
Proyecto Final Sistemas de Información II

Food Sale

Amargos, Lautaro Leonel -Cañete Palomo, Jose Analuz - Díaz, Paula María - López, Rodrigo Nicolas -

Poliche, Pilar - Villafañe, Agustina

lautaroamargos2994@gmail.com - luzanaluz.17@gmail.com - paulamdiaz99@gmail.com -
rodrigonicolasl18@gmail.com - pilarpoliche@gmail.com - aguvillau@gmail.com

Resumen

FoodSale es una aplicación móvil que actúa como un puente innovador entre locales de comida y consumidores. Los locales pueden utilizar la aplicación para ofrecer productos no vendidos o que están a punto de expirar. Estos productos se agrupan en paquetes sorpresa, que los clientes pueden adquirir a precios sustancialmente reducidos. FoodSale hace que sea más fácil y rentable para los locales reducir las pérdidas de alimentos.

Esta aplicación trae amplios beneficios tanto a los locales como a los clientes de los mismos. Para los locales, FoodSale representa una oportunidad para reducir pérdidas y desperdicio de alimentos, al tiempo que recuperan parte de su inversión. En cuanto a los clientes, disfrutan de ofertas especiales y acceso a productos de calidad a precios más bajos.

Además, un punto muy importante en FoodSale es el impacto ambiental y social. Esta aplicación tiene un impacto positivo en la reducción del desperdicio de alimentos, la conservación de recursos y la promoción de prácticas sostenibles en la industria alimentaria. Además de su impacto ambiental, la aplicación también contribuye a las comunidades locales al brindar alimentos de calidad a precios accesibles.

Palabras Clave:

Comida – Oferta – Sorpresa – Intermediario- Desperdicio

Introducción

El desperdicio de alimentos es un problema global que tiene un impacto significativo en el medio ambiente y la economía. FoodSale es una innovadora aplicación que aborda este desafío, actuando como intermediaria entre los locales de comida y los clientes. Su misión es reducir el desperdicio de alimentos al mismo tiempo que ofrece a los clientes productos de calidad a precios reducidos.

Proporcionamos a las empresas una herramienta para vender sus excedentes de comidas y de otros productos, incluyendo productos no especificados en “Packs Sorpresa”.

Los establecimientos a los que está destinada la App son: restaurantes, supermercados, panaderías, estaciones de servicios, bares, etc.

Situación Problemática

En muchos restaurantes, panaderías y supermercados se genera un desperdicio considerable de comida a diario. Esto ocurre cuando los alimentos preparados no se venden y, en lugar de ser aprovechados o donados, se descartan. El desperdicio de comida no solo tiene un impacto económico negativo en los negocios, sino que también contribuye al problema más amplio del desperdicio de alimentos, que tiene consecuencias ambientales y sociales.

Preguntas de Investigación

- ¿Cómo puede FoodSale facilitar la reducción del desperdicio de alimentos en los locales de comida y qué beneficios específicos ofrece a estos negocios?
- ¿Qué barreras y desafíos potenciales existen para la adopción de FoodSale por parte de los locales de comida y los consumidores?
- ¿Cuál es el alcance del desperdicio de alimentos en los locales de comida y cuál es su impacto económico y ambiental?
- ¿Cuál es la percepción y la aceptación de los consumidores con respecto a los productos ofrecidos a través de FoodSale en términos de calidad y precios?

Objetivo General

- Evaluar el impacto de FoodSale como una solución para reducir el desperdicio de alimentos en locales de comida, analizando sus beneficios para los negocios locales y su recepción por parte de los consumidores.

Objetivos Específicos

- Analizar el funcionamiento y la eficacia de FoodSale en la reducción del desperdicio de alimentos en los locales de comida.
- Determinar estrategias efectivas para promover FoodSale entre los locales de comida y los consumidores.

-
- Identificar y documentar los beneficios específicos que FoodSale ofrece a los locales de comida, incluyendo la reducción de pérdidas económicas y la promoción de prácticas sostenibles.

