevante.

Tomando en cuenta que los pasteles son una tradición y un elemento insustituible para cualquier celebración, es así que sin torta no hay fiesta, esta tiene relevancia y significado en todo evento. Según el Centro de Servicios para la Capacitación Laboral y el Desarrollo dicen que en una empresa pastelera, existe una jerarquía del personal que se desempeña en los diferentes puestos de trabajo. Cada puesto de trabajo tiene tareas y obligaciones diferentes por lo que cada empleado cumple con una función para poder realizar una buena producción, hay que resaltar que la persona a cargo es el Maestro pastelero seguido de él, viene el Pastelero de primera, Pastelero de segunda y finalmente el ayudante. Su personalidad debe

caracterizarse por orden e higiene en su trabajo, responsabilidad, ética laboral, creatividad buen gusto e inteligencia para interpretar los deseos del cliente.

Existen diferentes tipos de pastelerías que pueden ser:

Pastelerías tradicionales : donde su producción es artesanal y expender su producto en sus locales.

Pastelerías Industrial : Utilización de maquinaria pesada y sus productos se comercializan ya con empaques .

Distribuidor de pastelería : Solo receptan el producto y lo expenden.

En una pastelería existen diferentes secciones de trabajo donde se dividen las actividades y cada uno cumple un papel importante para que el producto sea de calidad. En esta área se debe tener cuidado, orden y limpieza

Otro aspecto primordial del proceso de producción es la combinación exacta y mezcla de ingredientes, manteniendo la receta original, cuidado las porciones, los tiempos de cocción y detalles de decoración, el cumplimiento de los tiempos, la adecuada organización y responsabilidad estos procesos garantizarán el éxito. A través del adecuado cumplimiento de estos requisitos se facilitará la implementación del sistema integral planteado en este proyecto, sin esta base previa sería muy difícil apoyarse con la tecnología que se desea implementar, ya que el alma del negocio es la sección de pastelería.

2.1.5 Condiciones para movilizar los pasteles en general.

Se debe tener en cuenta que para transportar alimentos hay que cumplir con ciertos requisitos exigidos por las leyes sanitarias como son las condiciones higiénicas como también de temperatura donde garanticen la conservación y calidad del producto, la adecuación del vehículo que serán construidos con materiales apropiados que protejan al producto de la contaminación, este cumplimiento legal lo vemos en Pan de Vida en sus vehículos como caso de estudio.

En estas consideraciones indispensables es necesario que nos enfoquemos en que debemos también cuidar de que el producto llegue intacto a su destino. En la actualidad se cuida mucho de la salud de los consumidores y las buenas prácticas de manufactura esto constituye parte fundamental de la calidad del producto.

2.2 Aspectos de Referencia

2.2.1 Competencia en pastelerías

En este trabajo de investigación es necesario conocer las cifras en cuanto al número de establecimientos en la ciudad de Quito, para tener una idea de la competencia y los desafíos a los cuales se está expuesto.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en Quito existen 101.937 panaderías y pastelerías, de los datos obtenidos la referencia es que una microempresa artesanal produce de 1 a 28 pasteles al día, la pequeña empresa de 29 a 216 pasteles; mediana empresa de 217 a 586 y una gran empresa más de 586 pasteles al día donde estos generaron 65.650 millones de dólares en ventas y emplean a 547.067 personas.

2.2.2 Catálogos de Diseño de Pasteles

Estas referencias de la competencia están en las páginas de internet como publicidad y contactos para realizar los pedidos

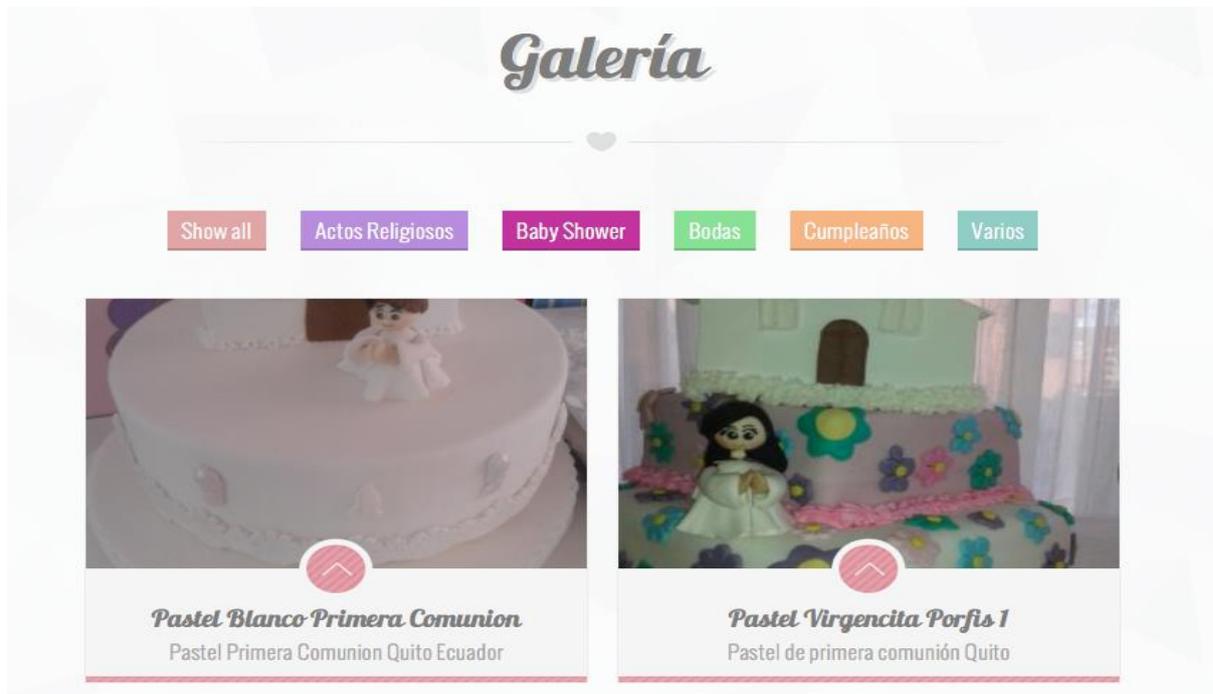


Figura 5. Captura de pantalla página web Soy de Azúcar.

Tomado de (Soy de Azúcar, s.f.)

Esta página tiene varias opciones de pasteles para los diferentes eventos, su especialidad son las tortas de fondant. Es necesario señalar que mucha variedad puede causar confusión en el cliente, también sería aconsejable clasificar las tortas por evento para que sea más fácil su elección. En esta página de interfaz, falta interacción con el usuario porque su estructura es plana.

Es decir que esta página tiene aspectos que sirven como una buena referencia ya que clasifica por colores las opciones, tiene tipografía clara que no se pierde por el fondo, es accesible a todo público; pero como se refiere anteriormente tiene demasiadas alternativas que no son llamativas y podrían aburrir al cliente haciendo que desista de su pedido.

PASTELES



Figura 6. catálogo Panadería y Pastelería Unión.

Tomado de (Unión, s.f.)

Esta empresa tiene una página de internet con bastante cromática en sus fotografías con mayores opciones, es más fina y también sus productos son más costoso. Pero a este referente le faltan catálogos de clasificación por eventos de las tortas lo que limita mucho al cliente para tomar una decisión acertada . Hay poca información sobre las características del producto y sus denominaciones para hacer los pedidos.

Tampoco cuenta con un proceso de pedido ni contactos en su página de internet se podría tomar como referente en cuanto a la exhibición del producto. Son ordenados su tipografía es ideal para no distraer al cliente.



[Inicio](#) [Nosotros](#) [Productos](#) [Locales](#) [Noticias](#) [Contactos](#) [Sugerencias](#) [Facturación](#)



Figura 7. Captura de pantalla página web Hansel Gretel.

Tomado de (Hansel Gretel, s.f.)

Esta pastelería tiene finos pasteles su página es más completa y con una variedad de opciones sus costos son bastante altos, no cuenta con contactos donde los clientes puedan realizar sus pedidos, si no con direcciones para que acudan personalmente esto podría entenderse como si se quisiese tener un trato personalizado con el cliente. Su publicidad es llamativa, tiene un orden su tipografía en color gris se pierde un poco en el fondo, no tiene ningún tipo de información sobre los productos para los clientes. Este referente puede servir como una buena idea para exhibir los productos.

2.2.3 Páginas de facebook

Las páginas de facebook se utilizan entre otras opciones como una herramienta para llegar a un gran número de personas con publicidad sobre marcas productos eventos servicios es una forma efectiva y económica para ampliar las posibilidades de ventas y comentarios de los consumidores. Se ha tomado como referencia algunas páginas que promocionan productos de pastelería para tener conocimiento de cómo trabaja la competencia.



Figura 8. Página web Cyril Boutique.

Tomado de (Cyril, s.f.)

El Cyril destaca mucho su marca, en todos los productos que promociona es de fácil acceso y tiene una clara descripción de los ingredientes de sus productos, también su página cuenta con contactos y horarios de atención. Su paleta cromática es en tonos oscuros dándole un estilo más sobrio y elegante. Es un buen referente en este tipo de estilo.

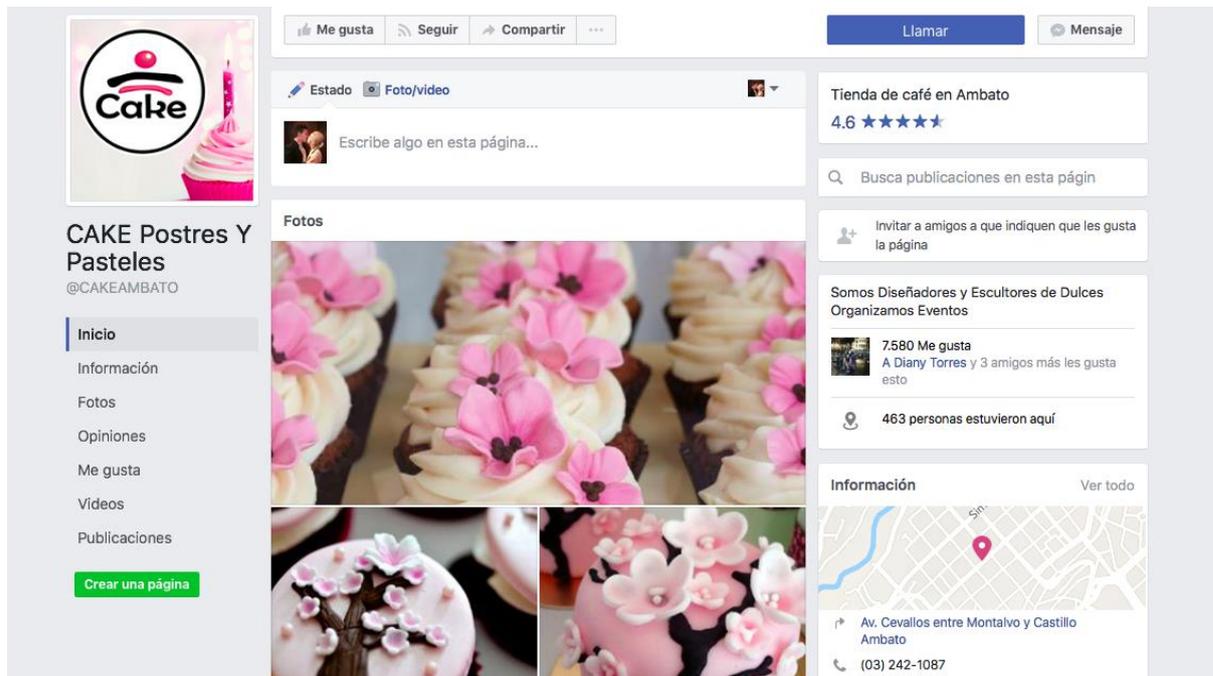


Figura 9. Captura de pantalla Cake Ambato.

Tomado de (Cake Ambato, s.f.)

En esta página se destaca, por su variedad de imágenes, productos personalizados, horarios, contactos, utiliza fotografías muy bien diseñadas donde se incluyen personas degustando el producto lo que puede dar una sensación al cliente de necesidad de consumir, en este producto las imágenes son sugestivas e involucran las emociones del cliente. Así muestran de mejor forma el producto destacando siempre el logo de la empresa para que el cliente lo relacione con la marca. En la paleta cromática que utiliza los tonos son pasteles con relevancia en el rosado y todas sus gamas. Puede ser un buen referente esta página para el trabajo.

Es necesario señalar que no se ha podido ver, tanto en las páginas web como en las de facebook que haya algún formato de pedido con descripciones precisas del producto; se cree que puede ser que no le interesa a la empresa publicar detalles muy específicos de sus productos para no darle ventajas a la competencia y tener un trato personalizado con el cliente.

2.2.4 Transporte de pasteles en otros países

Podemos encontrar varios modelos de contenedores para pasteles que están en internet y son utilizados en otros países, la mayoría son plásticos y están diseñados para tortas pequeñas y medianas ;pero para las tortas grandes que requieren mayores cuidados en la transportación hay muy pocas referencias, como la imagen que se ve a continuación



Figura 10. Transporte un pastel bodas , Mark. Baker.

Tomado de (Mark.Baker, s.f.)

2.3 Aspectos Conceptuales

2.3.1 SPT Diseño servicio de producto

“Para cualquier requisito de negocio, el diseño de servicios es un acto de equilibrio delicado, garantizando que se cumplan los requisitos funcionales además de los objetivos de rendimiento. Este concepto es extremadamente importante para las actividades de Diseño del Servicio y para el equilibrio entre el esfuerzo que se dedica en el diseño, desarrollo y entrega de servicios como respuesta a los requisitos de negocio.”(Vernon, 2009 ,pág 27)

El Diseño de Servicio tiene que ajustarse para satisfacer las necesidades que se encuentran en constante cambio dentro de los negocios, existen tres elementos que son directrices, la funcionalidad, los recursos y el programa. El

equilibrio que exista entre estos tres elementos hará que el diseño se desarrolle en forma eficaz y eficiente.

“Las arquitecturas y diseños deberán ser claros, concisos, simples y pertinentes. Con suma frecuencia los diseños y arquitectura son complejos y teóricos y no se responden con el mundo real. (Vernon, 2009 ,pág 32).

Un diseño o arquitectura necesita considerar todos los aspectos del diseño, por lo que deberá tomar en cuenta las siguientes actividades: recopilación de requisitos, diseño adecuado del servicio, revisión de todos los procesos, vinculación con los demás roles, producción y mantenimiento de políticas, revisión de todos los documentos de diseño, evaluación del riesgo.

“Deberá adoptarse un método integrado general para las actividades de diseño documentadas en la sección anterior y deberá incluir el diseño de: Soluciones del servicio, sistemas y herramientas de Gestión del Servicio, arquitecturas tecnológicas, procesos necesarios para el diseño, métricas, métodos y sistemas de medidas para los servicios”(Vernon, 2009 ,pág 33).

Cada vez que se haga un diseño de solución de servicio se debe verificar que exista una integración con los de más servicios. El impacto que genere el nuevo diseño deberá ser medible. en su capacidad y rendimiento, es necesario que un diseño de servicio, sea comprensible y que responda a los retos y demandas actuales.

“ Las Arquitecturas sugieren que el futuro de la gestión de red y los sistemas estará menos centradas en la tecnología y más integrada con los requisitos generales del negocio. Estos nuevos sistemas y procesos ya están empezando a evolucionar, están definiendo cada vez más los estándares, para el intercambio de información de gestión entre herramientas.” (Vernon, 2009 ,pág 45)

Los diseños deberán responder a las necesidades del negocio a sus procesos integrado con otras herramientas de gestión, para lograr un método más abierto y mejor, en la solución de los diseños de Servicios empresariales.

“Un proceso es un conjunto estructurado de actividades diseñadas para cumplir un objetivo determinado. Toma una o más entradas y las convierte en salidas definidas. Un proceso incluye todo los roles, responsabilidades, herramientas y controles de gestión necesarios para entregar las salidas de forma eficaz.

Un proceso también podría definir o revisar políticas, estándares, directrices, actividades, procesos, procedimientos e instrucciones de trabajos si se requiriera”. (Vernon, 2009 ,pág. 45)

2.3.2 Diseño centrado en las personas

El diseño centrado en las personas es un proceso y técnicas que crean soluciones nuevas para el mundo, se refieren a productos , servicios, espacios, organización. Los modos de interacción, se llama así porque en todo momento se toma en cuenta lo que sienten y desean las personas para buscar las soluciones, mejores prácticas para la innovación. “La razón por la que este proceso se llama “centrado en las personas” es por el hecho de que en todo momento, está centrado en las personas para quienes se quiere crear la nueva solución.” (García, 2015, pág. 07)

Existen 3 etapas para poder lograr el diseño centrado en las personas :

Deseabilidad, donde se refiere a lo que la gente desea, factibilidad , es un proceso donde se buscan las formas para lograrlo. Viabilidad, donde se puede ver el gasto económicamente posible. Luego de esto se identifica un reto específico en el cual se debe escuchar, crear y entregar. Con esto obtener observaciones para tener criterios para desarrollar soluciones, creaciones de prototipos y finalmente la implementación.

Se puede pensar en un diseño muy bien elaborado, que se cree puede tener un gran éxito como tal, pero el enfoque debe ser, pensar cómo piensa el

cliente, es decir no sólo en términos comerciales sino en satisfacer lo que el cliente necesita y espera de un producto, de su accesibilidad de su variedad, que incluso le lleve a poner en juego la creatividad del cliente. “Es interesante ver cuántos personas descubren la disyuntiva entre la satisfacción personal y satisfacer al cliente” Según Michael Bierut. “Al fin y al cabo , los diseñadores se centran en los aspectos de un proyecto que pueden controlar , y rara vez dejan mucho espacio para la implicación del público, para las interpretaciones alternativas.”(Twemlow, 2007, pág. 77)

2.4 Aspecto Teóricos

2.4.1 Diseño de servicio

Como marco referencial se debe mencionar el diseño de servicio ya que se va a reformular aspectos de la organización de la actividad de Pan de Vida que necesitan mejora continua para la satisfacción del cliente. “El diseño del servicio es una etapa definitoria, es decir, además de diseñar el servicio, define las prácticas reguladoras, las políticas y los procesos. Debemos facilitar la introducción de servicios en los ambientes que guardan ya cierto soporte, de esta forma se crea el valor correspondiente de acuerdo a lo definido en la estrategia del servicio.”(Diseño del servicio (SD), 2012, pág. 4)

El diseño de servicios se utiliza cada día más dentro de las organizaciones. Este requiere de varias herramientas, técnicas y procedimientos, tales como la creatividad, la innovación, la empatía, la capacitación, la innovación y la reflexión. Que haciendo un seguimiento cercano tanto como el usuario como con los trabajadores como con el cliente y todos lo que conforman la empresa.

“El diseño es un lenguaje, así que puede usarse para quejarse, divertir, agitar, organizar conceptos , reunir dinero, expresar duelo, denunciar, vender y promover.”(Twemlow, 2007, pág 83). Este lenguaje aplicado al proyecto, tiene como finalidad organizar conceptos, vender y promover, además de innovar y aplicar un sistema que permita llegar a los clientes de la mejor forma posible,

adecuando mecanismos que mejoren integralmente el servicio que se ofrece en Pan de Vida.

2.4.2 Diseño de la experiencia

“El diseño interactivo no siempre trata de ayudar a alguien a efectuar con éxito una actividad determinada lo más rápido posible. A veces se trata de permitir a la gente que se relaje y se tome el tiempo de disfrutar de una experiencia narrativa o de interpretación. Cuando Urbis un museo sobre vida urbana contemporánea abrió sus puertas en Manchester (Reino Unido) los especialistas en audiovisuales que integran el equipo de Land Design Studio crearon una instalación interactiva llamada “Imaginar la Ciudad”. La obra invita a los visitantes a explorar una serie de respuestas creativas al concepto de ciudad”

En Pan de Vida el enfoque que se da a todo el proyecto y en especial a la interfaz de pedidos es que se desea que el cliente interactúe con el dispositivo y sus aplicaciones a fin de que pueda seleccionar su pedido conforme a sus necesidades y creatividad.

Anteriormente se pensaba que las empresas únicamente ofrecían productos y servicios, hoy su concepción ha cambiado y se han centrado en las ventajas subjetivas e intangibles a esto se denomina método de la experiencia, ofrecen experiencias entorno a sus productos; es decir al hablar de productos se habla de experiencias. “Un buen diseño empieza siempre con un buen concepto de producto. Un concepto es una idea de producto expresado de forma que pueda ser entendida por el potencial consumidor.”(Germán, 2016,pág 68).

La gestión de diseño involucra un cuadrinomio; empresa, consumidor , mercado, producto, como gestor de experiencia del producto.

2.4.3 Guía de Prácticas de Diseño

Cuando se habla de diseño, éste consiste en identificar los anhelos y necesidades de los usuarios, el diseño puede mejorar la imagen de una

empresa en el mercado, ayuda a introducir factores desconocidos al momento, pero de interés para la empresa, ayuda a generar ofertas coherentes y a mejorar su imagen y estrategia. “En la mayoría de las ocasiones se presentan tres conceptos o tres ideas iniciales, para que el cliente apruebe una de ellas y se prosiga con el desarrollo del proyecto gráfico basado en el concepto o idea inicial seleccionado.”(López,2014, pág. 30)

El diseño corporativo además de la misión y visión de la empresa es también como lo ve el público, por lo tanto se deben diseñar productos de forma que sus usuarios puedan sentirse identificados con ellos con un mínimo de estrés y un máximo de eficiencia, estos son la base fundamental para alcanzar los objetivos específicos para usuarios determinados aunque el usuario puede ser cualquier individuo, es decir diseño para todos.

2.4.4 Creación de Emociones

Según, Nathan Shedroff las empresas se esfuerzan por promover el crecimiento de sus mercados, aunque las opciones disponibles son cada vez menos productivas. Las ahora tradicionales fórmulas son conocidas por todos y no marcan diferencias ya que solo sirven para mantenerse en el mercado pero no lo hacen crecer, tampoco ayudan a diferenciar las ofertas a la vista de los clientes y con las medidas solo se reducen la satisfacción de ellos y ponen en peligro la relación con estos y aun así no saben qué otra cosa hacer.

Una manera de estimular el crecimiento y diferenciar las ofertas de manera positiva es ayudando a las compañías a comprender mejor a sus clientes, mercado y a sí mismos. Tomando en cuenta que al tratar el tema de las emociones de las personas si no se hacen de una manera adecuada podemos terminar ofendiéndolos o abrumándolos.

2.4.5 Proceso de Diseño

“Diseñar es pensar antes de hacer. Analizar, planificar y ejecutar para responder a las necesidades de los usuarios. Es una disciplina integral que hace visible a la organización en el mercado, beneficiando de esta forma su

rentabilidad y la imagen percibida por el público. El diseño es una herramienta estratégica para la mejora de la competitividad de las empresas” (Martínez, 2009, pág. 4)

El diseño de proceso es una investigación para desarrollar algo creativo que permita encontrar formas de ahorrar gastos y de lograr calidad.

El diseño se centra en una causa formal y material. La causa formal comienza con el boceto , con las ideas cómo irán los materiales y la manera de dar forma a estos materiales es la causa técnica.

La aceptación, la ejecución y adecuación son las etapas necesarias de todo diseño, esto se lleva a cabo al realizar bocetos y maquetas, una vez listo esto se construye y se experimenta para ser ejecutable en las organizaciones.

2.4.6 Imagen Corporativa

“Cada día, las empresas se preocupan más por el “diseño de su identidad” y por la forma y vías en que van a transmitir, a comunicar , este mensaje al público receptor.”(Argüello,2005,pág 4)

Dentro de la imagen corporativa se encuentran varios aspectos que están relacionados con inicios de los años 60 y 70 se hablaba de la excelencia y el marketing, posteriormente como llegar a los clientes con mensajes publicitarios llamativos que identifiquen a la empresa de los competidores por su marca y actualmente utilizando mensajes que la misma empresa elabora para crear una imagen visual que se centra en su logo, en sus productos que la identifican inmediatamente de sus competidores.

Clasificación de marcas :

Símbolo : un elemento representado gráficamente como un icono con un fuerte significado.

Monograma : forma gráfica que toman iniciales para formar lo que sería muy parecido a una firma o símbolo.

Anagrama: forma gráfica que forma parte de una reducción de un nombre o apellido así creado una forma escrita.

Ideograma: representación gráfica de una idea o de una morfema.

Logograma: forma gráfica que representa una palabra específica .

Caligrama: forma gráfica que desea expresar un contenido poético.

Fonograma : forma gráfica que por medio del diseño cuida de la identidad haciendo tipográfico para tomar su forma.

Letragrama: forma gráfica que expresamos por signos tipográficos.

Pictograma: un signo que representa un objeto real mediante formas gráficas.

Logosímbolo: forma gráfica que contiene un distintivo icónico.

Logotipo: forma gráfica que contiene un símbolo formado imágenes para facilitar una composición tipográfica.

