



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
LICENCIATURA EN ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

PROYECTO FINAL

**IOSFERA: Empresa dedicada a la elaboración,
comercialización y servicio de mantenimiento de páginas
webs para supermercados.**



ALUMNA: Marina Yacomosky

DOCENTE: Ing. Sergio Sara

DIRECTOR DEL PROYECTO: AS. Martín Tamagno

CÁTEDRA: Proyecto Final

FECHA DE ENTREGA: 01/06/2020

Contenido

AGRADECIMIENTOS	3
INTRODUCCIÓN	4
RESUMEN EJECUTIVO	6
ETAPAS EVALUACIÓN DE PROYECTO	14
DEFINICIÓN DE LA IDEA.....	21
ESTUDIO DE MERCADO	24
Definición.....	25
El producto	27
Unidad de Medida.....	29
Mercado Competidor	30
Mercado Proveedor	31
Mercado Consumidor.....	32
Comportamiento del mercado	41
Estrategia de Marketing	43
FODA.....	43
Proyección de Ventas	47
ORGANIZACIÓN	52
Factores organizacionales	53
Organigrama.....	54
Detalle de las responsabilidades y perfiles:.....	54
Formulario de Descripción de puesto.....	55
Actitudes y aptitudes valoradas.....	57
Registración de formación del equipo.....	57
Evaluación servicios externos	58
Inversiones en organización.....	60
Costos de la operación administrativa.....	63
LOCALIZACIÓN.....	65
Factores de Localización:.....	66
Macrolocalización:	66
Microlocalización:.....	68
Tamaño.....	71
LEGALES.....	73

Análisis del marco legal que rodea a la organización:	76
IMPACTO AMBIENTAL	100
INGENIERIA DE PROYECTO	104
Proceso productivo	105
Alta de cliente	106
Atención de clientes	107
Circuito para la atención de requerimiento de clientes	108
Proceso para la atención de incidente de clientes.....	109
Nivel de servicio	110
Atención de reclamos de clientes	112
Análisis Funcional.....	115
Descripción Funcional de la Solución.....	117
ANALISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO	126
Conclusión.....	149
BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS	151

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer en estas líneas a todos aquellos que me ayudaron con su aporte para la elaboración de esta tesis, los que respondieron encuestas, me dieron sus opiniones y me asesoraron en temas puntuales y específicos del trabajo.

A Victor Cogno siempre predispuesto a colaborar con todos los alumnos en lo que necesitemos, a cada uno de los profesores que han dejado su huella enseñando cada materia, los cuales fueron piezas que se encastraron en este trabajo logrando el producto final que les presento. A todo el personal que hace posible el funcionamiento de la UTN regional Rafaela. A Andrea Minetti que me ayudó a avanzar en todo este proceso, a Maxi Ibañez por su compañía incondicional a través de los años.

Un especial y cariñoso agradecimiento a mi familia, Martín, Elena y Matilda que creen en mí, me apoyan a diario, y son mi brújula en esta vida.

INTRODUCCIÓN

La evolución de la tecnología ha guiado al comercio por nuevos caminos, abriéndose paso dentro del internet, revolucionando la forma de comprar y vender. Mediante este ámbito surgió el e-Commerce (comercio electrónico).

A partir de estas nuevas opciones, que en principio, quedan al alcance de las grandes cadenas de comercialización, es que nace este proyecto. Con el objetivo de brindarles una solución e-commerce a los supermercados de menor tamaño, a través de la venta de licencias que habilitan el uso de la herramienta, el servicio de implementación, para poder adaptarlo a las necesidades del cliente, y posterior soporte frente a incidentes o mejoras evolutivas que puedan surgir.

Objetivo Académicos

El objetivo al comenzar este trabajo final es poder resumir en un único documento los conocimientos adquiridos durante los 4 años de la carrera de Licenciatura en Organización Industrial brindada por la Universidad Tecnológica Nacional, en este caso por la Regional Rafaela, y los años de experiencia en el ámbito laboral, desempeñados en el área del desarrollo de software de servicios.

Objetivos Personales

Poder concluir la carrera de grado, evidenciando los conocimientos adquiridos en la institución académica, y los años de experiencia en el ámbito laboral, desempeñados en el área de desarrollo de software de servicios, logrando la acreditación profesional que me permita fijar nuevos desafíos en busca de una especialización.

Objetivos Técnicos

- Analizar la viabilidad comercial del proyecto.
- Evaluar la viabilidad técnica del proyecto.

- Analizar la viabilidad legal que permita identificar las restricciones reglamentarias o legales que impidan implementar u operar el proyecto que se evalúa.
- Analizar la viabilidad ambiental para estudiar el impacto ambiental que afecta a la población.
- Determinar la estructura organizacional de la empresa.
- Evaluar el capital de trabajo neto necesario para un flujo de fondo, en un horizonte de tiempo de 5 años.
- Evaluar la decisión de aceptar o rechazar el proyecto analizado en base a herramientas financieras utilizadas, en el horizonte de tiempo establecido.

Objetivos Sociales

- Satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Brindar fuentes de empleo en la región.
- Brindar una opción novedosa, rentable y respetuosa del medio ambiente.

Objetivos ambientales

La temática que se desarrollará, por su actividad, no tiene impacto directo en el medio ambiente, pero teniendo en cuenta la importancia del cuidado del mismo y la vida que nos rodea, se plantea el objetivo de tener presente este frente dentro de la conformación de la compañía, apoyando la concientización social en el tema.

RESUMEN EJECUTIVO

Los nuevos hábitos de los consumidores, los dispositivos móviles, las redes sociales, las nuevas funcionalidades o los nuevos formatos de entrega del producto son algunos de los factores que explican las tendencias actuales en e-commerce.

El e-commerce no ha dejado de crecer y de introducir nuevas tendencias que están haciendo evolucionar y mejorar las compras on-line.

Estas nuevas tendencias quedan en manos de las grandes cadenas de supermercados quienes cuentan con mayor capital para desarrollar soluciones a medida, y compiten por quién sale con soluciones novedosas hacia el cliente en primer lugar.

Rezagados quedan los comercios de menor escala quienes no pueden afrontar estas soluciones “a medida”, y continúan con los medios de comercialización tradicional.

Este proyecto se centra en la creación de una empresa de desarrollo de software que brinde la posibilidad a estos comercios de poder introducirse en estas nuevas tendencias de ventas, mediante una herramienta estándar, que posibilite estos canales.

Esta nueva empresa es denominada IOSFERA. Su nombre tiene origen en las siglas IO utilizadas en la terminología de la innovación y en la biosfera, sistema formado por el conjunto de los seres vivos del planeta Tierra y sus interrelaciones, dando el marco de la importancia de la diversidad social, recordando la importancia del medio ambiente y conciencia social.

La herramienta fue nombrada “TuChanguito.com”, visible significado al carrito de compras del supermercado, pero con una denominación coloquial.

Iosfera, realizará la venta de esta solución medida en cantidades y tipos de licencias, las cuales permite el uso de la herramienta. El tipo de licencia regula los permisos y acciones a efectuar en la solución. El cliente compra las licencias por única vez, luego deberá abonar el soporte de las mismas de manera anual.

Se establecen las siguientes licencias:

Administrador del sistema: perfil técnico del lado del proveedor de la solución quien podrá dar soporte y mantenimiento al sistema. Sin costo para el cliente.

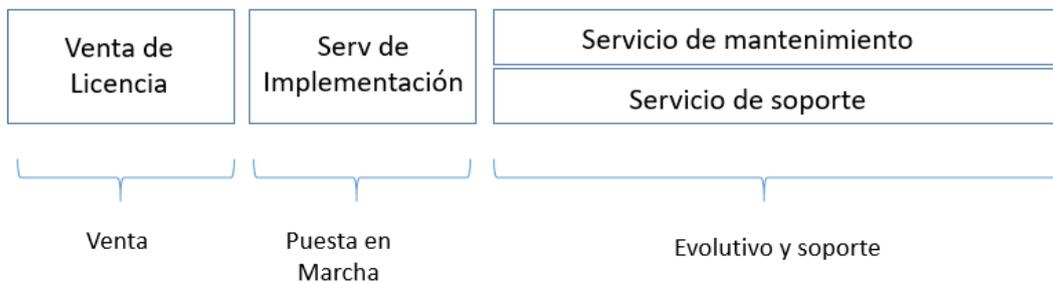
Encargado supermercado: este perfil será utilizado por un rol de encargado o responsable del supermercado. Quien tendrá mayores privilegios que el “empleado supermercado”, pudiendo, por ejemplo, borrar algún cambio de estado incorrecto.

Empleado supermercado: perfil destinado al personal que participa en el armado y despacho de los pedidos online.

Cliente: perfil utilizado por los usuarios externos al supermercado, quienes efectúan los pedidos a través de la solución.

Adicionalmente se brindará un servicio de implementación de la herramienta. La cual permitirá que el cliente solicite las adaptaciones/personalizaciones requeridas vinculadas a las integraciones con los sistemas internos de control de compras, manejo de stock, facturación, entre otros.

Posteriormente se brinda un servicio de soporte, el cual se abona anualmente, que implica horas de asistencia al cliente frente a incidentes que se le presenten en el uso de “TuChanguito.com”, y adaptaciones evolutivas que requieran.



Iosfera estará constituida de la siguiente manera:



Contará con departamento de producción, calidad y administración. El primero atenderá todos los aspectos técnicos del desarrollo, el segundo del testeo de la calidad, y el último de compras, ventas y la gestión de recursos humanos.

A su vez, contará con asesoramiento externo para los aspectos contables y legales, y servicios externos técnicos para el desarrollo y mantenimiento de las soluciones informáticas.

La empresa se ubicará en la ciudad de Sunchales, donde se encuentra una Institución Educativa de la cual egresan alumnos de la carrera de Analistas de Sistemas y a unos 40km de la ciudad de Rafaela, en la cual también existen Universidades que cuentan con la carrera de Ingeniería en Sistemas. Separados de la capital provincial por unos 120 Km.

IOSFERA será una empresa unipersonal y el personal requerido será externo y no existirá una dependencia laboral.

Se contratará personal monotributista que nos puedan facturar sus servicios mensualmente.

Estas personas presentarán una carta oferta de locación, en donde se plantean las clausulas genéricas del servicio y una declaración de servicio, donde se detallarán las particularidades de las tareas a realizar, la cantidad de horas, y el costo.

En función al análisis de las encuestas realizadas, el 100% de los encuestados no cuentan con venta on line, pero si con un sistema de control de stock y de facturación, es por ello que se limita el alcance de este proyecto al desarrollo de la aplicación web. Luego con el servicio de implementación se conectarán los sistemas que el cliente ya tenga en su negocio con “TuCarrito.com”.



Al consultar si estaría interesado en adquirir una aplicación para que le permita a su negocio la venta on line, hay un 30% que no sabe, y duda por desconocimiento de los costos y sobre los cambios que se requerirían en el supermercado. Necesitando tal vez más PC.

Un 15% respondió que no estaría dispuesto a comprarla por los costos, y porque según su criterio a la gente le gusta ir y ver lo que va a comprar.

Por último, hay un 55% de los supermercados encuestados que estarían predispuestos a sumar esta nueva opción para sus clientes, acompañando las nuevas tendencias, siempre y cuando la actividad económica acompañe para solventar la inversión.

En el ejercicio de proyección de ventas, se plantea ir sumando un nuevo cliente anual, esto es, año 1 venta de licencias más el soporte, año 2 venta de nuevas licencias y su soporte, más el soporte de la venta 1, y así, hasta el año 5. Se estima que puedan surgir nuevas soluciones que requieran evolucionar la aplicación.

Debajo se presenta la proyección en cantidad de licencias mantenidas en el tiempo:



A su vez se presenta la proyección de ventas en términos económicos.



La proyección interanual, describiendo una venta por año, podría interpretarse que estamos frente a un escenario conservador, pero la dificultad se presenta al tratarse de herramientas tecnológicas, y el ritmo en la creación de nuevas soluciones y la demanda constante de clientes. Las nuevas tendencias indican que las soluciones se van a ir adaptando para su uso mediante comando de voz. Se trabajará con esa visión a mediano plazo.

Si observamos los precios de soluciones similares a TuChanguito.com, se pueden apreciar los siguientes valores:

- ADIANTE APPS: \$80.640 [1.800 euros] anuales.
- NEXTAR: \$87.324 [2.280 dólares] anuales.
- MADISON: \$45.500 [1.188 dólares] anuales.

Tipo de Cambio: Euro 44,8/ Dólar 38,3

Fuente: <https://www.bna.com.ar>

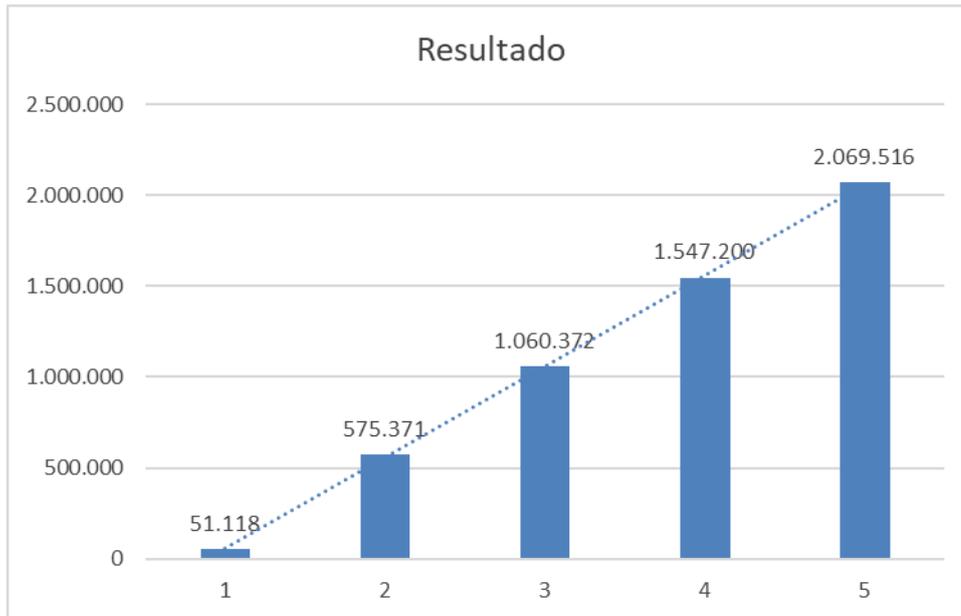
Estas 3 soluciones mencionadas, se venden con la promesa de simplificar y agilizar las ventas, mejorar el trato con el cliente y automatizar los pedidos a en tu supermercado. Plataformas personalizables para ajustarse a los requerimientos de cada empresa.

Todas incluyen el control de stock en el alcance de su solución. Pero no la implementación que se requiere para vincular los sistemas existentes del supermercado con esta nueva solución. Estos trabajos son los que implican mayor esfuerzo los cuales se traducen en costos no informados.

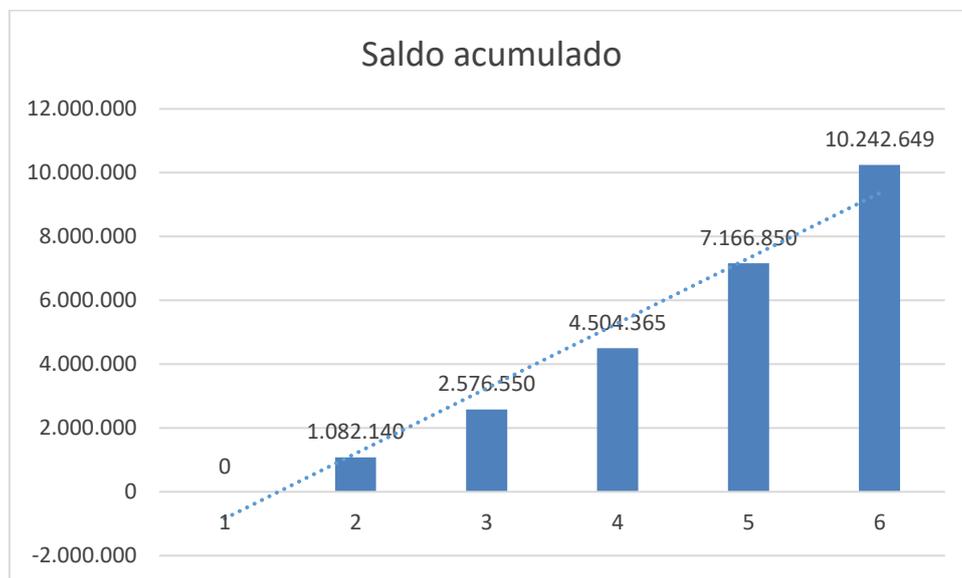
Al tratarse de precios con moneda extranjera, traen consigo la problemática frente a devoluciones de la moneda local que pueden llegar a poner en riesgo la continuidad de la contratación. A su vez, están sujeta a normativas impositivas que pueden incrementar su costo.

Pasando al análisis económico, vemos que, para llevar adelante el escenario de proyección de la solución, se entiende necesaria la gestión de financiamiento externo del 90% de la inversión por medio de una entidad bancaria. El resto será aportado con Capital propio.

Debajo se muestra gráficamente la proyección económica con los valores de resultado:



En el cuadro de resultados proyectados o proyección económica, podemos observar que en los 5 años analizados del proyecto se obtienen ganancias, las cuales alcanzan en el último año un resultado de \$2.069.516.



Aquí podemos observar gráficamente el saldo acumulado de dinero de las proyecciones financieras, después de deducir los impuestos.

Para el análisis de rentabilidad determinamos una tasa del 30%, que es la mínima requerida de rendimiento para el proyecto.

El VAN positivo obtenido manifiesta que el proyecto está en condiciones de devolver el capital invertido, de pagar una tasa del 30% de interés anual y de generar excedentes por un monto de \$ 413.618 a los 5 años. Dicho, en otros términos, el VAN positivo significa que el retorno esperado de la inversión es mayor que el 30 % anual.

La TIR obtenida del proyecto es de 46%, lo cual indica que supera ampliamente la tasa de descuento requerida; por lo tanto, el proyecto es recomendable. Hay que tener en cuenta que las inversiones iniciales requeridas no son tan elevadas, lo que genera una tasa de retorno alta.

Analizando el periodo de recupero, la inversión se recupera al tercer año.

Analizando escenarios de sensibilidad en un primer análisis, se ha modificado el precio de venta del producto reduciendo un 10 % el valor del mismo.

Aun así, el proyecto sigue siendo rentable, su TIR de 32% y VAN de \$ 62.623.

Bajando el precio de venta en un 10 %, el proyecto sigue teniendo la tasa de retorno más alta que la tasa requerida para el proyecto, aunque su VAN ha bajado considerablemente.

Adicionalmente, se analizó cómo impacta el incremento de costos de los honorarios de los programadores subiendo un 15%, y manteniendo el mismo precio de venta original.

Acá podemos ver la TIR de 43%, y la VAN es de \$366.711.

Es sumamente más sensible la baja del precio de venta del producto que el incremento de los honorarios de los programadores.

Se planteó un tercer escenario, pero proyectando alguna mejoría para nuestro proyecto, por ejemplo que el año 3 se puedan conseguir 2 ventas en lugar de una. A pesar de que en dicho periodo se tuvo que duplicar las contrataciones de externos, fue sumamente positivo para el proyecto, logrando una TIR de 63% y la VAN de \$981.793.

ETAPAS EVALUACIÓN DE PROYECTO

Definición de proyecto

Un proyecto surge desde la detección de una necesidad. Consiste en un trabajo que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único, y tiene la característica de ser naturalmente temporal, tiene un inicio y un final establecidos. El final se alcanza cuando se logran los objetivos del proyecto o cuando se termina el proyecto porque sus objetivos no se cumplirán o no pueden ser cumplidos, o cuando ya no existe la necesidad que dio origen al proyecto.

El trabajo temporal que se menciona, puede tener o no resultados exitosos y aún sigue llamándose “Proyecto”

Objetivo de la evaluación de proyecto

La evaluación de un proyecto, es el proceso de identificar, cuantificar, y valorar los costos y beneficios que se generan de éste, en un determinado período de tiempo. Siendo su objetivo, determinar si la ejecución del proyecto es conveniente para quien lo lleve adelante.

Pudiendo:

- Elegir la mejor alternativa entre todas las posibles de una inversión.
- Definir prioridades en relación con otros proyectos de inversión.
- Minimizar el riesgo de la inversión o bien elegir la mejor combinación de riesgo, rentabilidad y otros objetivos.

Criterios de Evaluación

La evaluación de un proyecto, puede realizarse de dos maneras: Privada o Social. Dependerá de quién incurra en los costos y beneficios de ejecutar un proyecto.

Evaluación privada: Consiste en determinar la conveniencia de ejecutar un proyecto para su dueño, considerando sólo los efectos que inciden en éste. Para valorar los efectos, se

utilizan los precios de mercado además de considerar otras variables como depreciación, subsidios, tipo de financiamiento.

Evaluación social: En este tipo de evaluación, se consideran todos los efectos que tenga el proyecto sobre la sociedad. La evaluación se suele realizar con valores sociales, ya que los precios de mercado no reflejan los costos o beneficios marginales de la sociedad.

La aplicación de distintos criterios de evaluación no implica un cambio en la mecánica y pasos sucesivos del análisis de un proyecto. Las diferencias se producen en las formas de valoración y en la importancia asignada a unos índices o a otros.

Las opciones de inversión se pueden clasificar preliminarmente en:

- Dependientes
- Alternativos
- Independientes

Las inversiones **dependientes** se refieren a proyectos cuyo grado de dependencia se da más por razones económicas que físicas, es decir, cuando realizar dos inversiones juntas ocasiona un efecto sinérgico en la rentabilidad, en el sentido de que el resultado combinado es mayor que la suma de los resultados individuales.

Los proyectos son **alternativos** si la aceptación de uno de ellos elimina la posibilidad de aceptar los otros negocios o proyectos. Esto significa que si se tienen dos o más proyectos mutuamente excluyentes, cada uno de éstos va a estar "compitiendo" contra los otros negocios o proyectos, ya que se va a poder aceptar solamente uno de ellos

El grado en que dos proyectos son *alternativos* también puede ser variable. Desde un grado mínimo en donde es insignificante, hasta una superposición total en donde ambos proyectos concurren a un fin idéntico que solo admite la construcción de una sola de las

alternativas en el mismo momento. En este caso se dice que los proyectos son mutuamente excluyentes.

Los proyectos son **independientes**, si la aceptación o rechazo de uno de ellos es independiente de la aceptación o rechazo de cualquiera de los otros negocios o proyectos. Esto significa que si se tienen dos o más negocios o proyectos independientes entre sí, la evaluación de uno de estos negocios o proyectos no se verá afectada por decisiones de los otros negocios y proyectos.

Como consecuencia, cada uno de estos negocios o proyectos se podrá evaluar por separado, sin importar la decisión que se tome en negocios o proyectos pasados y sin importar que negocios o proyectos futuros se pudieran presentar.