Marco Metodológico

Esta investigación utiliza una perspectiva cualitativa con un enfoque de investigación-acción para obtener una comprensión completa del impacto de FoodSale en la reducción del desperdicio de alimentos y la percepción de los consumidores. Se llevarán a cabo encuestas a consumidores, entrevistas a dueños de locales de comida y análisis de datos obtenidos.

Marco Teórico

Unidad 7: Modelos de negocios, Modelos de ingresos, Modelo Canva.

- Modelos de negocios: es la estructura que explica cómo, mediante un producto o servicio, una organización crea, proporciona y capta valor en las relaciones con sus clientes. Ayuda a entender y definir los elementos estratégicos que hacen funcionar a tu negocio. Existen distintos tipos de modelo de negocios en el comercio electrónico, uno de ellos es:

- *Creador de Mercado:* Es una entidad que facilita la compra y venta de productos, al actuar como intermediario entre compradores y vendedores. Su objetivo principal es proporcionar liquidez al mercado y asegurarse de que siempre haya una contraparte dispuesta a comprar o vender un producto.

- *Lienzo de Modelo de Negocios:* Establecer esos componentes facilita su análisis por separado o en conjunto, a fin de administrarlos mejor y hacer los ajustes que sean necesarios. Se

utilizan nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. Los módulos son:

1. Segmento de Mercado
2. Propuestas de Valor
3. Canales
4. Relaciones con clientes
5. Fuente de ingresos
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Asociaciones clave
9. Estructura de costes

- Modelo de Ingresos: Es la forma de monetizar el modelo de negocios, la modalidad en que la empresa capta los ingresos generados a través de su propuesta de valor. Hay muchos tipos de modelos de ingresos, dentro de cada uno de estos modelos prevalecen diferentes variantes. Algunos de ellos son:

1. Por Suscripción: ofrecen a sus consumidores un paquete de servicios, productos o contenidos a cambio de un pago.

2. Cuota de transacciones: La empresa recibe una cuota por cada transacción que se ejecute en la plataforma.

Unidad 8:

- Crowdsourcing: es el acto de recopilar servicios, ideas o contenido a través de las contribuciones de un gran grupo de personas.

- Economía Colaborativa: es un sistema económico en el que se comparten y se intercambian bienes y servicios a través de plataformas digitales. Se refiere a la manera tradicional de compartir, intercambiar, prestar, alquilar y regalar, redefinida a través de la tecnología moderna.

- Mercados de Redistribución: es un sistema de economía colaborativa que se basa en redistribuir los bienes usados o adquiridos, de donde ya no se necesitan hacia algún lugar o alguien que sí los necesita.

Unidad 9:

-¿Qué es una startup? Una StartUp es una organización provisional cuyo objeto es diseñar un modelo de negocio que sea replicable y escalable.

El valor es algo que proporciona un beneficio al consumidor; cualquier otra cosa es un despilfarro. El problema es que en una startup no se sabe quién será el consumidor, mucho menos que es lo que encontrará valioso.

Debemos descubrir si existen clientes potenciales para el producto que queremos implementar. La validación de clientes prueba la existencia de clientes a través de voluntad de compra real.

-Producto Mínimo Viable: Es la forma más rápida de entrar en el circuito de feedback con el mínimo esfuerzo.

-Pivotar: Cuando no hay progresos suficientes que indiquen que nuestra hipótesis estratégica inicial es correcta, debemos hacer un cambio (pivote): una corrección estructurada diseñada para probar una nueva hipótesis básica sobre el producto, la estrategia y el motor de crecimiento.

Aplicación

UNIDAD 7

Modelos de Negocios en Internet

Creador de Mercado

En FoodSale, nuestro modelo de negocio se basa en el concepto de Creador de Mercado, donde actuamos como intermediarios, proporcionando una plataforma en línea que sirve como un mercado virtual para conectar a nuestros clientes, que incluyen restaurantes, panaderías, supermercados, y los consumidores. A través de nuestra aplicación, los usuarios acceden a este mercado desde cualquier dispositivo conectado a la nube, lo que les brinda la comodidad de explorar y comprar productos las 24 horas del día. Este modelo no solo beneficia a los consumidores, sino que también brinda a los negocios locales la flexibilidad de presentar sus ofertas en momentos que mejor se ajusten a sus operaciones.