Imagotipo: forma gráfica que contiene una imagen la cual se forma con tipografía.

Pan de Vida tiene una imagen corporativa que nace de su nombre, este tiene un gran significado espiritual de fortaleza, de abundancia, de luz, según lo expresa la Biblia en varios de sus pasajes, de ahí que sus dueños eligieran para el logo el color amarillo y rojo que emana energía, amor y existencia.

El mensaje de Pan de Vida a sus clientes es de ofrecer productos de alta calidad que unan a la familia para compartir momentos inolvidables.

Pan de Vida ha logrado posicionarse en el mercado siendo ya una marca conocida , son los propios clientes la mejor publicidad. Así en sus fundas de expendio consta la siguiente leyenda “Siempre en familia compartiendo la frescura y calidad de Pan de Vida”.

2.4.7 Identidad Corporativa

“Hasta hace bastante poco, diseñar una identidad para una empresa o una institución consiste en destilar la esencia de tal empresa o institución para capturarla en una única marca gráfica o logotipo que , a continuación , sería aplicado a las diversas superficies de la presencia física de la empresa en el mundo, desde su papelería hasta sus camiones, según las normas establecidas por un manual de estilo . Ahora, sin embargo, a medida que los contextos y los usos de las marcas ganan complejidad, las identidades han tenido que evolucionar para convertirse en sistemas más flexibles , de múltiples facetas y más fluidos, que ejecutan diferentes funciones para los diversos grupos de personas que se enfrentan a ellas”. (Twemlow, 2007, pág. 112)

La identidad corporativa de Pan de Vida como lo indica el texto estaba basada en un logotipo que se encuentra en todos sus productos, pero que también como lo señala el texto, necesitaba evolucionar, uno de los objetivos del proyecto es darle una nueva faceta a esta imagen.

“Un proyecto de rediseño de una imagen corporativa , por ejemplo puede requerir el diseño de una nueva tipografía y un componente interactivo de audio como parte del programa de una nueva identidad , la aplicación.”(Twemlow, 2007, pág. 84)

Durante el proceso al implementar el sistema de mejora, se innova la plataforma para los pedidos de los pasteles enfocado en las necesidades del cliente, se evidencio la necesidad de rediseñar la marca que es lo que coincide con el criterio de Twemlow cuando señala que la identidad corporativa puede requerir el diseño de una nueva identidad, que es lo que se evidencia en este proyecto.

”Porque la marca es un aglutinador de características de origen psicológico que a veces poco o nada tiene que ver con las propiedades físicas del producto.”(Garcia,2014,pág 16)

En la identidad corporativa además de contar como elemento la imagen que

está relacionada con los locales el logo y otros, también contiene otros componentes sobresalientes como , la actitud de los empleados, los atractivos visuales con que cuenta la empresa, las emociones y las vivencias personales de los clientes. “Una identidad única es un marca que representa a todos los productos de una empresa. Se trata de un logotipo paraguas utilizado por todas las compañías subsidiarias para todos los productos.”(Harris, 2009, pág46)

En Pan de Vida educa constantemente al personal para que tenga un trato y actitud positiva con los clientes, además de una relación personalizada con los dueños de la empresa, como un valor agregado se tiene constantemente degustaciones de los productos lo que ha generado un ambiente agradable.

2.4.8 Logotipo

“Cuando se trata de diseñar un logotipo, el diseñador gráfico tiene que afrontar el problema de comunicar por medio de un signo o imagen simbólica, la esencia y personalidad de una empresa,entidad o individuo. Un logotipo debe ser coherente, con la entidad que representa y ser además único, original , fácil de recordar y reconocible a simple vista. Al comenzar un proyecto de diseño de imagen de identidad, o el diseño de un logotipo , el diseñador debe iniciar una fase de investigación para conocer a fondo a su cliente cómo es su empresa, los productos que ofrece, cuál es su especialidad, como son sus clientes, su filosofía empresarial y así poder condensar toda esa información”(López,2008,pág 197).

El logotipo de Pan de Vida nació con la empresa hace quince años en este tiempo no había sido rediseñado, pero en el desarrollo del sistema surgió la necesidad de renovar su estilo e imagen sin perder la idea original de darle calidez a la marca, seguido de los conceptos de honestidad, calidad y compromiso con los clientes. El diseñador del logotipo está en contacto con la empresa con sus valores y filosofía , con relación a lo que manifiesta López en referencia al logotipo es indiscutible.

2.4.9 Teoría del color

La teoría del color fue desarrollada por Isaac Newton en 1665, "al atravesar un prisma, la luz se descompone en lo que se ha llamado el espectro de colores: rojo, naranja, amarillo, verde, azul, añil y violeta." (Lupton, 2017, pág. 82), más allá de su comprensión teórica, el color es un elemento intrínseco al ser humano ya que forma parte del entorno transmitiendo emociones, puede modificar estados de ánimo, crear ambientes acogedores e inclusive cambiar la percepción no sólo en dimensiones y proporciones sino que también puede incidir sin duda en la elección de un producto sobre otro. Esta guía el diseño del proyecto donde se tomará en cuenta el color para influir sobre las decisiones del consumidor con una elección elegante y dinámica .

La importancia del color es fundamental en el diseño porque permite al consumidor jerarquizar un objeto sobre otro, a través de la relevancia que le transmita cada tonalidad. "Los colores pueden adoptar diferentes funciones en un proyecto de diseño. Muchas campañas de identidad corporativa, páginas web, carteles, señaléticas y otros elementos gráficos emplean un limitado número de colores, que cubren a su vez un rango determinado de valores y temperaturas cromáticos." (Lupton, 2017, pág 90).

Si, el color es determinante en un diseño, será uno de los puntos focales a tomarse en cuenta en todo momento, sin perder de vista la identidad corporativa de la empresa y aquello que se desea comunicar.

2.4.10 Psicología del Color

"Las personas que trabajan con colores, los artistas, los terapeutas, los diseñadores gráficos o de productos industriales, los arquitectos de interiores o los modistos, deben saber que efecto producen los colores en los demás. Cada uno de estos profesionales trabaja individualmente, pero el efecto de los mismos ha de ser universal." (Heller, 20, pág 17).

El color es una herramienta que utilizan una gama de profesionales, que debe ser cuidadosamente utilizada por el impacto que causará en los consumidores hablando del diseño empresarial, su utilidad es indiscutible y de cierto hará la diferencia.

“Cada color puede producir muchos efectos distintos, a menudo contradictorios. un mismo color actúa en cada ocasión de manera diferente. El mismo rojo puede resultar erótico o brutal, inoportuno o noble. Un mismo verde puede parecer saludable, o venoso, o tranquilizante. Un amarillo radiante o hiriente. ¿a que se deben tan particulares efectos? Ningún color aparece aislado; cada color está aislado de otros colores. en un efecto intervienen varios colores, un acorde de colores”.(Heller, 20,pág 18).

Pero se debe considerar que los colores no son aislados son los contextos, las gamas, los cromados y los entornos los que provocarán lo efectos deseados.

“El color es más que un fenómeno óptico y que un medio técnico. los teóricos de los colores distinguen entre colores primarios, rojo, amarillo y azul, colores secundarios, verde, anaranjado y violeta y mezclas subordinadas, como rosa, gris, o marrón. También discuten si el blanco y el negro son verdaderos colores y generalmente ignoran el dorado y el plateado, aunque, en un sentido psicológico cada uno de estos trece colores es un color independiente que no pueden sustituirse por ningún otro, y todos presentan la misma importancia. .(Heller, 20,pág 18).

En el sistema que se está diseñando todos estos factores serán de vital importancia para diseñar, el significado y efecto de cada uno de los colores, sus combinaciones y la influencia que tendrán en el mercado y en los consumidores.

Importancia del color

“El trasfondo psicológico e histórico permite explicar que efectos de los colores están sujetos a una cierta regularidad. Una regla básica de la psicología de la percepción es: sólo vemos lo que sabemos”.(Heller, 20,pág 19).

Se podría asegurar hoy en día que es mucho más difícil captar la atención de los consumidores, hay muchos distractores ambientales es por esto que el reto mayor es ser muy creativos incluso en la selección de los colores.

“Los colores influyen en el tamaño y en el peso de las cosas. ¿hasta qué punto

pueden los objetos manipularse por medio de los colores?

He aquí un ejemplo impresionante tomado de la prensa, que muestra los defectos de los colores: un empresario estadounidense cuyos empleados se quejaban de que tenían que cargar con cajas demasiado pesadas, decidió cambiar el color oscuro de las mismas por el blanco. El resultado fue, que las quejas cesaron; los empleados sentían que las cajas blancas eran mucho más ligeras. (Heller, 20, pág 150).

Es interesante conocer como el color puede influir en la percepción de los objetos como se habla en este ejemplo es por esto su real importancia el momento de diseñar el sistema.

El marrón es el color de sabor más fuerte. el color de lo tostado: la carnes asa es marrón y la masa bien horneada toma color marrón. El marrón tiene además un intenso aroma el café, el té, la cerveza y el cacao son marrones, los huevos morenos parecen tener más gusto que los blanco. Marrón es el color de los alimentos cocinados. lo que era blanco se vuelve marrón, desde la cebolla dorada hasta el azúcar hecho caramelo. es el color de las bombas de calorías, como el chocolate, los bombones y las nueces. (Heller, 20, pág 257). Este color por su influencia y significado según Heller, será uno de los favoritos para el diseño de este proyecto.

2.4.11 La Infografía

“La infografía es una aportación informativa, realizada con elementos icónicos y tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más significativos y acompaña o sustituye al texto informativo”. (Valero, 2001, pág. 21)

Características

“Que dé significado a una información plena e independiente

Que proporcione la información de actualidad suficiente.

Que permita comprender el suceso acontecido.

Que contenga la información escrita con formas tipográficas

Que contenga elementos icónicos precisos

Que pueda tener capacidad informativa suficiente y sobrada para tener entidad propia o que realice funciones de síntesis o complemento de la información escrita.

Que proporcione cierta sensación estética, no imprescindible.

Que no contenga erratas o faltas de concordancia.”(Valero, 2001, pág. 21)

Las infografías serán un elemento indispensable dentro del diseño para lograr los objetivos propuestos es necesario enfatizar con los clientes internos y externos la comunicación permanente, sobre los procesos a seguir en cada caso.

La idea, el planteamiento

“Entendemos la idea como la capacidad de ingenio y ocurrencia para disponer, inventar y trazar una infografía. Es destacable la Elaboración mental de gestión, que muchas veces se materializa en esbozos o bocetos, sobre unos trozos de papel y es el origen de la actividad investigadora de búsqueda de información. Muchos de los buenos trabajos se realizan durante la confección de estos pre bocetos, esquemas o borradores y es cuando verdaderamente se crea y programa la infografía”.(Valero, 2001, pág. 112)

Indispensable para cualquier tipo de diseño es la creación varios bocetos hasta llegar al ideal que tenga la aceptación de los involucrados.

La búsqueda de documentación.

La documentación consiste en el proceso de obtención del conjuntos de informaciones e ideas, preferentemente de carácter oficial, que sirven para identificar y acreditar alguna afirmación que se pretende realizar en la infografía.(Valero, 2001, pág. 117)

La documentación de Pan de Vida que conste en las infografías se obtendrá de

la misma empresa y de todos aquellos datos que se obtengan de la investigación y necesidades de los clientes y personal operativo y administrativo de la empresa.

Clasificación de los signos:

Para poder crear iconos o pictogramas se deben tomar en cuenta ciertos aspectos como lo son :

1. Cultura en la cual se desenvuelven los iconos
2. Entorno
3. Conocimiento cultural
4. Circunstancias Sociales

Para esto se desempeñan en los siguientes.

Iconos:

Es un elemento gráfico, que sirve como punto clave para por dar a conocer una información son solo una forma gráfica. Del cual existen varios iconos que tiene diferentes significados .

Cuando se habla de los iconos y de sus significados nos damos cuenta que puede ser universal cual se refiere a una forma gráfica que difunde una información que visualmente concreta y que se la puede distinguir alrededor del mundo .

Los iconos deben ser sencillos y adecuados para cada tema a tratar por lo cual debe tener estas características :

- Sencillo , con pocos detalles , que logre comunicar lo que quiere decir.
- seguir una misma línea gráfica de acuerdo a lo que se esté desarrollando.
- Conservar los colores ya establecidos por cada país en su línea gráfica.
- Diferenciar los iconos los unos con los otros .
- Simplicidad de objetos.

Comunicación visual

Cuando se refiere a un diseño de interfaz informática donde los iconos toman

parte fundamental, la cual consta de dos partes:

- La interfaz de programas donde son los iconos habituales de uso para los programas en windows o en Mac.
- Los iconos para página web, los cuales sirven para identificar secciones, puntos estratégicos para la interacción.

Procesos de creación de iconos

Crear iconos tiene un proceso en cual empieza por una bocetación para poder formar a una imagen o dibujo. El cual luego tiene que tener una simplificación de elementos que no expresen lo que el diseñador quiera comunicar.

2.4.12 Técnicas de conceptualización

La técnica de conceptualización agrupa varios elementos visuales tales como uso de símbolos, palabras, temas y otros recursos que logren direccionar al consumidor por ejemplo hacia una marca determinada.

Un aspecto imprescindible para llevar a cabo el proceso de conceptualización es el bocetaje, "que son básicamente dibujos preliminares de nuestras ideas, suelen ser pequeños, rápidos y sin refinar."(López, 2017, pág 31) El mayor aporte creativo se desarrolla en esta etapa que es clave para innovar e inclusive simplificar procesos de ensamblaje y producción.

Otro paso fundamental consiste en la elaboración de prototipo que "comienza dándole cuerpo a las mejores ideas o conceptos generados en la etapa creativa. Los prototipos servirán para que el cliente decida cuál de ellos se materializa y producirá finalmente."(López, 2017, pág 31)

La elaboración de prototipos en los últimos años se ha simplificado gracias al desarrollo de nuevos software de diseño, visualización en 3D, impresoras láser e inclusive la proyección de hologramas virtuales.

Para este proyecto en específico se utilizará el proceso de bocetaje para el diseño de la aplicación y los infogramas, la elección final estará a cargo de los propietarios, al igual que se requerirá su aprobación para la modificación del logo.

2.3.13 Sitio web

“Las organizaciones han tenido que adaptarse a los nuevos tiempos comunicativos (o ya no tan nuevos), dejando atrás la comunicación unidireccional que difunden a través de su web.”(Marquina,2013, Pág. 11)

Hoy la comunicación gracias a la tecnología es bidireccional ya que por medio de un sitio web los usuarios puedan emitir sus comentarios, es interactiva así el criterio de los clientes puede influir en la toma de decisiones de las empresas, podemos decir que se compite ahora por medio de las páginas web, siendo más creativos y evolucionando constantemente de acuerdo a las exigencias y sugerencias de los usuarios, este medio de comunicación y publicidad hoy por hoy es imprescindible, para que informe a los clientes sobre los productos y servicios, se está frente al auge del comercio electrónico. “En lo que se refiere al carácter creativo de todo proceso de diseño, no cabe duda de que el papel y el lápiz pueden funcionar perfectamente en conjunción con el software digital.”(Gordon, 2007, pág. 43)

Diagramación

Es el proceso de una estructura de una página web desde el inicio con el cual se desarrolla el proceso de la creación del sitio web. Es donde el diseñador crea una pieza gráfica y todos los elementos visuales para la organizar y estructurar la parte visual.

El cual consta con ciertos parámetros a tomar para poder realizar:

- Cromática de la página web o aplicación.
- Posición de Índice
- Posición de banner
- Organización de espacios para la comodidad de los usuarios.
- Tamaño de letra
- Posición de banner
- Estilo de diagramación
- Espacio del logo

De estos elementos se puede realizar una diagramación con una bocetación para que se pueda visualizar cómo estará la página web gráficamente.

Usabilidad

“La usabilidad se puede considerar como la capacidad del producto software para permitir que usuarios específicos logren realizar tareas específicas con productividad, efectividad, seguridad y satisfacción en determinados casos de uso. El objetivo de un producto es que posea la calidad necesaria y suficiente para que satisfaga las necesidades de usuario explícitas e implícitas.”(Cueva, 2015, pág. 2) Es importante considerar estos aspectos al momento de diseñar ya que se lo hace para que el usuario pueda sentir una complacida satisfacción con el producto software. Por lo que existen diferencias entre un producto software y la web tales como.

- En la web pueden incorporar la usabilidad en sus sitios , en cambio en los productos de software los usuarios pagan para poder tener la usabilidad en sus sitios.
- Los productos software pagan y luego prueban la usabilidad en la web es al contrario primero la prueban y luego la pagan.
- En un sitio web se puede satisfacer las expectativas crean multiplicidad de perfiles de usuario y sus distintos requerimientos que por el contrario es más difícil con los productos de software.
- La inversión es las asequible y disponible la web en cambio no sucede lo mismo con los productos software.

El sitio web actualmente como los productos y servicios se han visto que necesitan de la importancia de la usabilidad.” Dado el índice de crecimiento único de la naturaleza de la web, está claro que la usabilidad está llegando a ser cada vez más importante para que los diseñadores del Web site la traten. Hasta cierto punto, los usuarios del Web site cuentan con la satisfacción inmediata. Los sitios acertados de la web entonces, sean comerciales o informativos, serán cada vez más los que resuelvan los criterios de la

usabilidad de ser claros, atractivos y fáciles de utilizar.”(Cueva, 2015, pág. 3)
 Por lo que tomar estos aspectos en cuenta para poder crear un sitio web en donde se pueda satisfacer y llegar al cliente o usuario con lo todas las partes importantes.

Un estudio por Steve Krug reveló cómo usan los usuarios realmente la web :

- Exploran las páginas ya no las leen, buscan el contenido o documento pero no permanecen ahí,
- No hacen elecciones óptimas
- Los usuarios escogen la primera opción con la estrategia que se usa de satisficing, la cual consiste en elegir la primera opción por comodidad del usuario/cliente.
- Los usuarios no buscan la mejor opción.
- No entienden el término de usabilidad.
- Muy pocas personas leen instrucciones.

La usabilidad tiene cinco características :

1. Facilidad de aprender .
2. Eficacia de uso
3. Facilidad del sistema para ser recordado
4. Frecuencia y severidad del error
5. Satisfacción subjetiva

Taxonomía

El concepto de la taxonomía en la web ayudando a que el lenguaje sea más amigable con la información digital . Taxonomía son motores de búsqueda en la web donde cuenta información que se divide en opciones metadatos , Meta descripción, Meta Palabras, en la cual se describe la información que se presenta en el sitio con el contenido que se desea difundir.

Así también cuando se trata de taxonomía se puede contar con campos como lo son : Palabras claves , keyword, CMS. Todo depende del contenido que se desee reflejar. Además de lo mencionado se puede hacer mejoras con las

etiquetas de Metacontenidos o también conocidos como <head>.

Actualmente existen ontologías que esta forma de estructurar la información que sea más compleja ; Web Semántica, Ontologías Web, Lenguaje de Ontologías Web.

Wireframe

Sistema para crear esquemas donde es una ilustración en dos dimensiones , es ahí donde se especifica las dimensiones de los contenidos y la distribución del espacio , lo cual es una prioridad al momento de diseñar el sitio para que este pueda mostrar el contenido respetar el espacio para que usuario pueda aprovechar su interacción.

Los wireframes establecen relaciones entre distintas páginas esto se da como Wireflows, además, esto favorece la información entre la interfaz y el mapa de contenido. Por lo tanto cuando se habla de wireframes el cual es una herramienta que permite simplificar y ayudando a la interacción con la interfaz. Esto también ayuda a que el cliente o el diseñador pueda tener un esquema mental y poder tener todos los elementos para poder luego diseñar.

Existen dos tipos de Wireframes :

- Wireframes de baja fidelidad: consta de un conjunto de gráficas que representen como estan organizadas las páginas con poco detalle.
- Wireframes de alta fidelidad: Conocido también como prototipo funcional el cual es más preciso y detalla sobre el proceso interactivo.

Esto define que el usuario reduce tiempo en el trabajo y el presupuesto en el sitio , permite una comunicación idónea con los usuarios, se puede evidenciar los problemas con mayor facilidad, el diseñador puede hacer diferentes interfaces.

Aplicaciones (Apps)

El término app, es una abreviación de las tres primeras letras del término inglés *application*, es decir un programa informático que permite interacción con el

usuario y contiene características especiales, específicas y variadas, ya sea para entretener, informar, facilitar una tarea sencilla o profesional, es así que hay Apps de noticias, juegos, herramientas de comunicación como Whatsapp, redes sociales como Facebook, estas suelen ser más dinámicas que los programas tradicionales, son livianas en términos de espacio de Mb (Megabits), dependen de internet para funcionar, su instalación es casi instantánea y de uso inmediato. Están destinadas a tablets y Smartphone, y sus descargas pueden ser gratuitas o costosas según las funciones que ofrece y el criterio de quien desarrollo la aplicación. Para su utilización en el dispositivo elegido se requiere de un sistema operativo compatible con los requerimientos de cada aplicación, así existen dos claramente definidos según las marcas respectivas como Android para Samsung, y iOS para iPhone.

Como se mencionó anteriormente existen infinidad de aplicaciones, entre ellas las de interfaz de programación de aplicaciones conocidas como API, también por sus siglas en inglés, las cuales se han clasificado en:

- APIs de bajo nivel
- APIs de alto nivel
- Herramientas GUI (interfaz gráfica del usuario)
- Aplicaciones móviles basadas en la Web
- Aplicaciones híbridas

Es importante también señalar que, para el desarrollo de las apps, es necesario utilizar imágenes y gráficos en formatos digitales específicos que se proceden a detallar:

Formato GIF: son archivos idealmente diseñados para graficar o modificar imágenes que estén dibujadas o fotografías, en todos estos tipos de elementos se puede elegir el nivel de transparencia, siluetas y fondo.

Formato JPG: este formato es adecuado para almacenar fotografías, ya que

trabaja con 16 millones de colores, lo que permite también definir la calidad de la imagen, determinada como alta o baja.

Tipos de productos web

Existen cientos de páginas web disponibles, sin embargo, según su funcionalidad se han clasificado en:

- Páginas Web Transaccionales, e-comercio o e-commerce
- Páginas Web Orientadas al Servicio
- Páginas Web dirigidas a la Construcción de una Marca
- Páginas Web de Contenido
- Comunidades, Foros o Redes Sociales

Tipografía Digital

“ La tipografía es un arte como cualquier otro. Antes ejercido exclusivamente por fotógrafos especializados, la era digital ha permitido que los diseñadores controlen sus textos. Pese a la facilidad con la que ahora se puede crear y manipular la tipografía, las <<reglas>> básicas son las mismas ahora y siempre”.(Ellison, 2008, pág. 27)

“La manipulación de tips no es nada nuevo, pero algunos programas relativamente recientes, como Photoshop, Illustrator y FreeHand, han puesto las cosas más fáciles a los diseñadores, ilustradores y tipógrafos a la hora de experimentar con efectos en su tipografía. Les ofrecen un mayor control y les permiten plasmar una sensación o una atmósfera en la tipografía. Esta manipulación, a su vez, puede mejorar el mensaje transmitido al público, añadiendo algunas pistas sutiles a su significado. Este capítulo analiza las formas de manipulación que los diseñadores tienen a su alcance. Mostraremos efectos y le daremos indicaciones prácticas sobre cómo crearlos.” (Ellison,

2008, pág. 57)

El medio Digital se ha convertido en una herramienta fundamental que facilita y mejora los textos para hacerlos más llamativos ante la visión de las persona, con los colores y el tamaño de la letra adecuados, se puede llamar su atención y lograr que las curvas, su grosor se conviertan en el enganche que se debe tomar en cuenta para realizar el diseño adecuado.

2.3.14 Diseño de Interfaz

Actualmente la era de la comunicación sorprende, se puede observar acontecimientos en vivo en cualquier parte del mundo, también las empresas han aprovechado de este avance tecnológico para comunicar en forma masiva, rápida, fácil y económica a una gran cantidad de clientes por medio de una página web que puede contar con varias páginas relacionadas siendo su único objetivo promocionarse, darse a conocer. “Es importante destacar que cuando una persona, empresa o institución crea un sitio web es porque está interesado en comunicar algo a los demás, ya sea con fines comerciales o simplemente informativos.”(Córcoles,2014,pág 12)

En el caso de este proyecto se usa la tecnología actual para el desarrollo de la aplicación que interviene en el proceso de recepción de pedidos de tortas, en el desarrollo de esta aplicación específica intervienen requisitos como la estructura de la aplicación que se refiere al cuerpo del documento web, el sistema de navegación que consiste en la forma en que se conectan las páginas web, la diagramación basada en el bocetaje, y la interfaz que se vincula con los sistemas informáticos propios de la empresa.

