

Estudio de Buenas Prácticas

Väcka

○ Marzo 2024

Estudio de Buenas Prácticas

El estudio de buenas prácticas tiene como objetivo presentar una empresa innovadora y sostenible, que ha conseguido transformar su negocio a través de la digitalización obteniendo grandes resultados en términos de eficiencia y ahorro de tiempo.

Este estudio se enfoca en Väcka, una empresa con sede en Barcelona que se dedica a la producción y comercialización de quesos veganos elaborados a partir de aceite de oliva y semillas de melón.

Partiendo de las inquietudes manifestadas por diversas pymes de diferentes sectores, interesadas en mejorar la eficiencia de sus operaciones mediante sistemas de gestión empresarial y potenciar su presencia en redes sociales, este estudio profundiza en cómo Väcka ha logrado optimizar sus procesos internos y aumentar su visibilidad en línea



01. —

Väcka

Producción y venta
de quesos veganos

VÄCKA

- **Dirección web**
www.vacka.es/
- **Localización**
Calle Almogavers 138
Barcelona, 08018
Cataluña
- **Número de empleados**
8-12 empleados
- **Tipo de sociedad**
Sociedad limitada
- **Sector**
Hostelería





02. ———

Desafíos iniciales

Väcka nació en 2015 siendo un restaurante donde ofrecían **quesos veganos**. Impulsados por el buen feedback de los clientes sobre estos quesos, en 2021 tomaron la decisión de enfocarse **exclusivamente en la producción y comercialización de quesos veganos**.

El objetivo era generar un mayor impacto en la gente y poder **expandirse a nivel territorial**. Al centrarse en la producción y comercialización de quesos veganos, Väcka reconoció la necesidad de **mejorar su gestión interna y su presencia en línea**. Al principio, gran parte de sus procesos **los realizaban de manera manual**, lo que resultaba en un uso excesivo de papel y hojas de cálculo. Sin embargo, se dieron cuenta que **era ineficiente**, ya que se perdía mucha información entre personas del equipo y la búsqueda de archivos se volvía tediosa. Con el objetivo de mejorar la eficiencia, la empresa **empezó un proceso de digitalización y optimización** de sus operaciones.



“Cuando empezamos, lo hacíamos en papel, como todos, y después, terminamos usando, tratando de automatizar algunas cosas con simplemente hojas de Excel. Después nos dimos cuenta de que algunas herramientas, sobre todo estos últimos años, nos podían ayudar.”

03. ———

Mejorar la eficiencia optimizando los procesos internos

Para poder crecer, Väcka entendió la importancia de mejorar la eficiencia en sus operaciones internas. Para ello necesitaban automatizar muchos de los procesos que realizaban manualmente, lo que los llevó a integrar un sistema ERP.

La empresa optó por Odoo

Inventory, como sistema de gestión empresarial. Con esta decisión, buscaban **integrar las distintas áreas de la empresa**, como ventas, compras y gestión de stock, en una única plataforma.

Esto les permitió **trabajar de manera más eficiente y ágil**, manteniendo un **control constante sobre el inventario y las ventas**.

Además, les facilitó el seguimiento entre equipos internos, así como la comunicación con clientes y proveedores.

Otro ejemplo

Armando Santana, una pyme en Tenerife dedicada a la distribución de productos de cuidado personal, también creció al **implementar un sistema de gestión empresarial**.

Antes, enfrentaban **problemas con la verificación constante de datos**, lo que obstaculizaba su crecimiento y afectaba la toma de decisiones. Al implementar un sistema ERP, su **análisis de datos se simplificó**, aumentando la **eficiencia de sus procesos internos** gracias a la **rápida disponibilidad y precisión** de la información.



04. ———

Crecer a través de la presencia digital

Para una pyme que vende productos en línea es fundamental contar con un sitio web claro y atractivo, así como mantener una presencia activa en redes sociales para proporcionar contenido de valor a su audiencia.