FoodSale opera con dos estrategias de ingresos para garantizar la sostenibilidad de nuestro modelo de negocio:

1) Ingresos por Comisión o Cuota de Transacción: Cada vez que se realiza una venta a través de nuestra aplicación, aplicamos una comisión o cuota de transacción. Esta tarifa se calcula como un porcentaje del precio de venta y es una fuente esencial de ingresos para nosotros.

2) Ingresos por Suscripción: Ofrecemos a los negocios locales la posibilidad de suscribirse a nuestra plataforma. Esto les brinda varios beneficios, como una presencia destacada en la aplicación y la capacidad de destacar sus productos. Además, presentamos un nivel de suscripción premium que ofrece características adicionales, como una cuota por transacción reducida, promoción preferencial en la aplicación y premios por alcanzar ciertos volúmenes de ventas diarias.

Flexibilidad para Negocios y Consumidores

Reconociendo que los negocios varían en tamaño y necesidades, nuestro enfoque ofrece flexibilidad. Los negocios locales pueden elegir entre una suscripción básica, ideal para aquellos con ventas esporádicas, o una suscripción premium, perfecta para aquellos con volúmenes de ventas constantes. En ambos casos, las cuotas por transacción se aplican solo cuando se realiza una venta.

Para los consumidores, no hay una suscripción mensual; en su lugar, se les cobra una cuota por transacción, lo que significa que sólo pagan cuando utilizan nuestros servicios.

Una Estrategia de Ingresos Flexible

La elección de combinar suscripciones y cuotas por transacción es una estrategia que pone al cliente en el centro. Reconocemos que los negocios varían en tamaño y operaciones, y esta estrategia les brinda opciones de pago que se adaptan a sus necesidades. Además, este modelo brinda la capacidad de generar ingresos de manera efectiva para FoodSale, lo que garantiza nuestra capacidad de continuar brindando un servicio valioso.

Esta revisión ofrece una descripción más estructurada del modelo de negocio y las estrategias de ingresos, destacando la flexibilidad ofrecida tanto a los negocios locales como a los consumidores. Esto debería ayudar a los lectores a comprender mejor cómo FoodSale opera y genera ingresos.

Business Model Canvas

| <u>Asociaciones</u> | <u>Actividades</u> | <u>Relaciones con</u> | <u>Segmentos de clientes</u> |
|---------------------------|--|-----------------------------|---|
| <u>claves</u> | <u>claves:</u> | <u>los clientes:</u> | Locales |
| -Locales adheridos. | Nexo entre locales adheridos y los usuarios. | -Mediante la App. | -Negocios con muchos desperdicios. |
| -Consumidores (usuarios). | <u>Recursos claves:</u> | | Consumidores |
| | -App. | | -Público joven que les gusta ahorrar. |
| | -Aspectos Legales | | -Público que consume frecuentemente delivery. |

| | |
|--|--|
| <p><u>Propuestas de valor:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Reducción de desperdicios. - Ayudar al medio ambiente. - Los locales adheridos generan ingresos extras. | <p><u>Canales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Aplicación FoodSale. -Envío mediante cadetes. -Locales con take away. |
| <p><u>Estructura de costos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Mantenimiento de la App. -Suscripción para poder permanecer en App Store, Google Play, Nube de Amazon. -Programadores y desarrolladores. | <p><u>Fuente de ingresos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Suscripciones de los negocios. - Cuota por transacción. |

Asociaciones Claves:

- Locales Adheridos: FoodSale se asocia con restaurantes y negocios de comida para ofrecer sus productos no vendidos o próximos a vencer a precios reducidos.
- Consumidores (Usuarios): Los usuarios de FoodSale son esenciales para la aplicación, ya que adquieren estos productos a precios atractivos.

Actividades Claves:

- Nexos Entre Locales Adheridos y Usuarios: FoodSale actúa como intermediario, conectando a los locales de comida con los consumidores a través de su plataforma.

Relaciones con los Clientes:

- Mediante la App: La relación entre FoodSale y sus clientes; tanto locales como usuarios, se lleva a cabo a través de la aplicación móvil.