Para la mejor comprensión de varios aspectos mencionados anteriormente hacemos el siguiente detalle:

- Elementos de diseño : Percepción Visual

El impacto que causa una página web en el consumidor es un aspecto que el diseñador no puede perder de vista el color, el tamaño, el contexto, el mensaje deben ser cuidadosamente estudiados para lograr el objetivo de comunicación

que se propone sea comercial o informativa. “El diseñador debe buscar un equilibrio entre los elementos que constituyen la interfaz, a fin de poder así hallar un adecuado sentido gráfico de su diseño, lo que a su vez le permitirá conseguir una comunicación eficaz.”(Córcoles,2014,pág 13)

- Fundamentos de la composición

Sus componentes son los psicosomáticos, de tipo cultural, experiencias compartidas con el entorno, relacionados con el impacto en el sistema nervioso, las creencias de las personas y los patrones de conducta, estos factores son determinantes y deben ser estudiados y analizados para conseguir los objetivos del diseño de un interfaz.

- La Tensión compositiva

Es un desequilibrio para conseguir la mirada del espectador, llamar su atención, las técnicas son la sugestiva y la rítmica se basan en tener puntos de interés con formas geométricas y colores determinados

- Color ,tipografía, iconos

Los colores, la tipografía y los iconos deben ser los elementos más destacado en el diseño de un sitio web, su combinación, variación dependerá de lo que se desea comunicar.

La tipografía, las letras, tienen impacto en el lector hay programas que ayudan a seleccionarlas es importante que sean claras, cortas y concretas.

Pan de Vida no ha incursionado en la creación de un interfaz como mecanismo de promoción de sus producto.

2.5. Marco Normativo y Legal

EXPIDE EL REGLAMENTO GENERAL A LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

(Decreto No. 214)

Capítulo I OBJETIVO Y DEFINICIONES

Art. 1.- Objeto y ámbito.- Este reglamento norma la aplicación de los derechos y obligaciones establecidos en la Ley Orgánica de Comunicación, así como el ejercicio de las atribuciones y el cumplimiento de las responsabilidades de las autoridades e instituciones que realizan rectoría, regulación, gestión y control administrativos en el marco de dicha ley.

Art. 2.- Contenidos en internet.- Están excluidos del ámbito de regulación y control administrativos los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales.

Art. 3.- Medios en internet.- Son también medios de comunicación aquellos que operen sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley.

1.- Decreto 214 (Suplemento del Registro Oficial 170, 27-I-2014)

3. Capítulo III. Metodológico

3.1 Tipo de investigación

Se utilizará la investigación descriptiva y método cuantitativo y cualitativo.

En las cuales se utilizará encuestas al personal de Pan de Vida y también entrevistas a varias personas que han hecho los pedidos de tortas a lo largo del proyecto. Para esta investigación se utilizará el método cuantitativo y cualitativo y se recogerá las cifras con que cuenta la empresa Pan de Vida y también se observará cómo se realizan los procesos internos y externos . Las fases de la metodología de diseño de Ambrose Harris las utilizaremos como una herramienta para el proceso metodológico y son :

Fase 1: Definición para establecer el problema.

Fase 2: Investigación que será recopilar la información.

Fase 3: Ideación donde vamos a crear las posibles soluciones al problema.

Fase 4 : Prototipo : Propones soluciones.

Fase 5: Selección : Escoger el mejor prototipo.

Fase 6: Implementación del prototipo (Solución).

Fase 7: Aprendizaje: Evaluación del prototipo.

3.2 Población

Los Clientes de Pan de Vida se han ido incrementado año a año llegando a un promedio de unas 3.000 personas que vienen de todos los sectores de la ciudad, esto se desprende de la base de datos de facturación a la cual se pudo acceder gracias a la colaboración de los propietarios de la Pastelería. Se menciona esto porque cuando se abre la sucursal en la parroquia de Tumbaco hace seis meses, mostraron su alegría por esta apertura indicando que se movilizaban de Tumbaco hasta el sector del Inca para adquirir el producto.

El personal administrativo se ubica en la planta matriz donde se elabora el pan y los pasteles en el tercer piso, allí funcionan las oficinas son cuatro personas que se dedican a la contabilidad, atención a proveedores y clientes que compran al por mayor. Cuenta con tres choferes, un supervisor, un coordinador de talento humano, más el gerente, en total nueve personas en las diferentes áreas, en el área operativa tenemos 20 panaderos, 8 pasteleros, 1 bodeguero 10 cajeros despachadores, se necesita en total 48 personas para que pueda operar la empresa Pan de Vida.

3.3 Muestra

Se aplicará una entrevista a 25 personas aleatoriamente para obtener su criterio sobre satisfacción del servicio y producto, se seleccionará de aquellas que hayan realizado pedidos de tortas de más de 30 personas con diseños, masas especiales, fondant y otras especificaciones diferentes a las que se

tiene preparadas y en exhibición, por considerar que este puede ser un número suficiente para poder tener bases sobre el criterio del cliente.

3.4 Variables

Tabla 1.

Variables de Pan de vida.

Variable	Definición	Tipo Investigación	Posible Valor
Sexo	Es la diferenciación entre macho y hembra , hombre mujer y las cosas en referencia al género masculino femenino	Cualitativa	Hombre, Mujer
Nivel Socio Económico	Cuando hablamos de nivel socioeconómico es la ubicación que se hace a las personas de acuerdo a sus ingresos, sus bienes lo que posee.	Cualitativa	Alto Medio Bajo
Tipos de Productos en Pastelería	Es la variedad que existe en artículos de pastas pasteles y postres relacionados con masas , dulces decorados.	Cualitativa	Tortas de Chocolate Tortas de Vainilla Tortas de Manzana Torta de Zanahoria Torta Mojada de chocolate Torta Negra Torta de naranja Mousse Maracuyá Mousse de Mora Tortas de

			Fondant Pie Tres Leches
Costo del producto	Valor comercial de un artículo que se comercializa	Cuantitativo	desde \$6, 11 hasta \$239.40
Porciones de pastel	Pedazos para comercializar pasteles y tortas	Cuantitativo	10 porciones 20 porciones 30 porciones 40 porciones 50 porciones 60 porciones
Canales Comunicación	El canal es el vehículo entre el emisor y receptor por donde viaja la información.	Cualitativo	Página de Facebook Whastapp Local
Formas de transportar las tortas	Manera de llevar las tortas en diferentes vehículos o contenedores de un lugar a otro sea a los diferentes locales o al cliente	Cualitativo	Auto Bus Camion
Tipo de eventos	Un evento es una actividad previamente organizada que podría tener un objetivo comercial,cultural ,social.	Cualitativo	Bodas Baby Shower Cumpleaños Aniversarios Personalizadas
Tipo de Bases	La base de tortas son una diversidad de formas y materiales donde se asientan y son parte de la decoración	Cualitativo	Base de plástico Base de madera Base metálica
Forma de Tortas	Es la figura la	Cualitativo	Rectangular

	decoración , el tamaño todo el diseño de los pasteles		Circular Formas Orgánicas
Temperatura	Se refiere al ambiente frío calor alto, bajo o medio, agradable o desagradable, térmico	Cualitativo	Temperaturas altas Temperatura Baja Temperatura Media
Diseño del pastel	Está relacionado con las formas, tamaños, masas, referencias de eventos	Cualitativo	Crema Fondant
Estados de ánimo del clientes	Son las manifestaciones de lo los sentimientos de los consumidores en determinados momentos.	Cualitativo	Alegre Triste Preocupado Apurado
Horarios de compra	Son las horas de mayor o menor afluencia de personas en un local comercial.	Cuantitativo	Mañana Tarde Noche
Época de mayor venta	Son las temporadas que se miden en plazos más amplios que los horarios como pueden ser meses relacionados con fiestas o celebraciones.	Cualitativo	14 de febrero (San Valentín) Mayo (Día de la Madre) Octubre (Halloween) Diciembre (Navidad y Nuevo Año)

3.5 Actividades del proyecto

Tabla 2.

Objetivos para cumplir las actividades

Actividades para el logro de objetivos			
Objetivo general: Desarrollar un sistema que mejore las deficiencias en pedidos y requerimientos del cliente.			
		Recursos necesarios	Resultado esperado
<p><i>Objetivo específico 1</i> Diagnosticar las pérdidas económicas por las deficiencias en el manejo de pedidos, transporte y cumplimiento de los requerimientos del cliente.</p>	<p><i>Observación del proceso de pedido de una torta.</i></p>	<p>Observar detenidamente el proceso en el mismo momento que se produce</p>	<p>Evidenciar las falencias y en qué parte del proceso se tiene mayores inconvenientes en caja, producción, transporte o despacho.</p>
	<p><i>Diseño de entrevista a la contadora y a los clientes.</i></p>	<p>Lápiz, Hojas, Borrador, Grabadora</p>	<p>Formato de entrevista</p>
	<p><i>1 Entrevista con la contadora y digitadora de empresa para conocer las pérdidas.</i></p>	<p>Lápiz, Hojas, Borrador, Grabadora</p>	<p>Datos de las pérdidas.</p>

	<i>Cuantificar las pérdidas en porcentaje que tiene la empresa</i>	Hojas , Lápiz, Borrador , Calculadora	Tener las cifras exactas de las pérdidas de la empresa por devolución de tortas.
	<i>Planificar y organizar las llamadas (el contacto) a nuestra muestra de clientes</i>	Teléfono, computadora, base de datos	El contacto de las 25 personas escogidas.
	<i>Realizar la entrevista</i>	Cámara de fotos, hojas , lápiz, borrador	Datos sobre la entrevista.
	<i>Analizar y sintetizar los resultados de esta fase</i>	computadora, lápiz , hojas, calculadora	Obtención de datos reales.
<i>Objetivo específico 2</i> Crear un sistema que supere las expectativas del cliente en su requerimiento de tortas.	Elaboración del brief y determinantes de diseño de todo el proyecto	Computadora , Hoja	El brief y las determinantes claras con todos sus elementos
	Act.2. Diseño de Concepto	Computadora , Hoja, lápiz,	Obtener un concepto claro para realizar las diferentes actividades.

	Act.3. Generación de Alternativas de la parte gráfica.	Computadora , lápiz, hojas , pinturas, borrador.	Bocetos de los elementos gráficos
	<i>Generación de alternativas de la parte objetual</i>	Computadora , lápiz, hojas , pinturas, borrador, cartón.	Bocetos/prototipos rápidos
	<i>Evaluación de Alternativas por medio de un focus group de usuarios</i>	Computadora, cámara de fotos, Hojas, lápiz	Obtener datos sobre los conceptos.
	Diseño definitivo en detalle.	Computadora, cámara de fotos, Hojas, lápiz	Bocetaje y montaje del modelo
	Modelos y prototipos rápidos	Computadora, cámara de fotos, Hojas, lápiz	Prototipo de imagen gráfica
	Modelo/prototipo definitivo	Computadora, cámara de fotos, Hojas, lápiz	Prototipo del diseño industrial.
<i>Objetivo específico 3</i> Validar internamente y con varios clientes los procesos implementados.	<i>Aplicación del formato al personal que toma los pedidos en cada uno de los locales.</i>	Computadora , Hoja, lápiz	Verificar que se mejora el proceso de pedidos.
	<i>Tabulación</i>	Hojas , Lápiz,	Obtener datos

	<i>n de datos obtenidos de la validación realizada</i>	Borrador , Calculadora	reales
	<i>Verificación en la baja de las pérdidas por la implementación del sistemas.</i>	Hojas , Lápiz, Borrador , Calculadora	Conseguir el objetivo esperado.
	<i>Validación con el cliente por medio de una encuesta.</i>	Hojas , Lápiz, Borrador , Calculadora	Tener una retroalimentación del nuevo sistema.
	<i>Rediseño de los elementos según los resultados de la validación</i>	Computadora, cámara de fotos, Hojas, lápiz	Proyecto rediseñado y definitivo

5. Capítulo IV. Investigación y Diagnóstico

4.1 Entrevistas

En esta investigación se utilizó como técnica la entrevista y encuesta al personal de Pan de Vida y a los clientes respectivamente de los cuales se obtuvo la siguiente información:

Hallazgos

Entrevista con la contadora :

De la entrevista realizada a la contadora de la empresa se obtuvo la siguiente información; ella lleva siete años trabajando en la empresa Pan de Vida , teniendo como responsabilidad toda el área financiera y contable , manejan un sistema de contabilidad con la Empresa Finantime desde el año 2010 que les ayuda a obtener la información ágil, precisa por lo que son confiables las cifras que se obtienen, al preguntarle sobre los problemas con los pedidos de las tortas que es tema de investigación indicó que:

- El sistema proporciona datos sobre la cantidad de pedidos de tortas con el detalle de las leyendas, sabor, relleno, datos del cliente. Abono, saldo y fechas de entrega, lo que es necesario para la contabilidad.
- El sistema señala con esta información que el porcentaje de pérdida por devoluciones de tortas es del 5% del total de pedidos
- Y en un 90% se realiza la devolución en dinero al cliente que realiza reclamos sobre su pedido a diferencia de otras empresas que no devuelven el dinero sino que lo cambian por otro producto del mismo valor.
- Las devoluciones según la información de la contadora, es a consecuencia de que el producto no es fresco, no cumplió con los requerimientos del cliente, deficiencias en la claridad de los pedidos que realizan las cajeras , letra no legible y contradicciones en cuanto a los detalles del pedido

Conclusión: Efectivamente existe una pérdida monetaria, lo que ratifica la necesidad de reducirla a través de la implementación de un sistema.

Entrevista con el Despachador y Distribución

El cargo que desempeña es auxiliar general y jefe en el área de despacho y distribución, lleva 13 años trabajando en la empresa.

El proceso para el despacho del producto es el siguiente :

1. Revisa el pedido
2. Se coloca en tina
3. Se digita en el sistema
4. Se envía a los puntos de venta

Las deficiencias en este proceso se presentan al coordinar el tiempo para su despacho ya que hay que surtir a todos los locales con los pedidos realizados durante el día y el tiempo es muy corto para hacer la verificación respectiva y también porque en producción no se tiene todo lo que se requiere.

Recomendaciones :

- Mejorar la coordinación y organización con producción.
- Comunicación con pastelería para entregar los pedidos a tiempo.

Conclusión: Existe saturación en días y horas específicas que complica el despacho de pedidos, la ventaja que ofrecería la aplicación a implementar sería el ordenar por fecha, hora y número de pedidos la programación de producción informando al cliente la disponibilidad de entrega o reprogramación de dicha hora y fecha.

Entrevista con pastelería y jefe de producción

El jefe de producción lleva trece años trabajando en la empresa , coordina la producción de pastelería con el gerente quien toma las decisiones finales.

Proceso para realizar un pedido de torta:

1. Recepción de pedido
2. Coordinar para cuantas personas es el pedido
3. Organización de materia prima
4. Mezcla y horneado
5. Decoración y realizar las exigencias del cliente.
6. Colocar el frío

Los inconvenientes que se generan según el jefe de producción son la organización, horarios , falta de personal , recepción de materia prima. Devoluciones porque el pedido no tiene la hoja de recepción , porque se dañan al transportar, entre otros.

Recomendaciones :

- Coordinación de pedidos que no sea más de tres para la misma hora
- Otra hoja de pedido
- Cuadros para las leyendas complicada
- Hoja de recepción de materia prima

Conclusión: Existen errores en los pedidos, inconsistencias, duplicidades, ilegibilidad por escritura manual, lo que sería solventado por la aplicación desarrollada en este proyecto, ya que todo pedido sería digitalizado evitando toda esta serie de inconvenientes.

Entrevista con Cajera

Las funciones de cajera y dependiente de mostrador , lleva trece años trabajando para la empresa es el personal encargado de la toma de los pedidos y venta del producto.

Pasos para toma de los pedidos:

- Se dialoga con el cliente
- Se muestra el catálogo a los clientes
- Se le sugiere alternativas para la toma del pedido
- Recepción de datos
- Dar el recibo con el cual retira el pedido.

Inconvenientes que se generan : En la hoja de pedido faltan nuevos productos que están a la venta y en exhibición al público, no se tiene respaldos del pedido una vez que se envía , el catálogo no cuenta con fotografías reales de tortas hechas por la empresa son dibujos o fotos que no corresponden y luego generan problemas con los clientes porque no se ajustan a la realidad.

Recomendaciones :

- Una nueva hoja de pedido
- Un catálogo actualizado
- Una página web

- Promocionar los nuevos productos

Conclusión: La toma de pedidos demanda mucho tiempo, genera retrasos en los procesos de cobro y facturación, además de la desactualización de los catálogos de figuras existentes. El proyecto ofrece la ventaja de que el cliente interactúe directamente con el dispositivo (pantalla táctil) a través de la aplicación a desarrollar para este fin específico, lo que no solo da libertad de tiempo al cliente para elegir, sino que también permite optimizar el tiempo de los colaboradores en este caso específico del personal de caja, en cuanto a la actualización y carga de figuras tomaría una fracción del tiempo actual ya que se puede realizar inmediatamente desde el equipo central y actualizar a todos los dispositivos en línea de los diferentes locales.

4.2 Encuestas

Muestra de 25 clientes que han hecho un pedido en Pan de Vida.

Encuestas a clientes de pan de vida

PEDIDOS DE PASTELERÍA



Número de encuestados

25

Preguntas	Posibles respuestas	Porcentajes	Resultados
Experiencia al hacer su pedido	Buena Agradable Amables Rapido	80% Buena 15% Agradable 3% Amables 2% Rapido	De las 25 personas encuestadas la gran mayoría tuvo una buena experiencia.
Cuantos tipos de masas le ofrecieron	1) 2) 3)	1) 20 % 2) 60% 3) 20%	El 60 % de los clientes encuestados no se le informó sobre la variedad de masas.
Catalogo	*Esta viejo *No tiene nada novedoso *No venden lo que exponen	El 90% no le gusto el catalogo y propuso cambios .	El catalogo no es de interes para los clientes esta deteriorado y desactualizado
Entrega a tiempo	a) Si b) No	a) Si 90% b) No 10 %	Las 25 personas encuestas, no tuvieron inconvenientes al recibir su pedido a tiempo.
Condiciones en las que recibió el pastel	a) Excelente b) Buena c) Regular e) Mala	a) Excelente 10 % b) Buena 80 % c) Regular 5% e) Mala 5%	El 80% de los clientes estaban conforme con las condiciones en las que recibio su torta.

RESULTADOS GRÁFICOS



Figura 11. Tabulación de pan de vida.

Conclusiones de la información obtenida de las encuestas aplicadas a los clientes

Los clientes al ser entrevistados manifestaron su satisfacción por la atención recibida, conocían el producto, el catálogo presentó inconvenientes entre los clientes por su desactualización y deterioro, y en general manifestaron que se encontraban conformes con la atención y el producto recibido a pesar de esto un diez por ciento se encontraba inconforme con los detalles de sus pedidos que no fueron tomados en cuenta o por la puntualidad con los horarios de entrega.

Recomiendan los clientes que se actualicen los catálogos, que se cree un página web para estar mejor informados y que haya nuevos productos para elegir.

Conclusiones

Los datos obtenidos de la señora contadora, del jefe de producción, del digitador despachador, cajera y clientes , llevan a las siguientes conclusiones, el 5% en pérdida del total de pedidos de la pastelería es significativo tomando en cuenta que los costos de una torta son altos, su principal inconveniente es que la información no es clara, llega incompleta sin el tiempo necesario para su elaboración, el jefe de producción señala que debe existir mayor coordinación con producción para obtener mejoras en el sistema, se considera también que falta personal de apoyo, y las órdenes de pedido son incompletas, ilegibles , confusas todo esto genera pérdida de tiempo y confusión, las cajeras se quejan de que la hoja de pedidos no cuenta con la información necesaria y que el tiempo es muy corto para satisfacer todas las inquietudes del cliente ya que hay una gran demanda del producto.

Según el personal entrevistado todos coinciden en que falta coordinación y actualización para mejorar el servicio y una comunicación más efectiva.

En lo que se refiere al cliente hay satisfacción con el producto, pero también señala que debería haber mayor variedad en los productos y mejor información sobre los mismos, tiene una grado de satisfacción bueno.

(Anexo 1)

Capítulo V. Desarrollo de la propuesta

La Matriz de Porter es una síntesis de todo la investigación realizada internamente en Pan de Vida , lo que ha permitido detectar varios problemas que han servido para realizar el proyecto con el único fin de mejorar integralmente la calidad de los productos y servicios.

Las mayores deficiencias detectadas están en la hoja de pedidos y en los catálogos que se encuentran deteriorados y desactualizados además la falta de comunicación entre las cajas y producción así como la claridad y responsabilidad en la toma de los pedidos a los clientes.



Figura 12. Matriz de Porter

5.1 Desarrollo del Brief

Descripción del proyecto:

Implementar un sistema integral de mejora en las áreas de producción, venta y despacho de los pedidos de tortas con la implementación de una aplicación en una pantalla táctil que le permita al cliente elegir la torta que necesite en forma segura y ágil que contendrá un catálogo detallado , además de infografías que faciliten su uso y estará conectado este proceso a las cajas para que el cliente cancele su pedido.

Estos pedidos llegarán impresos al área de producción solo con los requerimientos del cliente y en forma oportuna.

2.- Retos

La validación del sistema deberá evidenciar el incremento en las ventas o la reducción significativamente las pérdidas por la satisfacción del cliente

3.- Objetivo de negocios

Aumentar las ventas y reducir las pérdidas a cero para lograr altos estándares de calidad, que hagan crecer las ganancias y el prestigio de la empresa.

4.- Objetivo de comunicación

Alcanzar prestigio dentro de la comunidad y la confianza de los clientes con una atención ágil, oportuna y de alta calidad, también en procesos internos de mejora de la comunicación que permite un trabajo efectivo en equipo

5.- Definir el target

El target de la empresa Pan de Vida es variado lo compran personas de diferentes condiciones económicas, edades y géneros, este sistema está dirigido a personas de nivel medio y alto, porque para el manejo de este tipo de dispositivos las personas deben tener ciertos conocimientos básicos de lectoescritura, tecnología, informática y poder de decisión en el momento de escoger los productos, inicialmente algunos clientes necesitarán del apoyo del personal de Pan de Vida, para lo cual se han elaborado infografías que guíen y faciliten sobre todo el proceso inicial pero internamente los procesos serán ágiles y claros.

6.-Estado de la marca:

La marca es reconocida por su calidad y servicio , como también por sus precios asequibles. Al abrir otros puntos de venta se nota que muchos clientes conocen e identifican Pan de Vida por sus productos exclusivos y bien elaborados pero esta necesita mayor promoción en el mercado.

8.- Presupuesto: Cuenta con el presupuesto necesario para poder hacer los cambios necesarios para mejorar el sistema.

Misión

Somos una empresa panificadora empeñada en ofrecer productos de alta calidad a costos moderados que ofrezcan felicidad a las familias al compartir nuestros productos.

Visión

Ser líderes en cinco años en la elaboración de tortas con altos niveles de calidad variedad y a costos al alcance de la gran mayoría de la población a nivel nacional.

Valores de la empresa

- Calidad
- Servicio
- Frescura
- Confianza
- Puntualidad

5. 2 Concepto de diseño

El concepto de diseño fue un proceso que se obtuvo por medio de la bocetación y por los atributos culturales y físicos en los cuales se definió el concepto. Los atributos físicos con que se trabajó el diseño fueron la naturaleza de donde se sacó patrones y composición, en los atributos culturales se tomó en cuenta los valores como la calidad y frescura del producto de la cual se determinó que el concepto es artesanal porque se hace a mano, se lo moldea y hay creatividad. Pan de Vida utiliza materia prima de alta calidad sus pasteleros elaboran todo el producto a mano y no se emplea alta tecnología. se sigue elaborando los productos como hace quince años que empezó Pan de Vida, los decorados, las leyendas de los pasteles, los diseños son elaborados a mano,

es por eso el cuidado y tiempo que demanda elaborar un pastel en pastelería Pan de Vida.

Para el rediseño de la marca como también para su línea gráfica, la legibilidad y simplicidad son la base. Se tomó dos referentes el uno fue la tipografía y otro el icono, después se formó un isotipo. El logo tiene un concepto moderno por lo que combina dos tipografías una la principal da armonía y la secundaria es más formal sin restarle protagonismo a la tipografía principal . Su icono es orgánico y artesanal usando la repetición de una figura creando una hoja de trigo. A partir de esto se creó el concepto el cual va de la mano con los valores de empresa y la imagen que quiere dar a sus clientes.

Todo el diseño se enfoca en el concepto artesanal tomando como referencia lo descrito anteriormente.

5.3 Determinantes de diseño

Para elaborar las determinantes de diseño tomamos en cuenta criterios como, qué funcionalidad tendrá el sistema, que uso se dará, tomar en cuenta la estética y que sea sustentable, este sistema tendrá como prioridad facilitar al cliente sus pedidos de tortas y tener todas las opciones posibles, además de agiliza los procesos internos de pedidos con un mínimo de errores por lo que significa un ahorro de tiempo y de dinero.