Una primera clasificación de estos proyectos se realiza en función de la *finalidad* de la inversión, es decir, del objetivo de la asignación de recursos que permite distinguir proyectos que buscan *crear nuevos negocios o empresas* y proyectos que buscan *evaluar un cambio, mejora o modernización* en una empresa existente. En el primer caso, la evaluación se concentrará en determinar todos los costos y beneficios asociados directamente a la inversión. En el segundo, solo considerará aquellos que son relevantes para la decisión que se deberá tomar. Por ejemplo: si se evalúa el reemplazo de una ambulancia, el costo de la remuneración del chofer es irrelevante, por cuanto sin importar la marca por la que se opte, el sueldo será el mismo.

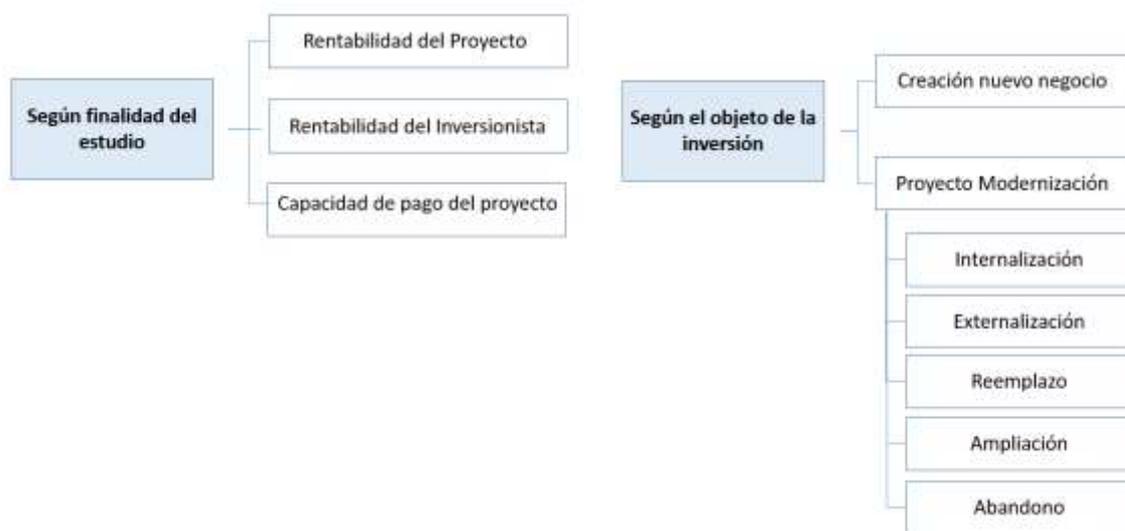
Entre los proyectos más frecuentes en las empresas en funcionamiento, por ejemplo, proyectos que involucran el outsourcing, la internalización de servicios o elaboración de productos provistos por empresas externas, la ampliación del nivel de operación de la empresa, el abandono de ciertas líneas de producción o el reemplazo o renovación de activos que pueden o no implicar cambios en algunos costos pero no en los ingresos ni en el nivel de operación de la empresa.

Una clasificación más profunda permite identificar proyectos que enfrentan una ampliación mediante el reemplazo de equipos de poca capacidad por otros de mayor

capacidad o que solucionan la ampliación con una inversión complementaria que adiciona equipos a los activos actuales. Con ambas alternativas se soluciona el problema de crecimiento, pero con fuertes y distintas implicancias para el trabajo del evaluador.

En algunas ocasiones se podrá identificar un tipo especial de proyecto de expansión por cuanto se evalúa una inversión que permita el lanzamiento de nuevos productos o la mejora de los existentes.

Tipología básica de proyectos.



Para cada uno de los casos anteriores puede clasificarse, también, en función de su fuente de financiamiento, distinguiéndose entre aquellos financiados con leasing, con endeudamiento, ya sea con el sistema financiero o con proveedores, con recursos propios y con una combinación de fuentes.

Muchas veces, la ampliación ocasionará aumentos tan importantes en los niveles de ingresos, que harán estimar como muy conveniente la modernización. Sin embargo, la ampliación puede provocar fuertes impactos en las estructuras de costos de la empresa, tanto en los directamente asociados con la ampliación como en los que indirectamente afectarán, por ejemplo, la administración y el mantenimiento de los sistemas de información y de control, entre otros. Por esto, para evaluar la conveniencia de crecer, será preciso demostrar que los incrementos en los costos son menores que el incremento en los beneficios. Un problema específico respecto a esto se relaciona con la situación de

aquellas empresas que actualmente pudieran tener pérdidas, porque la modernización, si bien permitiría minimizarlas, no posibilita hacer todo el negocio rentable.

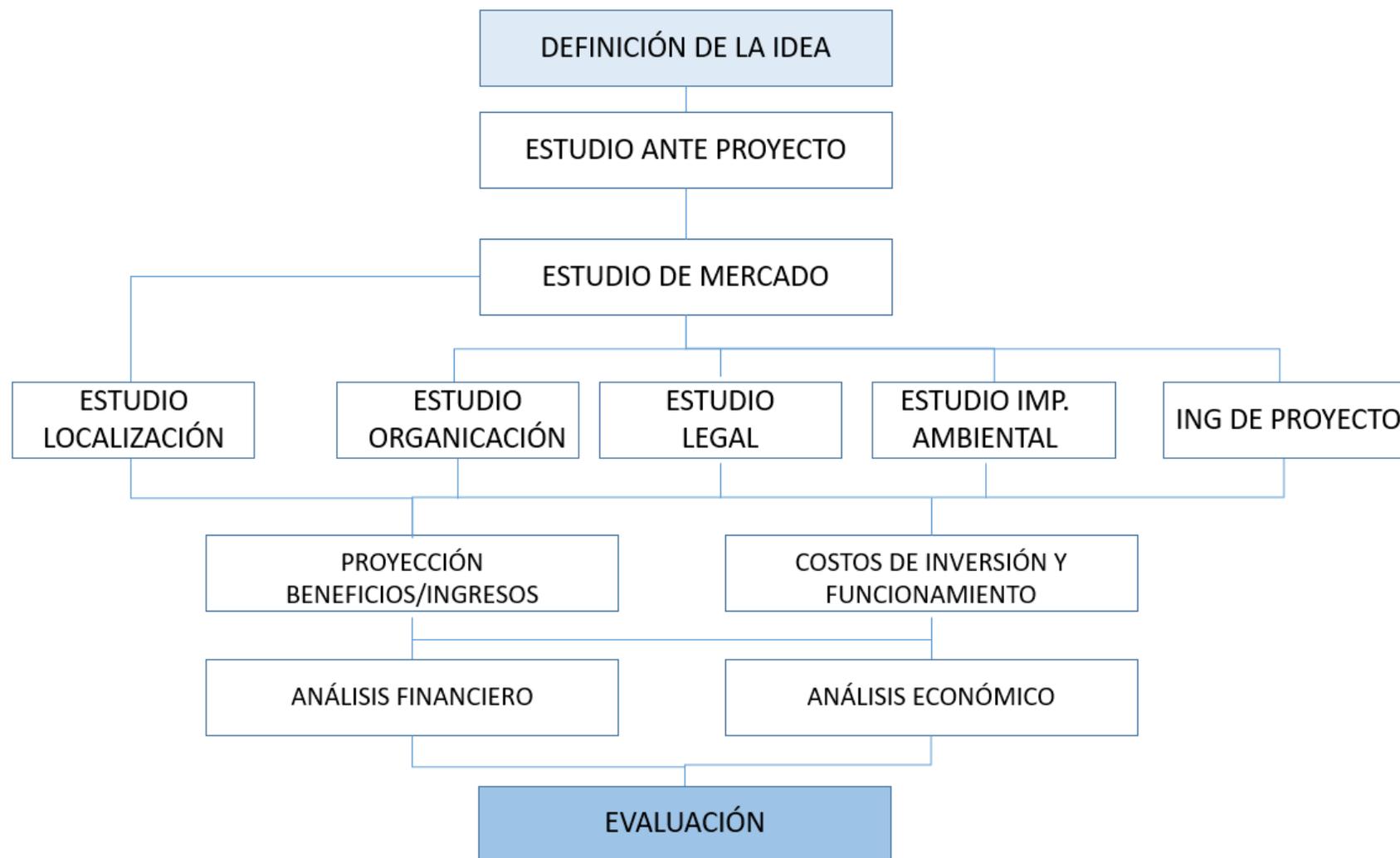
Pero también los proyectos se pueden clasificar en función de la finalidad del estudio, es decir, de acuerdo con lo que se espera medir con su realización. En este contexto, es posible identificar tres tipos de proyectos que obligan a conocer tres formas diferentes de construir los flujos de caja para lograr el resultado deseado:

- a. estudios para medir la rentabilidad de la inversión, independientemente de dónde provengan los fondos;
- b. estudios para medir la rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto;
- c. estudios para medir la capacidad del propio proyecto para enfrentar los compromisos de pago asumidos en un eventual endeudamiento para su realización.

Es frecuente, por ejemplo, confundir la rentabilidad del proyecto con la rentabilidad del inversionista. Mientras en el primer caso se busca medir la rentabilidad de un negocio, independientemente de quién lo haga, en el segundo interesa, contrariamente, medir la rentabilidad de los recursos propios de quien realizará la inversión, en la eventualidad de que se lleve a cabo el proyecto.

Etapas del proyecto de inversión

Las etapas por las cuales atraviesa un proyecto se indican a continuación:



DEFINICIÓN DE LA IDEA

Este proyecto se centra en la creación de una empresa de desarrollo de software que brinde la posibilidad a estos comercios de poder introducirse en estas nuevas tendencias de ventas, mediante una herramienta estándar, que posibilite estos canales.

Esta nueva empresa es denominada IOSFERA. Su nombre tiene origen en las siglas IO utilizadas en la terminología de la innovación y en la biosfera, sistema formado por el conjunto de los seres vivos del planeta Tierra y sus interrelaciones, dando el marco de la importancia de la diversidad social, recordando la importancia del medio ambiente y conciencia social. Esto último fue representado en la letra O del isologo con los múltiples colores:



Iosfera se proyecta ubicada en la ciudad de Sunchales, a unos 120km de la capital Santafesina. En esta zona se cuenta tanto con clientes, supermercados pequeños que serán el foco de nuestro análisis, y una Institución Educativa que forma profesionales de la rama informática, la cual nos interesa para la creación de nuestro producto.

El producto que se comercializará fue nombrada “TuChanguito.com”.

Iosfera, realizará la venta de esta solución medida en cantidades y tipos de licencias, las cuales permite el uso de la herramienta. El tipo de licencia regula los permisos y acciones a efectuar en la solución. Luego, en los diferentes apartados iremos profundizando las características de cada uno, y los costos asociados.

Se proyectan cuatro tipos de licencias para diferenciar estos permisos y acciones antes mencionadas:

- *Administrador del sistema*
- *Encargado supermercado*
- *Empleado supermercado*
- *Cliente*

En página 115 (apartado “Perfiles”) se tratará este tema con mayor detalle.

Adicionalmente se brindará un servicio de implementación de la herramienta. La cual permitirá que el cliente solicite las adaptaciones/personalizaciones requeridas vinculadas a las integraciones con los sistemas internos de control de compras, manejo de stock, facturación, entre otros.

Posteriormente se brinda un servicio de soporte, que implica horas de asistencia al cliente frente a incidentes que se le presenten en el uso de “TuChanguito.com”, y adaptaciones evolutivas que requieran.

ESTUDIO DE MERCADO

Definición

El estudio de mercado de un proyecto es uno de los más importantes y complejos que debe realizar el investigador.

Más que describir y proyectar los mercados relevantes para el proyecto, debe ser la base sólida sobre la que continúe el estudio completo, y además proporcionará datos básicos para las demás partes del estudio.

Objetivos particulares del Estudio de Mercado:

- Ratificar la real posibilidad de colocar el producto o servicio que elaboraría en proyecto en el mercado.
- Conocer los canales de comercialización que usan o podrían usarse en la comercialización de ellos.
- Determinar la magnitud de la demanda esperada, conocer su composición, sus características y la ubicación de los potenciales consumidores.

El estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener su aceptación o no, y las complicaciones de un producto dentro del mercado.

Uno de los factores más críticos es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operación, como por los costos e inversiones implícitas.

El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizaran como estrategia comercial, publicitaria y de promoción, política de distribución de los productos, etc.

Decisiones como el precio de introducción, inversiones para fortalecer una imagen, acondicionamiento de los locales de venta en función de los requerimientos observados en el estudio de los potenciales clientes, políticas de crédito recomendadas por el mismo estudio, etc., pueden constituirse en variables pertinentes para el resultado de la evaluación.

Metodológicamente son tres los aspectos a estudiar:

- El consumidor y la demanda del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La competencia y la oferta del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- Comercialización del producto del proyecto.

El análisis del *consumidor* se realiza para caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etc., de manera de obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial.

El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto. La dificultad principal será definir la proyección de la demanda global y aquella parte que podrá captar el proyecto.

El estudio de la *competencia* es fundamental. Es preciso conocer las estrategias que sigue la competencia, para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas.

La determinación de la oferta suele ser compleja, habiendo que tener en cuenta la sustitución de productos, la potencialidad real de la amplificación de la oferta, al desconocer la capacidad instalada ociosa de la competencia, etc.

El análisis de la *comercialización* del proyecto es quizás uno de los factores más difíciles de precisar.

Muchas son las decisiones que deben adoptarse al respecto, las cuales deben basarse en los resultados obtenidos en los análisis señalados en los párrafos anteriores. Las

decisiones aquí adoptadas tendrán repercusión directa en la rentabilidad del proyecto por las consecuencias económicas que se manifiestan en sus ingresos y egresos.

Una de estas decisiones es la política de ventas, que no solo implica la generación de ingresos al contado o a plazos, sino que también determina la captación de un mayor o menor volumen de ventas. Conjuntamente deben estudiarse: las políticas de plazos de créditos, intereses, etc.

Tan importante como estas son las decisiones sobre precio, canales de distribución, marca, estrategia publicitaria, inversiones en creación de imagen, calidad del producto, servicios complementarios, estilos de venta, características exigidas y capacitación de la fuerza de venta, etc.

Cada una de estas decisiones originará una inversión, un costo o un ingreso.

El producto

Los productos tecnológicos son el resultado de la actividad tecnológica. La Tecnología se concreta en los productos tecnológicos que responden a demandas de la sociedad. Todo procedimiento tecnológico tiende a producir un producto para satisfacer alguna necesidad.

Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos. La etimología de la palabra nos indica que proviene del latín “Servitium” haciendo referencia a la acción ejercida por el verbo “Servir”.

Un servicio de tecnologías de la información es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente por medio de un cambio de condición en los

bienes informáticos (llámese activos), potenciando el valor de estos y reduciendo el riesgo inherente del sistema.

Este proyecto se centra en la creación de una empresa de desarrollo de software que brinde la posibilidad a los pequeños/medianos supermercados de poder introducirse en estas nuevas tendencias de ventas, mediante una herramienta estándar, que posibilite estos canales.

El producto que se comercializará fue nombrado “TuChanguito.com”, visible significado al carrito de compras del supermercado pero con una denominación coloquial.

Debajo se representa la gráfica desarrollada para la herramienta, describiendo lo antes mencionado sumando la presencia de un mouse incorporando la idea de compra online:



Iosfera, realizará la venta de esta solución medida en cantidades y tipos de licencias, las cuales permite el uso de la herramienta. El tipo de licencia regula los permisos y acciones a efectuar en la solución.

Adicionalmente se brindará un servicio de implementación de la herramienta. La cual permitirá que el cliente solicite las adaptaciones/personalizaciones requeridas vinculadas a las integraciones con los sistemas internos de control de compras, manejo de stock, facturación, entre otros.

Alcance: Desde la registración de los clientes, la elaboración de su pedido con un ID definido, distribución de dicho pedido a las áreas involucradas (verdulería, carnicería, panadería, almacén, etc), la generación de un único paquete de entrega con los artículos solicitados, control de stock para ofrecer solo productos disponibles y al precio vigente.

Interacción con pasarelas de pagos (mercado pago, paypal, etc), para brindar a los clientes dicha opción para abonar los pedidos.

Posteriormente se brinda un servicio de soporte, que implica horas de asistencia al cliente frente a incidentes que se le presenten en el uso de “TuChanguito.com”, y adaptaciones evolutivas que requieran.

Unidad de Medida

Este trabajo se centrará en dos unidades de medidas:

- Licencia
- Horas de trabajo

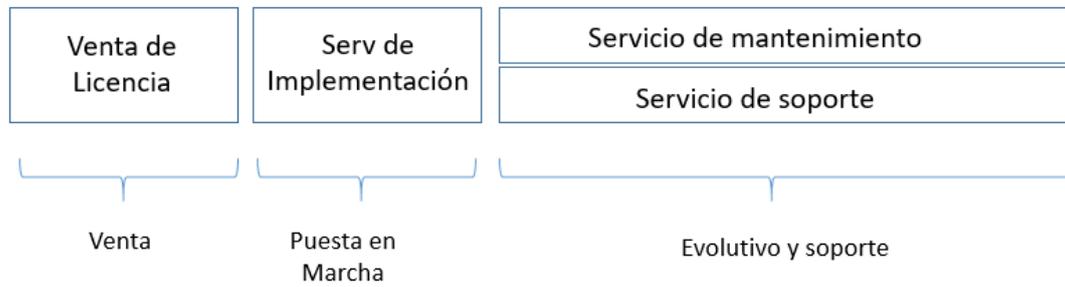
La unidad de medida “licencia”, estará asociada al costo de adquisición de la solución por parte de nuestro cliente. Esta licencia enmarca un conjunto de permisos y acciones que se le permiten ejecutar al cliente. Por contrato se establece la duración de la licencia, y quién la estará ejecutando.

“Horas de trabajo”, se aplicará esta unidad de medida, asociada a una tarifa que represente tanto los trabajos asociados a la implementación de la solución, como al mantenimiento y soporte de incidentes.

Los trabajos de implementación se tratan de la puesta en marcha de la solución para el cliente. Son los que se requieren por ejemplo para vincular y conectar los sistemas actuales del cliente como ser controles de stock, facturación, etc con “MiChanguito.com”

Los trabajos de mantenimiento, se tratan de mejoras o pedidos del cliente para realizar adaptaciones que necesiten. Por ejemplo, una actualización de su sistema contable, que requiera algún cambio en nuestro sistema.

El soporte frente a incidentes, es servicio que se proporciona asistencia a los usuarios al tener algún problema al utilizar el producto o requiere alguna capacitación puntual.



Mercado Competidor

Es generalmente una de las principales fuentes de información para aquellos proyectos nuevos sobre los cuales no se tiene un conocimiento particular.

El mercado competidor directo, entendiéndose por ello las empresas que elaboran y venden productos similares a los del proyecto, tiene también otras connotaciones importantes que considerar en la preparación y evaluación del mismo. Será imprescindible conocer la estrategia comercial que desarrolle, para enfrentar en mejor forma la competencia. Cada antecedente que se conozca de ella se utilizará en la definición de la propia estrategia comercial del proyecto. De esta manera, conocer variables como por ejemplo precios a los cuales vende, condiciones, plazos, descuentos por volúmenes y pronto pago, canales de distribución, entre otras, facilitará la determinación de estas variables para el proyecto.

En el caso puntual de mi trabajo, el mercado competidor, podrían ser las consultoras de IT locales o de la zona dedicadas a la programación de software.

Ejemplo: CABL & Asociados, es una Software Factory de la ciudad de Sunchales, su cliente más importante es Sancor Seguros. Cuenta con una dotación que supera las 90 personas en su equipo. Bitwise de la ciudad de Santa Fe con 20 personas, y Softkey de la ciudad de Hernando, provincia de Córdoba con 25 personas, que brinda servicios también a Claro y EPEC, se identifican como competidores ya que actualmente se encuentran brindando sus servicios a empresas de la región (rubro: salud, seguros, comunicaciones, etc) pero si su objetivo cambia al rubro comercial, enfocándose en la comercialización de productos de consumo masivo como lo son los supermercados, debería considerarlos como competidores directos.

Mercado Proveedor

El mercado proveedor constituye muchas veces un factor tanto o más crítico que el mercado consumidor. Muchos proyectos tienen una dependencia extrema de la calidad, cantidad, oportunidad de la recepción y costo de los materiales/servicios. No son pocos los proyectos que basan su viabilidad en este mercado.

El estudio del mercado proveedor es más complejo de lo que puede parecer, ya que deberán estudiarse todas las alternativas de obtención de materiales/servicios, sus costos, condiciones de compra, sustitutos, oportunidad y demoras en la recepción, disponibilidad, seguridad, etc.

La disponibilidad de insumos/servicios será fundamental para la determinación del procedimiento de cálculo del costo de abastecerse. Si hay disponibilidad de recursos se podrá trabajar con el costo medio, pero si no lo hay, deberá considerarse el costo marginal. El precio marginal será importante en la definición tanto de los costos como de la inversión en capital de trabajo. Por ello, al estudiar el precio de este frente, se tendrá que incluir su concepto amplio, es decir, agregar las condiciones de pago que establece el proveedor, sus políticas de crédito y las de descuento.

Lo requerido para este servicio son horas de trabajo profesionales. En la zona en la que estamos localizados, se cuenta con una Institución de formación terciaria donde los egresados finalizan con estudio de Analistas de Sistemas. Además, en la ciudad de Rafaela, a 30km de Sunchales, se encuentra una facultad privada donde los estudiantes finalizan la carrera de Ingeniería en Sistemas, esto hace que la mano de obra requerida para este trabajo se encuentre disponible en la zona de radicación.

Tarifas de mercado sobre manpower de TI

Información obtenida del Consejo Profesional de Ciencias Informáticas

Perfil/Rol	\$/Hora	Horas mes	\$Mes
Analista Programador	289,4	160	46.300
Analista de calidad / tester	224,6	160	35.928

Fuente: <https://www.cpcipc.org.ar/content/honorarios>

Otro servicio que se requiere para nuestra aplicación es el hosteo del sitio web. Todo lo que tiene que ver con servicio en internet está conformado por archivos.

Para que estos archivos se puedan acceder en internet tienen que estar hospedados (host en inglés) en equipos, a los que llamamos servidores, parecidos a una PC, que estén en línea las 24 horas del día los 365 días del año.

Por otro lado, tenemos el dominio. Así como en nuestra casa tenemos una dirección postal, en internet todos los equipos conectados tienen la suya también, el problema es que esta dirección, a la que llamamos IP, es una secuencia de números o hexadecimal imposible de recordar. Aquí es donde entran entonces los llamados dominios. Un dominio es un nombre “amigable” que está relacionado a una IP.

Debajo se presentan los costos de referencia para estos servicios.