Segmentos de Clientes:

Podemos dividir a los clientes de nuestra App en 2 grupos:

- *Negocios/Empresas alimenticias:*
 - Bares con muchos desperdicios al final del día: FoodSale se dirige a los restaurantes y negocios que enfrentan desperdicio de alimentos.
 - Supermercados: con productos próximos a vencerse que necesitan venderse.
 - Panaderías
 - Estaciones de servicios.
 - Cualquier otro tipo de local que se dedique a la venta de alimentos.
- *Consumidores/Cientes de los negocios:*
 - Público Joven que necesita ahorrar: Atrae a jóvenes interesados en obtener alimentos de calidad a precios más bajos.
 - Público que Consume frecuentemente delivery: Ofrece una solución para aquellos que disfrutan de la entrega de alimentos.

Recursos Claves:

- La App: La aplicación móvil es la piedra angular de FoodSale y su plataforma principal.
- Aspectos Legales: Licencias y permisos, restaurantes que utilizan la aplicación deben tener todas las licencias y permisos necesarios para operar y vender alimentos. Protección del consumidor, políticas claras de reembolso y devolución para proteger a los consumidores en caso de productos defectuosos o problemas con los pedidos. Privacidad y datos del usuario. Seguridad de la transacción.

Propuestas de Valor:

- Optimización de Recursos: FoodSale desempeña un papel crucial en la colaboración de reducción del desperdicio de alimentos, a los locales adheridos, al fomentar prácticas sostenibles y eficientes.
- Compromiso Ambiental: Al minimizar el desperdicio de alimentos, de los locales adheridos, FoodSale contribuye de manera significativa a la preservación del medio ambiente y a la sostenibilidad.
- Generación de Ingresos Adicionales para locales adheridos: Brindamos a los locales una valiosa oportunidad para aumentar sus ingresos, estableciendo una colaboración beneficiosa y sostenible.

Canales:

- Aplicación FoodSale: La plataforma móvil es el canal principal para conectar locales y consumidores.
- Envíos: Permite la entrega de productos a los usuarios mediante cadetería.
- Locales con Take Away: Los usuarios pueden recoger sus productos en las distintas sucursales de los locales adheridos.

Estructura de Costos:

- Mantenimiento de la App: Garantiza que la aplicación funcione de manera eficiente.
- Suscripción para Plataformas de Descarga: Costos asociados con la disponibilidad en tiendas de aplicaciones y almacenamiento en la nube.
- Programadores y Desarrolladores: Personal clave para mantener y mejorar la plataforma.

Fuente de Ingresos:

- Suscripciones de los negocios: Los locales adheridos pagan por pertenecer en la plataforma y llegar a nuevos clientes.
- Cuota por Transacción: Se cobra una tarifa por cada transacción a los consumidores que se realiza a través de la aplicación.

En resumen, FoodSale es una plataforma que conecta restaurantes y negocios de comida con usuarios interesados en productos a precios reducidos. Su propósito es reducir el desperdicio de alimentos, promover la sostenibilidad y brindar beneficios tanto a los locales como a los consumidores. La aplicación móvil es el corazón de este ecosistema, permitiendo transacciones eficientes y sostenibles.

UNIDAD 8

Crowdsourcing

Crowdsourcing en la aplicación FoodSale es un elemento esencial que revoluciona la forma en que los negocios locales interactúan con la plataforma y cómo los consumidores experimentan el servicio. Los negocios al suscribirse a nuestra App, podrán cargar su empresa y editarla para que figuren en un mapa que aparecerá a los consumidores. Además podrán editar la imagen de su negocio, los horarios, cargar la ubicación de las sucursales, y lo más importante podrán actualizar constantemente el stock de paquetes disponibles en los locales y su precio. A su vez, los consumidores tendrán la posibilidad de dejar una reseña sobre el local y el producto, y calificarlos con una escala de 1 a 5 estrellas, y hasta dejar su foto del contenido del pack sorpresa.