Determinantes de diseño

Criterios Funcionales



Figura 13. Determinantes del diseño

5.4 Generación de alternativas

Realizada la investigación y obtenidos los datos, se pudo visualizar como una solución al problema, la implementación de un sistema de mejora en los pedidos de tortas, inicialmente se pensó en el rediseño de una hoja de pedido que sea más eficiente, pero había un gran inconveniente en llenar el pedido ya que la letra de muchas cajeras era ilegible, se confunden los pedidos y coincidían las horas y días de entrega.

Surge entonces la idea de superar estos inconvenientes con la implementación de un sistema de mejora que incluya, la innovación tecnológica de un dispositivo interfaz que le permita al cliente realizar en forma independiente y fácil sus pedidos, lo que facilita a la cajeras y producción una cadena segura de elaboración y despacho con el menor error posible ya que el sistema estaría diseñado de tal manera que enlace a todos los involucrados en la fabricación y despacho de las tortas ya que este sistema está diseñado para que no existan más de dos pedidos a la misma hora y no más de veinte pedidos en un mismo día, siendo ésta la capacidad de la planta, a más de los pasteles que ya se encuentran en percha, ya que el app está codificado para que el cliente no pueda escoger una día y una hora ya seleccionada con anticipación por otros dos clientes, una vez terminada la selección del cliente en el app, este dispositivo imprime la orden de pago para caja y también, la orden de producción digitalizada y numerada para controlar que la cajera entregue a producción este pedido y verificar que no falte ninguno. .

El sistema incluiría infografías, para que el personal de Pan de Vida revise en forma permanente los procedimientos que incluyen el pedido y despacho de tortas al igual que, para los clientes, que tendrán a más del dispositivo una infografía que le guíe en el proceso de pedido. Ligado a este desarrollo está el rediseño del logo, para darle una nueva imagen a la empresa acompañado de la creación de una página en facebook y un nuevo catálogo digital que estaría incorporado dentro del sistema de mejora, que se enfoca en enriquecer todo el proceso de pedido y un valor agregado de aumentar las ventas y reducir las pérdidas publicitando la empresa y tecnicando sus procesos.

Sistema de pedidos

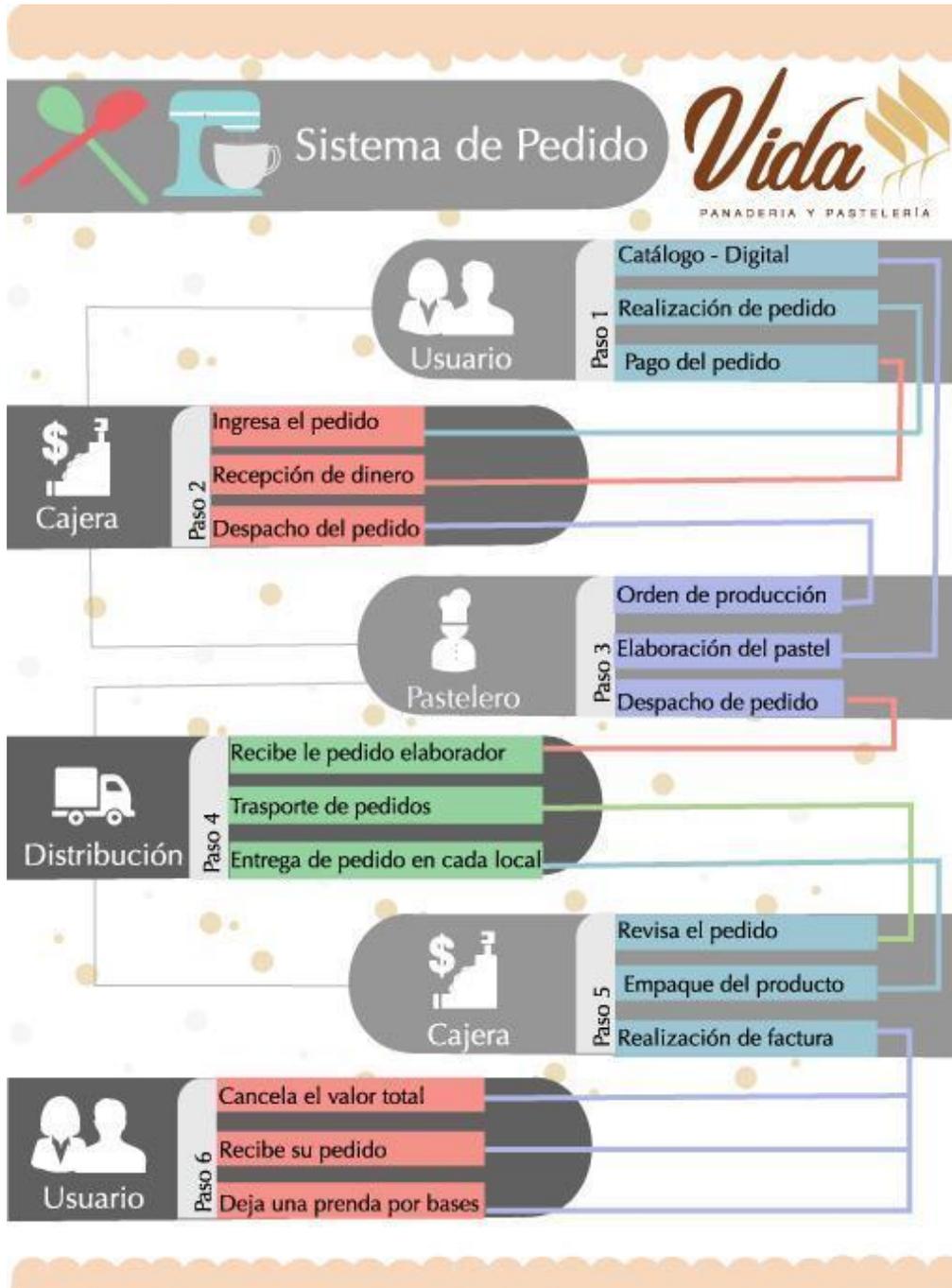


Figura 14. Sistema de pedidos

El sistema de mejora en la orden de pedido de pasteles inicia con la capacitación de todo el personal de Pan de Vida para que conozcan cómo va a funcionar el nuevo sistema los cambios de fondo y de forma.

Con la información de las infografías el cliente realiza su pedido en el app, termina esta selección de acuerdo a su necesidad, en el app se imprime el pedido y la orden de producción, que son tomadas por la cajera para recibir el pago del pedido y enviar con los móviles a producción la orden, con un número específico que es colocado por la cajera en la factura para el posterior retiro del cliente en el local.

Esta orden llega a producción y es realizado el pedido del pastel, la orden estará numerada, resumida y es específica de lo que pidió el cliente.

Para su posterior despacho y transporte en el día y hora señalada llega a los locales para la entrega respectiva a la cajera que verifica el pedido, empaca el producto y entrega al cliente, de ser el caso pide una prenda por las bases, y el cobro del saldo pendiente.

El sistema cuenta con varios procesos uno de los más importantes es la capacitación al personal de Pan de Vida en la toma de pedidos, cómo funciona el app, contacto con los clientes para explicar el procedimiento del pedido de tortas en caso de ser necesario, los procesos internos de cómo seguirá un orden y quienes son los responsables directos, una vez realizada la capacitación se pone en marcha la colocación de las infografías para que todos recuerden cómo se debe realizar cada paso, el app es el dispositivo que utilizará el cliente para que su selección sea rápida a su gusto y no tenga errores en su elaboración, acompañado de todos estos cambios se tiene como complemento darle a la empresa una nueva imagen empresarial como el rediseño del logo y la creación de una página web, a la par que se mejoran los pedidos se promociona a la empresa, también se elaboró un nuevo diseño de facturas y se corrigió la forma de despacho y transporte de las tortas diseñando una base de madera más segura, que permita que la torta llegue a su destino intacta.

Se realizó un proceso de bocetación del logo para poder incluir éste, en todo el sistema de mejora tanto en los dispositivos interfaz, en los catálogos digitales, en las infografías. Como también del rediseño de su marca, para luego

digitalizar y validar las propuestas hasta lograr obtener el resultado esperado, se simplificó el nombre de Pan De Vida por solo “Vida”, se tomó esta decisión porque era más legible, de mayor impacto para el cliente y lo recordaría de manera más fácil, para cual se usó un cuadro de atributos, donde todos los referentes que se incluyen son del concepto artesanal.

Rediseño del logo:



Figura 15. Rediseño de Logo
Adaptada de (Pinterest s.f.)

Después del proceso de recolectar imágenes que están relacionadas con cada uno de los parámetros del logo, como son , naturaleza , moda , tecnología, arquitectura, arte y diseño se tienen como objetivo influenciar en el logo. Pero estas imágenes no aportaron para el cambio del diseño por lo que se siguió trabajando, no se logró obtener ningún resultado, estas imágenes no contribuyeron en gran medida al diseño original, sin embargo direccionaron el proceso de diseño hacia un nuevo cuadro de atributos en el cual se refleje en concepto de artesanal .

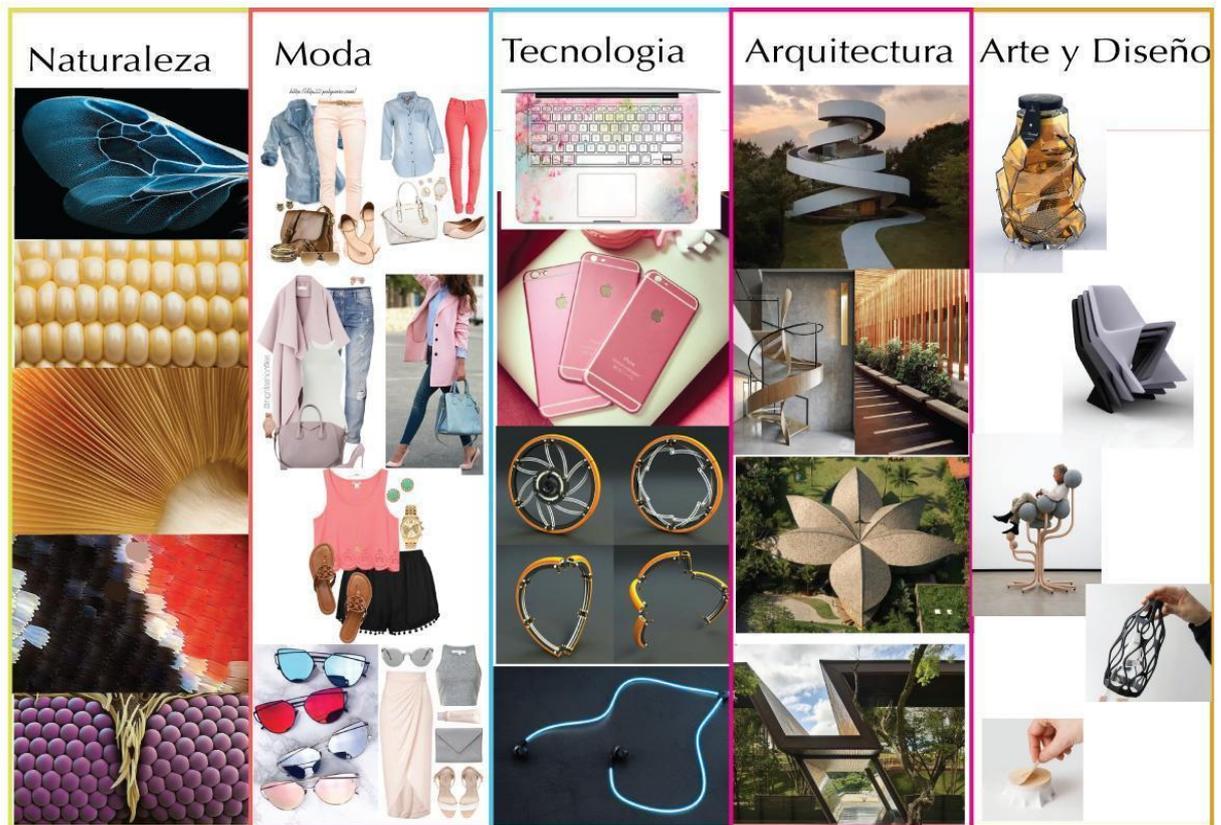


Figura 16. Moodboard corrección
Adaptada de (Pinterest s.f.)

Después se realizó una tabla de atributos la cual consta de atributos culturales y físicos. Atributos culturales : Son los valores que refleja la empresa y por ende su marca. Los cuales son calidad , servicio, frescura , confianza, puntualidad. Atributos físicos: naturaleza, moda, tecnología, arquitectura, arte y diseño.

Atributos Físicos

Atributos Culturales	Naturaleza Patrones	Moda Cromatica	Tecnologia Saturación	Arquitectura Composición	Arte y Diseño Contraste
Calidad					
Servicio					
Frescura					
Confianza					
Puntualidad					

Figura 17. Tabla de Atributos

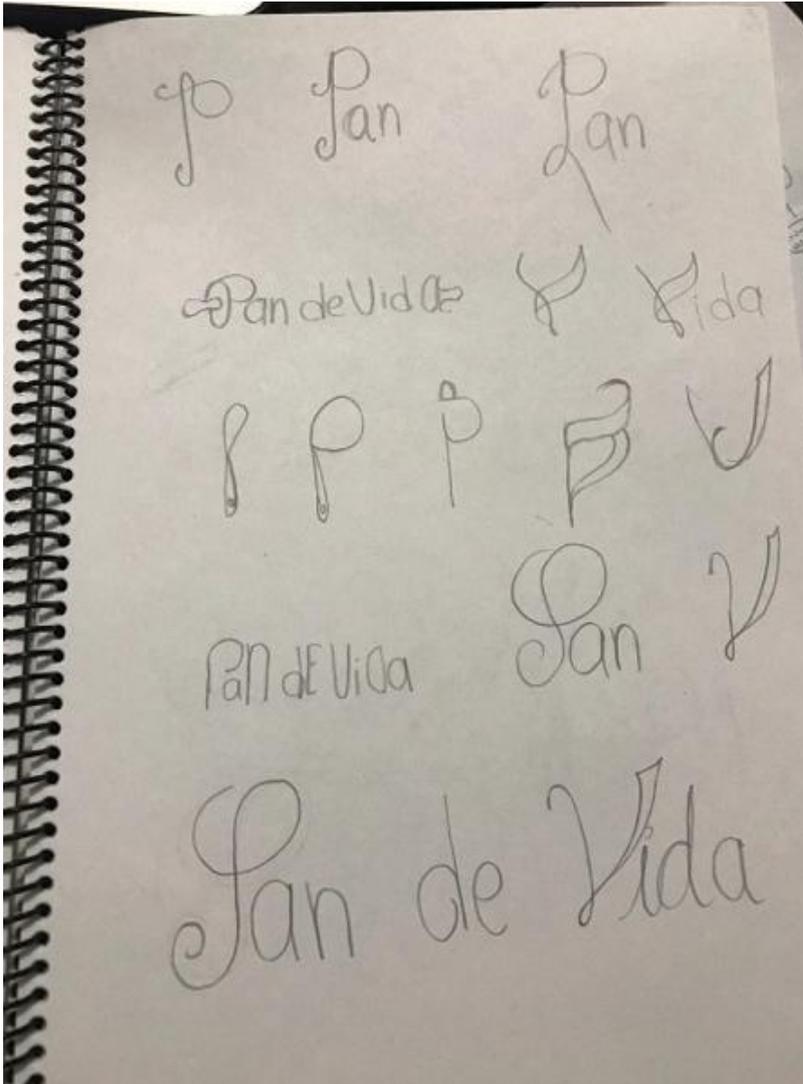


Figura 18. Bocetación rediseño de logo

Después de realizar el moodboard se prosiguió al bocetaje de formas recolectadas en cada uno de los elementos de los atributos.

Después de realizar el boceto se continuó con las propuestas del mismo intentando desarrollar la marca. Se pensó realizar la imagen gráfica usando una figura retórica y un estilo gráfico, para pasar a la etapa de digitalización y buscar un tipografía.

Después se continuó con 3 propuesta más para poder validar .

3 opciones

opcion 1

Figura retorica:

Estilo Grafico:

Art nouveau

Tipografia :

Prestige Elite StdBold
Shaded Larch

Cromatica



Saturación



Figura 19. Propuesta de logo 1

En este proceso se buscó lograr encontrar una tipografía y un isotipo que pueda adecuarse a la nueva imagen gráfica de la empresa. Como así dar un estilo propio.

opcion 1

Figura retorica:

Sobre poción

Estilo Grafico:

Art nouveau



Cromatica



Saturación



Figura 20. Propuesta de logo 2

En esta etapa buscar una tipografía y cromática de acuerdo a la imagen de la empresa. Pero no se logró escoger una opción por lo que se siguió trabajando.



Figura 21. Propuesta de logo 3

opcion 2

Figura retórica:
Simil

Estilo Gráfico:
Geométrico

Tipografía:
Palatino

Cromática



Saturación



The logo for 'Pan de Vida' is written in a highly stylized, cursive script. The word 'Pan' is in a dark brown color, and 'de Vida' is in a lighter, golden-brown color. The letters are thick and have a decorative, flowing quality.

Figura 22. Propuesta de logo 4

El rediseño de la imagen fue necesario con el fin de atraer nuevos clientes , la marca es un símbolo que debe ser cambiado de acuerdo al progreso y transformaciones que va teniendo la empresa en el tiempo, lo que dice mucho del interés de sus administradores, en muchas ocasiones los clientes obligan por sus demandas a cambios sustanciales como la imagen de la empresa. Se realizó una simplificación del nombre ya que Pan de Vida era muy extenso, se lo redujo al nombre solo "VIDA", de fácil legibilidad y de alto impacto ,se completa el logo con un isotipo de una hoja de trigo y tiene en la parte de abajo Pastelería y Panadería.



Figura 23. Logo Vida antes y después

Como parte del sistema, después de realizar la imagen se utilizó elementos gráficos como una simbología la hoja de trigo la cual será aplicada en toda la línea integral. Con esto terminado se realizó la aplicación para poder tomar un pedido personalizado desde la masa y relleno , decoración y también el día y hora que se va a realizar el pedido. Esta aplicación contendrá un catálogo donde se mostrará la realidad de los pasteles como también lo que se tiene en stock para ofrecer. Será la interacción directa con el cliente. Como también facilitar el tiempo en escoger su pedido.

Desarrollo de aplicación de pedidos

Sistema de navegación

Pan de Vida es una empresa que cuenta con la aceptación masiva de los clientes, su producto es valorado, pero existía un gran número de errores en el momento de la elaboración de las tortas, por falta de un formato práctico donde registrar los pedidos, esto estaba causando pérdidas a la empresa, malestar entre los clientes y estrés laboral en los trabajadores, este es el motivo por el cual se propuso la creación de un sistema que involucra a todos buscando las mejores opciones tecnológicas en este caso el app, para que la atención del cliente sea rápida, segura, esté a tiempo y no se generen pérdidas económicas para la empresa.

La aplicación de pedidos de tortas es innovadora, moderna, interesante y llamativa para el cliente, y por su innovación agiliza los procesos internos haciéndolos más seguros y rápidos con un mínimo de errores.

Sistema de Navegación

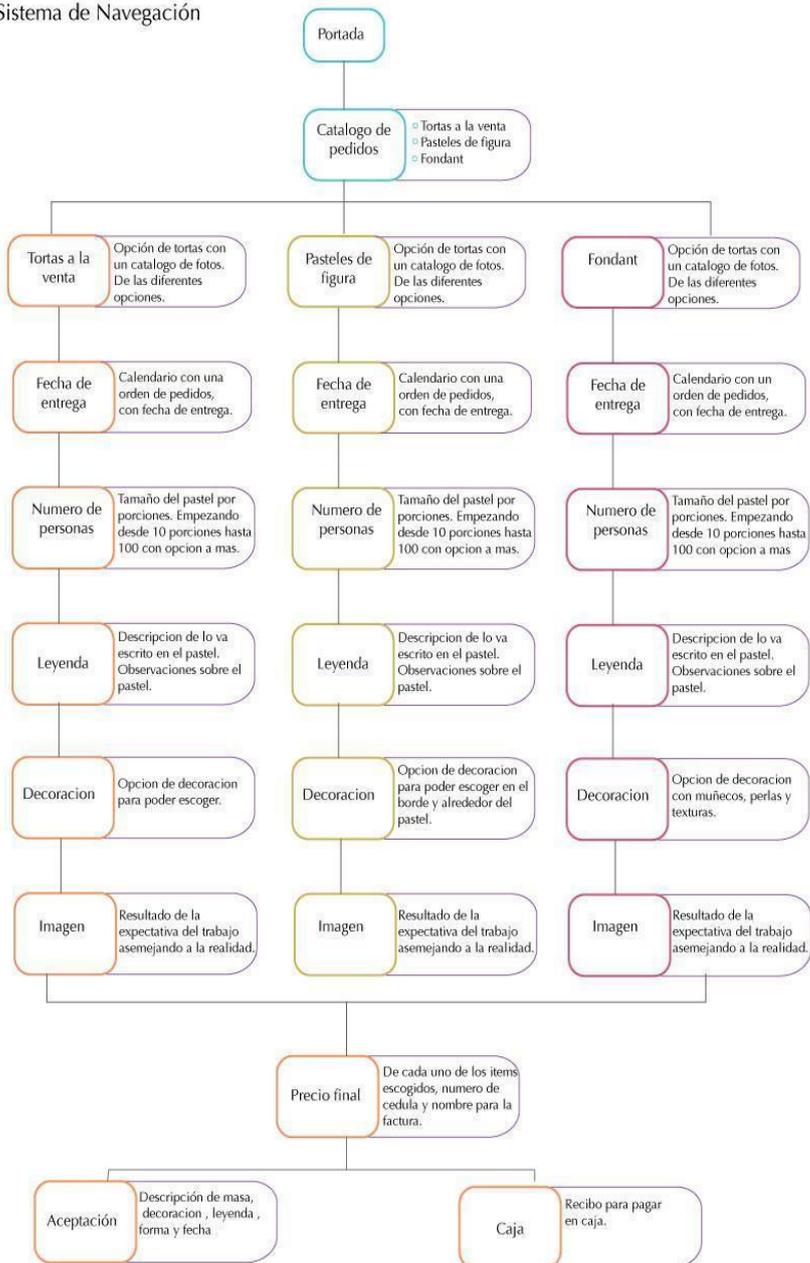
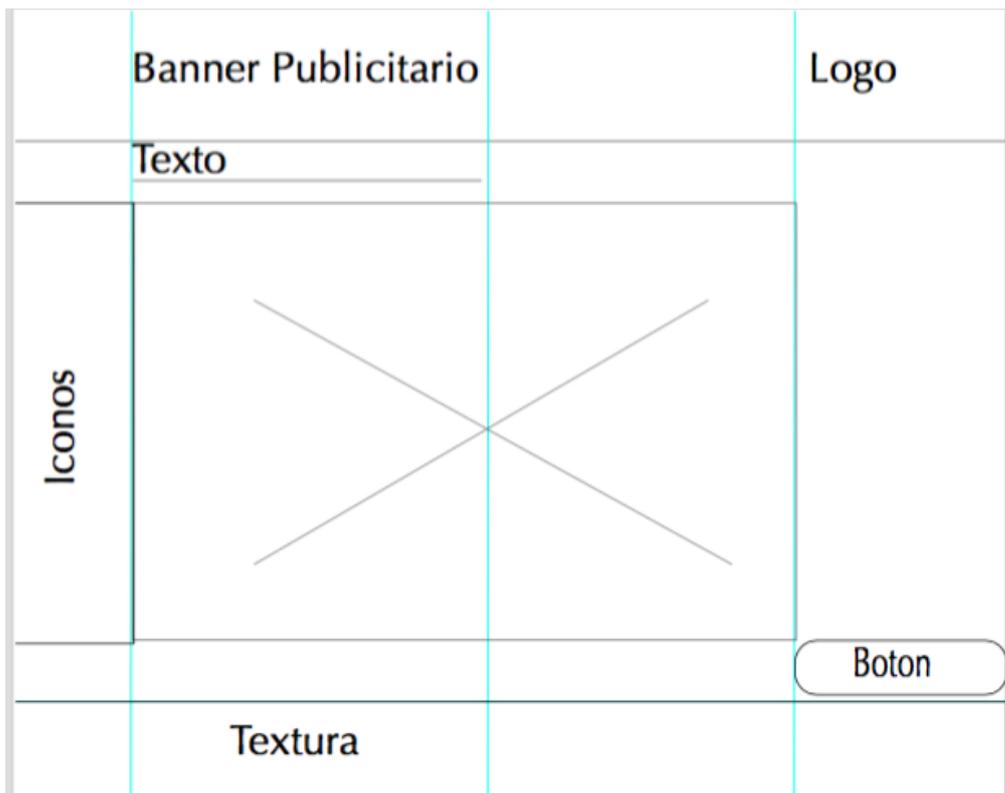


Figura 24. Sistema de Navegación

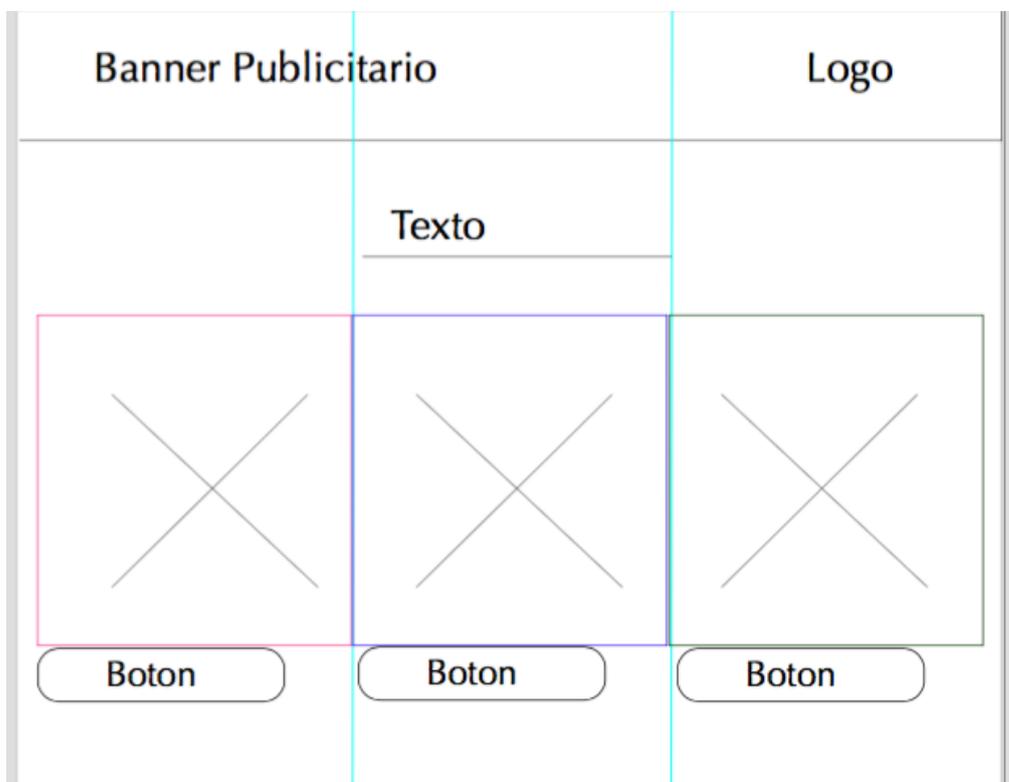
Bocetaje de diagramación para la aplicación.