Concepto	\$/Año1	\$/Año2	\$/Año3
Hosting y dominio	1.404	2.808	2.808

Fuente: <https://donweb.com/es-ar/web-hosting>

Mercado Consumidor

El mercado consumidor es el que más tiempo requiere para su estudio. Habrá que realizar varios estudios específicos ya que así se podrá definir diversos efectos sobre la composición del flujo de caja del proyecto.

Y para ello, debemos conocer ciertos aspectos del Mercado como lo son:

- El tamaño del mercado
- El potencial de crecimiento del mercado
- ¿Qué segmentos pueden identificarse en los mismos?

Dar respuestas a estas preguntas es fundamental para que la empresa se desarrolle y pueda desenvolverse con el menor margen de incertidumbre posible.

Proceso de Investigación de Mercado:



- Definición del Problema: “Un problema bien definido es un problema resuelto a la mitad”
- Determinar la factibilidad de la comercialización y posterior servicio de mantenimiento de una aplicación web para pequeño y medianos supermercados.
- Diseño de investigación: Un diseño de investigación es un plan maestro que especifica los métodos y procedimientos para recopilar y analizar la información necesaria.

Existen cuatro tipos de métodos para una investigación de mercado:

- Encuestas: El método más común para obtener datos primarios. Es una técnica de investigación en la que se recopila la información de una muestra de personas mediante cuestionarios.
- Experimentos: Los experimentos de mercadotecnia son los que tienen el mayor potencial para establecer las relaciones causa – efecto. Permite la investigación de cambios en una variable, como las ventas, mientras manipula una o dos variables diferentes.
- Datos secundarios: Son aquellos datos publicados que se recolectaron con propósitos diferentes de las necesidades específicas de la investigación que se está desarrollando.
- Observación: En este tipo de investigación los datos pueden registrarse mecánicamente o ser observados por personas.

El método elegido para llevar a cabo la investigación de mercado del proyecto es la ENCUESTA.

En la actualidad, existen cuatro tipos de encuesta que se dividen según el medio que se utiliza para realizar la encuesta:

1. Encuestas basadas en entrevistas cara a cara o de profundidad: Consisten en entrevistas directas o personales con cada encuestado.
2. Encuestas telefónicas: Este tipo de encuesta consiste en una entrevista vía telefónica con cada encuestado.
3. Encuestas postales: Consiste en el envío de un "cuestionario" a los potenciales encuestados, pedirles que lo llenen y hacer que lo remitan a la empresa o a una casilla de correo.
4. Encuestas por Internet: Este tipo de encuesta consiste en "colocar" un cuestionario en una página Web o en enviarlo a los correos electrónicos de un panel predefinido.

Para este caso puntual se realizarán encuestas cara a cara con los dueños/referentes de los supermercados de la ciudad de Sunchales, y vía web a los clientes de los pequeños y medianos supermercados del resto de las localidades, ya que permite la obtención directa de datos primarios y confiables, de manera ágil se accede a estadísticas predeterminadas.

Muestreo

Debemos determinar nuestro mercado objetivo y analizarlo, para ello habrá que determinar la necesidad de trabajar con muestreos representativos de la población objetivo:

La unidad de muestreo definida es cada institución que brinda este servicio.

Método de muestreo: Para determinar el proceso de selección de muestra existen dos métodos básicos: el probabilístico y el no probabilístico.

- *Métodos de muestreo probabilísticos:* los métodos de muestreo probabilísticos son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad. Es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para

formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño N tienen la misma probabilidad de ser elegidas.

Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos nos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables. Dentro de los métodos de muestreo probabilísticos encontramos los siguientes tipos:

- *Muestreo aleatorio simple*: El procedimiento empleado es el siguiente: se asigna un número a cada individuo de la población y a través de algún medio mecánico se eligen tantos sujetos como sea necesario para completar el tamaño de muestra requerido.
- *Muestreo aleatorio sistemático*: Este procedimiento exige, como el anterior, numerar todos los elementos de la población, pero en lugar de extraer N números aleatorios sólo se extrae uno. Se parte de ese número aleatorio i , que es un número elegido al azar, y los elementos que integran la muestra son los que ocupan los lugares $i, i+k, i+2k, i+3k, \dots, i+(n-1)k$, es decir se toman los individuos de k en k , siendo k el resultado de dividir el tamaño de la población entre el tamaño de la muestra: $k = N/n$. El número i que empleamos como punto de partida será un número al azar entre 1 y k .
- *Muestreo aleatorio estratificado*: Trata de obviar las dificultades que presentan los anteriores ya que simplifican los procesos y suelen reducir el error muestral para un tamaño dado de la muestra. Consiste en considerar categorías típicas diferentes entre sí (estratos) que poseen gran homogeneidad respecto a alguna característica (se puede estratificar, por ejemplo, según la profesión, el municipio de residencia, el sexo, el estado civil, etc.). Lo que se pretende con este tipo de muestreo es asegurarse de que todos los estratos de interés estarán representados adecuadamente en la muestra. Cada estrato funciona independientemente, pudiendo aplicarse dentro de ellos el muestreo aleatorio simple o el estratificado para elegir los elementos concretos que formarán parte de la muestra. En ocasiones las dificultades que plantean son demasiado grandes, pues exige un conocimiento detallado de la población (tamaño geográfico, sexos, edades, etc.).

- *Muestreo aleatorio por conglomerados:* El muestreo por conglomerados consiste en seleccionar aleatoriamente un cierto número de conglomerados (el necesario para alcanzar el tamaño muestral establecido) y en investigar después todos los elementos pertenecientes a los conglomerados elegidos.

- Métodos de muestreo no probabilísticos

A veces, para estudios exploratorios, el muestreo probabilístico resulta excesivamente costoso y se acude a métodos no probabilísticos, aun siendo conscientes de que no sirven para realizar generalizaciones, pues no se tiene certeza de que la muestra extraída sea representativa, ya que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos. En general se seleccionan a los sujetos siguiendo determinados criterios procurando que la muestra sea representativa.

- *Muestreo por cuotas:* También denominado en ocasiones “accidental”. Se asienta generalmente sobre la base de un buen conocimiento de los estratos de la población y/o de los individuos más “representativos” o “adecuados” para los fines de la investigación. Mantiene, por tanto, semejanzas con el muestreo aleatorio estratificado, pero no tiene el carácter de aleatoriedad de aquél. En este tipo de muestreo se fijan unas “cuotas” que consisten en un número de individuos que reúnen unas determinadas condiciones. Una vez determinada la cuota se eligen los primeros que se encuentren que cumplan esas características. Este método se utiliza mucho en las encuestas de opinión.
- *Muestreo intencional:* Este tipo de muestreo se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras “representativas” mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos. Es muy frecuente su utilización en sondeos preelectorales de zonas que en anteriores votaciones han marcado tendencias de voto.
- *Muestreo casual o incidental:* Se trata de un proceso en el que el investigador selecciona directa e intencionadamente los individuos de la población. El caso más frecuente de este procedimiento es el utilizar como muestra los individuos a los

que se tiene fácil acceso (Por ejemplo, cuando se entrevista a una de cada diez personas que pasan por una calle cualquiera).

- *Bola de nieve*: Se localiza a algunos individuos, los cuales conducen a otros, y estos a otros, y así hasta conseguir una muestra suficiente. Este tipo se emplea muy frecuentemente cuando se hacen estudios con poblaciones “marginales”, delincuentes, sectas, determinados tipos de enfermos, etc.

Para la investigación de mercado del proyecto, debido a las ventajas y desventajas de cada método, se realizará un **muestreo casual o incidental**, en donde se seleccionarán los establecimientos más representativos y adecuados para determinar patrones de comportamiento en las variables escogidas.

Los establecimientos seleccionados para encuestar fueron los siguientes;

Nombre supermercado	Ciudad
Agrupación Giro	Sunchales
Atilra	Sunchales
Supermercado Apolo	Gálvez
Supermercado Arco Iris SA	Las Parejas
Beltran SRL	Bigant
El Chapulin	Maria Juana/San Francisco
Reconquista SRL	Reconquista
San Guillermo	San Guillermo
San Jorge	San Guillermo
Sutram SRL	San Lorenzo
Anselmi	San Francisco
Careglio Hermanos	San Francisco
Norte Express	San Francisco

Se obtuvieron los siguientes resultados:



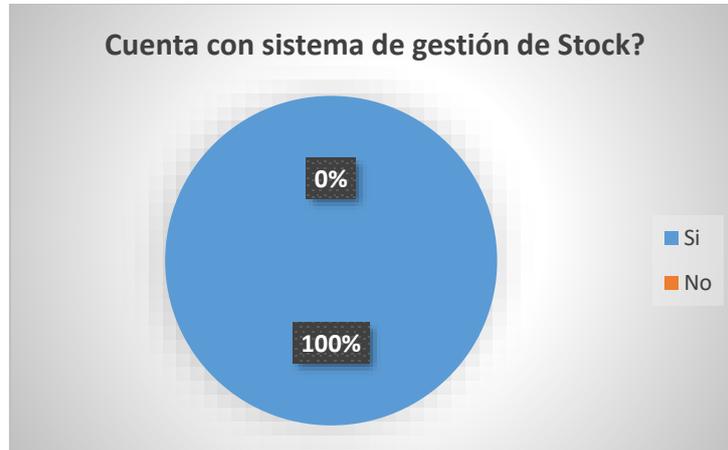
Ninguno de los supermercados seleccionados realiza en la actualidad venta online. Lo que si mencionaron es que suelen gestionar compras telefónicas para ciertos clientes, generalmente de tercera edad. Al consultar cómo realizan la gestión interna, comentan que un empleado realiza la compra puntual.



Al consultar si estaría interesado en adquirir una aplicación para que le permita a su negocio la venta on line, hay un 30% que no sabe, y duda por desconocimiento de los costos y sobre los cambios que se requerirían en el supermercado. Necesitando tal vez más PC.

Un 15% respondió que no estaría dispuesto a comprarla por los costos, y porque según su criterio a la gente le gusta ir y ver lo que va a comprar.

Por último, hay un 55% de los supermercados encuestados que estarían predispuestos a sumar esta nueva opción para sus clientes, acompañando las nuevas tendencias, siempre y cuando la actividad económica acompañe para solventar la inversión.



El 100% de los supermercados consultados cuenta con un sistema de gestión de stock y aviso de punto de pedido.



A pesar de contar con sistema de manejo de stock, los reportes de consumo se realizan a pedido. Generalmente el sistema es utilizado para avisos de punto de pedido y aviso de vencimientos.

Comportamiento del mercado

A continuación, se citan algunas cifras publicadas por la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE):

Coto Digital lo utilizaron casi 350 mil hogares entre julio y septiembre de este año; y a WallMart Online unos 150 mil hogares.

Ahorro y comodidad. El ahorro y la comodidad son los dos motivos principales para decidirse por la compra a través de internet. Pero además los consumidores consideran que es una gran ventaja poder buscar en cualquier parte y a cualquier hora y además recibir la mercancía en casa. Sin embargo, existe el temor de que las compras no lleguen a tiempo (48%) y hay quienes prefieren ver y tocar lo que van a comprar (42%) y quienes se resisten a pagar los gastos de envío (25%). La seguridad ha dejado de ser un freno decisivo (9%) y a un 6% no se le ocurrió acceder a este canal.

Los compradores por internet dedican menos tiempo a sus compras, 5,6 horas, con un promedio de 10,7 visitas a webs. Sin embargo, comprar en tiendas físicas requiere más tiempo, 7,6 horas, para la mitad de visitas, 5,3. Las tarjetas de fidelización se emplearon en un porcentaje similar en los dos canales pero un 29% aprovechó los descuentos o bonos en online mientras que un 18% lo hizo en tiendas físicas.

Siete de cada 10 argentinos cree que comprar online es conveniente. En Argentina, al igual que en Latinoamérica, los consumidores son muy activos en la búsqueda de información en línea sobre productos y servicios, pero se muestran más conservadores al momento de comprar en la red

Una investigación publicada por Ambito.com destaca "Estamos ante un consumidor más curioso, más exigente y más demandante que nunca. Un consumidor que hace una investigación previa a una compra. Internet es entonces, un factor determinante no solo

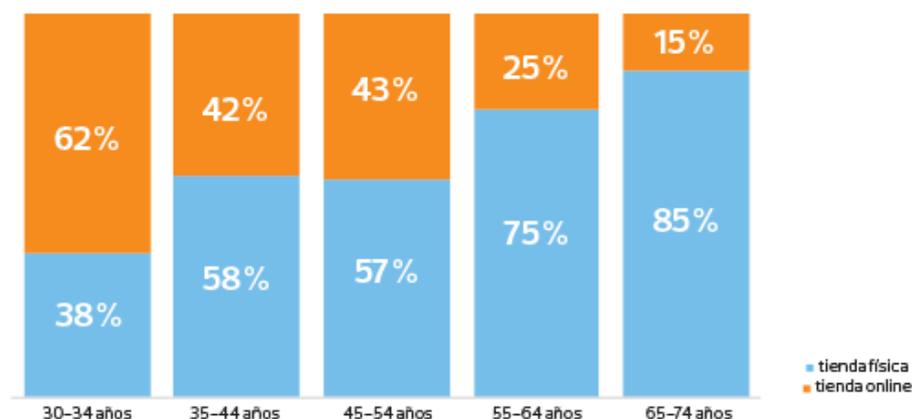
en la etapa de investigación previa a la compra, sino que también influye en la decisión dentro de la sucursal física",”

Los argentinos esperan una integración de sucursales físicas, internet y dispositivos móviles para asistirlos en una experiencia de compra útil, personalizada y sin fricciones



Los resultados son claros y su progresión también: **cuanto más joven el encuestado, más tiende a comprar en la red.** Pero el predominio del comercio convencional se sostiene sobre todo por la gran fidelidad de los compradores mayores.

TIENDA FÍSICA VS TIENDA ONLINE



Estrategia de Marketing

La estrategia de marketing, en este caso, está dirigida a los supermercados, y más específicamente a la persona encargada del comercio, en donde mediante un contacto directo, se tratará de mostrar las ventajas del servicio, sus beneficios, la tendencia en el comportamiento consumidor, y la especificidad de la herramienta y el servicio relacionado.

FODA

La **matriz de análisis dafo** o **foda**, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa o un proyecto. El principal objetivo de aplicar la matriz foda, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis Foda permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa o proyecto.

En el análisis *externo* de la empresa se identifican los factores externos claves para nuestra empresa o proyecto, como por ejemplo los relacionados con: nuevas conductas de clientes, competencia, cambios del mercado, tecnología, economía, etcétera. Se debe tener un especial cuidado dado que son incontrolables por la empresa e influyen directamente en su desarrollo. La **matriz Foda** divide por tanto el **análisis** externo en *oportunidades* y en *amenazas*.

- *Oportunidades*: representan una ocasión de mejora de la empresa. Las oportunidades son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la empresa o proyecto. Para identificar las oportunidades podemos responder a preguntas como: *¿existen nuevas tendencias de mercado relacionadas con nuestra empresa?, ¿qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en nuestro mercado?*

- *Amenazas*: pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o en menor medida afectar a nuestra cuota de mercado. Si identificamos una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad. Para identificar las amenazas de nuestra organización, podemos responder a preguntas como: *¿qué obstáculos podemos encontrarnos?, ¿existen problemas de financiación?, ¿cuáles son las nuevas tendencias que siguen nuestros competidores?*

En el análisis *interno* de la empresa o proyecto se identifican los factores internos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: financiación, marketing, producción, organización, etc. En definitiva, se trata de realizar una autoevaluación, dónde la **matriz de análisis Foda** trata de identificar los puntos fuertes y los puntos débiles de la empresa.

- *Fortalezas*: Son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas. Para identificarlas podemos responder a preguntas como: *¿qué ventajas tenemos respecto de la competencia?, ¿qué recursos de bajo coste tenemos disponibles?, ¿cuáles son nuestros puntos fuertes en producto, servicio, distribución o marca?*
- *Debilidades*: Son aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar. Para identificar las debilidades de la empresa podemos responder a preguntas como: *¿qué perciben nuestros clientes como debilidades?, ¿en qué podemos mejorar?, ¿qué evita que nos compren?*

- **FOTALEZAS**

- Personal con actitud emprendedora.

- Conocimiento técnico en el desarrollo de aplicaciones webs.

- Producto/servicio escalable.

- Trabajo remoto, evitando costos de infraestructura.

- **DEBILIDADES**

Falta de un perfil comercial.

Limitadas fuentes de financiamiento.

Estructura organizativa limitada.

Falta de segregación de funciones.

- **OPORTUNIDADES**

Nuevas generaciones ingresan al mercado consumidor.

Nuevo mercado consumidor con preferencia en el e-commerce.

Tendencia en crecimiento de aplicaciones móviles.

- **AMENAZA**

Situación económica y social.

Perfiles de TI con alta rotación de empresas.

Software Factory de mayor tamaño absorban los recursos de desarrollo disponibles.

Estrategias determinadas por la matriz FODA:

ESTRATEGIAS FO: se basan en el uso de las fortalezas internas de una firma con el objeto de aprovechar las oportunidades externas.

- Aprovechar el personal con actitud emprendedora, y el cambio en el comportamiento de los compradores para crear un nuevo producto y evolucionarlo en consecuencia.
- Emplear nuevas modalidades de trabajo como lo son el home office o tele trabajo, para reducir los costos de infraestructura.

ESTRATEGIAS FA: se basan en la utilización de las fortalezas de una empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas.

- Brindar modalidades de trabajo flexibles, que sean un diferencial a la hora de competir contra empresas con estructura más robustas y tradicionales.
- Emplear este tiempo de recesión para invertir en diseño y programación, de manera de tener el producto disponible en época de auge.

ESTRATEGIAS DO: tienen como objetivo la mejora de las debilidades internas, valiéndose de las oportunidades externas.

- Al no contar con perfil comercial, se debe fundamentar el servicio con información cuantitativa que respalden el cambio que se está comenzando a gestar en la sociedad.
- Aprovechar el consumo de e-commerce para difundir nuestro proyecto, y evitar costos de comercialización, por fuentes de financiación limitadas.

ESTRATEGIAS DA: tienen como objeto derrotar las debilidades internas y eludir las amenazas ambientales.

- Al tratarse de una insipiente organización, permite contar con mayor conocimiento, y posible crecimiento en futuras ampliaciones.

Proyección de Ventas

Cualquier decisión razonable entraña algún tipo de suposición relativa a cómo va a ser el futuro, es decir algún tipo de proyección, estimación o pronóstico. Gran parte de estos pronósticos, aún los realizados en empresas, no llegan a formalizarse, son suposiciones basadas en la experiencia, en la intuición o algún tipo de tendencia, fundamentados en la experiencia personal y en el tipo de carácter (optimista o pesimista) de quien lo realiza.

La mayor dificultad de pronosticar comportamientos radica en la posibilidad de eventos que no hayan ocurrido anteriormente, como el desarrollo de nuevas tecnologías, la incorporación de competidores con sistemas comerciales no tradicionales, variaciones en las políticas económicas gubernamentales, etcétera.

La elección del método de proyección correcto dependerá principalmente de la cantidad y calidad de los antecedentes disponibles, así como de los resultados esperados.

- *Métodos de Proyección:*

Una forma de clasificar las técnicas de proyección consiste en hacerlo en función de su carácter, esto es, aplicando métodos de carácter subjetivo, modelos caudales y modelos de series de tiempo.

- **Los métodos de carácter subjetivo** se basan principalmente en opiniones de expertos. Su uso es frecuente cuando el tiempo para elaborar el pronóstico es escaso, cuando no se dispone de todos los antecedentes mínimos necesarios o cuando los datos disponibles no son confiables para predecir algún comportamiento futuro.
- **Los modelos de pronósticos causales** parten del supuesto de que el grado de influencia de las variables que afectan al comportamiento del mercado permanece estable, para luego construir un modelo que relacione ese comportamiento con las variables que se estima son las causantes de los cambios que se observan en el mercado.
- **Los modelos de series de tiempo** se utilizan cuando el comportamiento que asuma el mercado a futuro puede determinarse en gran medida por los sucedidos en el pasado, y siempre que esté disponible la información histórica en forma confiable y completa.

En este caso, para determinar la demanda futura de los próximos 5 años utilizaremos el *método subjetivo*, ya que el producto es nuevo y no contamos con información histórica sobre el mismo. La información obtenida en la investigación de mercado, nos servirá como ayuda para tomar decisiones con respecto a este mercado.

A cada cliente se le entregarán las siguientes licencias para el funcionamiento de la solución:

	Cantidad Licencias	\$
Licencias encargado super	1	\$ 14.400
Licencias empleados super	5	\$ 24.000
Licencias cliente	100	\$ 960.000
Soporte	1	\$ 694.560
TOTAL	107	\$ 1.692.960

PROYECCIÓN DE VENTAS ANUALES

PROYECCIÓN DE LICENCIAS Y SOPORTES EN CANTIDADES					
Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Licencias	106	106	106	106	106
Licencias encargado super	1	1	1	1	1
Licencias empleados super	5	5	5	5	5
Licencias cliente	100	100	100	100	100
Soporte	1	2	3	4	5
Soporte	1	2	3	4	5
TOTAL	107	108	109	110	111

Se proyecta ir sumando un nuevo cliente anual, esto es, año 1 venta de licencias más el soporte, año 2 venta de nuevas licencias y su soporte, más el soporte de la venta 1, y así, hasta el año 5.

Lo que se van incrementando son los soportes y las licencias que se acumulan de los diferentes clientes y requieren mantenimiento.



Esto se traduce en la siguiente proyección de ventas en pesos.

PROYECCIÓN DE VENTAS EN \$					
Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Licencias	\$ 998.400				
Licencias encargado super	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 14.400
Licencias empleados super	\$ 24.000	\$ 24.000	\$ 24.000	\$ 24.000	\$ 24.000
Licencias cliente	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000
Soporte	\$ 694.560	\$ 1.389.120	\$ 2.083.680	\$ 2.778.240	\$ 3.472.800
Soporte	\$ 694.560	\$ 1.389.120	\$ 2.083.680	\$ 2.778.240	\$ 3.472.800
TOTAL	\$ 1.692.960	\$ 2.387.520	\$ 3.082.080	\$ 3.776.640	\$ 4.471.200



Se estima que puedan surgir nuevas soluciones que requieran evolucionar la aplicación.

Costos de referencia de soluciones similares a “TuChanguito.com”

Investigando los costos de soluciones similares a TuChanguito.com, se pueden apreciar los siguientes valores:

- ADIANTE APPS: \$80.640 [1.800 euros] anuales.
- NEXTAR: \$87.324 [2.280 dólares] anuales.
- MADISON: \$45.500 [1.188 dólares] anuales.

Tipo de Cambio: Euro 44,8/ Dólar 38,3

Fuente: <https://www.bna.com.ar>

Estas 3 soluciones mencionadas, se venden con la promesa de simplificar y agilizar las ventas, mejorar el trato con el cliente y automatizar los pedidos a en tu supermercado. Plataformas personalizables para ajustarse a los requerimientos de cada empresa.