Crowdsourcing en nuestra App arroja los siguientes resultados:

- Participación Activa de los Negocios Locales: FoodSale permite a los negocios locales unirse activamente a la plataforma. Esto significa que pueden no sólo registrar sus empresas, sino también personalizar su presencia en la aplicación. Pueden editar y mejorar su perfil para destacar su oferta, incluyendo detalles como imágenes atractivas de sus

productos, horarios de operación, ubicación de sucursales y, lo que es más importante, mantener actualizado en tiempo real su inventario de paquetes sorpresa, junto con los precios. Esta capacidad de edición dinámica es un poderoso recurso para los locales.

- **Interacción en Forma de Comunidad:** FoodSale fomenta una comunidad interconectada entre negocios locales y consumidores. Los consumidores tienen la posibilidad de calificar y revisar los locales y sus productos, utilizando una escala de 1 a 5 estrellas para expresar su satisfacción. Además, pueden compartir fotos de los contenidos de los paquetes sorpresa que reciben. Esto no sólo proporciona a los locales una retroalimentación valiosa, sino que también crea una comunidad activa en torno a la aplicación. Los consumidores pueden confiar en las opiniones y calificaciones de otros usuarios al tomar decisiones de compra.

- **Flexibilidad y Responsabilidad:** La plataforma ofrece una flexibilidad excepcional para que los negocios locales gestionen su presencia en FoodSale. Pueden adaptar su información según sus necesidades cambiantes y responder a la demanda del mercado de manera eficiente. Sin embargo, esta flexibilidad viene con la responsabilidad de mantener su información actualizada y precisa, lo que contribuye a la confianza de los consumidores.

- **Evolución Constante:** La aplicación FoodSale evoluciona continuamente gracias a la contribución activa de la comunidad de usuarios. Las sugerencias y opiniones de los negocios locales y los consumidores son fundamentales para mejorar la plataforma. Se han implementado mejoras significativas basadas en esta retroalimentación, lo que

demuestra el compromiso de FoodSale con ofrecer una experiencia excepcional y satisfactoria.

- **Impacto Sostenible:** El crowdsourcing en FoodSale no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también contribuye a la sostenibilidad y la reducción del desperdicio de alimentos. Al permitir a los negocios locales reducir su excedente de productos no vendidos, FoodSale se convierte en un agente activo en la promoción de prácticas sostenibles y en la reducción del impacto ambiental del desperdicio de alimentos.

Economía Colaborativa

FoodSale se destaca como sistema de Mercados de Redistribución, donde los locales, al realizar ventas de paquetes, logran redistribuir su excedente de alimentos o productos no vendidos a consumidores interesados. Este enfoque facilita un intercambio directo, permitiendo a los usuarios intercambiar productos entre sí, ya sea mediante envíos o retirándose directamente de los locales.

Los ámbitos de actuación de la economía colaborativa que se ven reflejados en el uso de la App son: intercambio de bienes y servicios, y alimentación.

En el ámbito de bienes, la plataforma facilita la conexión directa entre personas para fomentar un consumo consciente y sostenible. Esto no solo promueve un consumo más consciente, sino que también fomenta una economía basada en la eficiencia y la sostenibilidad. La idea subyacente es transformar la propiedad en un concepto más fluido y accesible, desafiando las nociones tradicionales de posesión exclusiva, redistribuyendo un alimento o productos a manos de otra persona.

En servicios, promueve el intercambio de habilidades, fortalece y crea conexiones entre los usuarios y las empresas adheridas. En el sector alimentario, la plataforma impulsa la redistribución eficiente de recursos, abordando el desperdicio y el ahorro. En conjunto, esta economía colaborativa transforma la propiedad, revaloriza habilidades individuales y promueve prácticas más conscientes y sostenibles.

En el ámbito de la alimentación, la economía colaborativa se manifiesta de manera única al abrir puertas a la redistribución eficiente de recursos alimentarios. Desde la comercialización de excedentes hasta la creación de redes de intercambio de productos frescos, la plataforma se convierte en un facilitador clave para abordar el desperdicio de alimentos y fomentar prácticas más sostenibles.