Opción Bocetaje 1

Figura 25. Portada Diagramación

Figura 26. Diagramación 1



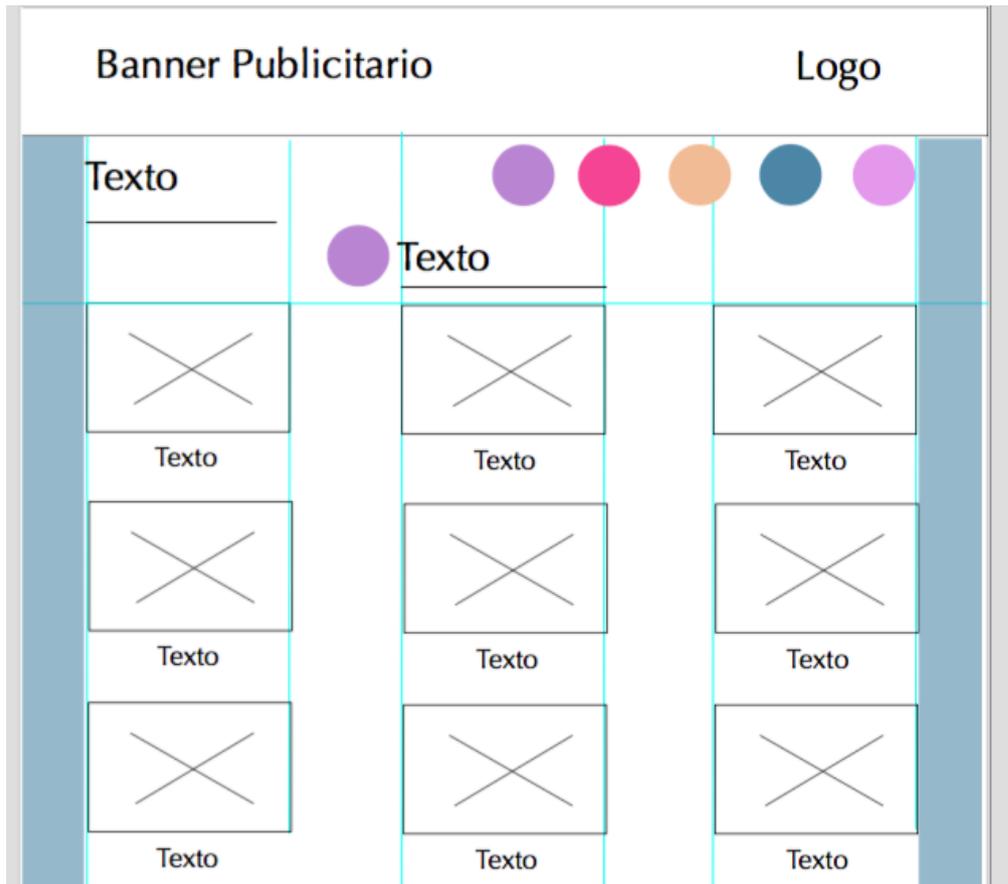


Figura 27. Diagramación 2

Se realizó otra diagramación para que la interfaz sea más fácil para el usuario la cual sera page a page, las dimensiones son las de una pantalla táctil. Y los iconos que vemos a continuación:

1. Catálogo
2. Fecha de entrega
3. Número de personas
4. Leyenda
5. Decoración
6. Confirmación de Pedido

Diagramación de aplicación para personalizar el pedido.

Página Inicio

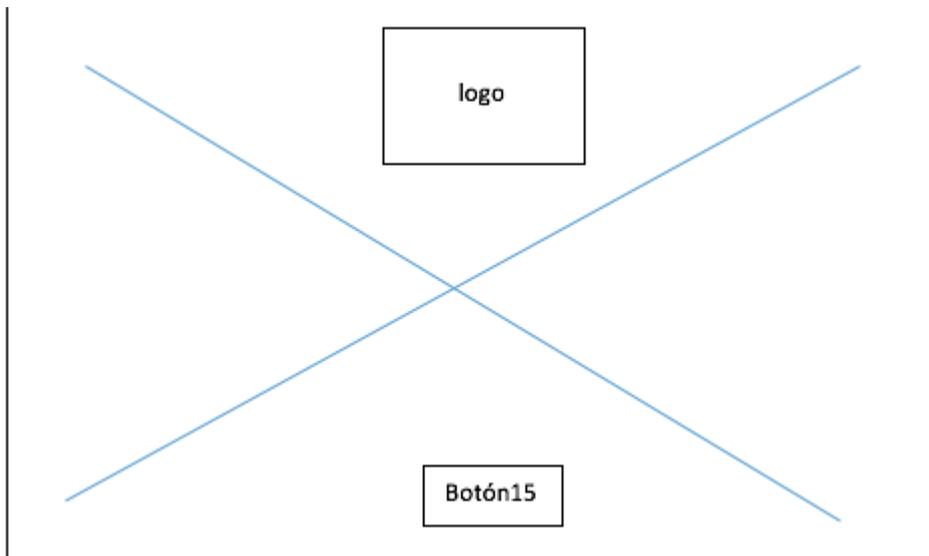


Figura 28. Diagramación de aplicación para personalizar el pedido

imagen 1 de fondo , colocación del logo en la izquierda.

Botón 1, enlace con página 2

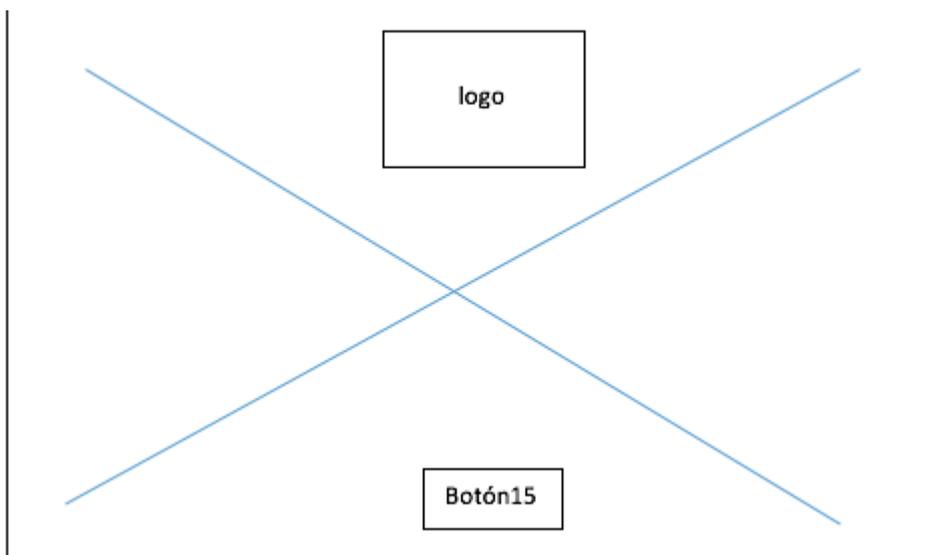


Figura 29. Diagramación página 2.

Botón 2 enlace con la página 3

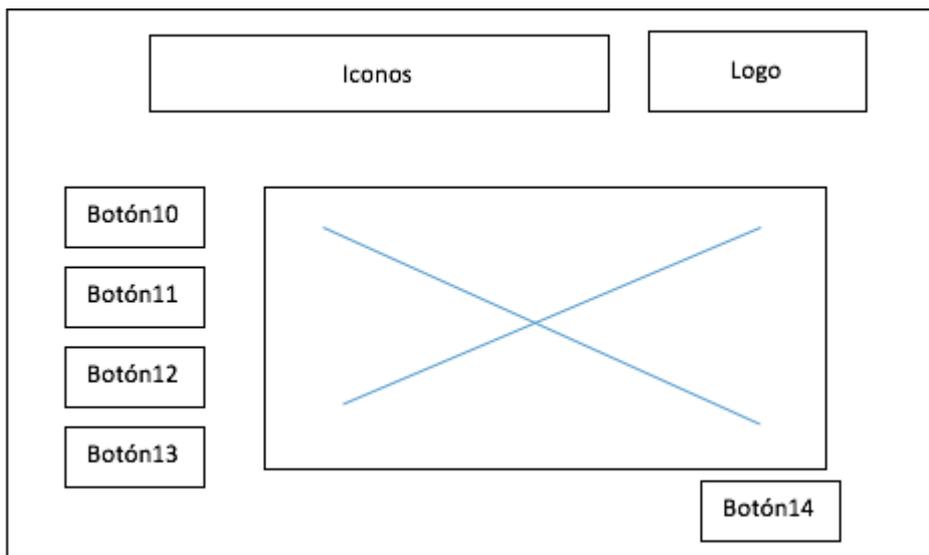


Figura 30. Diagramación página 3.

Iconos estáticos , logo en la parte izquierda.

Botón 3 enlace con la imagen Masa de vainilla con frutas

Botón 4 enlace con la imagen Masa de chocolate con nuez

Botón 5 enlace con la imagen Masa de Requesón con pasas

Página 4



Figura 31. Diagramación página 4.

Iconos estáticos con logo en la parte superior izquierda

Uso de un calendario y hora.

Página 5

Iconos estáticos con logo en la parte superior izquierda

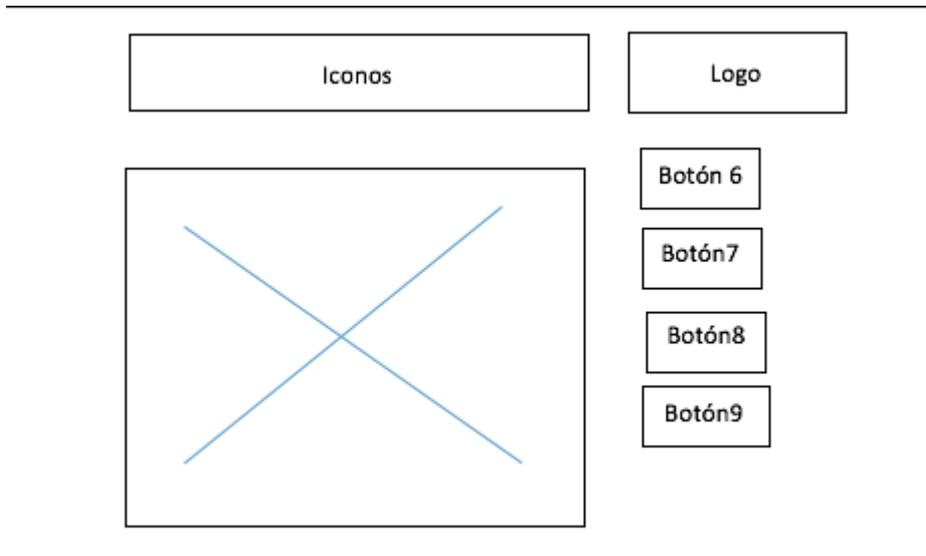


Figura 32. Diagramación página 5.

Imagen 5 ,

Botón 6 enlace con 10 porciones

Botón 7 enlace con 20 porciones

Botón 8 enlace con 30 porciones

Botón 3 enlace con 40 porciones

Página 6

Iconos estáticos con logo en la parte superior izquierda

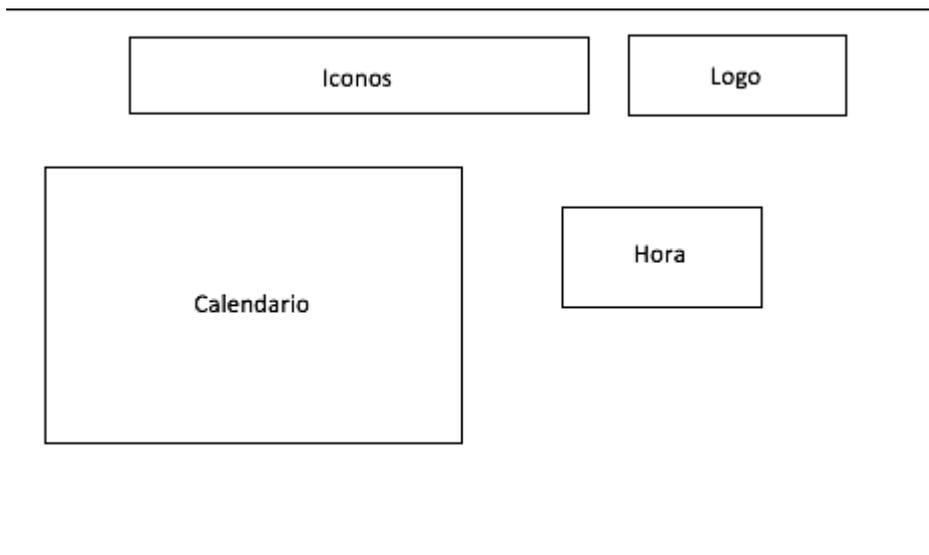


Figura 33. Diagramación página 6.

Uso de teclado para le leyenda.

Página 7

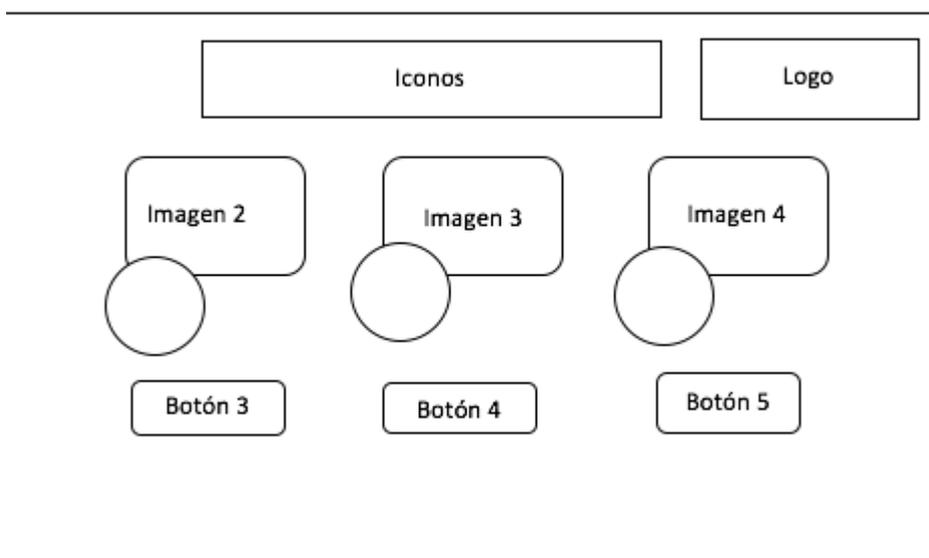


Figura 34. Diagramación página 7.

Iconos estáticos con logo en la parte superior izquierda

Imagen 6 ,

Botón 10 enlace con Crema

Botón 11 enlace con chocolate rallado

Botón 12 enlace con coco rallado

Botón 13 enlace con Mouse

Botón 14 enlace con Siguiente

Página 8

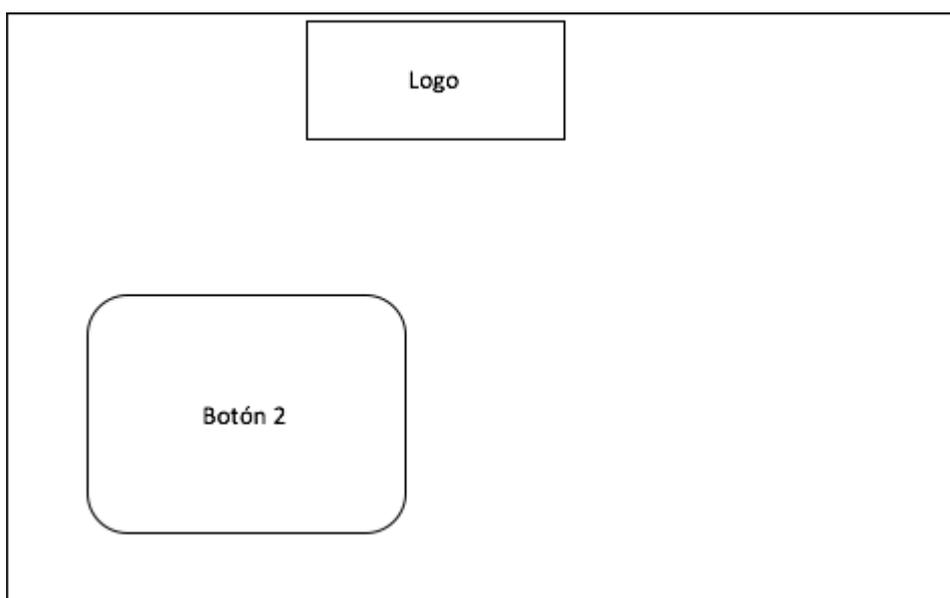


Figura 35. Diagramación página 8.

Imagen 7 de fondo

Botón 15 enlace con página 9

Página 9

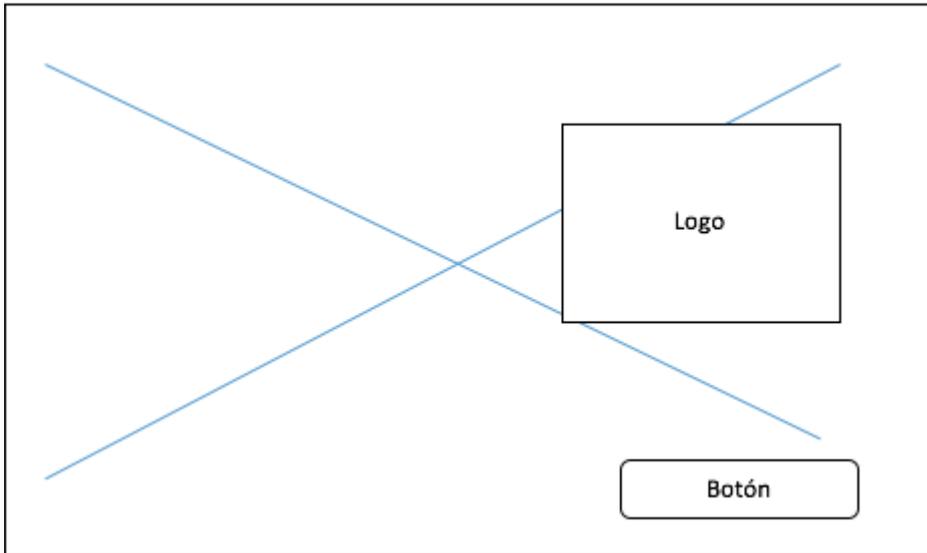


Figura 36. Diagramación página 9

Después de tener la diagramación lista se procedió hacer la bocetación de los iconos que serán parte de la aplicación de pedidos tomando en cuenta la línea gráfica tomando en cuenta el concepto.

Bocetación de iconos



Figura 37. Primera Propuesta Bocetación de iconos

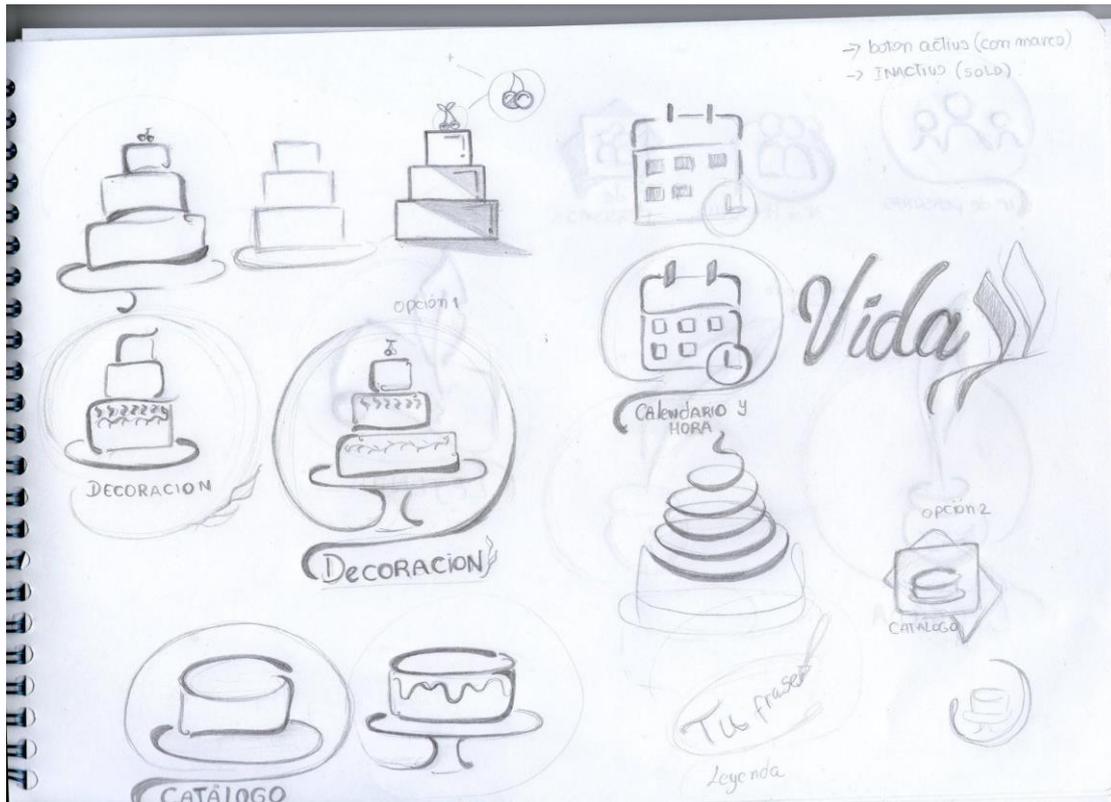


Figura 38. Bocetación de iconos 2.

En esta etapa se busca poder tener la línea de imagen gráfica para todo el proyecto que se va a realizar y que puedan ir de la mano con el rediseño del logo con esto también tener los iconos que van en la aplicación.