Todas incluyen el control de stock en el alcance de su solución. Pero no la implementación que se requiere para vincular los sistemas existentes del supermercado con esta nueva solución. Estos trabajos son los que implican mayor esfuerzo los cuales se traducen en costos.

CONCLUSIÓN

De lo observado en las encuestas, podremos corroborar que el mercado objetivo son los medianos supermercados, los cuales no cuentan aún con una venta digital, pero si manejan un sistema de stocks, y puntos de pedidos.

Esta información ayuda a concluir que no se debe extender el alcance de nuestra solución hacia la gestión de stock. Lo que ofreceremos es el servicio de implementación (puesta

en marcha) vinculando nuestra solución a los sistemas vigentes del cliente (control de stock, facturación, etc).

De lo brindado en las encuestas, vemos un insipiente interés en la venta on line, retraído por las condiciones económicas actuales del país.

Comparándonos con soluciones ya disponibles en el mercado, se pueden observar que cuentan con precios en moneda extranjera (euros, dólares). Frente a situaciones de devaluación de la moneda local, el supermercado se verá frente a aumentos de los precios a pagar, poniendo en riesgos la continuidad de ese canal de venta. A su vez, en los precios presentados de estas soluciones no incluyen los trabajos de implementación los cuales demandan mucho esfuerzos y costos.

Los datos antes presentados, apoyan el desarrollo local de la solución, apostando al crecimiento de la demanda de las nuevas generaciones que se incorporan al mercado consumidor, lo cual obligará a los comercios a estar más cerca de sus clientes, ejemplo, desde su celular.

ORGANIZACIÓN

El objetivo de este punto es presentar los criterios analíticos que permitan enfrentar en mejor forma el análisis de los aspectos organizacionales de un proyecto, los procedimientos administrativos y sus consecuencias económicas en los resultados de evaluación.

Factores organizacionales

Los factores organizacionales más relevantes que deben considerarse se agrupan en cuatro áreas decisionales específicas:

- Participación de unidades externas: proveedores y clientes; auditorías externas, contratistas de obras, agencias financieras, consultores y otras que permiten operar con una estructura fija menor.

Para el caso de nuestra empresa, la participación externa será de un abogado para recibir asesoramiento de los aspectos legales ya que las contrataciones de los recursos para el desarrollo de la solución también serán externos.

- Tamaño de la estructura organizativa: La empresa, al ser un emprendimiento nuevo, y de tratarse de una empresa unipersonal, no tiene procedimientos complejos, no existe la burocracia, ni se requiere de una gran estructura para su eficaz funcionamiento, por lo tanto, no se requiere de especialización, pero si de multifuncionalidad.
- Tecnología administrativa: Para el desarrollo de las actividades administrativas será necesario la compra de una computadora. No se requiere software pago, ya que se utilizarán soluciones free.
- Complejidad de las tareas administrativas (a mayor número de tareas mayor necesidad de comunicaciones verticales exigiendo una mayor extensión de las divisiones jerárquicas): Como se mencionó antes, al ser una empresa pequeña, las comunicaciones serán más horizontales que verticales, sin necesidad de tanta especialización, pero si con actividades bien definidas.

Organigrama



Detalle de las responsabilidades y perfiles:

- *Responsable General:* dueño/inversionista del proyecto. Supervisar todas las operaciones que se desarrollan dentro de la empresa. Definir políticas que tengan que ver con mejoras, diseños de nuevas estrategias comerciales, y aumento de la eficiencia en el control administrativo. Analizar competencias y nuevas soluciones en el mercado, definir lineamientos en consecuencia.
- *Responsable Producción:* gestionar los equipos de proyecto, quienes tienen a cargo las nuevas implementaciones (nuevos clientes), el mantenimiento de las soluciones contratadas (clientes actuales), y el soporte frente a incidentes. Debe aclarar cuestiones técnicas y brindar lineamientos de trabajos a los equipos. También tiene contacto con el cliente vinculado al soporte de la solución.
- *Equipo de proyecto:* trabajar en la implementación de la solución en nuevos clientes, adaptándolo a sus necesidades. Analizan los aspectos funcionales, de procesos, y seguridad de manera de asegurar que todos los procesos del cliente han sido analizados y contemplados en la implementación.
- *Equipo de mantenimiento:* Asegurar que la solución contratada por los clientes esté siempre disponible y sin fallas, atendiendo a las necesidades reportadas por ellos, ya sean por mejoras o incidentes.

- *Responsable de calidad:* Asegurar la calidad del producto entregado al cliente. Diseña y ejecuta pruebas integrales, realiza medición sistemática, comparación con estándares, y seguimiento de los procesos, todas ellas encaminadas a la prevención de errores durante el proceso de desarrollo del producto. Debe identificar el alcance de las pruebas a realizar, asegurar el 100% de las funcionalidades probadas, realizar devoluciones al equipo de mantenimiento y proyecto sobre los errores detectados.
- *Responsable de Administración:* asegurar las finanzas de empresa, gestionar acciones comerciales con el objetivo de ampliar las ventas y afianzar los clientes, gestionar la administración del personal, y evaluar acciones de capacitación potenciando los equipos.
- *Equipo de Compras:* asegurar que todos los bienes, servicios e inventario necesarios para la operación del negocio se ordenen y se encuentren a tiempo. También es responsable de controlar el costo de los bienes adquiridos, los niveles de inventario
- *Equipo de Ventas:* establecer los objetivos para el periodo, investigar el mercado, las soluciones y costos. Tomar acciones en concordancia con los objetivos fijados. Tomar contacto con clientes actuales y futuros para escuchar sus necesidades.
- *Equipo de RRHH:* reclutar los perfiles requeridos por la empresa, desarrollar plan de carrera para las personas, identificar temas de capacitación, evaluar niveles de satisfacción y analizar los motivos, gestionar trámites administrativos vinculados a la remuneración.
- *Asesoría legal:* asegurar que la empresa esté desempeñándose dentro del marco legal vigente. Gestionar modelos de contratos, firmas, gestión documental y archivo de los mismos. Difundir las disposiciones legales que sean relevantes a la actividad.

Formulario de Descripción de puesto

Para una correcta descripción del puesto, delimitando las responsabilidades de cada uno, dependencias, tareas vinculadas, formación requerida, entre otros, se desarrolló un formulario para describir cada puesto actual y futuro. Debajo se presenta el mismo:

 DESCRIPCIÓN DE PUESTO	
CÓDIGO DEL PUESTO:	
NOMBRE DEL PUESTO:	
ESPECIALIZACIÓN:	
REPORTA A:	
CANTIDAD DE REPORTES :	
MISIÓN DEL PUESTO	
PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE	
RESPONSABILIDAD	TAREAS
1.	A)
	B)
	C)
2.	A)
	B)
	C)
3.	A)
	B)
	C)
AUDIENCIA CON QUIEN INTERACTURA	
INTERNAS	
EXTERNAS	
DECISIONES Y ALCANCES DE SU IMPACTO	
DECISIONES	
1.	A)
	B)
	C)
2.	A)
	B)
	C)
MANEJO DE INFORMACIÓN CONFIDENCIAL	
INFORMACIÓN	FRECUENCIA
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
EDUCACIÓN	
EXPERIENCIA	
COMPETENCIAS REQUERIDAS	

Actitudes y aptitudes valoradas

Para mantener la identidad y el ADN de la empresa es necesario también establecer las actitudes y aptitudes valoradas en la organización, es por ello que debajo se citan algunas de ellas que estarán presentes en los criterios para la búsqueda de personal:

- Perfiles dinámicos.
- Proactividad
- Enfoque al servicio.
- Creativos.
- Con capacidad para trabajar en equipo.
- Comunicativos.
- Colaborativos.
- Flexibles ante necesidades de adaptación/cambios.
- Capacidad de resolver problemas de manera efectiva.
- Empatía con clientes.

Registración de formación del equipo

Para la búsqueda de la mejora continua, es sumamente importante mantener al equipo en continua capacitación y formación.

Es por ello que se presenta un formulario donde se pueden registrar las capacitaciones realizadas, para el registro y legajo del mismo, y a su vez, una recomendación o comentario del mismo, que sirva de retroalimentación al resto del equipo.

	REGISTRACIÓN DE CAPACITACIÓN
FECHA : / /	
DATOS DE LA PERSONA QUE REALIZÓ CAPACITACIÓN	
NOMBRE Y APELLIDO:	
DNI:	
PUESTO ACTUAL:	
REPORTA A:	
INSTUTUCIÓN QUE BRINDA CAPACITACIÓN	
NOMBRE INSTITUCIÓN	
CUIT	
DOMICILIO	
LOCALIDAD	
TELEFONO	
DATOS DE LA CAPACITACIÓN	
FECHA DE REALIZACIÓN:	
NOMBRE DE LA CAPACITACIÓN:	
TEMAS ABORDADOS:	
DURACIÓN (EN HORAS):	
MODALIDAD: PRESENCIAL/ONLINE	
ENTREGA DE CERTIFICACIÓN: SI/NO	
COMENTARIO/ RECOMENDACIÓN	

Evaluación servicios externos

Los servicios externos tienen gran relevancia en IOSFERA ya que representarán gran parte de la fuerza laboral del proyecto.

Para ello se consideró necesario plantear una evaluación de su desempeño que sirva como retroalimentación y que promueva la salud y el bienestar del servicio.

La evaluación es parte muy importante en la cadena de comunicación de un equipo.

Debajo se presenta un formulario de evaluación a utilizar:

		EVALUACIÓN DE PROVEEDOR	
FECHA : / /			
DATOS DEL PROVEEDOR			
NOMBRE DEL PROVEEDOR			
CUIT			
FECHA DE CONTRATACIÓN			
SERVICIO BRINDADO			
DATOS DE LA EVALUACIÓN			
PERIODO EVALUADO			
NOMBRE DEL RECURSO EVALUADO			
EVALUACIÓN			
	<i>Ponderación</i>	<i>Calificación</i>	<i>Puntaje</i>
Cuenta con los conocimientos necesarios?			
Las estimaciones se relacionan a los tiempos de entrega?			
Cumple con los tiempos de entrega pactados?			
Cumple con nivel de calidad en las entregas?			
Propone mejoras a las soluciones actuales?			
Nivel de atención y contacto con clientes externos?			
Realizó capacitaciones en el periodo evaluado?			
Estuvo vinculado a algún reclamo de cliente?			
PUNTAJE TOTAL			
COMENTARIOS/OBSERVACIONES			
FIRMAS			
		Lugar y Fecha	
Firma evaluado	Firma IOSFERA		

Inversiones en organización

En el caso de una Software Factory, la inversión en puestos de trabajos, y equipamiento de comunicación, no suelen ser complejos, dado que la naturaleza del trabajo permite flexibilizar este aspecto, posibilitando el trabajo remoto desde cualquier lugar. A su vez, esta condición es acompañada por las múltiples vías de comunicaciones que al día de hoy se disponen, desde video llamadas, chat, socialmedia, etc, sin costos asociados.

Para nuestra empresa, se necesitará solo una oficina, con un escritorio, que permitirá tanto recibir a clientes, como ser utilizado como puesto de trabajo.

- Escritorio ejecutivo



Nuevo - 6 vendidos ♥

Escritorio Moderno Modelo Sinetica Presidencial Ai21

\$ 39.990

📅 Pagá en hasta 12 cuotas
VISA  
Mas información

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Lomas de Zamora, Buenos Aires
[Ver costos de envío](#)

Color: a eleccion - a eleccion

Cantidad: 1 unidad (7 disponibles)

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-616466499-escritorio-moderno-modelo-sinetica-presidencial-ai21-JM?matt_tool=82472436&matt_word&gclid=EAiaIQobChMI5tqnt52j5AIVBAeRCh2U_w6SEAYYBCABEgII9_D_BwE&quantity=1&variation=25273920928

- Biblioteca



Nuevo - 1190 vendidos ♥

Biblioteca - Cubos Divisor Organizador Melamina Blanco 18mm

★★★★★ 18 opiniones

\$ 3.300

📅 Pagá en hasta 12 cuotas
VISA  
Mas información

👤 Entrega a acordar con el vendedor
villa del parque, Capital Federal
[Ver costos de envío](#)

Color: **Blanco**

https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-617057302-biblioteca-cubos-divisor-organizador-melamina-blanco-18mm-_JM?quantity=1&variation=32987352419

- Sillas



Silla Oficina Escritorio Pc Respaldo Alto Sillon Ejecutivo Ergonomica

\$ 4.399

Envío gratis

229 vendidos



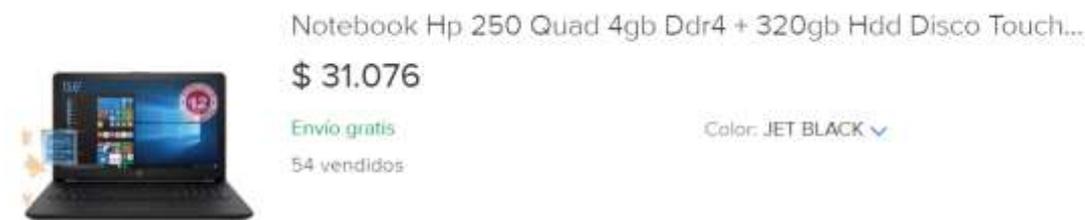
Silla De Oficina Escritorio Ejecutiva Pc Ergonomica Envio

\$ 3.499

Envío gratis **FULL**

151 vendidos

- Notebook



<https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-673654422-notebook-hp-250-quad-4gb-ddr4-320gb-hdd-disco-touch-windows-10-opcional-fhd-15np-JM?quantity=1&variation=25231518559>

Cuadro de inversiones:

CONCEPTO	CANTIDAD	INVERSIÓN	TOTAL	VIDA UTIL (Años)	AMORTIZACIÓN ANUAL
Escritorio Ejecutivo	1	\$ 39.990	\$ 39.990	5	\$ 7.998
Biblioteca	1	\$ 3.300	\$ 3.300	5	\$ 660
Sillón Ejecutiva	1	\$ 4.399	\$ 4.399	5	\$ 880
Silla escritorio	2	\$ 3.499	\$ 6.998	5	\$ 1.400
Notebook	1	\$ 31.076	\$ 31.076	5	\$ 6.215
Útiles de escritorio	1	\$ 1.000	\$ 1.000	5	\$ 200
Celular	1	\$ 8.000	\$ 8.000	5	\$ 1.600
TOTAL			\$ 94.763		\$ 18.953

Costos de la operación administrativa

Existen diversos costos involucrados por la estructura organizativa en sí en la operación del proyecto. Básicamente, son los relacionados con honorarios del personal, la depreciación de la obra física, muebles y equipos. Si bien esta no implica un desembolso directo, influye en la determinación de los impuestos a las ganancias, al poder descontarse contablemente.

Podemos dividir los costos en:

- Honorarios del personal.

- Depreciación de muebles y equipos a 5 años.
- Subcontratos: Dentro de este se encuentran los servicios del estudio Legal y servicios de Sistemas de información.
- Alquiler del local (incluye aire acondicionado)

COSTOS ADMINISTRATIVOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Alquiler Local	\$ 7.500	\$ 90.000
Gastos varios	\$ 1.250	\$ 15.000
Servicios Local (Agua + Luz)	\$ 5.000	\$ 60.000
Internet	\$ 1.200	\$ 14.400
Abono celular	\$ 500	\$ 6.000
Asesoría Legal	\$ 5.000	\$ 60.000
Sueldo Personal interno	\$ 40.000	\$ 480.000
Personal técnico contratado	\$ 75.445	\$ 905.344
Hosteo + Dominio	\$ 117	\$ 1.404
Amortizaciones	\$ 1.579	\$ 18.953
TOTAL	\$ 137.592	\$ 1.651.101

LOCALIZACIÓN

La Localización adecuada de la Empresa puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el Proyecto obedecerá no sólo a criterios Económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso, de preferencias emocionales. Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella Localización que maximice la Rentabilidad del Proyecto.

El análisis de ubicación puede realizarse con distintos grados de profundidad, independientemente de ello, hay dos etapas necesarias que realizar: la selección de una **macrolocalización**, y dentro de ésta, la de **microlocalización** definitiva.

Factores de Localización:

- Medios y costo de transporte
- Disponibilidad y costo de Mano de Obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costo y disponibilidad de edificios
- Estructura impositiva y legal
- Disponibilidad de agua, energía y otros insumos
- Comunicaciones
- Posibilidad de desprenderse de desechos

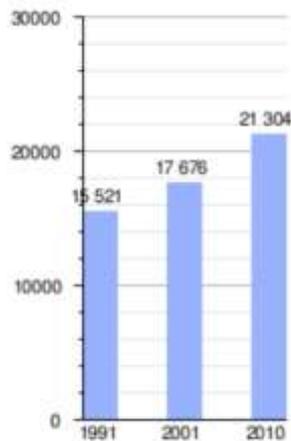
Macrolocalización:

La empresa se ubicará en la Ciudad de Sunchales, donde se encuentra una Institución Educativa de la cual egresan alumnos de la carrera de Analistas de Sistemas y a unos 40km de la ciudad de Rafaela, en la cual también existen Universidades que cuentan con la carrera de Ingeniería en Sistemas. Separados de la capital provincial por unos 120 Km.

Podemos decir que la localización será en una ciudad con fuertes actividades económicas, cercana a los recursos con perfiles de IT requeridos y con un gran mercado para el producto.

Algunos datos de Sunchales:

Cuenta con 21.304 habitantes (INDEC, 2010), lo que representa un incremento del 16% frente a los 17.676 habitantes (INDEC, 2001) del censo anterior.



(*) Fuente de los Censos Nacionales del [INDEC](#)

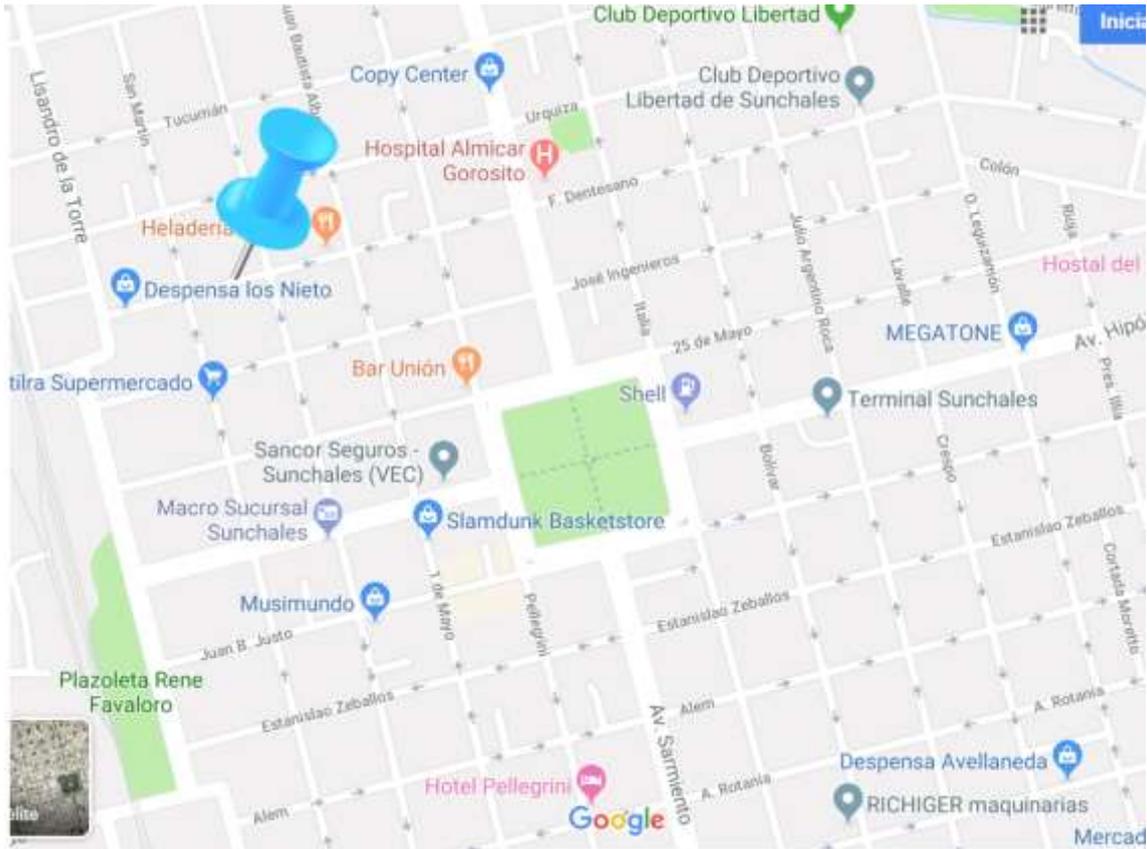
Temperatura media anual: 19.2 °C

Se ubica en las coordenadas 30° 56' 39" de latitud sur y 61° 33' 41" de longitud oeste del globo terráqueo, sobre la llanura pampeana, a una altitud de 87 metros sobre el nivel del mar, que se caracteriza por su clima templado.



Microlocalización:

Se determinó que la mejor opción para la instalación del local comercial del proyecto sería ubicado en calle **Dentesano N° 185**, propiedad de un familiar. Su ubicación es muy buena, ya que se encuentra en zona céntrica, a 3 cuadras de la avenida principal.



El lugar elegido para el desarrollo del proyecto está fundamentado en los siguientes ítems:

- Disponibilidad y costo de Mano de Obra: En esta zona existe un elevado número de egresados de la carrera Analista de Sistemas e Ingenieros en Sistema ya que se encuentra en esta localidad una Institución que brinda estas carreras
- Factores ambientales: Esta región brinda una atmósfera muy favorable para iniciar actividades económicas de este tipo.
- Cercanía del mercado: En Sunchales y Rafaela, se encuentran supermercados de mediana escala, que resulta ser el punto de interés de este proyecto.
- Costo y disponibilidad de edificios: El edificio será alquilado a un familiar. El mismo se encuentra en condiciones de ser utilizado sin necesidad de realizar grandes inversiones en lo que respecta a remodelaciones debido a que antiguamente funcionaba una sede de obra social.
- Disponibilidad de agua, energía y otros insumos: El lugar en donde se instalará el proyecto cuenta con servicios de energía eléctrica cuyo proveedor es EPE, Gas natural cuyo proveedor es Litoral Gas y agua potable cuyo proveedor es aguas provinciales. Por lo tanto la oficina contará con todos los servicios necesarios para su funcionamiento.
- Comunicaciones: la empresa se ubica en la ciudad de Sunchales, ciudad situada a la vera de la Ruta Nacional 34, en una posición privilegiada y estratégica.

Cabe aclarar que la ciudad de Sunchales cuenta con la variedad de entidades bancarias de país, oficinas de empleo, bromatología, ANSES, AFIP, juzgados, tribunales y demás oficinas y entidades necesarias para realizar diversos tipos de trámites.

Tamaño

La cantidad demandada proyectada a futuro es quizá el factor condicionante más importante del tamaño, aunque éste no necesariamente deberá definirse en función del crecimiento esperado del mercado, ya que el nivel óptimo de operación no siempre será el que maximice las ventas.