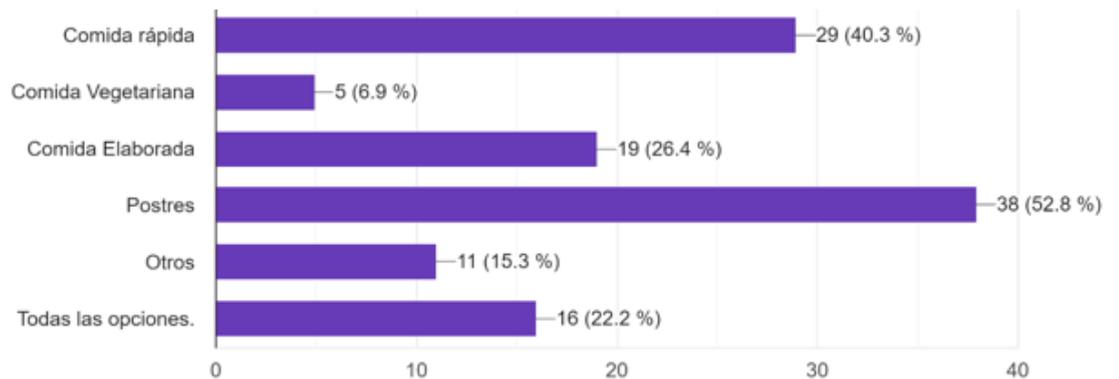
En resumen, la economía colaborativa, tal como se manifiesta a través de plataformas como FoodSale, abarca una variedad de esferas o ámbitos que van más allá del simple intercambio de bienes y servicios. En esta nueva propuesta de mercado, se observa una redistribución innovadora de recursos que trasciende las fronteras convencionales.

UNIDAD 9

Se considera una Startup a FoodSale, debido a que es una idea de negocio que parte con incertidumbre, por que no se sabe cómo impactará en la sociedad. FoodSale dependerá estrictamente de la opinión de los usuarios, para seguir mejorando, y elegir el rumbo que tomará.

A modo de ejemplo decidimos realizar una encuesta donde obtuvimos distintas conclusiones relevantes.

¿Qué tipo de productos prefieres comprar en combos sorpresa?



En este gráfico podemos notar una gran aceptación hacia la parte de postres y comidas rápidas, por lo que decidimos antes de hacer una gran inversión aplicar un Producto Mínimo Viable (PMV) de la aplicación en lugar de desarrollar la aplicación completa, debido a que analizamos que es una forma óptima ver que ajustes aplicaríamos a la App. Aplicando un PMV de conserje, que se refiere a aplicar de forma personal lo que se está buscando desarrollar y poder evaluar la rentabilidad del mismo. Cuando un comprador realice un pedido, comunica el pedido al proveedor de alimentos y asegurarse de que la transacción se realice con éxito, como si estuvieras gestionando el proceso de compra-venta tú mismo. Durante este proceso manual, se recopila activamente retroalimentación de los usuarios, tanto de los compradores como de los proveedores. Preguntas sobre su experiencia, lo que les gusta y lo que les gustaría mejorar. Utiliza la retroalimentación recopilada para realizar mejoras en el PMV.

A modo de ejemplo de aplicación del modelo de PMV conserje, realizamos con una panadería local la metodología que usaremos en la app. Primero hablamos con la dueña del

local, le comentamos la idea y los beneficios que podría significar para su negocio y si estaba dispuesta a ser parte de una prueba para comprobar la viabilidad de la idea.

Aceptó realizar la prueba, brindó su número de teléfono para que los pedidos que nos realicen, poder hacérselos llegar y darle tiempo de armar las cajas sorpresas, luego pasamos a buscar los packs y los entregamos a cada cliente.

Luego hablamos con distintas personas cercanas, hablamos sobre la posibilidad de conseguir productos del local a un menor precio pero dentro de un combo sorpresa, de 20 personas 14 aceptaron realizarnos un pedido y esperar que se lo llevemos a sus casas.

Finalmente las opiniones de los clientes fueron positivas en su mayoría, solo recibimos algunas críticas sobre cómo mejorar los combos.