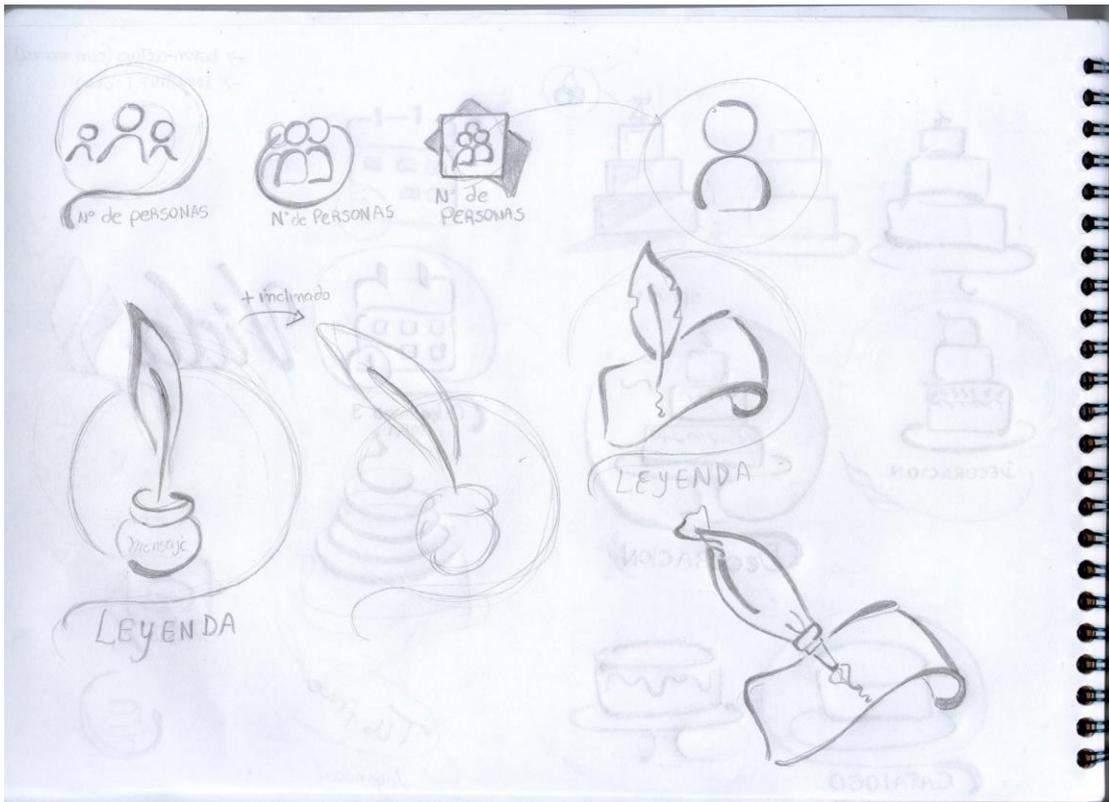


Figura 39. Bocetación de iconos 3

Después se realizó la digitalización de los iconos para así poder empezar a trabajar en la parte gráfica de la plataforma.

Ejemplo:



Figura 40. Iconos digitalizado

Diseño de interfaz de pedidos

Primera propuesta de portada, utilizando fotografías de productos de Vida Pastelería y Panadería.



Figura 41. Propuesta de portada, página Inicio



Figura 42. Propuesta de Página inicio 2

En esta etapa se buscaba poder crear una portada elegante, sofisticada que atraiga la atención de los consumidores para que utilicen la aplicación y el dispositivo, pero se tuvo que hacer otros bocetos para lograr el objetivo esperado.

Una vez realizadas las pruebas necesarias en fotografías, tipografías y cromática, se obtuvieron nuevas propuestas de diseño para las páginas de la aplicación la cual cuenta con una interacción directa con el cliente para personalizar su pedido, sin embargo este proceso se validará para efectuar los cambios que se requiere.



Figura 43. Portada Aplicación



Figura 44. App, Página 2



Figura 45. App, Página 3



Figura 46. App, Página 4



Figura 47. App, Página 5



Figura 48. App, Página 6



Figura 49. App, Página 7



Figura 50. App, Página 8



Figura 51. App, Página 9

Infografía de Uso de la Aplicación

El sistema contempla como una parte necesaria la implementación de infografías que acompañan el proceso de pedido, elaboración, producción, despacho de tortas, con las respectivas infografías que serán útiles tanto para los clientes internos y externos de Pan de Vida con la información necesaria para su uso y manejo.

Realización de boceto de la infografía

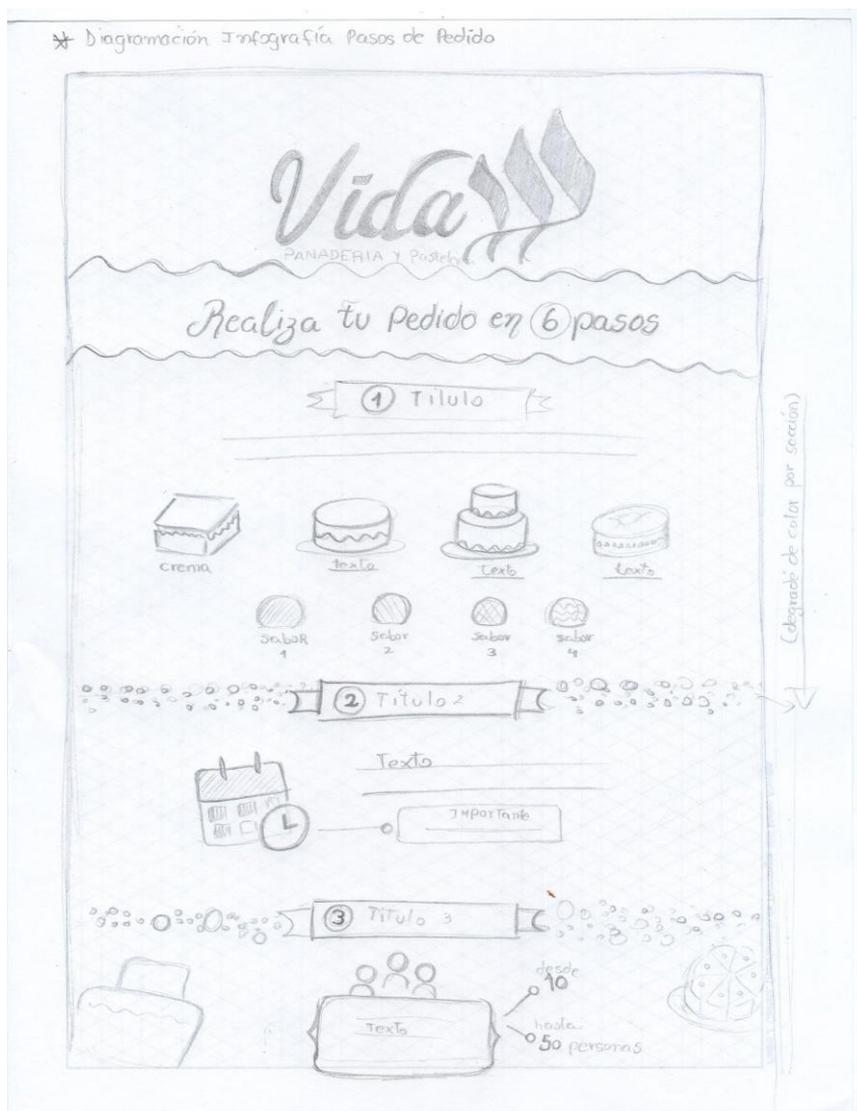


Figura 52. Boceto de la infografía

Información para la infografía :

Paso 1

Opciones de masa

Seleccione la masa y relleno de su preferencia para el pastel: chocolate o vainilla con relleno de frutas, nuez o pasas.

Paso 2

Fecha de entrega

En el calendario señale la fecha y luego la hora de entrega de su pedido, se deberán hacer con 24 horas de anticipación.

Paso 3

Número de personas

Seleccione en un rango de 10 a 40 el número de personas

Paso 4

Leyenda

La leyenda es la frase que lleva el pastel así por ejemplo : FELIZ CUMPLEAÑOS (nombre) . El número de palabras adecuado para que quede bien decorado el pastel es de cuatro en las tortas más grandes y dos en las más pequeñas.

Paso 5

Decoración

Solo se puede seleccionar una decoración para las tortas , tenemos diferentes opciones para poder complacerlos .

Paso 6

Revisar su pedido que todo este orden para poder cancelarlo , le saldrá el costo final a pagar. Tendrá un número de pedido con el cual puede pagar en caja .



Figura 53. Infografía

Infografía de Transporte de Pasteles

Dentro de las infografías necesarias para el sistema se realizó la infografía del transporte por considerar este elemento esencial en el proceso de pedido, es la etapa final en la que llega al consumidor y dependiendo de su cuidado y manejo será entregada de la mejor manera, los empaques con que cuenta la empresa Pan de Vida no han generado ningún inconveniente en su uso, presentación y utilidad por lo que no ha sido necesario considerar un cambio.

Información para infografía de transporte de pasteles

La movilización de los pasteles es muy importante ya que se lleva un producto que tomó alrededor de 4 horas en elaborarlo por lo que su transporte debe ser correcto.

Paso 1

Colocar las tinas en un lugar firme para que pueda poner las tortas .
Es necesario coger la tina con las dos manos .

Paso 2

Coger al pastel de la parte media , evitar levantarlas de los lados .

Paso 3

Colocar el pastel a un lado de la tina , los pasteles deben ir por dos tamaños.
Uno de una porción de 20 acompañado de uno de 10 porciones.

Paso 4

Poner el pastel de 10 porciones al otro lado del pastel de 20 porciones

Paso 5

Después de poner los dos pasteles en la tina , se toma de los dos lados la tina y se prosigue a llevarlos al punto de carga.

Paso 6

Se apilan hasta cuatro tinas en los vehículos para ser transportados con seguridad .

Paso 7

Verificar si las tinas están alineadas para asegurar su transporte.

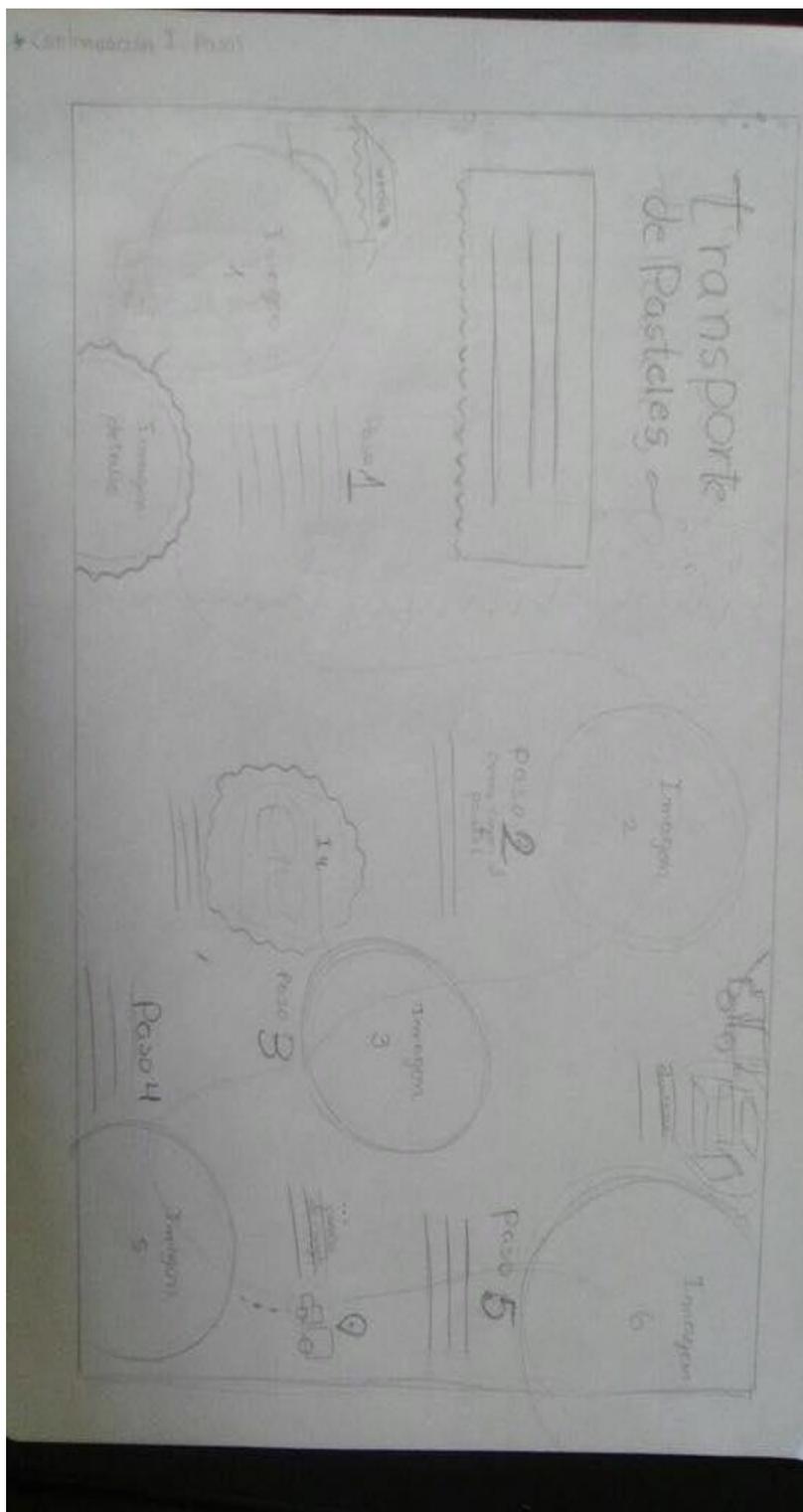


Figura 54. Boceto diagramación de infografía de transporte.

Después de esto se realizó la digitalización para poder hacer la infografía.



Figura 55. Digitalización de infografía de transporte

Diseño de Base de transporte de pasteles.

Se tenía algunos inconvenientes con las tortas de pedido para su transporte, ya que estas son trasladadas en vehículos comunes, por lo que se movían dentro de las tinas plásticas en las que se enviaban y sufrían daños sobre todo en la cobertura de crema, por lo que se diseñó un marco de madera rectangular para colocarlo dentro de la tina plástica dando así mayor sujeción a la base donde se asientan las tortas y resultó ingenioso el marco ya que mejoró sustancialmente la eficiencia de entrega al mantener intacto el producto, esto se evidenció sobre todo en el transporte hacia el local ubicado en el valle de Tumbaco, que es el punto más distante de la matriz de producción, su primer boceto fue:

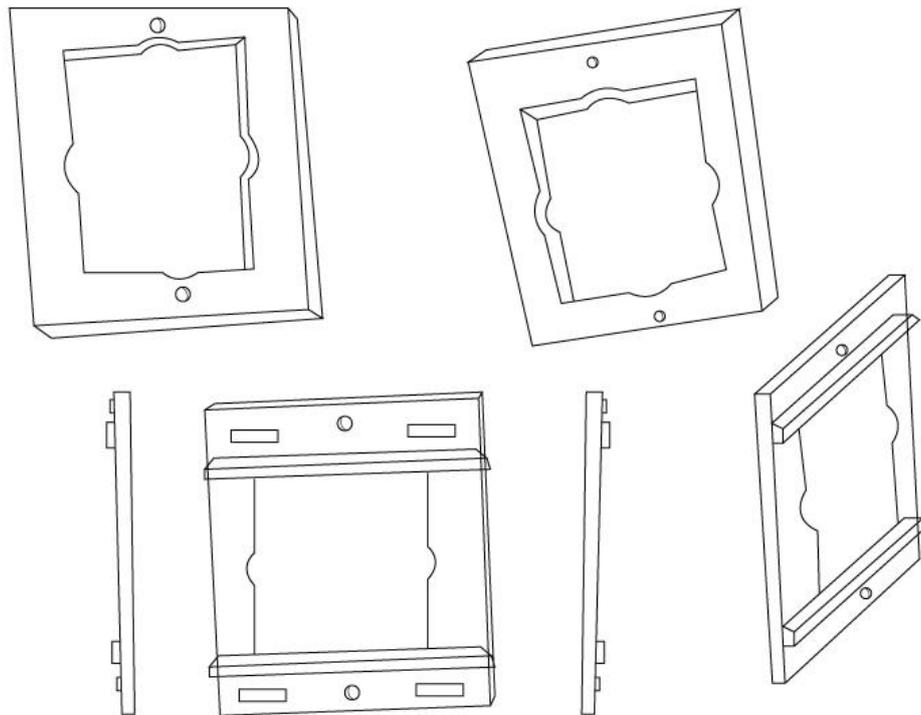


Figura 56. Bocetación de base para transporte de pasteles.

Este marco permite que se inmovilice la base donde se asienta la torta, la cual tiene en sus 4 lados interiores una forma semicircular para que las personas encargadas de su distribución puedan colocar y retirar fácilmente la base de la torta dentro y fuera de la tina plástica, el orificio redondo de los extremos laterales puede ser usado con los pulgares, en caso de que esto le facilite retirar el marco de madera de las tinas al personal de distribución.

Página de facebook "Vida"

También se realizó una página de facebook para poder dar conocer nuestro productos y promociones vía web.



Figura 58. Página de Facebook vida

El sistema contempla el rediseño del logo, la implementación de una aplicación interfaz, un catálogo digital , infografías para cada proceso, estos elementos incluye la capacitación al personal de Pan de Vida y a los clientes así incluyen a la cajera, pastelero, despachador, también como apoyo a todo este proceso se creó una página en facebook, para promocionar los productos de Pan de Vida.

Vida
PANADERIA Y PASTELERIA
Matriz: 901 Pan de Vida - Av El Dorado 210-30 y Los Magueños.
Teléfono: 2445-411
Quito - Ecuador

Factura 001-002-00
1889007
Montenegro Mena
Marco Ramiro
Ruc: 1209164725001
Aut: 1120997072
Fecha Autorización: 28/06/2017
Obligado a llevar contabilidad

Factura : 001002 001889007
Fecha : 18/07/2017
Ruc: 9999999999999
Cliente : CONSUMIDOR FINAL
Dirección :

CANT	DESCRIPCION	VUNIT	V TOTAL

Subtotal :
Iva 12%:
Total:
Cambio:

18/07/2017 16:13:33 Johanna Flores

Firma Responsable

Figura 59. Rediseño de Factura

Como parte del sistema se rediseñó las facturas que ya tenían , para poder tener la misma línea gráfica, Así también para poder tener una organización con las órdenes de pedidos en cual conste con la información a detalle.

Orden de Producción	
	1889007 
Local :	
<hr/>	
Factura : 001002 001889007	
Fecha : 18/07/2017	
Ruc: 9999999999999	
Cliente : CONSUMIDOR FINAL	
Dirección :	
Confirmación de pedido	
Masa y relleno :	
Fecha de entrega :	
Número de personas :	
Leyenda :	
Decoración:	
Observaciones :	
ABONO :	<input type="text"/>
SALDO :	<input type="text"/>

Figura 60. Órdenes de Producción

Parte de la app es generar una orden de producción en la cual conste información detallada para el pastelero el cual estará impreso, como parte del sistema este también genera un número de orden que va de la mano con la factura, también tiene un recuadro de observación para poder tener más detalles sobre el pedido.

Sistema de pedidos

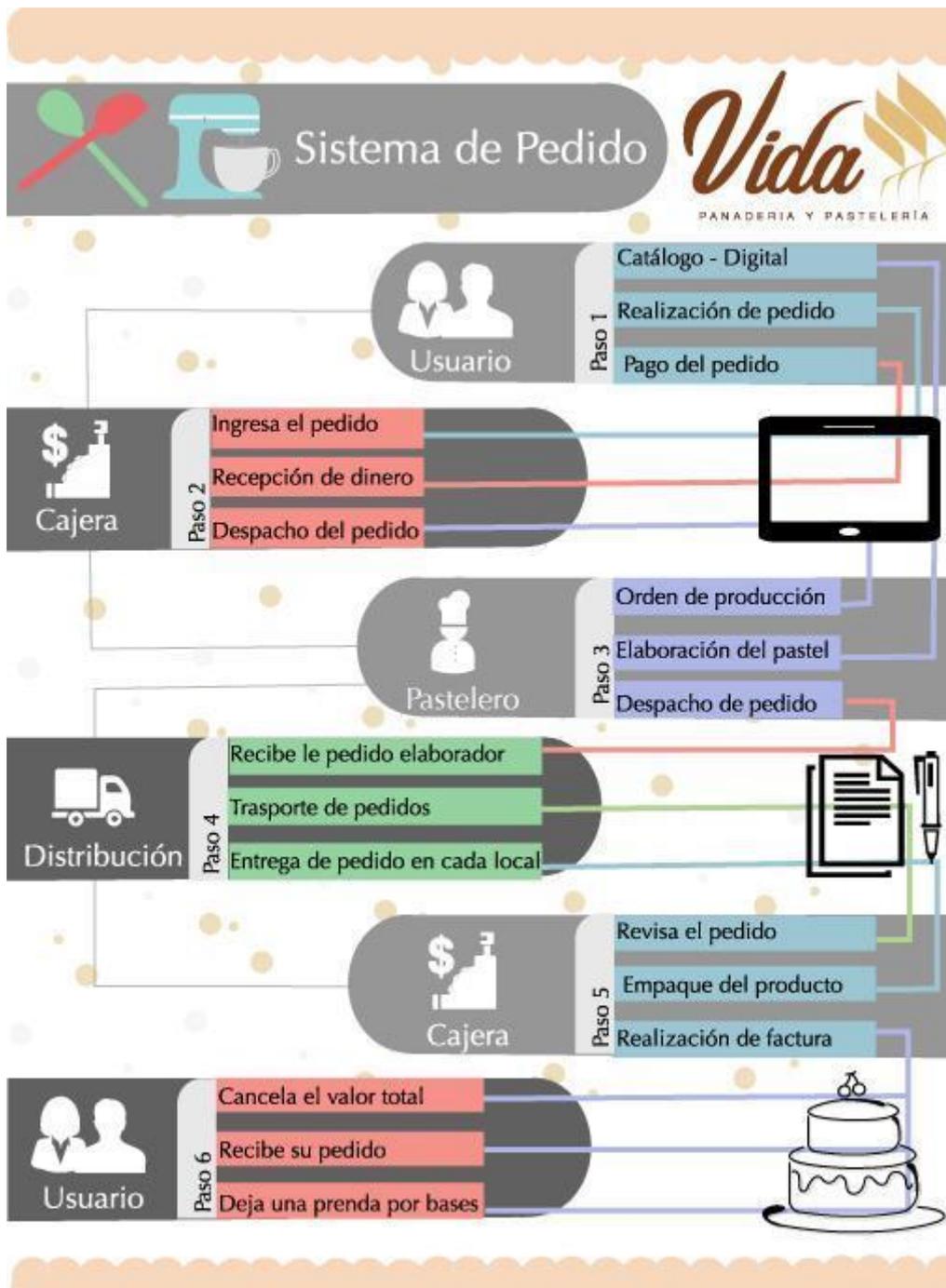


Figura 61. Sistema de servicio

5.5 Propuesta definitiva

Para solucionar la problemática referente a los inconvenientes en los pedidos que realizan los clientes para elaboración de tortas, se buscó como solución integral la mejora de todo el sistema de producción de tortas de pedido y así se realizó las infografías, se capacitó al personal para que maneje el sistema y también se rediseño el logo y la imagen de la empresa.

La expectativa de este proyecto es brindar al cliente una experiencia agradable, de fácil uso mediante la tecnología disponible a través de la aplicación, de comprensión sencilla, que le permite personalizar sus pedidos con la variadas decisiones sobre colores, formas, masas, rellenos, diseños y decoraciones, con libertad de tiempo para escoger la que considere su mejor alternativa o combinaciones entre ellas.



Figura 62. Sistema de pedidos, Usuario.



Figura 63. Sistema de pedidos, Cajera.



Figura 64. Sistema de pedidos, Pastelero.



Figura 65. Sistema de pedidos, Distribución.



Figura 66. Sistema de pedidos, Cajera.

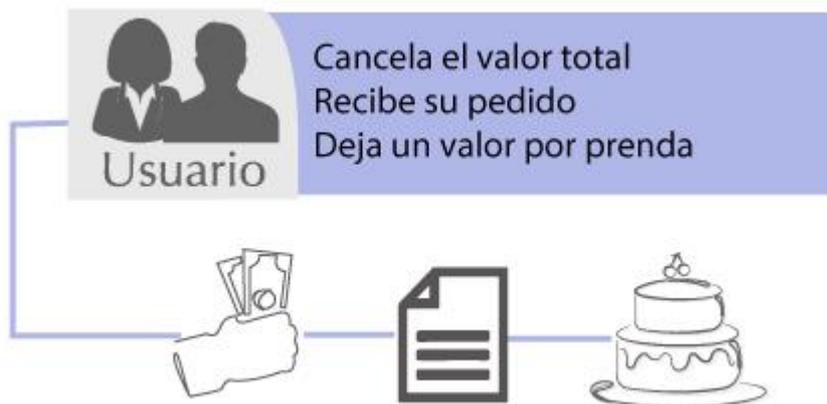


Figura 67. Sistema de pedidos, usuario.