Factores:

- Análisis de la cantidad demandada (economías de escala): En los 3 primeros años de vida del proyecto se espera una demanda creciente, acorde a una fuerte estrategia comercial, pero una vez pasado esos 3 años, la organización se deberá afianzar en el mercado apuntando a un muy buen servicio de soporte al cliente.
- Disponibilidad de recursos: La disponibilidad de recursos, en ningún momento se convierte en un factor limitante del Tamaño.

Optimización del Tamaño con mercado creciente:

La determinación del tamaño debe basarse en dos condiciones que confieren un carácter cambiante a las optimidad del proyecto: la relación precio volumen, por el efecto de la elasticidad de la demanda y la relación costo volumen por las economías y deseconomías de escala que pueden lograrse en el proceso. La evaluación que se realice de estas variables tiene por objeto estimar los costos y beneficios de las diferentes alternativas posibles de implementar y determinada el valor actual neto de cada tamaño opcional para identificar a aquél en que éste se maximiza.

Para definir el óptimo tamaño del proyecto se toma como factor crítico el soporte vinculado a cada una de las ventas.

En el escenario proyectado se plantean paquetes de soportes en paralelo a partir del año 3:

PROYECCIÓN DE LICENCIAS Y SOPORTES EN CANTIDADES					
Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Licencias	106	106	106	106	106
Licencias encargado super	1	1	1	1	1
Licencias empleados super	5	5	5	5	5
Licencias cliente	100	100	100	100	100
Soporte	1	2	3	4	5
Soporte	1	2	3	4	5
TOTAL	107	108	109	110	111

LEGALES

Persona jurídica:

Desde el punto de vista jurídico las personas son entes susceptibles de adquirir derechos o contraer obligaciones. Tenemos dos tipos de personas, las de existencia visible y las de existencia ideal (o jurídica).

El art. 33 del Código Civil Argentino diferencia dos tipos de personas jurídicas:

- Las de carácter público: Estableciendo que tienen carácter público: 1ro. El Estado Nacional, las Provincias y los Municipios; 2do. Las entidades autárquicas; 3ro. La Iglesia Católica;
- Las de carácter privado: Se dividen en dos:
 - Las asociaciones sin ánimo de lucro, las cuales buscan un bienestar, ya sea físico, intelectual, moral, social o espiritual de los asociados. Siempre va en procura de un mejoramiento cultural, de la propagación de sus valores y de defender sus intereses profesionales.
 - Las asociaciones con ánimo de lucro, son las que constituyen los particulares para la realización de actos permitidos por la ley y con finalidad eminentemente lucrativa. Estas asociaciones se pueden dividir en:
 - Unipersonal: En términos sencillos la nueva ley define la empresa unipersonal como aquella en que una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, destina parte de sus bienes a la realización de actividades mercantiles, obteniendo el beneficio de la personalidad jurídica una vez se cumplan los trámites de rigor.
 - Sociedad de hecho: La sociedad de hecho no tiene una instrumentación, ni se constituye bajo un tipo, sino que se trata de una mera unión de dos o más personas determinadas con el objetivo de explotar de manera común una actividad comercial. La sociedad de hecho es una sociedad que no está tipificada, por lo tanto, no hay una definición.

- Sociedad Anónima: Es formada por la reunión de un capital o fondo dividido en acciones de igual valor, suministrado por accionistas responsables hasta el valor de sus respectivos aportes, es administrada por gestores temporales y revocables. La palabra que acompaña estas asociaciones es sociedad anónima o la abreviatura S.A. Para que se pueda dar una conformación de esta persona jurídica se necesita de más de cinco accionistas y al conformarse deberá inscribirse no menos del cincuenta por ciento de capital autorizado y pagarse no menos de la tercera parte del valor de cada acción.

- Sociedad de responsabilidad limitada: Conformada por dos o más socios pero sin pasar de los veinticinco, responden por el monto de sus aportes. La palabra que acompaña estas asociaciones es limitada o la abreviación Ltda. El capital de la sociedad que estará dividido en cuotas de igual valor debe pagarse en su totalidad a la hora de su constitución.

- Sociedad Colectiva: Son formadas por dos o más socios que responden solidariamente e ilimitadamente por operaciones sociales, la administración corresponde a todos. La palabra que acompaña esta asociación es compañía, hermanos, e hijos, entre otras.

- Sociedad en comandita: Se forma por uno o más socios llamados gestores o colectivos y son los que comprometen solidaria e ilimitadamente su responsabilidad por las operaciones sociales y otros llamados comanditarios que limitan la responsabilidad a sus respectivos aportes. La expresión agregada para una asociación en

comandita e compañía o la abreviatura & Cia. Las sociedades en comandita se dividen en dos:

- Las simples si el capital social es conformado por los aportes de los socios comanditarios o con la de los socios colectivos simultáneamente.
- Por acciones, que es cuando el capital de la asociación está representado en títulos de igual valor (acciones), esta sociedad requiere de mas de cinco accionistas para conformarse.

Para nuestro proyecto, la forma jurídica a adoptar es la unipersonal, ya que es el inicio de un nuevo emprendimiento con cierto volumen de operaciones proyectadas, por lo que se busca obtener beneficios impositivos, además en esta condición, el titular responde por los actos con el capital que invirtió en la misma y no con todo su patrimonio.

Análisis del marco legal que rodea a la organización:

Requisitos para su formación:

La Empresa Unipersonal se crea mediante documento escrito en el cual se expresa: Nombre, documento de identidad, domicilio, dirección de la empresa, denominación o razón social seguida de la expresión “Empresa Unipersonal”, o de su sigla “E.U”, sin pena de que el empresario responda ilimitadamente; domicilio, término de duración si no es indefinido, actividades principales, monto del capital, número de cuotas en que se divide el capital y la forma de administración.

Aspectos tributarios de la empresa unipersonal:

En Impuesto a las Ganancias, las explotaciones unipersonales son declaradas por sus dueños, cuyas ganancias están sujetas a una escala progresiva y escalonada.

Asimismo, las personas pueden deducir de las utilidades un mínimo de subsistencia, un monto por familiar a su cargo y en determinadas ocasiones una deducción especial.

Con relación al impuesto a los Bienes Personales, a partir de la última reforma, las personas pagan sobre sus patrimonios de explotación según una escala que arranca en el 0,25% quienes tengan bienes por encima de los \$ 1.050.000. También deben pagar impuesto municipales (DRI), provinciales (Inmobiliario), ganancia mínima presunta e ingresos brutos.

Normas regulan la empresa unipersonal

La figura de la Empresa Unipersonal, como concepto jurídico, fue adoptada por la Ley 22 de 1995, en sus artículos 71 al 81. En lo no previsto allí en cuanto sean compatibles, se aplican las disposiciones relativas a las sociedades comerciales y, en especial, las que regulan la sociedad de responsabilidad limitada.

Algunas ventajas de este tipo de personas son:

- Es de fácil manejo
- Permite estar en blanco ante la DGI
- No tienen capital mínimo ni máximo
- Es fácil de iniciar
- Flexibilidad en la toma de decisiones
- Posibilidad de acceder a la categoría de monotributista
- Menores obligaciones en el área contable.

COSTO DE INICIO DE UNA EMPRESA UNIPERSONAL:

Relación laboral de acuerdo al convenio de trabajo que corresponde al tema del proyecto.

Puntualmente para este proyecto, el personal requerido será externo y no existirá una dependencia laboral.

Se contratará personal monotributista que nos puedan facturar sus servicios mensualmente.

Estas personas presentarán una carta oferta de locación, en donde se plantean las cláusulas genéricas del servicio y una declaración de servicio, donde se detallarán las particularidades de las tareas a realizar, la cantidad de horas, y el costo.

Modelo Carta Oferta

Ref: Oferta de Servicio.-

De nuestra consideración:

La que suscribe, _____, D.N.I. ____ (en adelante el Proveedor), con domicilio en _____, de la ciudad de _____, provincia de _____, y de conformidad a las conversaciones y reuniones mantenidas con anterioridad, tengo el agrado de dirigirme a Uds. a los fines de formular a través de la presente una Oferta de Servicios (en adelante la Oferta) para convenir con _____ (en adelante el Cliente), que en conjunto se denominarán LAS PARTES, la Provisión de los Servicios que se indican en la cláusula primera, la que de ser aceptada se regirá por los términos y condiciones que se detallan a continuación.

Para efectos de su validez, las presentes condiciones deberán ser aceptadas dentro de los ----- (----) días siguientes a su recepción por parte del Cliente, para lo cual ésta deberá hacer entrega de una nota en tal sentido al Proveedor.

1. OBJETO:

El objeto de la presente es ofrecer la realización de Proyectos y/o Asesoramiento de Ingeniería de Sistemas en los términos y condiciones que se detallan.

2. DEFINICIONES

1. “Información Confidencial” significa toda la información que las partes se suministren entre sí, incluyendo las etapas precontractual, contractual y post contractual, así como todo Producto, Servicio o Entregable generado a partir de la prestación de los servicios. No podrá ser considerada como confidencial la información que sea susceptible de ser conocida mediante la utilización de canales regulares y legales de información ni la información que sea de público conocimiento. Caso contrario, se presume que toda información intercambiada entre las partes es confidencial, y debe adecuarse a lo establecido en la presente, salvo que las partes expresen lo contrario.

2. “Servicios” significan los trabajos llevados a cabo en Proyectos y/o Asesoramiento de Ingeniería de Sistemas a ser prestados o efectivamente prestados por el Proveedor.

3. “Declaración de Servicio” significa las órdenes de servicio por escrito que incluyen, sin limitación, requisitos, especificaciones, performance del equipo de trabajo, calendarios de entrega, precios, productos entregables, contacto de las partes por cuestiones técnicas y demás condiciones que resulten aplicables para la prestación de los Servicios. Una orden de servicio documentada por escrito y aceptada por ambas Partes, será una “Declaración de Servicio”.

4. “Productos Entregables”, significa cualquier programa de software, documentación funcional, componentes de hardware/ software o cualquier otro componente identificado en el plan como entregable a ser entregados por el Proveedor al Cliente, en los términos y condiciones de una Declaración de Servicio. Los Productos Entregables incluyen los códigos fuente.

5. “Derecho de Propiedad Intelectual” o “Derechos de Propiedad Intelectual” significa todos: (i) los derechos de autor y otros derechos conexos y asociados con obras de propiedad intelectual, incluyendo sin limitación a todos los derechos de explotación, derechos morales, y maskworks; (ii) marcas registradas, nombres comerciales, logos, isologos y marcas de servicios; (iii) secretos comerciales y conocimiento técnicos; (iv)

patentes, diseños y algoritmos; (v) todo otro derecho de propiedad intelectual y/o propiedad de cualquier clase y naturaleza, reconocidos actualmente o en un futuro en cualquier país o jurisdicción del mundo, conforme a una disposición legal, contractual, licencia o de cualquier otra forma; (vi) en relación a cualquier información particular, todos los derechos contenidos en dicha información conforme a la legislación aplicable, incluyendo sin limitación, todos los Derechos de Propiedad Intelectual anteriores y derechos bajo cualquier otra ley, que otorgue a una persona, independientemente de un contrato, un derecho para controlar o el uso o acceso a esa información por otra persona, en base al interés de su titular; y (vii) todas las inscripciones, solicitudes, renovaciones, prórrogas, continuaciones, divisiones o re-ediciones de los puntos precedentes, reconocidos actualmente o en un futuro en cualquier país o jurisdicción del mundo.

3. CONDICIONES:

1. Las generales que se estipulan en esta Oferta y las establecidas en cada Declaración de Servicio en particular, que serán consideradas partes integrantes de la presente.

4. MODALIDADES:

1. Los Proyectos y/o Asesoramiento se acordarán mediante la emisión por parte del Proveedor y la aceptación por parte del Cliente de Suplementos a la presente denominados Declaraciones de Servicio (Proyecto, Obra y/o Asesoramiento) que serán enumeradas y podrán contener según corresponda:

- Definición de los límites y alcances del Proyecto y/o Asesoramiento a realizar.
- Plan de Tareas, con entregables.
- Producto del Proyecto u Objetivo del Asesoramiento.
- Plazos.
- Estimación de los recursos en personal por categoría profesional, en horas/hombre.
- Tarifas horarias por categoría profesional o precio total firme según corresponda.
- Períodos de facturación y condiciones de pago.

2. Los términos y condiciones establecidos y aceptados por el Cliente, serán considerados integrantes de esta Oferta.

3. El Cliente deberá emitir por escrito la aceptación y autorización del servicio.

5. VIGENCIA:

1. Esta Oferta, en caso de ser aceptada, tendrá vigencia a partir del _____ de ____ de 2019, y permanecerá vigente por el plazo de un (1) año, a menos que se deje sin efecto con anterioridad de acuerdo a esta cláusula 5. Posteriormente el acuerdo se renovará automáticamente por períodos sucesivos de un (1) año, a menos que cualquiera de las Partes comunique a la otra por escrito su voluntad en contrario con al menos noventa (90) días de antelación previa a la renovación anual , o su terminación anticipada conforme a lo que se estipula en la presente cláusula.

2. Será causa de terminación de la relación que surja como consecuencia de la aceptación de la presente, el incumplimiento por cualquiera de las partes a cualquiera de las obligaciones que asume conforme a la presente. A estos efectos la parte cumplidora podrá dar por terminado el contrato bastando para ello la mera notificación a la contraparte, sin que haya necesidad de enviar aviso previo a la otra parte.

3. La relación que se genere como consecuencia de la aceptación de la presente, y las Declaraciones de Servicio pueden ser terminadas por el Cliente en cualquier momento y sin necesidad de invocación de causa, previa notificación escrita con treinta (30) días de anticipación al Proveedor y sin que esta decisión genere derecho a reclamo e indemnización alguna a favor del Proveedor.

6. CARÁCTER Y FORMAS:

1. **FACTURACIÓN:** Los Proyectos y/o Asesoramiento serán facturados por el Proveedor al Cliente en moneda argentina y en los períodos de facturación establecidos en cada Declaración de Servicio. Los pagos estarán sujetos a la presentación y aceptación de los Entregables. El proveedor deberá esperar la aprobación del Entregable por parte del Cliente quien deberá verificar el mismo en un plazo no mayor a cinco (5) días hábiles a partir de su recepción e informar al proveedor para que pueda proceder a la facturación.

2. PAGOS: Salvo que en la Declaración de Servicio se estipule lo contrario, el pago de los servicios se efectuará en forma mensual, previa presentación por parte del proveedor de la factura correspondiente, adjuntando a la misma el detalle de los trabajos realizados en el período, los cuales deberán ser aprobados previamente por el Cliente. La factura será abonada dentro de los treinta (30) días de su presentación.

3. El Proveedor deberá enviar al Cliente los datos necesarios para poder realizar el pago.

7. ACEPTACIÓN Y LIMITACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD:

1. El Proveedor exime al Cliente de todo tipo de responsabilidad por cualquier tipo de accidentes, eventos traumáticos, daños o muerte que pueda sufrir su personal afectado al servicio y/o cualquier otro, ya sea dentro o fuera del horario de prestación respectivo como así tampoco generará responsabilidad alguna por los daños a terceras personas que pudieran ocasionar los empleados o los productos defectuosos provistos por el Proveedor.

8. GARANTÍA

1. El proveedor se obliga a brindar al cliente un período de garantía de sus servicios, cuyo plazo será determinado en cada una de las Declaraciones de Servicio, computándose el mismo desde la fecha de entrega final del servicio o producto encargado.

2. El Cliente se encuentra facultado para realizar todas las pruebas y auditorías necesarias para comprobar la efectiva realización y cumplimientos de los requerimientos realizados en la contratación. En caso de detectarse fallas, errores o problemas en el funcionamiento o funcionalidades requeridas en el Servicio, el Proveedor se verá obligado a resolverlos en forma inmediata para garantizar el correcto funcionamiento, siendo pasibles de las penalidades por incumplimiento estipulados en el punto 9.1.1.

9. OBLIGACIONES DE LAS PARTES:

1. DEL PROVEEDOR: Sin perjuicio de las que pone a su cargo la legislación general y particular de la figura, el proveedor deberá:

- a) Ejecutar las tareas que competen dentro de los plazos pactados asumiendo

el resultado de las mismas, aceptando y cumpliendo todas condiciones establecidas en las Declaraciones de Servicio, y en los Anexos I, II, y III del presente documento.

- b) Entregar los productos de conformidad con las descripciones y especificaciones de cada Declaración de Servicio.
- c) Designar a un representante para toda comunicación con el Cliente.
- d) Elaborar en conjunto con el Cliente las especificaciones técnicas que serán incluidas en las Declaraciones de Servicio.
- e) En el caso que la ejecución de los servicios consista en el desarrollo, modificación o actualización de Software, el Proveedor se obliga a ejecutar dichos servicios aceptando y cumpliendo los lineamientos de desarrollo seguro.
- f) Acreditar fehacientemente las autorizaciones legales necesarias nacionales, provinciales y municipales que lo habiliten para la prestación de los servicios.
- g) Responder por las denuncias, reclamos o demandas que en sede administrativa o judicial reciba el Cliente, sea ante: el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la Nación, Delegaciones Regionales Pertinentes o Subsecretaría del Trabajo según fuera el caso, Organismos de la Seguridad Social, AFIP, Dirección General de Rentas, etc. vinculadas a la materia propia del objeto de explotación del proveedor y todo ello desde el punto de vista patrimonial, resguardando también por los eventuales gastos, costas y/o costos que se generaren.
- h) Suministrar al Cliente un listado con la nómina completa del personal afectado a los servicios, que incluya datos personales y fecha de ingreso a las órdenes del Proveedor, reservándose el Cliente el derecho de rechazar en todo o en parte la misma sin necesidad de expresar causa y sin que ello irroque para el Proveedor derecho de indemnización alguna.
- i) Confeccionar las Actas de Reuniones del Proyecto.
- j) Someter a consideración del Cliente cualquier alteración en los grupos de trabajo formados y proceder a la sustitución de personal si así fuese solicitado por el Cliente.
- k) Cumplir con la normativa vigente en relación a la Protección de Datos Personales, en especial de la Ley N° 25.326 y sus normas reglamentarias.

1) El incumplimiento por parte del Proveedor en los plazos de ejecución de los servicios convenidos en la presente o en las Declaraciones de Servicio, facultará al Cliente a aplicar una penalidad del 0,1% del monto total de la presente o de las Declaraciones de Servicio contrato por cada día de atraso, los cuáles serán deducidos de los pagos a cuenta, del pago final o en la liquidación final. En el caso que las penalidades excedan el 10% del valor de la Declaración de Servicio, el Cliente tendrá la facultad de resolver la presente o la Declaración de Servicio por incumplimiento. Dichas penalidades podrán ser aplicadas independiente de las responsabilidades civiles que pudieran generarse como consecuencia del incumplimiento contractual.

2. DEL CLIENTE: Sin perjuicio de las que pone a su cargo la legislación general y particular de la figura, el cliente deberá:

- a) Designar un representante por cada Declaración de Servicio para toda comunicación con el Proveedor.
- b) Elaborar en conjunto con el Proveedor las Declaraciones de Servicio.
- c) Acceder a toda solicitud del Proveedor de entrevistas o reuniones con funcionarios y autoridades y facilitar con los medios a su alcance la tarea comprometida.

10. SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN:

1. El Proveedor se obliga a observar y cumplir la Política de Seguridad y toda su reglamentación interna establecidas por el Cliente, incluidas las relativas al tratamiento de la información, así como a la Política de utilización de los equipos informáticos y medios de comunicación.

2. Específicamente, el Proveedor entiende, acepta y se compromete a respetar y cumplir con las siguientes conductas:

- a) No comunicar, divulgar o de cualquier forma hacer públicos datos o información protegida o confidencial a ninguna persona, física o jurídica, salvo en casos expresamente solicitados o autorizados por el Cliente.
- b) Proteger y no divulgar cualquier dato correspondiente a personas físicas o de existencia ideal, protegidas por las disposiciones de la Ley Nacional N° 25.326.

- c) No utilizar la información obtenida con fines contrarios a los intereses del Cliente, en provecho personal o bien en beneficio de terceros.
 - d) No revelar ni compartir las credenciales de acceso otorgadas para acceder a los sistemas o recursos informáticos del Cliente.
3. En el caso que el Cliente provea equipos o recursos informáticos para desarrollar el Servicio contratado, el Proveedor se obliga a conservar toda la información en los equipos centralizados de procesamiento de datos del Cliente y resguardar toda la documentación e información que se encuentre en las estaciones de trabajo asignadas.
4. En el caso que el Cliente provea equipos o recursos informáticos para desarrollar el Servicio contratado, los mismos serán exclusivamente utilizados con el propósito de cumplir con los Servicios objeto de la presente o las Declaraciones de Servicio, quedando prohibida toda utilización de dichos recursos para cuestiones personales ajenas al Servicio prestado.
5. El Proveedor acepta y entiende que en todo momento el Cliente podrá monitorear el manejo y tratamiento de la información a través del empleo de distintos medios y herramientas que permitirán controlar que la utilización de la información y los recursos informáticos sean conforme a las pautas establecidas en la presente y/o las Declaraciones de Servicios.
6. El Proveedor se compromete por sí y por su personal a mantener total y absoluta reserva, a tratar en forma absolutamente confidencial y a no revelar a terceras personas, ningún tipo de información a la cual haya accedido relativa al Cliente, a su clientela o terceros Proveedores del mismo ya sea en relación a datos, organización, funcionamiento, procesamientos o de cualquier otro carácter, sea durante o después de la expiración de los plazos de la prestación de los servicios.
7. El Proveedor acepta además que ante la detección de alguna infracción a las obligaciones asumidas por la presente y/o las Declaraciones de Servicio, el Cliente se reserva el derecho de rescindir unilateralmente la presente o las Declaraciones de Servicio, o en su caso, optar por el resarcimiento económico pertinente conforme a la magnitud del daño ocasionado.

11. CONTROL DE LA EJECUCION DEL CONTRATO. DERECHO DE AUDITORIA:

1. Las Partes convienen que el Cliente podrá en todo momento controlar el correcto cumplimiento de la presente y a estos efectos requerir al Proveedor información y/o documentación relativa a la persona del Proveedor, su estructura organizativa, el personal que utiliza para la prestación del servicio, el efectivo cumplimiento de las obligaciones laborales, impositivas y/o fiscales del proveedor en relación a sus trabajadores en relación de dependencia y/o contratados, los honorarios o el precio pactado, así como cualquier otra información que considere necesaria a estos efectos.