La dueña del local quedó muy conforme porque nos comentó que al realizar las cajas pudo vender distintos productos que usualmente tienen muy poca demanda y suelen quedarse sin vender y por lo tanto los perdía. Ambas partes concluyeron que de existir una app que les permita realizar esto de una mejor forma estarían muy dispuestos a utilizarla.

Recomendaciones

- 1) **Promociones Especiales:** Se sugiere la implementación de promociones especiales, como descuentos de hasta un 50%, en ciertos días de la semana. Además, considerar la posibilidad de donar un porcentaje de las comisiones en días relevantes, como el Día de la Tierra, a distintas asociaciones benéficas. Estas acciones no sólo fomentarán la participación de la comunidad, sino que también reforzarán la imagen de FoodSale como una plataforma comprometida con la responsabilidad social.

-
- 2) Uso de Feedback: A medida que FoodSale continúa evolucionando, es crucial aprovechar las opiniones de los usuarios, las calificaciones de los locales y las retroalimentaciones de los vendedores. Esto permitirá la creación de una versión mejorada de la aplicación, que se alinee aún más con las necesidades y expectativas de los clientes. La aplicación debe ser una respuesta directa a los deseos de su comunidad de usuarios, y esta retroalimentación constante es vital para lograrlo.

Conclusiones

En resumen, FoodSale es una innovadora aplicación que busca abordar varios desafíos importantes, como la reducción del desperdicio de alimentos, la promoción de prácticas sostenibles y la creación de oportunidades de ingresos adicionales para los locales adheridos. La aplicación aprovecha la minería de datos para brindar una experiencia más personalizada a los usuarios y optimizar la operación. Además, implementa modelos de negocio flexibles, como ingresos por comisión y suscripciones, para adaptarse a las necesidades tanto de los locales comerciales como de los consumidores.

El crowdsourcing se convierte en una parte integral de la plataforma, permitiendo a los negocios locales actualizar su información y a los usuarios dejar reseñas y calificaciones. Además, FoodSale se adhiere a principios de economía colaborativa al facilitar la redistribución eficiente de alimentos no vendidos.

Como startup, FoodSale reconoce la importancia del feedback de los usuarios y ha aplicado con éxito estrategias de Producto Mínimo Viable (PMV) con enfoque de conserje para evaluar la viabilidad de la idea y ajustar su enfoque.

En última instancia, FoodSale se perfila como una solución prometedora que no solo ofrece beneficios comerciales a los locales de comida, sino que también contribuye positivamente a la sostenibilidad y brinda a los consumidores acceso a productos de calidad a precios asequibles.

Este proyecto demuestra cómo la innovación y la tecnología pueden abordar desafíos sociales y ambientales importantes al mismo tiempo que crean oportunidades económicas y mejoran la experiencia del usuario. El éxito futuro de FoodSale dependerá de su capacidad para mantener un enfoque en la satisfacción del cliente, la mejora continua y la adaptación a las necesidades cambiantes del mercado.

Es importante recordar que, en un entorno empresarial en constante evolución, la agilidad y la disposición para ajustar y mejorar son esenciales para el crecimiento y el éxito a largo plazo de la aplicación FoodSale.

Referencias

- Big Data para Directivos, 1° Edición, Albert Solana, Genís Roca, Ediciones Urano, España, 2015
- Gestión de la Información Cuantitativa en las Universidades, 1° Edición, Alberto Rodríguez Rodríguez, Elizabeth Bernal Gamboa, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 2019
- La economía Long Tail, 1° Edición, Chris Anderson, 2007
- El dominio de la información, Carl Shapiro, Hal R. Varian, 2000
- Generación de modelos de negocio, 15° edición, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Deusto, España, 2016

-
- Resumen ejecutivo: Wikinomics, Leader Summaries, 2007
 - Introducción al Consumo Colaborativo, Versión 1.1, Albert Cañigueral Bagó
 - Capitalismo de Plataformas, Nick Srnicek, 2018
 - Lean Startup, Documento de la Comisión de Apoyo a Emprendedores y Empresarios, EXECyL, 2014
- El método Lean Startup, Eric Ries, 2011,
 - <https://chat.openai.com/auth/login>