Este sistema de pedidos está relacionado con los siguientes componentes: el diseño de la aplicación para personalizar el encargo, y el cual luego de los cambios efectuados al formato se validó una interfaz de 8 páginas para poder hacer el pedido interactuando directamente con el cliente y este pueda hacer el pedido en 6 pasos, lo cuales son :

- Paso 1 : Masa y Relleno
- Paso 2 : Calendario
- Paso 3 : Número de Personas
- Paso 4 : Leyenda
- Paso 5 : Decoración
- Paso 6 : Confirmación de Pedido



Figura 68. App, Página de Inicio



Figura 69. App, Página Masa y Relleno



Figura 70. App, Página de Calendario



Figura 71. Número de personas



Figura 72. App, Página de Leyenda



Figura 73. App, Página de Decoración



Figura 74. App, Página de Confirmación de pedido

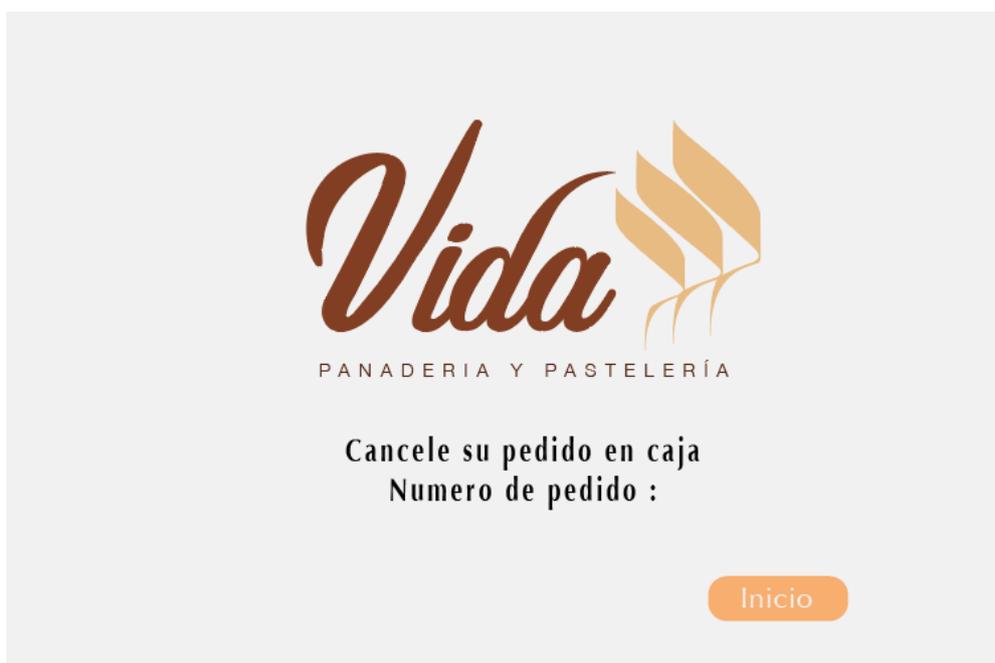


Figura 75. App, Página de Pago de pedido

La infografía que se presenta a continuación cuenta con toda la información que necesita el cliente para hacer uso del sistema y de la aplicación, y fue la que se validó.



Figura 76. Infografía de uso de App

Infografía sobre cómo se debe transportar los pasteles después de hacer los cambios este fue el resultado.



Figura 77. Infografía del transporte

5.6 Proyecto de diseño

El proceso de pedido de Pan de Vida consta de seis pasos el primero es mantener informado a los clientes con las infografías de cómo realizar sus pedidos de pasteles de manera personalizada y siguiendo las instrucciones. El segundo paso es la cancelación del pedido en caja y lo retirará de acuerdo a la fecha que conste en el pedido realizado, la cajera lo entregará el pedido a producción. En el tercer paso el pastelero receipta el pedido que viene resumido con especificaciones precisas a diferencia de las hojas que se tenían anteriormente que eran muy complicada por su estructura y manejo inadecuado de las cajeras y elabora el pastel. El cuarto paso se refiere a la

lectura de las infografías para el transporte y entrega de los pedidos de pasteles. El quinto paso es la distribución del producto y entrega al cliente. El sexto paso es la retroalimentación del cliente para conocer si el producto estuvo a su satisfacción.

Pan de Vida es una empresa sólida, que necesita modernizar sus ambientes y servicio al cliente, por lo que el proyecto de diseño consiste en una aplicación digital que cumplirá con el propósito de ofrecer un sistema que le permita al cliente hacer sus pedidos personalizados sin errores en el menor tiempo posible, lo que es una ventaja para la empresa porque ahorra recursos humanos y económicos.

Las infografías también ayudan a los clientes a informarse sobre aspectos importantes de la empresa y crean ambientes modernos.

El proyecto de diseño de la aplicación digital es el eje principal sobre el cual gira esta propuesta.

5.8 Presupuesto

Se ha considerado que para poner en marcha el proyecto se debe tener en cuenta, el costo de la investigación, la plataforma virtual y el dispositivo táctil dando todo esto un valor aproximado de seiscientos setenta dólares, la ganancia para la empresa sería reducir el 5% de pérdidas en las devoluciones de tortas por los inconvenientes en los pedidos.

El presupuesto que se requiere para el desarrollo del proyecto se detalla a continuación.

Tabla 3.

Presupuesto del proyecto.

Materiales	Costo
Hojas , Copias	\$15

Prototipo de sistema	\$250
Internet	\$40
Impresión de infografías	\$15
Movilización	\$20
Pantalla táctil	\$330
Total	\$670

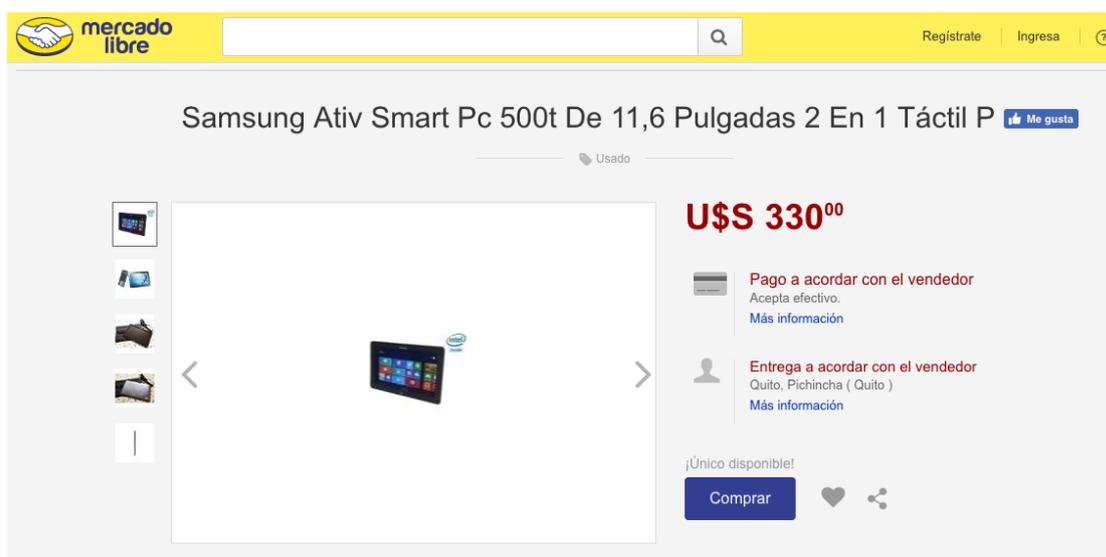


Figura 78. Mercado libre , Pantalla táctil.

5.9 Comunicación estratégica

La comunicación estratégica consiste básicamente en la presentación de una propuesta para motivar a inversionistas, dueños o accionistas a destinar recursos para implementación de sistemas, mejoras integrales, nuevos proyectos o cualquier actividad que genere mayor rentabilidad a una empresa nueva o ya existente, usando canales y medios idóneos para generar un impacto positivo, utilizando una página web en facebook, con el nuevo logotipo y nombre cambiando la imagen de la empresa.

Capítulo VI. Resultados

6.1. Validación de sistema de pedidos

La primera propuesta que se validó en el proyecto fue el logo, que se lo presentó a gerencia y a varios clientes y empleados administrativos y operativos de la empresa y gusto, después de tres bocetos se aprobó el logo definitivo que consta en el proyecto.

Internamente se validó el sistema viendo funcionamiento de la cajera que es la primera persona donde acude el cliente para hacer sus pedidos de tortas, en esta fase el personal de Pan de Vida no tuvo inconvenientes con el app, para explicar a los clientes y receptor, las órdenes de producción y las facturas de cancelación o anticipos que entrega el cliente, hubo un porcentaje limitado de personas que pidió ayuda para realizar el pedido personalizado en el dispositivo, pero sin mayores novedades.

Producción, indica que los pedidos son claros, se entiende ya que son impresos y no realizados a mano, tuvo dos errores en los pedidos con la hora de despacho porque no se fijaron en la numeración correspondiente ya que esta forma de numeración es nueva para ellos, pero se resolvió a tiempo, se llamó al cliente y se le pidió que la reciba más tarde.

El transporte de tortas no tuvo inconvenientes, ya que se programaron con las hojas de producción las horas de despacho, y las tortas llegaron intactas a su destino.

La base de madera que se colocó en las tinas de plástico resultó de gran ayuda para la movilización de las tortas, logrando que lleguen intactas hasta el cliente.

La plataforma se validó con los clientes en un horario y día de alta afluencia para verificar las reacciones y aprobación del proyecto y tuvo un alto interés y aceptación.

Las infografías presentadas al personal de Pan de Vida y clientes fueron comprendidas y se verificó en conversaciones con ellos que eran comprensibles y llamativas, además que cumplían con el propósito de informar.

De las encuestas realizadas a la señora contadora de la empresa a las cajeras, producción, despacho y clientes se pudo obtener los siguientes datos: la contadora indica que en el sistema no se evidencian devoluciones de pedidos por problemas o inconvenientes en los mismos, sino por otros motivos, pero opina que se deberá evidenciar en un tiempo mayor su eficacia. Las cajeras señalan que ha sido muy interesante ver la reacción de los clientes ante la aplicación de pedidos esto ha facilitado los tiempos de pedidos, las confusiones con producción y despacho, opinan que ha resultado muy beneficioso el sistema, pero que algunos clientes han necesitado ayuda para utilizar la aplicación a pesar de las infografías. Los empleados de producción y despacho, manifiestan que ahora los pedidos son explícitos, no hay mayores inconvenientes con lo solicitado por los clientes, creen que esto ha facilitado su trabajo. Los clientes según las encuestas dicen que el dispositivo fue de fácil manejo que permitió hacer su pedido en poco tiempo y elegir a su gusto, hay satisfacción con el sistema.

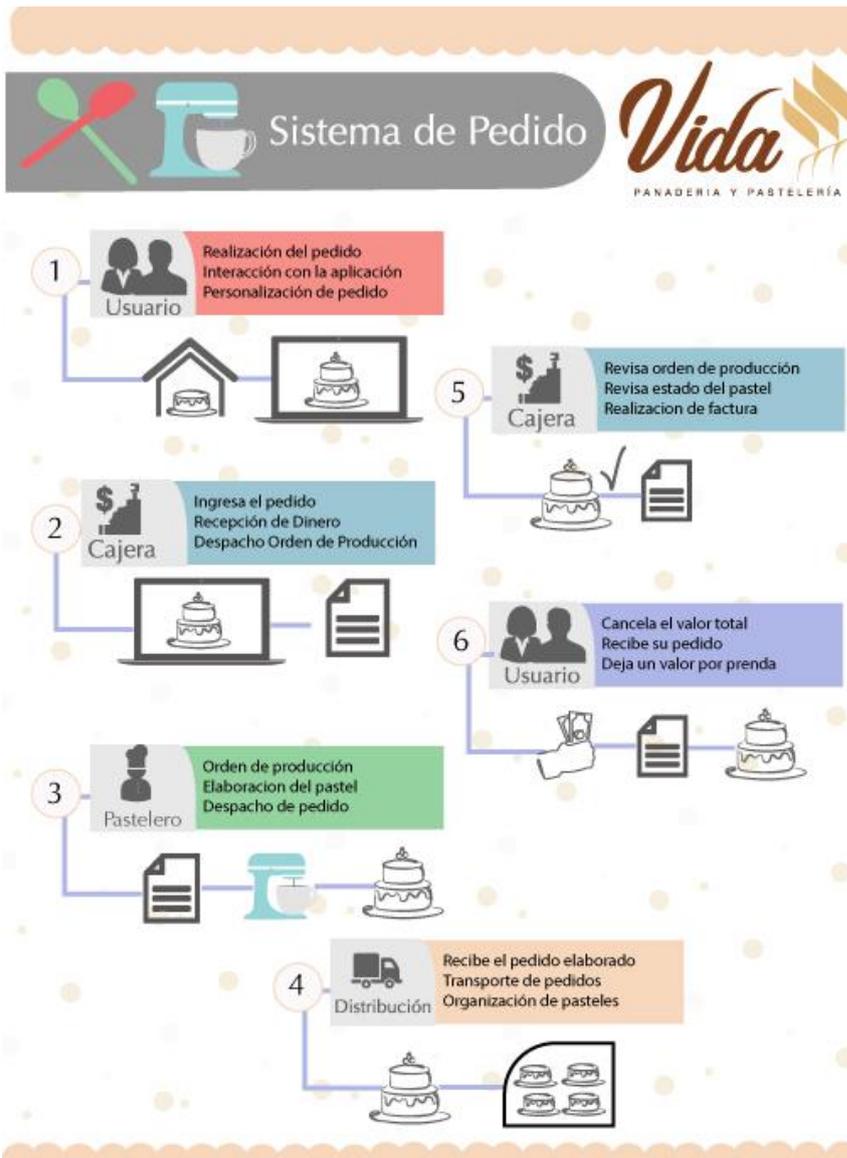


Figura 79. Sistema de pedido Vida

VII. Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones de sistema integral

Este proyecto mejora el proceso de recepción de pedidos con la implementación del sistema digital.

Mejora la imagen de la empresa ya que la moderniza a través del uso de nuevas tecnologías. Es un sistema integral porque involucra a todas áreas de la empresa desde producción, despacho, ventas, contable, además de las áreas administrativas y operativas.

Únicamente con reducir el tiempo que emplean las cajeras al tomar pedidos a los clientes ya se obtiene una mejora en la atención al consumidor y un incremento en el volumen de ventas al agilizar el proceso de facturación. Existe la certeza de que se cumplió con el objetivo planteado de crear un sistema integral de mejora ya que se ha puesto en marcha. Se evidenció que una debilidad en el proyecto es el requerimiento de entrenamiento previo tanto del personal como de los clientes para su correcto manejo.

Este sistema contribuye con la reducción de tiempos y movimientos en caja, producción y eleva el nivel de satisfacción de los clientes, de ahí que se ratifique lo integral del sistema, no solo por la logística interna sino inclusive porque integra al cliente en el proceso.

7.1 Recomendaciones sobre el sistema

Capacitar al personal para el uso adecuado de los sistemas de las infografías de las hojas de pedidos con los cambios respectivos y las normas para el manejo y transporte de los productos y datos que ofrece la plataforma virtual.

Implementar el sistema en todas las sucursales de Pan de Vida para obtener mejores resultados.

Ampliar el sistema para ofrecer mayor cantidad de productos a los clientes.

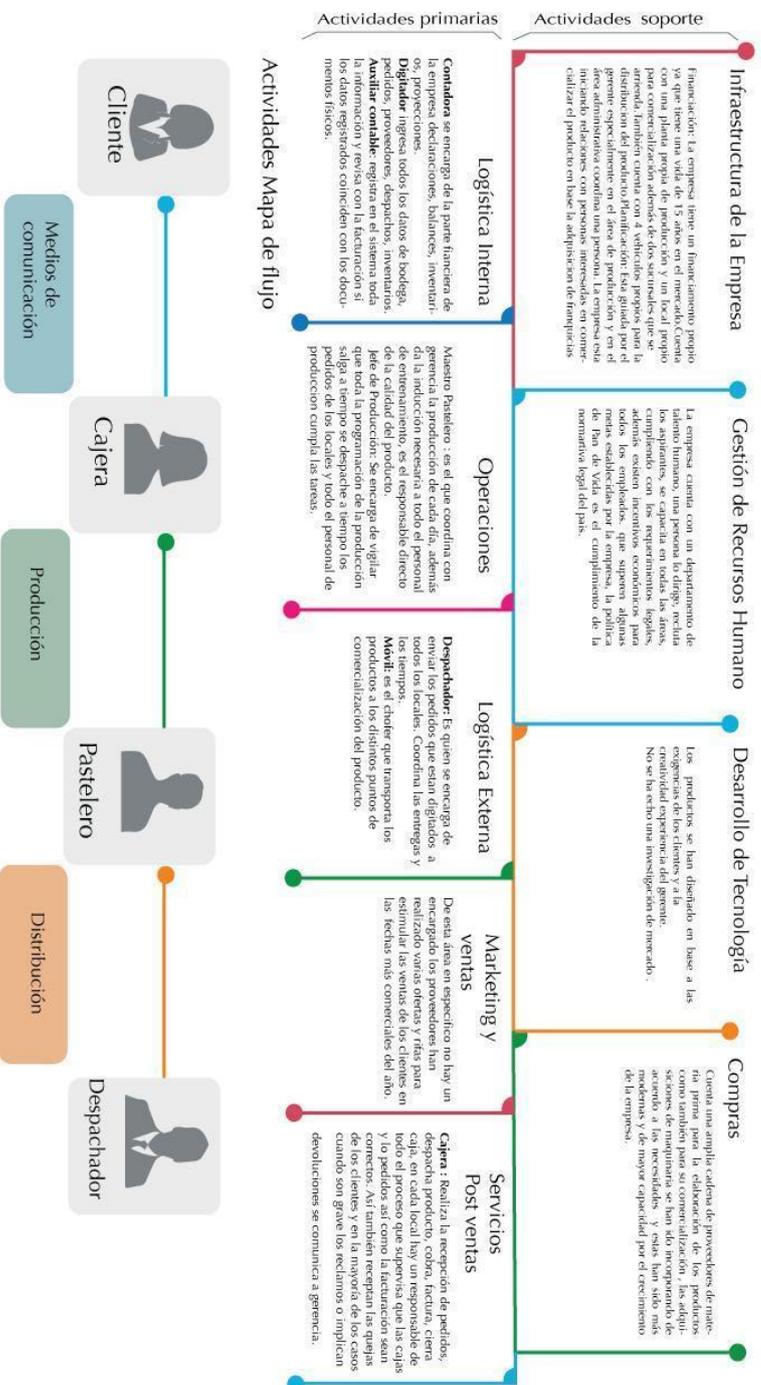
Referencias

- Argüello J.,(2005). Identidad e imagen corporativa. Argentina , Córdoba, Editor AR: El Cid.
- Cueva L., Juan Manuel, (2015). UsabilidadWeb, Recuperado el 12 de marzo de 2017 de www.UsabilidadWeblectura.pdf.
- Córcoles J.,(2014). Imagen Corporativa aplicada sobre Diseño de interfaz web Madrid, España, RA-MA Editorial.
- García S., (2014). Diseño centrado en las personas del kit 2, Segunda Edición, Recuperado el 20 de marzo del 2017 de www.diseñocentradoenpers_Spanish_download/ideo_hcd_toolkit:final_combined_Lr.pdf
- Ellison A., (2008). Tipografía digital, España, Barcelona, Empresa del Grupo Editorial Norma de América Latina.
- García L., José,(2014).Técnicas de diseño gráfico corporativo (UF240), España Madrid, Editorial CEP, S.L.
- Gordon M., Gordon Bob, (2007). Manual de uso Diseño Gráfico Digital, España, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Harris A.,(2008). Fundamentos del diseño gráfico, España, Madrid, Empresa de Grupo Editorial Norma de America Latina.
- Heller E., (2004.) Psicología del color aplicado en diseño, España, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Leiro J., (2008).Diseño grafico, estrategia y gestión Imagen Corporativo,España Madrid Ediciones Infinito.
- López A.,(2014). Curso diseño gráfico: fundamentos y técnicas de concepto España,Madrid, Larousse - Ediciones Pirámide.
- Lupton E., (2016). Diseño gráfico: nuevos fundamentos en conceptualizaciones España,Madrid, Editorial Gustavo Gili.
- Marquina A .,(2013) Julián. Plan social media y community manager. Barcelona España , Editorial UOC.

- Martinez E.,(2009) Programa de Diseño industrial del INTI en el desarrollo web
Argentina, Buenos Aires. Editor Responsable Programa de Diseño
- Sánchez R.,(2009). Organización de bodas: guía de práctica para profesionales
y novios, Argentina Buenos Aires, Editorial Nobuko,
- Twemlow A.,(2007) ¿Que es el diseño gráfico e industrial?, España, Barcelona
Editorial Gustavo Gili, SL.
- Valdés J., (2016). Innovación y diseño grafico para la estrategia empresarial
España, Madrid, Editorial Pearson Educación

ANEXOS

Actividades de Gestión y Producción actuales de Pan de Vida



Anexo 2

Entrevista para personal de Pan de vida

Contadora : Jenny Montúfar

Encuestadora : Tatiana Montenegro

Preguntas :

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa Pan de vida?

2. ¿ Con qué sistema contable trabajan ?

3. ¿Qué tiempo trabaja con el sistema? ¿Qué tipo de datos se obtiene acerca de los pedidos de tortas ?

4. ¿Cuál es el estado financiero en el último año?

5.¿Cuál es el porcentaje de pérdidas que maneja la empresa en el último año a consecuencia de las devoluciones de pedidos de tortas?

6.¿ Existe algún motivo por el cual existe pérdida ?

7. ¿Cuál es el estado financiero en el último año?

8. ¿Donde considera que hay deficiencias en el cumplimiento de la calidad del servicio al cliente?

8. ¿Qué recomendaría usted que se podría cambiar o mejorar el sistema de calidad de la empresa ?

Entrevista a Cajera de Pan de vida

Entrevistadora : Tatiana Montenegro

Preguntas

2. ¿Qué tiempo trabaja en la empresa Pan de Vida?

3. ¿Cuáles son las funciones que desempeña?

4. ¿Con cuáles de estas funciones tiene mayores problemas?

5. ¿Por qué?

6. ¿Considera que la hoja de pedido facilita su trabajo?

7. ¿Los catálogos que maneja la empresa son de interés para los clientes?

8. ¿ Los clientes le han solicitado información en redes sociales o página web ?

8. ¿A quién entrega los pedidos de tortas?

9. ¿Cuáles son los reclamos más frecuentes que tienen los clientes sobre sus pedidos de tortas?

10. ¿Qué medidas sugiere usted para mejorar la calidad del servicio?

Encuestas para los Clientes de Pan de Vida

1. ¿Al momento de hacer el pedido como fue su experiencia?

2. ¿Al momento de ofrecer el producto cuántos tipos de masas le indicaron que puede escoger?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4

3. Le dieron algunas opciones de relleno para su pedido de pastel. Recuerda cuáles?

4. ¿Le mostraron un catálogo con tipos de decoración , que tal le pareció ?

5. ¿ El personal que receiptó su pedido le hizo sugerencias sobre la decoración, masas y relleno que sea novedoso y le haya ayudado en una buena elección ?

3. ¿Le entregaron a tiempo el pedido ?

- a. Si
- b. No

4.¿Cuál fue el motivo por el cual no le entregaron a tiempo su pedido?

5. ¿Cómo calificaría las condiciones en las que recibió su pedido ?

1. Excelente

d. Buena

e. Regular

f. Mala

.¿Porque?

6. ¿ Qué recomendación haría para mejorar el servicio de su pedido ?

Encuestas para empleado de Pastelería y jefe de producción de Pan de Vida

Encuestadora : Tatiana Montenegro

Preguntas

2. ¿Qué tiempo trabaja en la empresa Pan de Vida?

3.¿ Con quien coordina la producción de pastelería?

4. ¿Cuales es el proceso que sigue cuando hay un pedido de torta?

5. ¿Qué hace cuando los pedidos no cuentan con la información necesaria ?

6. ¿Cuál es el mayor inconveniente que tiene al realizar su trabajo ?

7. ¿Por qué ?

8. ¿Cuáles considera son las causas que provocan inconvenientes en los pedidos de los pasteles ?

9. ¿ Conoce usted el motivo por el cual se pierden los pasteles por devoluciones?

10. ¿ Cree usted que se necesitan cambiar o mejorar los sistemas de producción dentro de la empresa ?

11.¿Porque cree usted y qué cambios o mejoras se podrían implementar?

Entrevistas para empleado de Despacho y distribución de Pan de Vida

Encuestadora : Tatiana Montenegro

1. ¿Cuál es el cargo que desempeña en su trabajo?

2. ¿Qué tiempo trabaja en la empresa Pan de Vida?

3. ¿Cuáles son los pasos que se realizan en su trabajo para el despacho del producto ?

4. ¿ Dentro de este proceso cuál es la mayor deficiencia que se repite ?

5. ¿ Para el despacho de pedidos de pasteles cual es el proceso ?

6. ¿Se verifican los despachos antes de su salida ?

(Si la respuesta es sí) ¿cómo se verifican?

7. ¿ Como se realiza el transporte de los pedidos de torta ?

