



# Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional de Jujuy



## Cátedra SISTEMAS DE INFORMACION T.P. 202501 - UNIDAD I: CONCEPTOS PREVIOS

### Objetivos de aprendizaje

- ✓ Que los alumnos incorporen conceptos básicos relacionados a datos, información y sistema.
- ✓ Que los alumnos realicen ejercicios para fortalecer conceptos e incorporar terminología relacionada de dato e información.

### Información Básica

Para la realización del práctico debe basarse en la Bibliografía Obligatoria, lo explicado en clases Teóricas y Prácticas, y la información detallada en el Caso de Estudio **Sistema de Gestión en GRIDO HELADO**”.

### Actividades

- 1) Considerando como sistema objeto la Organización descrita en el Caso de Estudio, determinar 4 (cuatro) Entidades principales que existen en él, definiendo al menos 5 (cinco) Atributos que las caracterizan y completar con Datos que se puedan relevar a partir de los mismos.
- 2) Describir 2 (dos) situaciones en las que los Datos relevados para los Atributos del punto anterior, pasan a ser Información. Enunciar qué datos se convierten en información para cada situación planteada y el destinatario de la misma.
- 3) Considerando como sistema objeto la Organización descrita en el Caso de Estudio:
  - a) Determinar el Objetivo Principal del Sistema.
  - b) Definir los Subsistemas que lo conforman y el objetivo de c/u dentro del Sistema (utilice el organigrama propuesto por la cátedra).
  - c) Describir 3 (tres) Relaciones principales entre los subsistemas definidos en el inciso b).
  - d) Definir las Jerarquías del sistema objeto de estudio.
  - e) Describir una situación donde se observe que el sistema actúa como un procesador cuando recibe entradas del ambiente y envían salidas hacia él.
- 4) En función de la Clasificación de los Sistemas, definir el sistema objeto de estudio, fundamentando brevemente cada una de sus respuestas.



# Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional de Jujuy



## SISTEMA DE GESTIÓN EN GRIDO HELADO

Helacor es el nombre de la empresa franquiciante de una conocida y pujante cadena de heladerías, Grido Helado, cuyos inicios se remontan al año 2000 y se ubican en la provincia de Córdoba, específicamente en su capital. En la temporada 2000/2001 se abrieron diez sucursales en barrios de la ciudad de Córdoba.

Desde sus comienzos, Grido se orientó al segmento medio de consumo (hasta entonces sin opciones económicamente accesibles y de alta calidad), haciéndolo hincapié en el concepto de cercanía al cliente. Se ofrecían productos con una excelente relación precio-calidad y un alto nivel de servicio, que incluía entrega a domicilio, variedad de productos, locales abiertos todo el año y permanente cuidado en la atención personalizada. Como apoyo a su rápido progreso (en la temporada 2001/2002 ya existían 40 heladerías), se hizo hincapié en la capacitación permanente de los recursos humanos, para garantizar un producto cuidado y seguro desde su fabricación hasta su venta. En 2002 se abren las primeras heladerías en el interior de la provincia de Córdoba, y a partir de 2003, Grido se extiende a otras provincias argentinas. En 2004 la empresa contaba con 230 franquicias distribuidas en Mendoza, San Juan, San Luis, La Rioja, Catamarca, Santiago del Estero, Tucumán y Santa Fe, además de Córdoba. En 2007 se alcanzan las 480 heladerías franquiciadas en el país y se abren las primeras cinco en Santiago de Chile. Actualmente, el número de franquicias ronda el millar, en Argentina y Chile, habiéndose iniciado un proceso de desarrollo de la marca en Uruguay. En la actualidad, Grido es la mayor cadena de heladerías de la Argentina.

La misión de la empresa es: *“Crecemos y nos desarrollamos elaborando con calidad y ofreciendo con calidez helados deliciosos, saludables y seguros. Así, nuestros vecinos vivirán momentos placenteros, en un ambiente agradable y familiar”*.

### El producto

El helado es uno de los postres de mayor consumo a nivel mundial. Se presenta en una amplia variedad de sabores, encontrándose los de chocolate, granizado, frutilla, dulce de leche y limón, entre los más populares. Sus ingredientes principales, en términos generales, son: leche, azúcar, huevo, frutas, frutos secos, chocolate, edulcorantes, saborizantes, estabilizantes, entre otros. Delicioso y refrescante, no sólo satisface los sentidos, sino que también es una buena fuente de vitaminas, minerales, carbohidratos, proteínas, fibra y lípidos.

### Marco Legal

Los procedimientos, que se refieren a las Buenas Prácticas en el manejo de los productos, están basados en el Código Alimentario Argentino que fue puesto en vigencia por la Ley

La entrega del Trabajo Práctico se realiza en el aula virtual de Sistemas de Información <https://virtual.unju.edu.ar/course/view.php?id=949>

El T.P. deberá tener el nombre: **SIG***ng***TP2025\_01.doc** donde *ng* representa el Número de Grupo.



## Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional de Jujuy



18.284. Las normas de esta ley forman un conjunto de disposiciones referidas a condiciones generales para las fábricas y comercios de alimentos, la conservación, tratamiento y manipulación de los alimentos, el empleo de utensilios, recipientes, envases, envolturas, etc., que deben cumplir obligatoriamente las personas físicas o jurídicas, los establecimientos y los productos que se ubican dentro de su órbita. Esta normativa tiene como objetivo primordial la protección de la salud de la población y la buena fe en las transacciones comerciales.

### **Sistema de producción**

El sistema de producción es el esqueleto o almacén dentro del cual ocurre en buena medida la creación del valor. Una vez que los insumos han sido reunidos, ocurre la creación del valor. El control de las materias primas e insumos, la programación cronológica de la actividad de las máquinas, la asignación de personas para los distintos trabajos, el control de la calidad y la productividad en la producción, el mejoramiento de los métodos para ejecutar los trabajos, el correcto manejo de los materiales dentro de la compañía, son algunas de las actividades típicas del área de producción, y que permiten la creación de valor. El objetivo del gerente de producción y de las actividades de producción es maximizar el valor creado. La diferencia entre el valor de lo que entra y el valor de lo que sale representa el valor creado mediante las actividades de producción. En un extremo del sistema se encuentran los insumos o entradas; en el otro están los productos o salidas. Conectando las entradas y las salidas, existen una serie de operaciones o procesos mediante los cuales se realiza la transformación o agregado de valor. Cuando la gerencia implementa y apoya un sistema de gestión que incluye: la simplificación y el seguimiento de los procesos; la optimización de la coordinación permanente entre la fabricación y los respectivos mercados, minimizando y eliminando posibles brechas de cantidad, tiempo, espacio o información; actividades relacionadas con la higiene y la seguridad laboral, haciendo hincapié en la prevención; el estricto cumplimiento de las Buenas Prácticas así como todo aspecto relacionado con la atención al público; la obtención programada y sistemática de información pertinente y oportuna para análisis, evaluación, comparación; la asignación de una importancia estratégica a la gestión de la comunicación, por considerarla un instrumento para la calidad; entre otras actividades, se logra una gran satisfacción en el cliente, que deriva en una mayor demanda.

### **La Franquicia en Grido**

Grido proporciona a sus franquiciados la posibilidad de ser el dueño y responsable de su heladería debiendo respetar y asegurar el cumplimiento de normativas que determina Helacor SA. en cuanto a:

---

La entrega del Trabajo Práctico se realiza en el aula virtual de Sistemas de Información <https://virtual.unju.edu.ar/course/view.php?id=949>

El T.P. deberá tener el nombre: **SIG***ng*TP2025\_01.doc donde *ng* representa el Número de Grupo.



- Atención al Cliente
- Buenas Prácticas Sanitarias
- Capacitación
- Marketing
- Publicidad
- Exigencias en infraestructura (bienes muebles e inmuebles)

## Atención al Cliente en Grido

Uno de los principales valores que difunde la compañía, es satisfacer las necesidades de los clientes más exigentes a través de un servicio de calidad excepcional. Teniendo en cuenta la misión y los valores que declara la compañía, los puntos básicos que guían la toma de decisiones y la ejecución de las acciones en la misma son: calidad, servicio, integridad, integración, compromiso y progreso. La empresa tiene como preocupación especial la excelencia de sus productos mediante una mayor calidad y un mejor servicio de atención hacia el público que los elige diariamente. El Manual Operativo de Grido establece que las actividades relacionadas a la atención al público se diferencian según se realicen en:

- El local de la heladería.
- El Servicio de Delivery de las heladerías Grido.

Los clientes de Grido esperan que en sus heladerías:

- Se brinde un trato amable y no haya equivocaciones.
- Se les ofrezca un servicio rápido.
- Que el local se encuentre limpio.
- Recibir una atención personalizada. Es decir, que no sean atendidos únicamente como clientes, sino principalmente como personas.

**Fuente:** Campos, J.; Navarro, M.; Valdez, J. (2012). *Sistema de Gestión en Grido Helado*. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Tucumán. Acceso Abril/2025.

<https://repositorio.face.unt.edu.ar/bitstream/handle/123456789/604/SISTEMAS%20DE%20GESTI%3%93N%20EN%20GRIDO%20HELADO..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

La entrega del Trabajo Práctico se realiza en el aula virtual de Sistemas de Información <https://virtual.unju.edu.ar/course/view.php?id=949>

El T.P. deberá tener el nombre: **SIG<sup>ng</sup>TP2025\_01.doc** donde **ng** representa el Número de Grupo.