En consecuencia, el Proveedor se obliga a entregar mensualmente al Cliente:

- a) copia firmada de los comprobantes de pago al sistema de seguridad social del personal afectado a la prestación del servicio. Este deber se formalizará mediante la entrega del formulario 931 individual de los empleados informados en la Declaración de Servicio, y de cobertura por riesgos del trabajo.
- b) Constancia de su número de CUIT y del número de CUIL del personal afectado al presente.
- c) Hasta el decimoquinto día de cada mes, copias de los recibos de pago de remuneraciones debidamente firmados por el personal informado en la Declaración de Servicio correspondientes al mes próximo pasado.
- d) A que en cualquier momento el Cliente pueda acceder a sus libros de sueldos y, en general, cualquier documentación vinculada al cumplimiento de las obligaciones que tiene como empleadora respecto del personal afectado a la prestación de los servicios.

Queda claramente establecido que la falta de cumplimiento de las exigencias previstas en esta cláusula dará derecho al Cliente a resolver de inmediato esta Oferta o las Declaraciones de Servicio sin abonar compensación y/o monto alguno, previa intimación fehaciente a la que deberá habilitar un plazo técnico de 48 (cuarenta y ocho) horas para subsanar el o los incumplimientos y efectuar las acreditaciones del caso.

12. CONFLICTO DE INTERESES:

1. El Proveedor se compromete a poner en conocimiento del cliente la existencia de cualquier conflicto de interés que durante la vigencia de la presente, pudiese presentarse

que afecte su cumplimiento. En este caso, el cliente podrá rescindir el Contrato previa notificación por escrito cursada con por lo menos treinta (30) días de anticipación.

13. GENERAL:

1. El personal afectado al servicio que se contrata estará a cargo y bajo la exclusiva relación de dependencia con el Proveedor, siendo a su exclusivo cargo el cumplimiento de toda la legislación vigente en materia laboral, impositiva y previsional aplicables al personal afectado, inclusive la responsabilidad derivada de accidentes de trabajo o enfermedades profesionales que pudieran afectarlo.

2. El proveedor deberá:

- a) Pagar las remuneraciones debidas a los empleados afectados al servicio, así como reconocer los beneficios sociales correspondientes de acuerdo a lo que establecen o pudieran establecer en el futuro las disposiciones legales pertinentes;
- b) Hacer los aportes y contribuciones a los organismos de seguridad social sobre las remuneraciones del personal;
- c) Contratar, a satisfacción del Cliente, los distintos seguros que cubran responsabilidad civil por los daños que puedan ocasionarse a terceros; el seguro colectivo de vida obligatorio para todo el personal afectado al servicio y por los riesgos de trabajo o enfermedades profesionales en los términos de la Ley 24.557 y sus normas modificatorias y complementarias;
- d) Entregar, a pedido del Cliente, copias autenticadas de las pólizas y las certificaciones que acrediten que los seguros se encuentran en vigencia y que las primas se hallen pagas;
- e) Informar al Cliente los cambios que pudieran producirse en la póliza o documentación;
- f) Presentar al Cliente los comprobantes de inscripciones correspondientes a la AFIP, Dirección General de Rentas, Ingresos Brutos, SUSS, Obra Social, Sindicato y toda otra obligación de carácter impositiva y/o previsional que regule su actividad;
- g) Abonar todos los impuestos, tasa o contribuciones relacionados con la prestación del servicio.

3. El Cliente tendrá derecho a efectuar auditorías en los registros y en la contabilidad del Proveedor y a exigir al Proveedor las constancias de pago de las obligaciones a su cargo.
4. El Proveedor se compromete a mantener indemne al Cliente con respecto a cualquier reclamo de índole judicial o extrajudicial, legítimo o ilegítimo, formulado por el personal afectado. El Proveedor se obliga además a reintegrar al Cliente dentro del término de 48 horas cualquier importe que el Cliente deba abonar como consecuencia de tales reclamos o por cualquier otra situación originada, u obligación que deba ser cumplida por el Proveedor.
5. El producto desarrollado por el Proveedor pasará a ser propiedad exclusiva del Cliente, quien le podrá dar el destino que considere conveniente.
6. Esta Oferta y sus Declaraciones de Servicio, en caso de ser aceptadas, constituirán la totalidad de lo acordado entre las partes y remplazan todas las propuestas o acuerdos previos verbales o escritos o cualquier otra comunicación entre las partes relativas al objeto de las mismas.
7. Esta Oferta o cualquier Suplemento pueden ser modificados únicamente mediante una propuesta o acuerdo escrito, debidamente firmado por las personas autorizadas para efectuar propuestas o firmar Convenios en nombre del Cliente y del Proveedor. No producirá efecto alguno con respecto a los términos y condiciones de esta Oferta y sus Suplementos, cualquier modificación que pueda surgir de pedidos o comunicaciones escritas del Cliente.
8. La presente Oferta, en caso de ser aceptada, dejará sin efecto cualquier contrato, acuerdo, convenio, oferta o propuesta anterior que tenga el mismo objeto y estuviere vigente entre el Proveedor y el Cliente.
9. Jurisdicción: Las partes constituyen domicilios legales en los indicados al comienzo y acuerdan someter toda cuestión que se suscite y no pueda resolverse de común acuerdo a la competencia de los Tribunales Ordinarios de la Ciudad de Rafaela, provincia de Santa Fe, renunciando expresamente a todo otro fuero o jurisdicción que pudiere corresponderles.
10. Sellado: En caso de corresponder el impuesto de sellos será soportado por ambas partes y en iguales proporciones.

Por _____

Modelo Declaración de Servicio

DECLARACIÓN DE SERVICIO N° X

Esta Declaración de Servicio N° X se incorpora como Anexo a la Oferta de Servicios de fecha _____ efectuada _____ (en adelante “Proveedor”) y que fuera aceptada por _____ (en adelante “Cliente”). Esta Declaración de Servicio describe los Servicios a ser prestador por _____ (Proveedor) al Cliente, entregables a ser provistos por _____ y los precios asociados a los mismos.

1. COORDINADORES DEL PROYECTO.

6. Cliente: (colocar nombre del referente, correo electrónico y teléfono)
7. Proveedor: (colocar nombre del referente, correo electrónico y teléfono)

2. LOCALIZACIÓN DEL SERVICIO, EQUIPAMIENTO Y RECURSOS PROVISTO POR EL PROVEEDOR.

2. Los servicios serán prestados predominantemente desde las oficinas del Proveedor. Los servicios podrán ocasionalmente ser prestados desde las oficinas del Cliente de ser necesario. Para este último caso, el Proveedor deberá notificar y solicitar la utilización de las oficinas y puestos de trabajos al Cliente, con no menos de 7 días de anticipación.
3. El Proveedor entiende y acepta que antes de comenzar a ejecutar el servicio, debe

presentar al cliente un informe indicando el equipo de trabajo propuesto para la realización del proyecto. El Proveedor deberá presentar al Cliente las credenciales de cada uno de los recursos propuestos, los que serán puestos a consideración y aprobación del Cliente, teniendo en consideración la idoneidad en calidad y cantidad del personal propuesto de acuerdo a la complejidad del servicio contratado. La jerarquía o idoneidad del personal propuesto será validado por el Cliente, categorizándolo en: Junior, Semi Senior o Senior. Los aspectos a tener en cuenta para determinar dichas categorías serán: Experiencia laboral; Conocimientos técnicos y funcionales.

4. En caso que por cuestiones ajenas al Cliente, algunas de las personas involucradas en el proyecto estuvieran, temporal o definitivamente, imposibilitadas de continuar en el grupo de trabajo, el Proveedor deberá informar al cliente de tal situación con 15 días de antelación y al mismo tiempo proponer un reemplazo idóneo con capacidades similares (skills), quien deberá trabajar en forma paralela para realizar la transferencia de conocimiento y no impactar en la productividad del proyecto. El reemplazo propuesto estará sujeto a la conformidad del Cliente.
5. Durante la prestación del servicio el Cliente se reserva la posibilidad de notificar al Proveedor si observa que alguno de los recursos humanos provistos no ejecuta sus tareas en el proyecto con un rendimiento o productividad adecuada de acuerdo a sus capacidades. Dentro de los 30 días de recibida la notificación, el Proveedor deberá poner a disposición del Cliente alternativas de reemplazo idóneo con capacidades similares (skills), quien deberá trabajar en forma paralela para realizar la transferencia de conocimiento y no impactar en la productividad del proyecto.
6. En los casos de las cláusulas 2.3 y 2.4, y en el supuesto que sea necesaria la capacitación del personal reemplazante que se incorpore al proyecto, los costos derivados de la capacitación serán compartidos en partes iguales entre el Cliente y el Proveedor.
7. El Proveedor toma a su cargo la obligación de suministrar el software necesario para la prestación de los servicios. En el caso que para la prestación de los servicios, sea necesaria la ejecución o instalación de software especial en los equipos o dispositivos del Cliente, deberá solicitarse autorización por escrito al Departamento de Sistemas del Cliente.

8. En el caso que el Cliente provea materiales, dispositivos o servicios que sean necesarios para el cumplimiento de las obligaciones contraídas en virtud del presente contrato, el Proveedor se obliga al uso y cuidado diligente de los mismos, así como a realizar un uso adecuado en cumplimiento de los estándares y políticas de seguridad establecidos por el Cliente.

3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

1. *Detallar el servicio que prestará el proveedor, entregables, documentación requerida.*

4. OBLIGACIONES EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

- El Proveedor debe entregar, con una frecuencia no mayor a 30 días, reportes de avance, los cuales deben ser acordados y aprobados por ambas partes. Esos reportes deben incluir como mínimo: actividades realizadas, actividades en proceso y actividades a realizar, actualización del cronograma de trabajo y los comentarios que sean necesarios. De corresponder dentro del reporte de avance el proveedor debe incluir un listado de los riesgos detectados que pueden alterar el normal desarrollo de las actividades del proyecto.
- El Proveedor entiende y acepta que cede todos los derechos de propiedad intelectual, incluidos los derechos patrimoniales, de forma exclusiva, sin límite de tiempo ni reserva alguna, sobre todos los desarrollos realizados para el Cliente.
- El proveedor se obliga a asegurar al Cliente la actualización permanente del código fuente, ficheros ejecutables, indicaciones técnicas, manuales de documentación técnica, manuales de utilización de usuarios y manuales de utilización sobre todos desarrollos realizados, incluyendo actualizaciones, mejoras o modificaciones realizadas con posterioridad a la entrega final. La frecuencia de actualización no deberá ser mayor de días. En caso de que los fuentes sean de propiedad del Proveedor y el Cliente tenga la licencia de utilización, dichos fuentes estarán en una caja de seguridad obligándose el Proveedor a mantenerlo actualizado con una frecuencia no mayor a 30 días.
- El Proveedor entiende y acepta que debe prestar su servicio atendiendo a las

buenas prácticas de calidad, teniendo en consideración las pautas sobre desarrollo seguro, políticas de construcción de software y mejores prácticas de Seguridad de la Información.

- En el caso que la ejecución de los servicios consista en el desarrollo, modificación o actualización de Software, el Proveedor se obliga a ejecutar dichos servicios aceptando y cumpliendo los lineamientos de desarrollo seguro.
- El Proveedor entiende y acepta que debe realizar todas las pruebas y ajustes necesarios hasta el correcto funcionamiento de los desarrollos, de forma previa a la instalación o entrega definitiva, considerando que la instalación y puesta en marcha serán a cargo del Proveedor.
- El Proveedor entiende y acepta que debe realizar entrega de Manuales técnicos, de operación y de usuario final, así como se acepta que toda aplicación debe contar con el procedimiento respectivo para el manejo de la seguridad, ajustándose a las políticas que para tales efectos utiliza el Cliente.
- El Proveedor entiende y acepta que debe prestar entrenamiento y capacitación al personal que designará el Cliente, informando sobre distintas características y correcto uso del desarrollo realizado. Las capacitaciones serán realizadas en las instalaciones del Cliente, y son a cargo del Proveedor.
- El Proveedor entiende y acepta que en el caso de ser necesaria la adquisición de Hardware especial para la utilización o funcionamiento del desarrollo a realizarse, opcionalmente debe adjuntarse una cotización sobre los equipos y dispositivos que se consideren necesarios. Caso contrario, se presume que los equipos o dispositivos necesarios son incluidos a cargo del Proveedor.
- El Proveedor entiende y acepta que se establece un plazo obligatorio de garantía de ____ días, en el cuál se permite al Cliente la realización de las pruebas y testeos que considere conveniente de acuerdo al tipo de desarrollo. Durante este plazo, todas las correcciones y/o modificaciones, corren por cuenta del Proveedor.

4. CALENDARIO DE SERVICIOS

Detallar un cronograma con las fechas de comienzo, y fechas tentativas de finalización del servicio.

5. TARIFA

Detallar los roles involucrados, cantidad de horas, y el precio unitario.

Por: _____

Tarifas de mercado sobre manpower de TI

Debajo se presentan la tarifa horaria según Perfil/ Rol que se estarán utilizando para el proyecto en cuestión.

Información obtenida del Consejo Profesional de Ciencias Informáticas

Perfil/Rol	\$/Hora	Horas mes	\$Mes
Analista Programador	289,4	160	46.300
Analista de calidad / tester	224,6	160	35.928

Alquiler Local Comercial

El contrato es definido como un acuerdo de voluntades de dos o más personas que genera derechos y obligaciones, en distintas situaciones de la vida. Es el acuerdo de voluntades que recae sobre un negocio jurídico que tenga por objeto crear, modificar o extinguir algún derecho. Las partes deben ajustarse a las condiciones estipuladas en el mismo, teniendo en principio efectos sólo entre quienes lo suscribieron.

Hay una gran variedad de contratos como por ejemplo mutuo, de suministro, de trabajo, comodato, locación, compra-venta, leasing. Este último está definido en el art. 1 de la ley N° 25.248 de la siguiente manera: “En el contrato de leasing el dador conviene transferir al tomador la tenencia de un bien cierto y determinado para su uso y goce, contra el pago de un

canon y le confiere una opción de compra por un precio”. Este contrato es una herramienta de financiamiento, destinado a facilitar el acceso a bienes de capital en cuotas, aprovechando ventajas impositivas respecto del IVA, el Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta, Impuesto a las Ganancias e Impuesto de Sellos, entre otros que el gobierno concede a quienes invierten mediante este sistema.

Otro contrato es el de locación, que es aquel que en que una persona (locador) se obliga a entregar el uso y goce de una cosa durante un cierto tiempo a otra (locatario) que a su vez se obliga a pagar un precio en dinero.

5.5 MODELO DE CONTRATO DE LOCACIÓN:

En la ciudad de Sunchales, Provincia de Santa Fe, a los----- días del mes de----- del año -
-----, entre el Sr. ----- DNI -----, con domicilio en -----y la Sra-----,
DNI -----, con domicilio en calle -----, ambos de la ciudad de Sunchales, los que en adelante se denominarán LOCADOR y LOCATARIA respectivamente, se ha convenido celebrar el presente **CONTRATO DE LOCACIÓN** sujeto a las disposiciones legales y vigentes y en especial a las cláusulas que se enumeran a continuación: **PRIMERA:** El LOCADOR cede a la LOCATARIA en alquiler, un local comercial de su propiedad sito en calle -----, de la ciudad de Sunchales, compuesto por un salón y baño de propiedad del LOCADOR. El local se entrega con los elementos e instalaciones con que cuenta el inmueble, en buen estado y así son recibidos por la LOCATARIA. **SEGUNDA:** Queda establecido el término de duración del presente contrato en TREINTA Y SEIS (36) meses a contar a partir del ----- **TERCERA:** La LOCATARIA se obliga a pagar por el local, objeto de este contrato la suma mensual de PESOS DOS MIL (\$2000,00), el primer año de vigencia del mismo, PESOS TRES MIL (\$3000,00), el segundo y PESOS CUATRO MIL (\$4000,00), el tercer año. El alquiler mensual será pagadero, en todos los casos por período adelantado, del UNO al DIEZ (1 al 10) de cada mes, en el domicilio del LOCADOR, ubicado en calle-----, de Sunchales. El LOCADOR y la LOCATARIA podrán pactar de mutuo acuerdo, durante la vigencia del plazo contractual, modificaciones del alquiler fijado en este contrato (ya sea aumentándolo, disminuyéndolo, estableciendo ajustes, modificando su frecuencia, etc.), las que en ningún caso significarán tácita reconducción ni celebración de nuevo contrato. Para el caso de mora en el pago del alquiler se establece un interés punitorio

a Tasa Activa promedio mensual para descuento de documentos a 30 días fijada por el Banco de la Nación Argentina a partir de la fecha en que el mismo debió efectuarse, sin perjuicio del interés legal, de todo otro pago que proceda y de las acciones de Desalojo o de otra naturaleza a que tuviere derecho el LOCADOR. La falta de pago de DOS (2) períodos dará derecho al LOCADOR para demandar el Desalojo, sin perjuicio de las demás acciones a que hubiere lugar. Si la LOCATARIA abandonara el inmueble sin hacer uso de la opción resolutoria que pudiera corresponderle por ley, como asimismo en caso de resolución del contrato por causa que le sea imputable, deberá pagar los alquileres correspondientes a la totalidad del plazo pactado como si fuera una deuda vencida y exigible, sin poder alegar el hecho de que el LOCADOR vuelva a alquilar el inmueble. **CUARTA:** El LOCADOR manifiesta conocer el texto y alcance del Art. 8 de la Ley 23.091 que dice: “*Resolución anticipada: El LOCATARIO podrá, transcurridos los 6 (seis) primeros meses de vigencia de la relación locativa, resolver la contratación, debiendo notificar en forma fehaciente su decisión al LOCADOR con una antelación mínima de 60 (sesenta) días de la fecha en que reintegrará lo arrendado. El LOCATARIO, de hacer uso de la opción resolutoria en el primer año de vigencia de la relación locativa, deberá abonar al locador, en concepto de indemnización, la suma equivalente a 1 ½ (un mes y medio) de alquiler al momento de desocupar la vivienda y la de 1 (un) solo mes si la opción se ejercita transcurrido dicho lapso*”, pero sin perjuicio de ello y siendo de su exclusivo interés y conveniencia, es de su expresa voluntad acordar con la LOCATARIA que ésta podrá rescindir el presente contrato en cualquier momento, con una notificación previa de TREINTA (30) días al LOCADOR, en cuyo caso la LOCATARIA abonará al LOCADOR en concepto de única indemnización una suma equivalente a 1 (un) mes de alquiler, cualquiera fuera la fecha en que se ejerza ésta opción. **QUINTA:** El LOCADOR entrega a la LOCATARIA la propiedad locada con todos sus accesorios y en buen estado de conservación para ser propia al uso para la cual ha sido contratada. Asimismo se obliga a conservarla en el mismo estado y a mantener a la LOCATARIA en el uso pacífico de su derecho, haciendo todos los actos necesarios a ese objeto y absteniéndose de impedir, aminorar o crearle impedimentos para su uso y goce. No podrá, salvo conformidad en contrario expresa de la otra parte, cambiar la forma de la cosa locada, aunque tales cambios no causen perjuicio a ésta última. **SEXTA:** Queda prohibido a la LOCATARIA ceder o transferir o sublocar, en todo o en parte, el presente contrato o las comodidades locadas, sin consentimiento expreso y por escrito del LOCADOR. **SÉPTIMA:** La LOCATARIA recibe el bien en las condiciones actuales de seguridad, conservación,

higiene, y uso, que declara conocer y se obliga a restituirlo en iguales condiciones. Asimismo, se obliga a responder por todo daño o deterioro causado por su culpa, no así los que provengan de caso fortuito, fuerza mayor, vicio propio, defecto o calidad de la cosa locada, sin perjuicio de los gastos que generen el desgaste natural de la misma, que serán soportados por el LOCADOR. **OCTAVA:** La LOCATARIA libera expresamente al LOCADOR de toda responsabilidad, por daños que, en su persona o en sus bienes sufra el mismo o terceras personas, y que sean causados durante la locación, ya sea con la cosa locada o por ella, o por el vicio o riesgo de ella, o con relación a ella. **NOVENA:** El LOCADOR corre con todos los servicios, cargas, contribuciones e impuestos que graviten o llegaren a gravitar sobre la propiedad que se entrega en locación. **DÉCIMA:** Queda prohibido a la LOCATARIA efectuar obras y mejoras en el local alquilado, el LOCADOR podrá exigir la demolición de las que se efectúen sin su permiso, lo que correrá por cuenta y a cargo de la LOCATARIA, o bien, mantener ésta sin derecho alguno para reclamar su cobro. **DÉCIMA PRIMERA:** El Señor-----, DNI N° -----, con domicilio en calle -----, de la ciudad de Sunchales, Provincia de Santa Fe, quien acredita solvencia con el automotor marca-----, declara que acepta todas las cláusulas de este contrato y en prueba de lo cual lo firma de conformidad y se constituye en FIADOR solidario liso y llano principal pagador, con expresa renuncia de los beneficios de división y excusión por el cumplimiento de todas las obligaciones contraídas en el presente contrato y garantiza igualmente el pago de los honorarios y gastos de los juicios que se promuevan contra la LOCATARIA por desalojo, posesión, daños y perjuicios, cobro de alquileres, etc. La fianza subsistirá aún vencido el plazo del contrato y hasta tanto el locatario no restituya el inmueble totalmente desocupado de persona y/o cosa alguna al locador. El FIADOR se compromete a pagar los alquileres con más sus intereses y/o indemnizaciones pactados a la simple presentación de los recibos, si la LOCATARIA no lo hiciera en las fechas pactadas. **DÉCIMA SEGUNDA:** Se deja constancia que la numeración del Local objeto de esta Locación puede estar sujeto a modificación de acuerdo a lo que resuelva al respecto Obras Privadas de la Municipalidad de Sunchales. **DÉCIMA TERCERA:** Las partes acuerdan someterse a los Tribunales ordinarios de Rafaela en el caso de que sea necesario dirimir un eventual conflicto, con renuncia de cualquier otro fuero o jurisdicción que pudiera corresponderles, inclusive el Federal. **DÉCIMA CUARTA:** En prueba de conformidad y en TRES (3) ejemplares de un mismo tenor e igual efecto, firman ambas partes contratantes y el fiador en el lugar y fecha indicado UT SUPRA

LOCADOR

LOCATARIA

Costos de inicio de proyecto:

El costo para poder iniciar las actividades industriales en la ciudad de Sunchales es de entre 100 Unidades de Cuenta Municipal (UCM).

Equivalencia de la UCM: A partir del 01/03/2019 \$ 6,03. Establecido por Ordenanza N° 2754/2018.

Por lo tanto, serían unos \$603.

El trámite se realiza en la Oficina de la Unidad Polivalente de Control (UPC), dirección Av. Belgrano 103, teléfono (03493) 425500 – 420490 / int. 237, Referente Ana Pochon.

Requisitos:

Habilitación de establecimientos comerciales e industriales:

- Constancia de Inscripción en IVA u Opción al Monotributo.
- Si es una sociedad, presentar contrato social.
- Copia de la tasa municipal.
- Formulario de Declaración Jurada por duplicado, con todos los datos completos (firmas del titular, DNI, etc.).
- Título o contrato (locación, comodato, etc.) que acredite o justifique la relación entre el solicitante y el inmueble utilizado para la actividad comercial.
- Fotocopia de DNI.