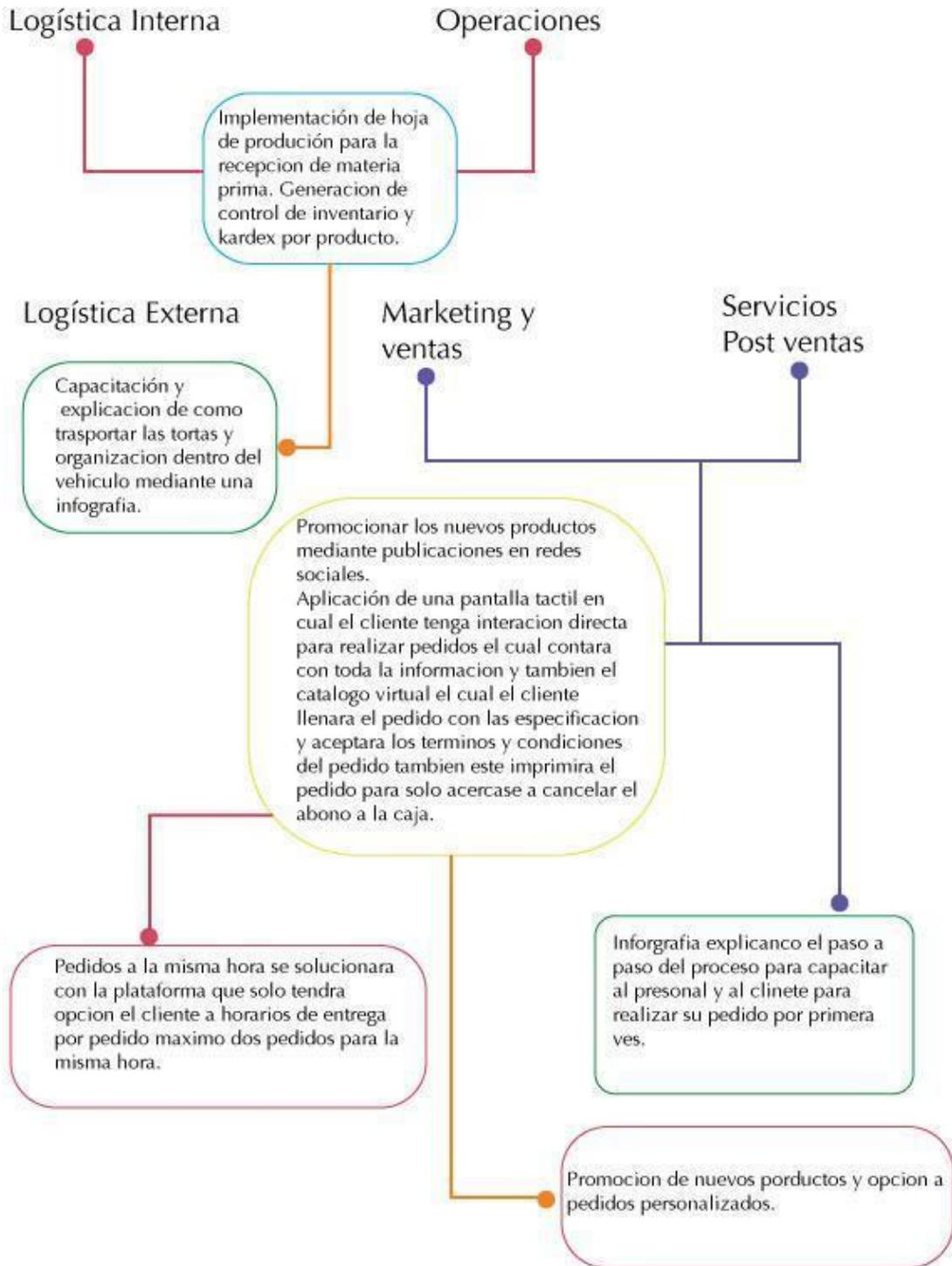
8 ¿ Cuáles son los inconvenientes al momento de transportar las tortas?

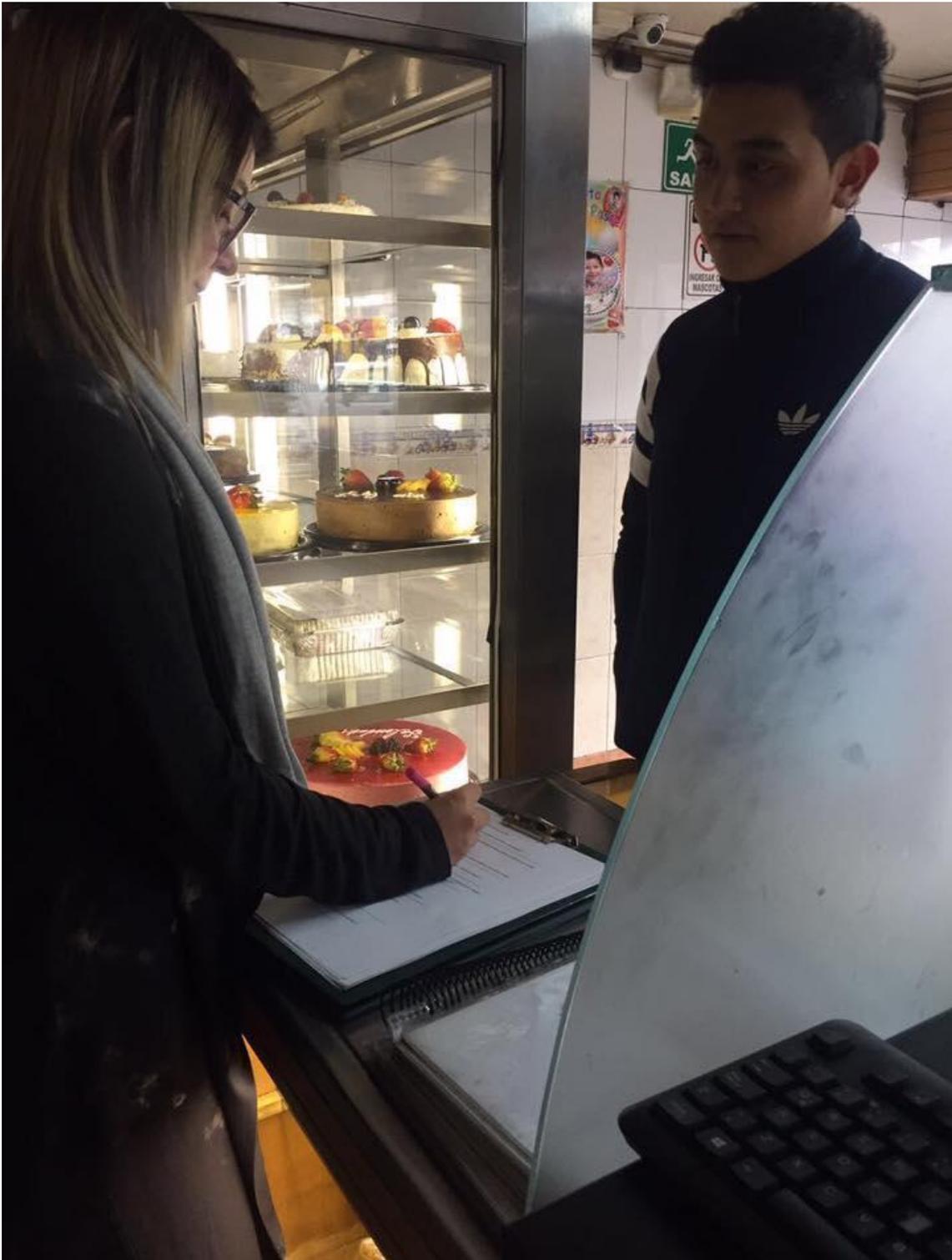
9. Cuál es el motivo por el cual las tortas se dañan cada día al transportarlas ?

10¿ Según su criterio cómo se podría mejorar el sistema de transporte de tortas?

Anexo 3

Soluciones previas





Anexo 5



Anexo 6



Anexo 7



Anexo 8

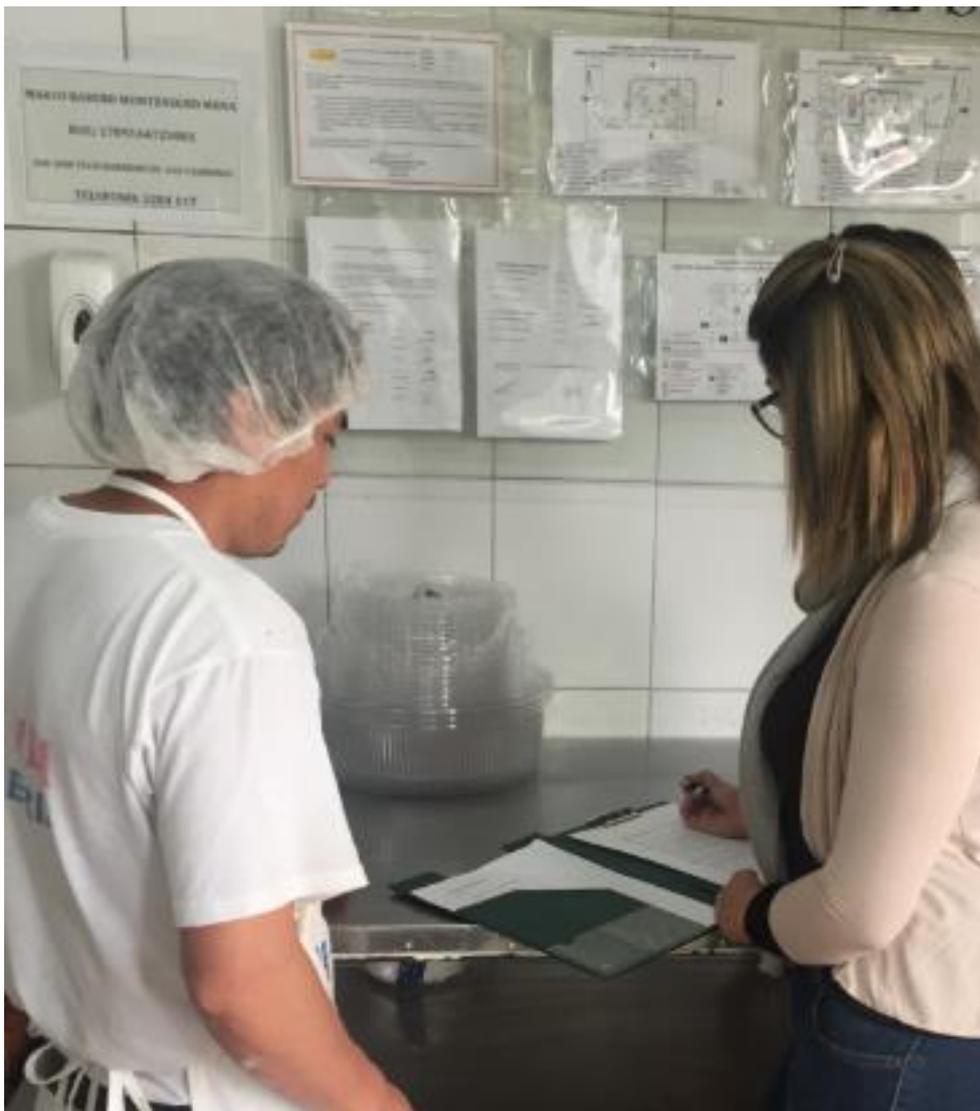




Figura 78. Validación Infografía Transportes



Figura 77. Validación Infografía Transportes



Figura 52

Validación Infografía de Sistema de Pedidos



REALIZA TU PEDIDO EN 6 PASOS

1 Masa y Relleno

Escoge el pastel con el sabor y relleno que esté en exposición

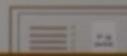
<p>Masa</p>  <p>Masa de Chocolate</p>	<p>Masa de Vanilla</p>  <p>Masa de Vanilla</p>
<p>Relleno de Manzana</p>  <p>Relleno de Manzana</p>	<p>Relleno de Frutas</p>  <p>Relleno de Frutas</p>
<p>Relleno de Pasas</p>  <p>Relleno de Pasas</p>	

<h3 style="text-align: center; background-color: #e0f2f1; padding: 5px;">2 Fecha de Entrega</h3> <p style="text-align: center; font-size: small;">Escoge un día y una hora para la entrega de su pedido</p>  <p style="font-size: x-small; text-align: center;">Es importante hacer el pedido con tiempo para tener disponibilidad en el sistema</p>	<h3 style="text-align: center; background-color: #e0f2f1; padding: 5px;">3 N° de Personas</h3> <p style="text-align: center; font-size: small;">Especifique para cuántas personas está destinado el pastel para sacar el número de porciones</p>  <p style="font-size: x-small; text-align: center;">Las opciones van desde 10 a 40 porciones</p>
--	---

<h3 style="text-align: center; background-color: #e0f2f1; padding: 5px;">4 Leyenda</h3> <p style="text-align: center; font-size: small;">Escoge el mensaje o frase que desea poner en el pastel</p> <p style="font-size: x-small; text-align: center;">Ejemplo: Feliz cumpleaños, ¡Felicitación!</p> <p style="font-size: x-small; text-align: center;">Es recomendable tener solamente 8 palabras para que se pueda leer con el móvil</p>	<h3 style="text-align: center; background-color: #e0f2f1; padding: 5px;">5 Decoración</h3> <p style="text-align: center; font-size: small;">Seleccione un tipo de decoración para la torta</p> <table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td> Masa</td> <td> Chocolate</td> <td> Crisp</td> <td> Perlas</td> </tr> </table>	 Masa	 Chocolate	 Crisp	 Perlas
 Masa	 Chocolate	 Crisp	 Perlas		

6 Verificación

Revisa su pedido → Una vez confirmado que todo esté correcto le saldrá el valor a pagar y un número de pedido → Acercarse a caja para cancelar su pedido


EMPANADA NORMAL	0.35
EMBAJADOR	0.20
CENTENO SAL	0.18
MA...	0.15
PIZZA	0.16
MANTEQUILLA	0.20
MOLDE AGUA	0.80
MOLDE ESPECIAL	1.50
MOLDE INT. GRANDE	1.50
MOLDE INT. PEQUEÑO	0.50
MINI EMPANADA	0.10
AJUNJOLI	0.16
...	0.10

Figura 54

Validación de la Infografía de Pedidos



Figura 53

Validación Infografía de Sistema de Pedidos



Figura 55

Validación de Sistema de pedidos



Figura 56

Validación de Proceso de Pedidos

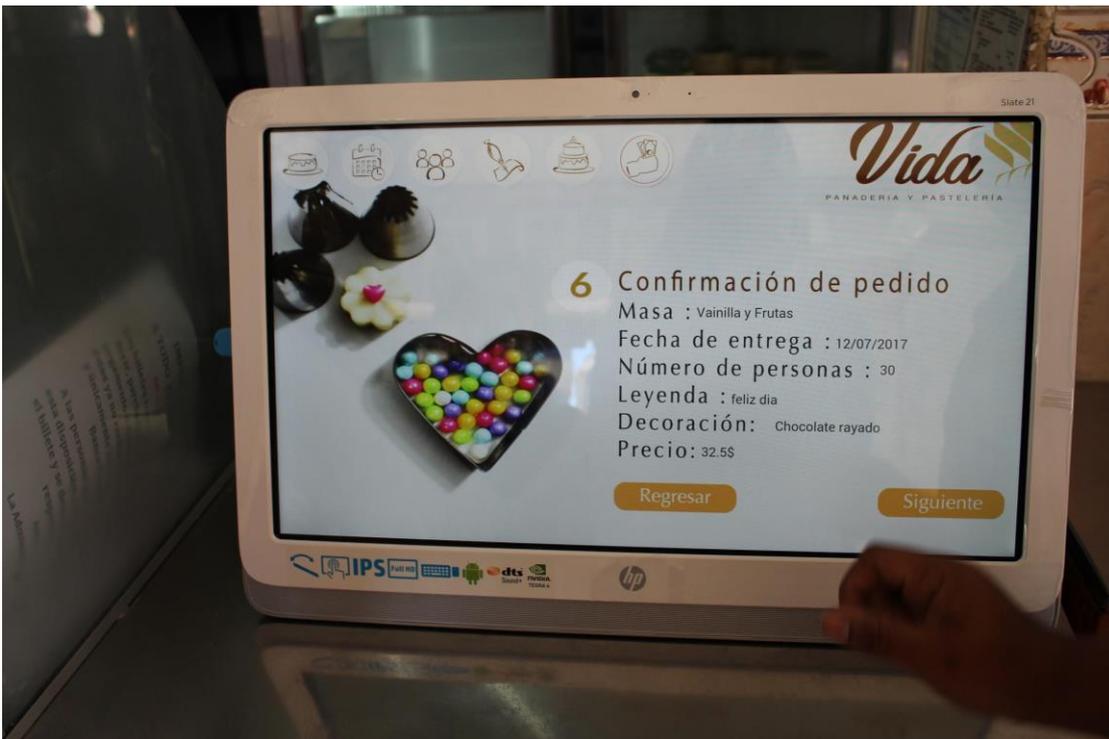


Figura 58

Validación de Proceso de Pedidos



Figura 57

Validación de Proceso de Pedidos



Figura 63

Validación de Entrega de Pedido



Figura 60

Validación de Proceso de Pedidos

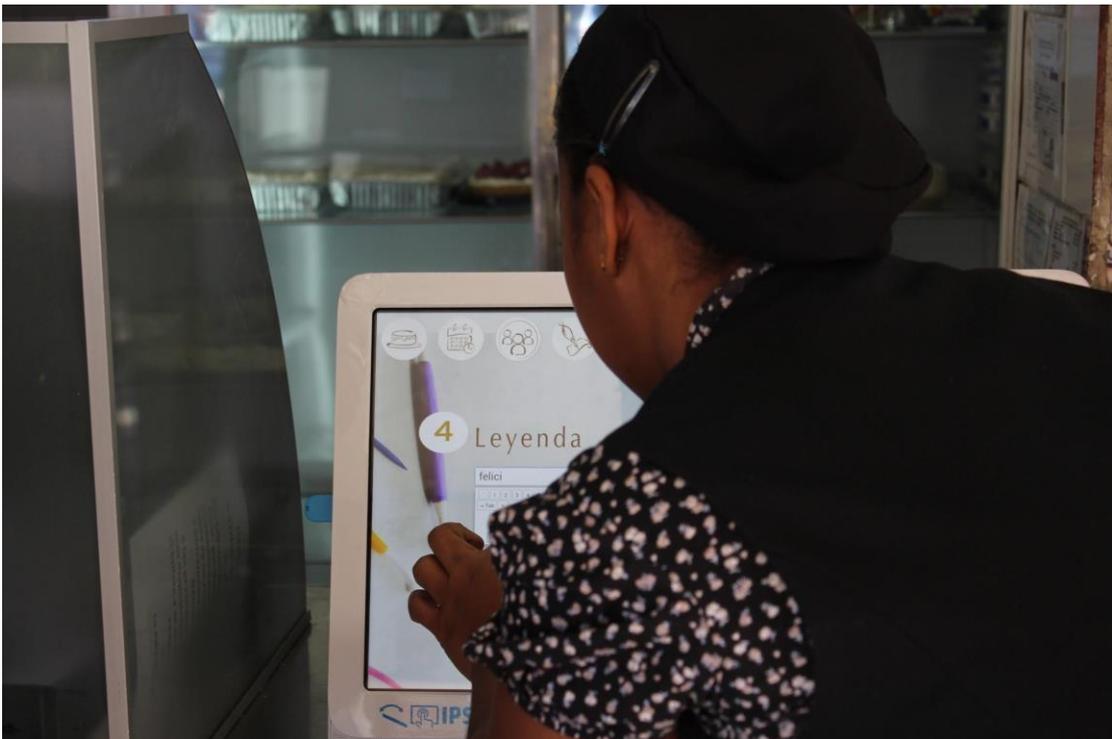


Figura 61

Validación de Proceso de Pedidos

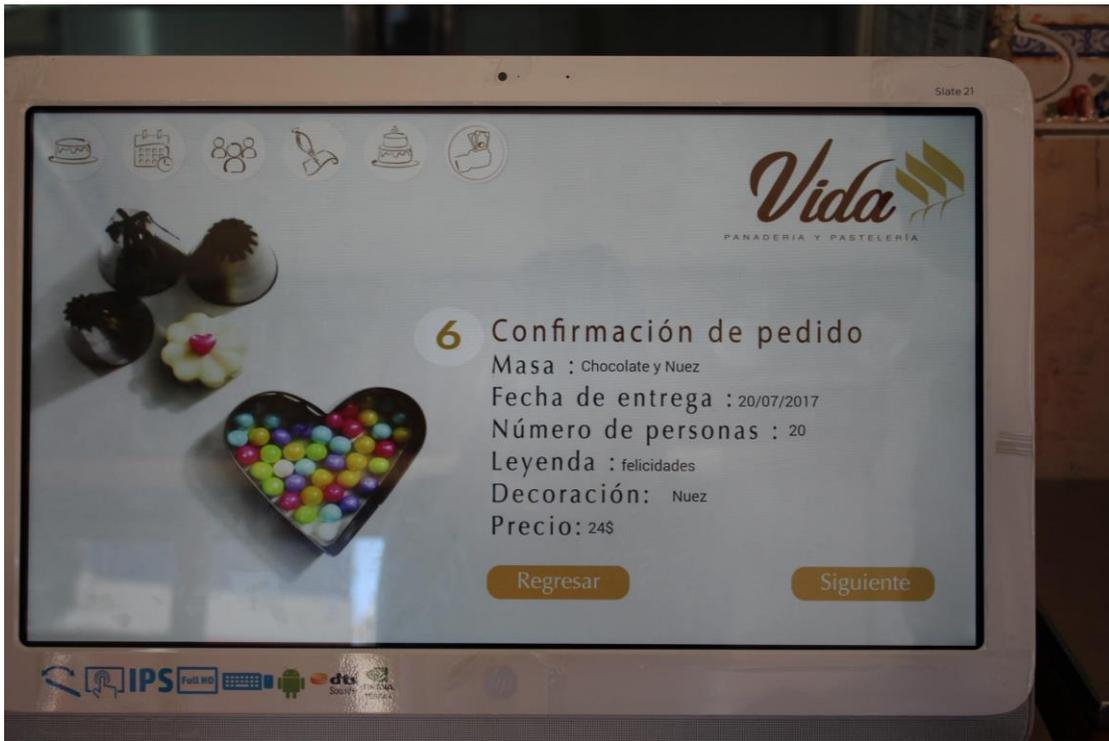


Figura 62



Figura 64

Validación de Entrega de Pedido

ENTREVISTA SISTEMA DE PEDIDOS

Contadora de la empresa

1. ¿Qué opina usted sobre la implementación del sistema de mejoras en Pan de Vida?

.....
.....

2. ¿Según la facturación de tortas registradas, hubo un crecimiento en las ventas a partir de la implementación del sistema, en qué porcentaje aproximadamente?

.....
.....

3. ¿Disminuyeron las devoluciones de las tortas a partir de la puesta en marcha del sistema?

.....
.....

4. ¿Cuál de los procesos implementados cree usted podría ser más eficiente y por qué?

.....
.....

ENTREVISTA A LAS CAJERAS DE PAN DE VIDA

1. ¿Qué opinión tiene usted sobre la implementación del sistema de mejoras aplicado en Pan de Vida?

.....
.....

2. ¿Ha mejorado la comunicación con el pastelero, digitadores y despacho de los pedidos de tortas?

.....
.....

3. ¿Este proceso le ha ayudado a ser más eficiente en su trabajo?

.....
.....

4. ¿Al cierre de caja usted ha notado un han variado las ventas desde la implementación del sistema?

.....

.....

5. ¿Cómo reaccionan los clientes en el uso del dispositivo?

.....

.....

6. ¿Ha funcionado correctamente el dispositivo?

.....

.....

7. ¿Cuántas devoluciones de tortas ha podido evidenciar usted y cuáles fueron los motivos?

.....

.....

8. ¿Cómo cree usted que las infografías han ayudado a los clientes y empleados de Pan de Vida?

.....

.....

ENCUESTA LOS CLIENTES DE PAN DE VIDA

1. Utilizó la pantalla táctil para hacer sus pedidos de tortas SI NO

2. Si la respuesta fue si por favor indique si su manejo fue:

-Fácil -Complicado -Difícil -No pudo realizar su pedido

3. Si su respuesta fue no indique un motivo

-No conocía de la pantalla -Prefiere un trato personalizado

4. Su pedido estuvo acorde con lo solicitado en la pantalla táctil

5. ¿Qué sugerencia le haría al proceso de pedidos mediante la pantalla?

ENTREVISTA AL PASTELERO Y DESPACHADOR DE PAN DE VIDA

1. ¿Qué opina sobre la implementación del nuevo sistema de pedidos en el área de pastelería?
2. ¿Qué mejoras ha logrado evidenciar en el desempeño de su trabajo con el nuevo sistema?
3. ¿Ha reducido las devoluciones de tortas desde la implementación del sistema?
4. ¿Cuál sería sus sugerencias para mejorar el sistema?