Con la colaboración de un diseñador, en Väcka trabajaron para asegurar que su sitio web brindara la **mejor experiencia al cliente y mejorara la usabilidad**. Su enfoque de contenido se basa en los intereses y necesidades de su audiencia. Como empresa nueva, tienen **la flexibilidad para adaptarse rápidamente a las demandas del mercado** y realizar cambios de manera eficiente. En Instagram, mantienen una presencia activa compartiendo recetas, lugares donde encontrar sus productos y otros contenidos relacionados. Esto les ha permitido construir una comunidad de más de 40 mil seguidores en dicha red social.

Otro ejemplo

Boris Soler, una peluquería en Málaga, siguió una estrategia de crecimiento similar a la de Väcka para ganar visibilidad. Decidieron **enfocarse en las redes sociales**. Para lograr este objetivo, empezaron a compartir imágenes y videos de sus trabajos **en plataformas como Instagram y YouTube**. Al percibir el interés generado por sus publicaciones, **adaptaron su contenido para satisfacer** las preferencias de **su audiencia**. Esto les ha permitido construir una sólida comunidad en línea, con más **de 20 mil seguidores en Instagram y 200 mil en YouTube**.





05. ———

Tomar decisiones basadas en el análisis de datos

Para evaluar su presencia en línea, Väcka realiza análisis periódicos **de sus actividades digitales**. Esto incluye revisar el rendimiento de productos, la tasa de conversión en su sitio web y la efectividad de sus campañas en redes sociales.

Utilizan herramientas como *Google Business* y *métricas de Facebook* para obtener información sobre conversión y abandono en su sitio web. Además, emplean *Google Analytics* para comprender el comportamiento de los clientes y **optimizar la experiencia del usuario**. Con esta herramienta, pueden rastrear la apertura de correos electrónicos y los intereses de los clientes. También utilizan *Mailchimp* para **enviar correos electrónicos personalizados** basados en estos intereses, permitiéndoles desarrollar estrategias de marketing más enfocadas y adaptadas a las necesidades de cada cliente.



“Usamos programas como Mailchimp que, según la respuesta de nuestros clientes, también combinado con un poco en Google Analytics, podemos saber exactamente cuál es el comportamiento de nuestros clientes, ver si abren los correos, si les interesa y podemos así crear una cadena de correos según sus puntos de intereses”

06. ———

Beneficios obtenidos

La digitalización de los distintos procesos ha tenido un impacto muy positivo en Väcka, trayéndoles principalmente **tres grandes beneficios**:



01.

Mayor **eficiencia** y **agilidad** en la toma de decisiones, permitiéndoles actuar de manera **rápida** y efectiva a las demandas del mercado y a las necesidades de sus clientes.



02.

Gracias al control preciso del **inventario**, Väcka minimiza las **pérdidas** y mantiene **un flujo constante de productos** para satisfacer la demanda de sus clientes de manera eficiente.



03.

La presencia en **redes sociales** y el **sitio web ha ampliado el alcance de Väcka**, aumentando su visibilidad y atrayendo a nuevos clientes potenciales.

07. ———

Próximos pasos

Para el futuro, quieren apostar por las herramientas emergentes relacionadas con la **Inteligencia Artificial**. Estas herramientas les abren muchas posibilidades, desde mejoras en la eficiencia interna del equipo hasta estrategias de marketing más efectivas dirigidas a los clientes.

Por otro lado, reconocen la importancia de trabajar en **el campo de la ciberseguridad** para proteger la integridad de sus datos y la confianza de sus clientes, por lo que planean implementar medidas proactivas de seguridad informática.

En conclusión, Väcka tiene como objetivo continuar **digitalizando más procesos dentro de la empresa y mantenerse al tanto de las últimas tecnologías disponibles** para aprovechar al máximo las ventajas que estas ofrecen en términos de eficiencia, seguridad y competitividad.

Este estudio de buenas prácticas destaca cómo la digitalización de procesos y una sólida presencia en línea pueden impulsar el crecimiento de una pyme.



Acelera *pyme*