ANEXO FORMULARIOS DE HABILITACIÓN

MUNICIPALIDAD DE SUNCHALES- DATOS GENERALES-ANEXO I-O			
			
-SISTEMA ÚNICO DE HABILITACIÓN MUNICIPAL - UPC-DECRETO N°: 2379/14			
SOLICITUD DE DE HABILITACION /ANEXOS/BAJA/CAMBIO DE DOMICILIO			
RUBRO 1-CONTRIBUYENTE			
APELLIDO Y NOMBRE. / RAZON SOCIAL			
DNI	CUIT	DREI	
RUBRO 2 DOMICILIO DE LA ACTIVIDAD-CALLE : N°			
RUBRO 3 DATOS DE ACTIVIDAD			
ACTIVIDAD PRIMARIA		CODIGO	
ACTIVIDAD SECUNDARIA		CODIGO	
ACTIVIDAD SECUNDARIA		CODIGO	
RUBRO 4 -DATOS DE SOCIOS/APELLIDO Y NOMBRE			DNI
RUBRO 5 -VEHICULOS NO SI (cantidad.....)			
RUBRO 6-SOLICITUD DE ANEXO			
ACTIVIDAD	CODIGO	DESDE LA FECHA	
RUBRO 7 -CESE DE ACTIVIDAD		N° FORMULARIO	
A-CESE TOTAL DE LA ACTIVIDAD	CODIGO	DESDE LA FECHA	
B-CESE PARCIAL ACTIVIDAD	CODIGO	DESDE LA FECHA	
JUZGADO DE FALTAS	DPTO FISCALIZACION	U.P.C	DPTO RECAUDACION
..... .. SELLO Y FIRMA SELLO Y FIRMA SELLO Y FIRMA SELLO Y FIRMA

	CONVENIO N°		
	FECHA.....	FECHA.....	FECHA.....

El que suscribe DNI N°.....en carácter de.....con domicilio particular

en..... Tel.....declara que los datos son correctos y completos.

FIRMA.....ACLARACION.....FECHA.....

IMPACTO AMBIENTAL

El estudio de impacto ambiental es un documento técnico que se realiza para valorar los impactos ambientales de un proyecto o actividad sobre el medio ambiente.

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) es el proceso que permite identificar, predecir, evaluar y mitigar los potenciales impactos que un proyecto de obra o actividad puede causar al ambiente, en el corto, mediano y largo plazo; previo a la toma de decisión sobre la ejecución de un proyecto.

Es un procedimiento técnico-administrativo previsto en la Ley N° 25.675 General del Ambiente con carácter preventivo, que permite una toma de decisión informada por parte de la autoridad ambiental competente respecto de la viabilidad ambiental de un proyecto y su gestión ambiental. La autoridad se expide a través de una Declaración de Impacto Ambiental (DIA) o Certificado de Aptitud Ambiental (CAA) según la norma particular de cada jurisdicción, también conocido como Licencia Ambiental en la mayoría de los países.

El documento técnico central de la EIA es el Estudio de Impacto Ambiental (EsIA) que realiza el proponente del proyecto (sea público o privado) y contiene: descripción de proyecto, la línea de base ambiental y social, el marco legal de cumplimiento, el análisis de alternativas, la identificación y valoración de los potenciales impactos ambientales y sociales que el proyecto (en todas sus etapas) puede causar en el corto, mediano y largo plazo, así como la previsión de la gestión ambiental para abordarlos (prevención, mitigación y/o compensación), que se concreta a través del Plan de Gestión Ambiental dentro del EsIA.

Los principales objetivos de la EIA son:

- Determinar la viabilidad ambiental de un proyecto a través de una toma de decisión informada.
- Promover la transparencia y la participación pública en el proceso de planificación y toma de decisiones.
- Propiciar la prevención y adecuada gestión de los potenciales impactos ambientales y sociales asociados a determinados proyectos.

Un procedimiento de EIA tiene distintas etapas, las cuales pueden variar de acuerdo a lo previsto en cada marco normativo o procedimiento fijado por las autoridades ambientales competentes. Las etapas más comunes son:

Categorización:

Permite determinar si un proyecto debe estar o no sujeto a un procedimiento EIA. En algunos casos comprende la determinación del tipo de procedimiento o del tipo de EsIA a realizar (de mayor o menor complejidad, dependiendo del proyecto). Esta categorización se realiza en base al tipo de proyecto y sus datos básicos (dimensiones, tecnología, ubicación, etc.). Según la jurisdicción, la determinación se lleva a cabo de acuerdo a un listado de proyectos previsto en la normativa, fórmulas polinómicas o en algunos casos, considerando sitios o condiciones sensibles definidos en la normativa.

Determinación del alcance:

Permite determinar los términos de referencia o especificaciones técnicas para la realización del EsIA. Según el caso puede estar establecido en la normativa, guías o manuales específicos, términos de referencia generales o ad hoc.

Revisión del Estudio de Impacto Ambiental:

En esta instancia se evalúa el EsIA que ha sido elaborado por el proponente, con el objetivo de verificar si la información provista es suficiente para formar una base sólida para la toma de decisiones. Dependiendo del caso, la autoridad ambiental solicita la intervención de otras áreas especializadas, realiza consultas a organismos sectoriales o entidades idóneas (Universidades, Instituciones científicas). También puede solicitar información y/o estudios adicionales al proponente, que involucren el juicio de expertos. Finalmente, se confecciona el dictamen de revisión técnica que generalmente es usado como insumo para la instancia de participación ciudadana.

Participación ciudadana:

Constituye una cuestión transversal al procedimiento, que en general se efectiviza mediante consulta o audiencia pública, no vinculante, luego de la revisión del EsIA por parte de la autoridad ambiental competente, siempre en forma previa a la toma de decisión sobre la viabilidad ambiental o no del proyecto.

Toma de decisión:

Finalizada la revisión del EsIA y las instancias de participación ciudadana que correspondan según el marco normativo, se confecciona un informe técnico de análisis del EsIA, junto al informe de resultados de la audiencia pública y de los estudios posteriores que hayan surgido de otras instancias de participación ciudadana. Estos documentos fundamentan la toma de decisión por parte de la autoridad ambiental, que puede otorgar o no la autorización para la ejecución del proyecto de obra o actividad. En caso afirmativo, expide la correspondiente licencia ambiental, conocida generalmente como Declaración de Impacto Ambiental. Adicionalmente, la autoridad ambiental puede incluir requerimientos o condiciones técnicas específicas a los que esté sujeta la ejecución o el funcionamiento de la obra o actividad, pero estas no pueden ser condición esencial de aprobación o ser de tal magnitud que impliquen o puedan implicar la no aprobación del proyecto.

Seguimiento y gestión adaptativa

El proponente del proyecto ejecuta las medidas de gestión ambiental establecidas en el Plan de Gestión Ambiental y aquellas que la autoridad ambiental haya requerido al momento de la aprobación del proyecto. Por su parte, la autoridad ambiental de aplicación verifica su cumplimiento.

El proyecto particular que estamos evaluando por el tipo de actividad no tiene impacto directo en el medio ambiente, pero uno de los objetivos planteados era tener presente dentro del mismo la concientización frente al cuidado del mismo.

Es por ello que indirectamente la temática estuvo presente en la definición del nombre de la compañía “IOSFERA” vinculando a la Innovación y a la Biosfera, sistema formado por el conjunto de los seres vivos del planeta Tierra y sus interrelaciones, dando el marco de la importancia de la diversidad social, recordando la importancia del medio ambiente y conciencia social en el cuidado del mismo.

INGENIERIA DE PROYECTO

El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad a los equipos y maquinarias elegidos. También, se ocupa del almacenamiento y la distribución del producto, de los métodos de diseño y trabajos de laboratorios, del empaque de los productos, de las obras de infraestructura, de los sistemas de distribución, etc.

Proceso productivo

El proceso productivo se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo.

Un proceso de producción se puede clasificar en:

- **Proceso de producción en serie:** se aplica a productos cuyo diseño básico es relativamente estable en el tiempo y que está destinado a un gran mercado. Debido a la economía de escala, la producción en serie está asociada a bajos costos unitarios.
- **Proceso de producción por pedido:** la producción sigue diferentes secuencias que hacen necesarias su flexibilización, a través de mano de obra y equipos suficientemente dúctiles para adaptarse a las características del pedido de una unidad de producto.
- **Proceso de producción por un proyecto específico:** consta de tareas bien definidas en términos de recursos y plazos. Generalmente exige la realización previa de estudio de factibilidad.

La solución que se elaborará tendrá un proceso de producción por pedido, ya se busca satisfacer las necesidades del cliente, vinculándonos con los softwares que ya tenga instalados.

Alta de cliente

Como se mencionó anteriormente, la producción de IOSFERA será por pedido, para ello desarrollamos un alta de cliente, registrando los datos del mismo, y fecha de pedido del producto/servicio.

	FORMULARIO DE ALTA DE CLIENTE
FECHA RECEPCIÓN DE PEDIDO: / /	
DATOS DEL CLIENTE	
ASIGNACIÓN CÓDIGO CLIENTE	
RAZÓN SOCIAL	
CUIT	
DIRECCIÓN	
LOCALIDAD	
PROVINCIA	
TELEFONO	
EMAIL	
DATOS DE CONTACTO	
NOMBRE Y APELLIDO	
DNI	
CARGO	
TELÉFONO	
EMAIL	
FECHA DE NACIMIENTO	
DIRECCIÓN	
DATOS INICIO DE SERVICIO	
FECHA DE ALTA	
MOTIVO/NECESIDAD:	
OBSERVACIONES	

Atención de clientes

Es de suma importancia tener canales abiertos para la atención de las necesidades de nuestros clientes o potenciales clientes.

Uno de nuestros objetivos es poder crecer gracias a la satisfacción que puedan lograr nuestros clientes en el uso de nuestras herramientas, y que sean de utilidad para el crecimiento de ellos.

Un cliente satisfecho, podrá solicitar mejoras y adaptaciones para ir ampliando sus servicios.

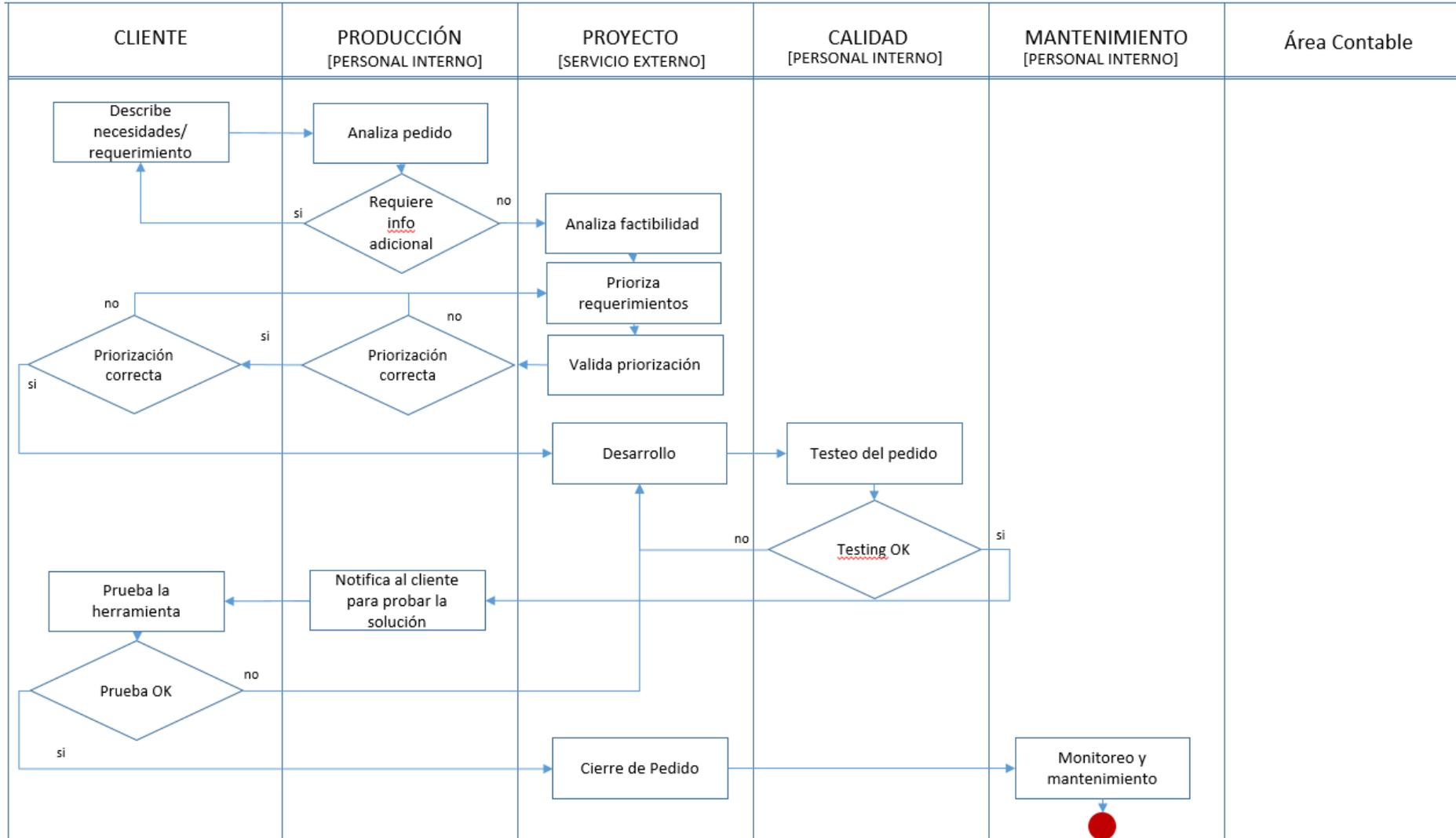
A su vez, tenemos que estar preparados también para la atención de incidentes o reclamos. Este último punto se desarrolla en la página 99.

A continuación, se presentan los circuitos para la atención de requerimientos e incidentes de clientes.

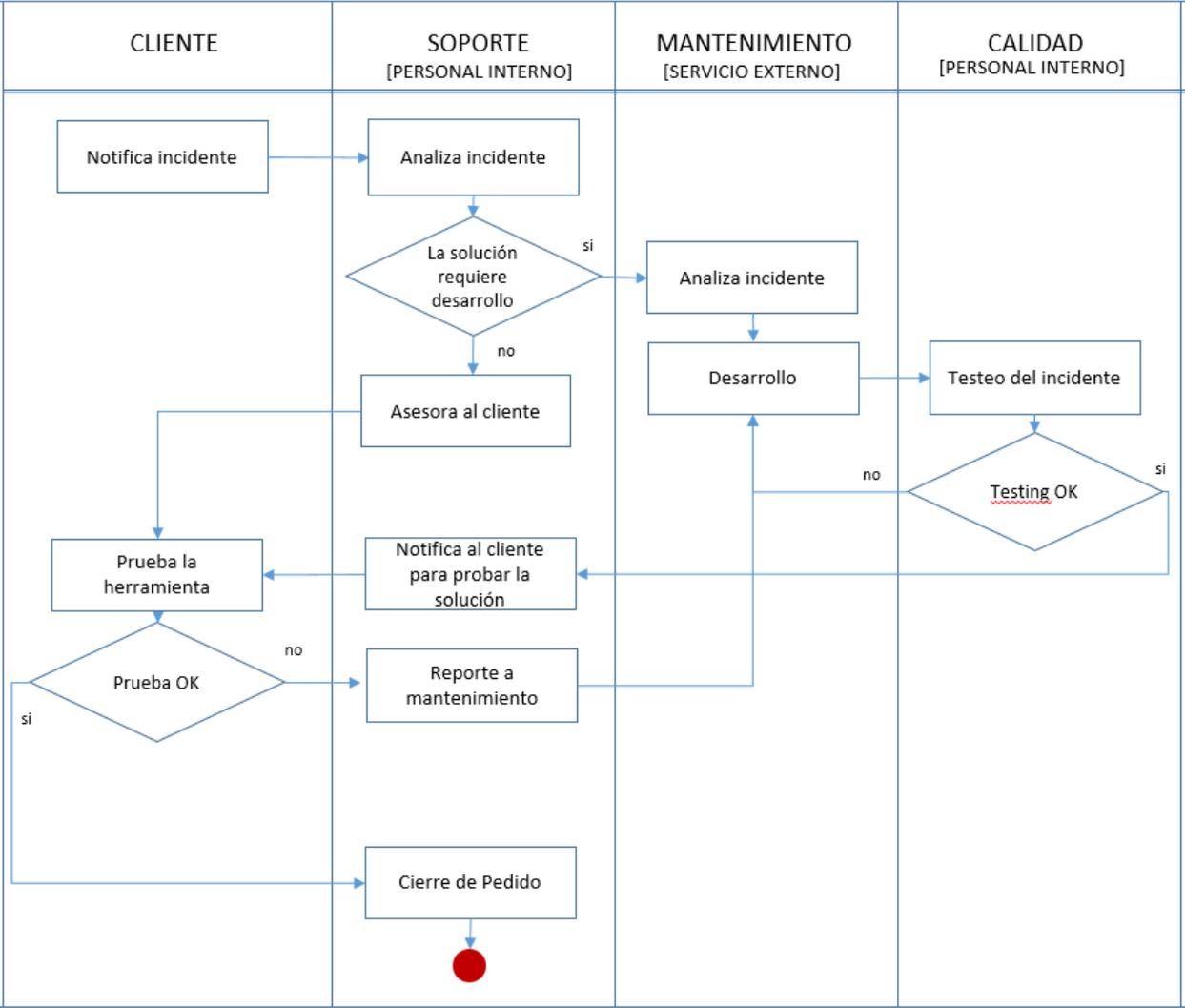
Entendemos por *requerimiento*, a una petición del cliente que considera necesaria para el funcionamiento de la solución en su negocio.

Un *incidente* es un error o inconveniente que no le permite al cliente desarrollar sus actividades de manera habitual.

Circuito para la atención de requerimiento de clientes



Proceso para la atención de incidente de clientes



Nivel de servicio

Concluido el periodo de implementación de la solución, se ofrece el servicio de mantenimiento.

El servicio base ofrece 80 horas mensuales. Excedido ese número de horas, se evaluará con el cliente el plan que mejor se adapte a sus necesidades.

Los pedidos se priorizarán junto al cliente y se estimarán los esfuerzos.

El servicio de soporte será clasificado por su criticidad, y en función de ello, los niveles de respuesta comprometidos

PRIORIDAD	BAJA	MEDIA	ALTA
SEVERIDAD	Interrupción del trabajo de usuarios individuales y existe una solución aceptable	Interrupción del trabajo de usuarios individuales y no existe una solución aceptable	Interrupción del trabajo de usuarios individuales y no existe una solución
URGENCIA	El cliente no necesita una respuesta inmediata	El cliente necesita una respuesta a la brevedad	El cliente necesita una respuesta rápida
TIEMPO DE RESPUESTA	8-10 horas	4-6 horas	1-2 horas

Se define el tiempo de resolución de incidente como el tiempo que transcurre desde que el cliente comunica una incidencia al área de soporte hasta el momento de su resolución, descontando las franjas horarias que quedan fuera del horario laboral, y los tiempos que no dependen estrictamente de Iosfera.

Disponibilidad de la solución en línea

El servicio de software deberá estar disponible 24 horas del día, 7 días a la semana, entendiéndose por disponibilidad la capacidad de acceder al servicio por parte de quien lo demanda, con independencia de la rapidez o ritmo al que posteriormente éste sea prestado.

La disponibilidad no podrá ser inferior al 98%, medido en el mes.

El cálculo se entiende como la medida de tiempo operativo del servicio sin contar, los tiempos de administración del sistema.

La disponibilidad del servicio se calcula mensualmente como la medida de tiempo operativo del servicio descontando, los tiempos de administración del sistema.

$$\text{Disponibilidad del servicio en horario primario (mensual)} = \frac{\sum_{1}^{n} [(Tosp)]}{(n * Tosm)}$$

Donde:

- *Tosp*: Tiempo diario operativo en el cual el servicio estuvo disponible en horario primario (en minutos).
- *Tosm*: Total de Tiempo diario en horario primario (en minutos).
- *n*: días del mes

Si por ejemplo el horario principal del supermercado es de 8 a 20hs, eso se traduce en 720 minutos, tiempo máximo del horario primarios (*Tosm*).

Se midió un corte del sistema en horario principal de 2 horas el cual se repitió por 5 días, aplicando la fórmula antes presentada se obtiene una disponibilidad del servicio de: 99%

Atención de reclamos de clientes

Un reclamo de un cliente es una insatisfacción expresada formalmente por el cliente en relación con el incumplimiento al diseño del proyecto, especificaciones técnicas, ejecución del proyecto, servicio de mantenimiento y la calidad del producto/servicio final entregado.

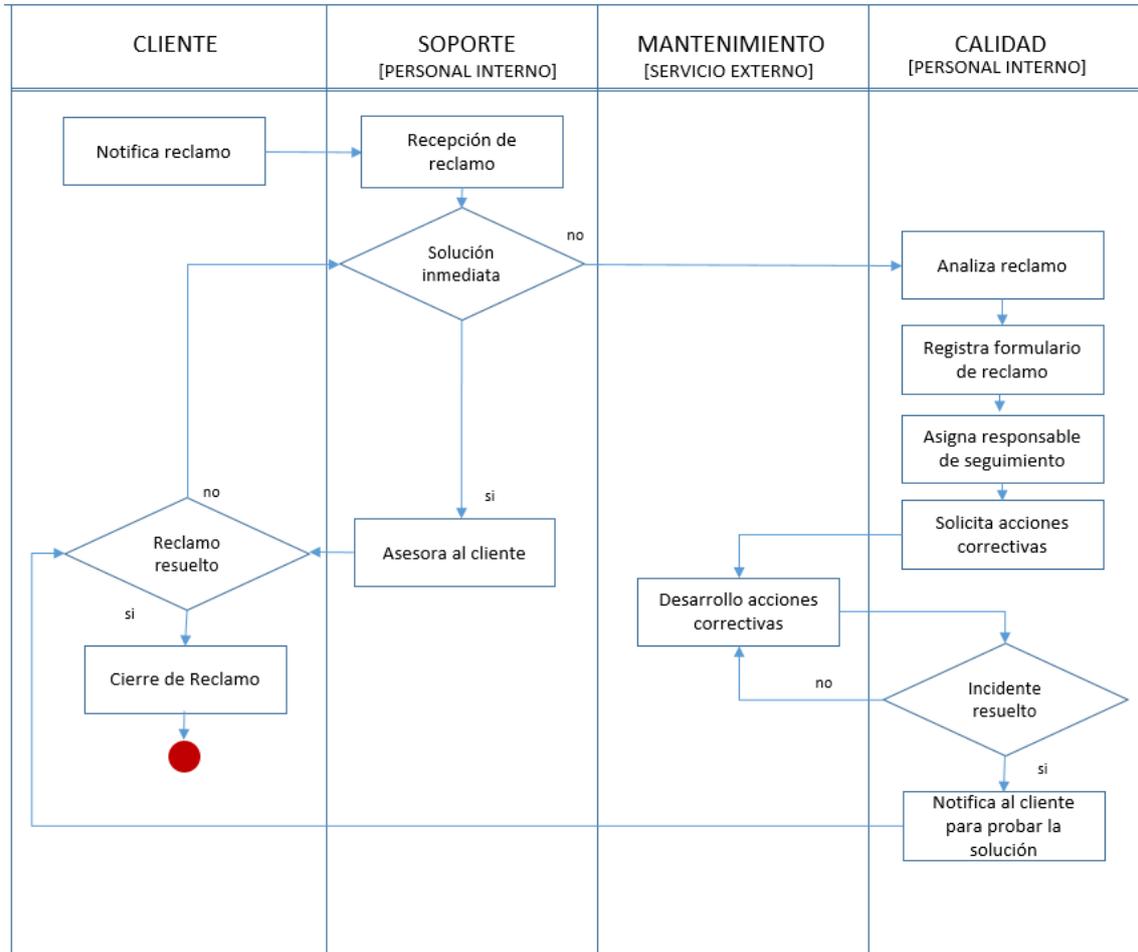
Debajo se presenta el documento que contiene información del cliente que realiza el reclamo, el servicio que se le brinda, el reclamo puntual que se presenta y su causa, y la solución que se propone.

REG:01

REVISIÓN: 01

 FORMULARIO DE RECLAMO DE CLIENTE	
FECHA RECEPCIÓN DE RECLAMO: / /	
DATOS DEL CLIENTE	
CÓDIGO CLIENTE	
RAZÓN SOCIAL	
DIRECCIÓN	
TELÉFONO	
DATOS DEL EMISOR DEL RECLAMO	
NOMBRE	
CARGO	
EMAIL	
RECLAMO:	
DOCUMENTOS QUE RESPALDAN EL RECLAMO (Si aplica)	
Originales: SI/NO	Detallar:
Copias: SI/NO	
CAUSA Y ACCIÓN CORRECTIVA	
Fecha inicio:	Fecha de cierre:
Nombre del Responsable del seguimiento:	
Nombre del supervisor a cargo:	
MEJORA PROPUESTA:	
CIERRE DEL RECLAMO	
Con fecha / / se cierra el reclamo ya que se ha concluido el seguimiento, se realizaron las acciones de mejora necesarias para evitar la	

Círculo para la atención de reclamos



Análisis Funcional

El Análisis Funcional es imprescindible para garantizar el éxito de cualquier proyecto de software, ya que es clave para definir todas las funcionalidades que deberá cumplir la web o aplicación.

El objetivo del análisis funcional es describir las funcionalidades del sistema mediante modelos o documentos de análisis. Identifica las interacciones con elementos externos y documenta las estructuras de información necesarias para completar el sistema.

Su papel en el desarrollo de la aplicación es fundamental:

- Servirá de contrato con el cliente.
- Permitirá explicar a nuestros desarrolladores qué funcionalidades tendremos que implementar.
- Nos permitirá estimar el esfuerzo que tendremos que realizar para obtener la solución.
- Podremos plantear qué pruebas tendremos que hacer para comprobar que lo que hemos hecho es lo que el cliente quiere.
- Cuando se acabe el desarrollo nos servirá para garantizar que nuestros equipos de mantenimiento conozcan la funcionalidad de la aplicación, con lo que los evolutivos o correctivos no serán traumáticos.

Un aspecto muy importante y que no debemos olvidar es que, aunque el Análisis Funcional es una fase dentro del ciclo de vida del desarrollo, el papel del analista no finaliza cuando acaba la fase de análisis y entrega los artefactos de análisis que ha realizado. Todo lo contrario, a partir de ese momento su objetivo debe ser que todas las personas involucradas en el desarrollo entiendan e implementen las funcionalidades planteadas.

Requerimiento Funcional

El sistema tendrá que contar con las siguientes características:

- Deberá manejar productos con diferentes unidades de medida (Kilo, Litro y unidad).
- Deberá controlar el stock de productos (mínimo y un máximo para cada producto).
- Permitirá el ingreso de facturas de compra.
- Calculará el total a abonar.
- Deberá ser accesible a través de un usuario y contraseña.
- Registrará la compra de cada cliente.
- Permitirá la creación, modificación y/o eliminación de productos, familia de productos, clientes y proveedores.
- Generará informe de detección de compra según el stock mínimo definido para cada producto.
- Deberá chequear la cantidad de productos que hay en stock.
- Permitirá la creación de informes diarios y mensuales relacionados con las ventas y compras

Requerimiento no funcional

- Interfaz del sistema debe ser simple, intuitiva, fácil de usar y aprender.
- Estabilidad del sistema.
- El software tiene que ser escalable, para así poder adaptarse y mejorar a través del tiempo.
- La plataforma a utilizar será web.
- El lenguaje de programación a utilizar será Visual Basic .NET.

Descripción Funcional de la Solución

Perfiles

Un nivel de permiso es un conjunto de “privilegios” que se puede asignar a un grupo específico para un objeto protegible concreto.

La mayoría de los sistemas modernos permiten asignar permisos (o derechos de acceso) a los elementos para determinados usuarios y grupos de usuarios. De esta manera, se puede restringir o permitir el acceso de un determinado perfil a un elemento para su visualización de contenidos, modificación y/o ejecución.

Los perfiles que participarán en esta solución serán los siguientes:

- Administrador del sistema.
- Encargado supermercado.
- Empleado supermercado.
- Cliente.

Administrador del sistema: perfil técnico del lado del proveedor de la solución quien podrá dar soporte y mantenimiento al sistema.

Encargado supermercado: este perfil será utilizado por un rol de encargado o responsable del supermercado. Quien tendrá mayores privilegios que el “empleado supermercado”, pudiendo, por ejemplo, borrar algún cambio de estado incorrecto.

Empleado supermercado: perfil destinado al personal que participa en el armado y despacho de los pedidos online.

Cliente: perfil utilizado por los usuarios externos al supermercado, quienes efectúan los pedidos a través de la solución.

Acciones a llevar a cabo

- Alta de Cliente

Ingresando a la página web, el usuario podrá iniciar sesión o registrarse para darse de alta como cliente.

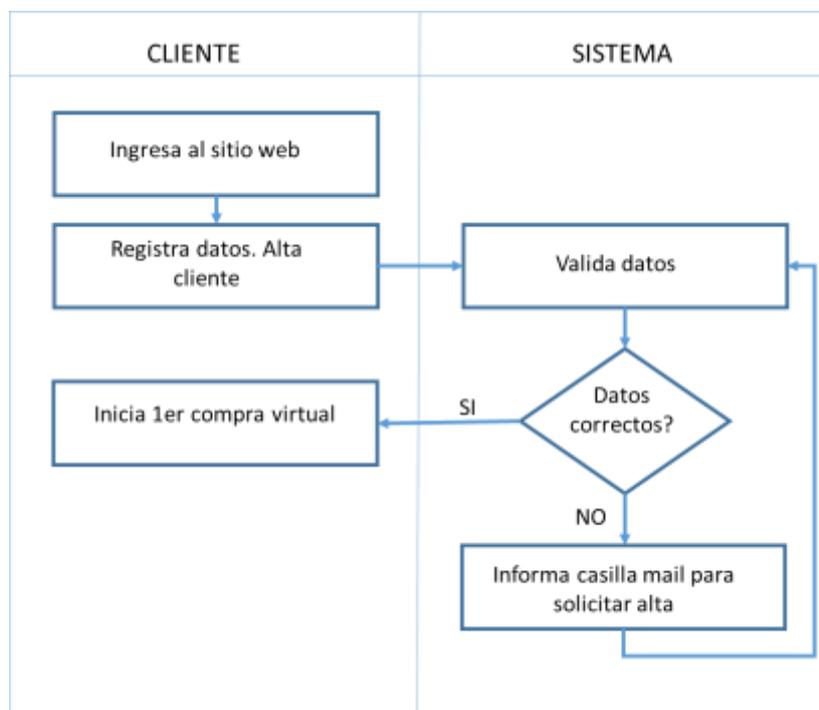
Para el alta del cliente, deberá completar los siguientes datos obligatorios:

- Nombre: [campo texto]. Obligatorio.
- Apellido: [campo texto]. Obligatorio.
- DNI: [campo numérico, sin punto]. Obligatorio.
- Calle: [campo texto]
- Numero: [campo numérico]
- Localidad: [campo texto]. [combo desplegable con opciones de ciudad]. Obligatorio.
- Teléfono: [campo numérico con separador de característica zona]
- Dirección de correo electrónico: [campo alfanumérico]. Obligatorio.
- Clave de acceso: [campo alfanumérico]. Obligatorio.
- Repetir de clave: [campo alfanumérico]. Obligatorio.

Luego, deberá presionar “Registrarse”.

El sistema enviará automáticamente un mail a la dirección de correo electrónico registrado con un link de verificación al sistema.

Corroborará que la información cargada en campo “Clave de acceso” y “Repetir clave” sean idénticas, de lo contrario arrojará error, y no se guardará la información.



- Inicio sesión cliente

Ingresando a la página web, el usuario podrá iniciar sesión con su número de documento y la clave de acceso.

- DNI: [campo numérico, sin punto]. Obligatorio.
- Clave de acceso: [campo alfanumérico]. Obligatorio.
- Luego, deberá presionar “Ingresar”.

- Menú Principal

El usuario se encontrará con las siguientes opciones para ingresar:

- Inicio: Ingresa a pantalla de compra.
- Mi Carrito: detalle de los productos que se van seleccionando en la compra.
- Mis datos: visualizará los datos registrados, permitiendo editar los mismos.
 - Compras realizadas: listado de las compras realizadas, con fecha, productos comprados, monto total de la compra.



- Iniciar compra

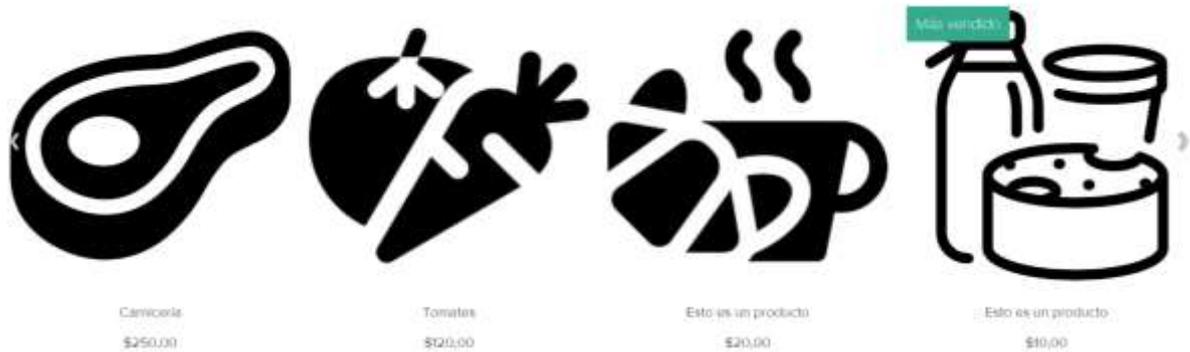
Se mostrarán los productos disponibles en stock. Esto implica una integración con el sistema de stock del supermercado.

Se mostrarán las siguientes categorías:

- Verdulería: [SEC:1]
- Almacén: [SEC:2]
- Panadería: [SEC:3]

- Productos de limpieza: [SEC:4]
- Productos cuidado personal: [SEC:5]
- Carnicería: [SEC:6]
- Lácteos: [SEC:7]

Se visualizará una imagen ilustrativa del producto disponible y su precio por unidad.



Los artículos que varíen su precio por peso, y no se vendan por envase, se disponibilizará una opción de:

- 0.5kg
- 1kg

\$120,00

Peso

Elegir

1kg

0.5kg

AGREGAR AL CARRITO

Por cada producto se podrá seleccionar la cantidad del mismo:

- Cantidad: [campo numérico. Combo desplegable: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10].

Peso

Cantidad

AGREGAR AL CARRITO

Al finalizar la compra, podrá visualizar el usuario, en el carrito virtual, el detalle de su compra y el monto total a abonar. Campos a mostrar:

- Encabezado:
 - Datos comprador:
 - DNI
 - Nombre y apellido Cliente
- Detalle:
 - Datos Compra
 - Producto
 - Cantidad
 - Precio total
 - Monto total compra

Al presionar “Confirmar Compra”, generará un ID de Compra.

Opciones de Pago

Tendrá para seleccionar la opción:

- Abonar en caja
- Abonar por Mercado Pago



Manual

Los clientes pueden pagarte offline, según tus instrucciones.



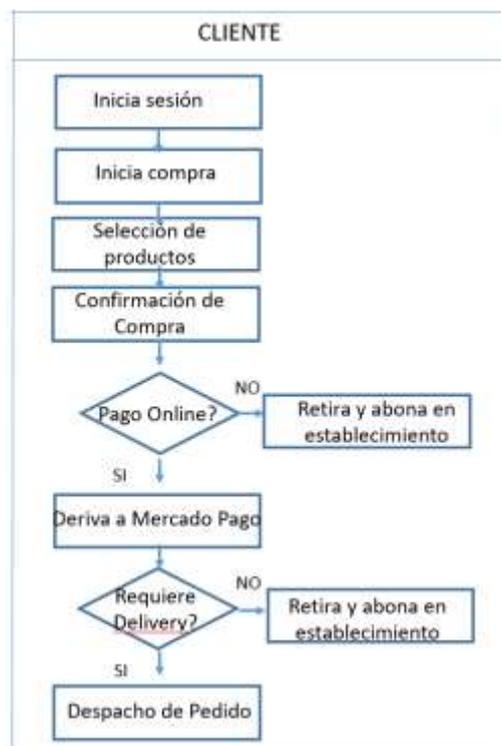
Abonar en caja: el comprador al asistir al supermercado, con su ID de Compra, o en su defecto su número de documento, podrá abonar el monto de la compra en caja, y retirar el pedido.

Abonar por Mercado Pago: será derivado a la pasarela de pagos seleccionada, y podrá abonar la compra con los datos de su tarjeta de crédito.

Aquí se registrará la cuenta de mercado pago del supermercado, y se generará un botón (link) mediante la página web de mercado pago.

<https://www.mercadopago.com.ar/developers>

Realizado esto, se encuentra disponible dicho medio de pago.



Logística interna

El cliente al finalizar su compra, se genera un ID de la misma.

Dicho ID, estará compuesto por subId que represente los sub pedidos, diferenciando las diferentes secciones por categoría:

- Verdulería: [SEC:1]
- Almacén: [SEC:2]
- Panadería: [SEC:3]
- Productos de limpieza: [SEC:4]
- Productos cuidado personal: [SEC:5]
- Carnicería: [SEC:6]
- Lácteos: [SEC:7]

A su vez, se codifican los productos seleccionados, la cantidad requerido, y para los productos que varía su costo por peso, se detalla el peso requerido.

Ejemplo:

ID compra: 254

- SubID:254.1: [SEC:2. PROD:875. CANT:2 PESO: NULL]
- SubID:254.2: [SEC:5. PROD:328. CANT:2 PESO: NULL]
- SubID:254.3: [SEC:6. PROD:635. CANT:1. PESO: 0.5KG]
- SubID:254.4: [SEC:7. PROD:096. CANT:4 PESO: NULL]

Estados de los subpedidos (SubID):

Al momento que el cliente confirma el pedido, todos los SubID estarán con el estado “Pedido pendiente”.

Cada área recibe el ID y subId según la sección a la que le corresponda por el pedido.

Si la sección ha comenzado a trabajar en el armado del pedido (sub ID), el mismo se mostrará “Pedido en curso” y cuando se lo haya completado, el estado pasará a “Pedido disponible”.

En este último estado, el sistema enviará un servicio de mensajería al sistema de manejo de stock propio del supermercado, para que actualice la disponibilidad de productos en almacén.

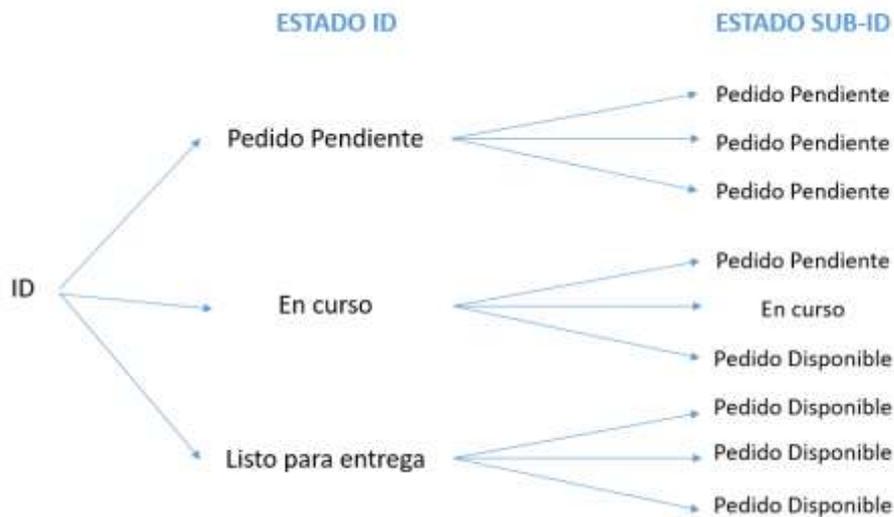
Estados del pedido (ID):

“Pedido Pendiente”: Al registrarse el pedido, el mismo quedará en este estado inicial.

“En curso”: Cuando al menos un Sub ID se encuentre en curso.

“Listo para entrega”: Cuando todos los Sub ID se encuentren con el estado “Pedido Disponible”, el ID pasará a estar como “Listo para entrega”.

Ejemplo de relación de estados:



Preparación de pedidos:

Los empleados de cada sección, visualizarán en su pantalla principal los trabajos pendientes.

Una vez que gestionen el pedido que les ingresó bajo ID y Sub ID, deberán cambiar el estado a “pedido Disponible”. Se coloca etiqueta con dicha numeración.

Estos pedidos llegarán a la sección de despacho de pedidos, donde se agrupan los mismos por categoría.

Utilizando la etiqueta de ID y SubId se completan los pedidos.

En la consulta de pedidos se podrá visualizar si los subpedidos ya se encuentran disponibles.

Control de pedidos

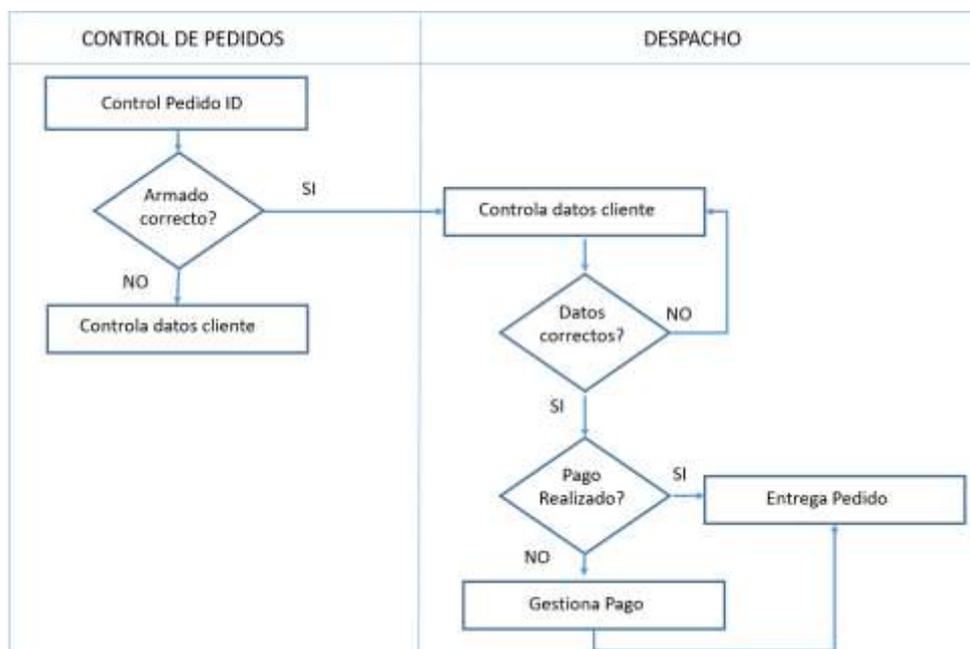
Último paso antes de la entrega de pedidos, se chequea la consulta de pedidos con los artículos registrados versus lo que se está despachando.

Si todo esta OK, pasa a despacho de pedidos, si se detecta algún error, se vuelve el pedido con la observación correspondiente a la sección Preparación de pedidos.

Despacho de pedido

El cliente informando el DNI podrá retirar su pedido. Se verifica si el mismo ya ha sido abonado por los medios electrónicos, de no ser así se procede a registrar el pago.

Se realiza entrega de comprobante.



ANALISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Financiamiento bancario

Para llevar adelante el escenario de proyección de la solución, entendemos necesaria la gestión de financiamiento externo por medio de una entidad bancaria. Por este medio se pide la financiación del 90% de la inversión. El resto corresponde a aporte de capital propio.

Debajo se muestra el cuadro de dicho financiamiento.

FINANCIAMIENTO BANCARIO

Monto del crédito	\$906.748	Plazo (años)	4
Tasa de interés	18%	Períodos gracia (años)	1
Pago trimestral			

Trim.	Saldo	Amortización	Interes Trim.	Int.Anual	Año
1	906.748	0	40.804		
2	906.748	0	40.804		
3	906.748	0	40.804		
4	906.748	0	40.804	163.216	1
5	831.186	75.562	40.804		
6	755.624	75.562	37.403		
7	680.062	75.562	34.003		
8	604.500	75.562	30.603	142.813	2
9	528.938	75.562	27.203		
10	453.376	75.562	23.802		
11	377.814	75.562	20.402		
12	302.252	75.562	17.002	88.409	3
13	226.690	75.562	13.601		
14	151.128	75.562	10.201		
15	75.566	75.562	6.801		
16	4	75.562	3.400	34.003	4
906.744			428.441		

Sistema alemán, cuota de capital igual e interés sobre saldos.

Detalle de las Inversiones en Activo Fijo y Capital de Trabajo

CONCEPTO	CANTIDAD	INVERSIÓN	TOTAL	VIDA UTIL (Años)	AMORTIZACIÓN ANUAL
Escritorio Ejecutivo	1	\$ 39.990	\$ 39.990	5	\$ 7.998
Biblioteca	1	\$ 3.300	\$ 3.300	5	\$ 660
Sillón Ejecutiva	1	\$ 4.399	\$ 4.399	5	\$ 880
Silla escritorio	2	\$ 3.499	\$ 6.998	5	\$ 1.400
Notebook	1	\$ 31.076	\$ 31.076	5	\$ 6.215
Útiles de escritorio	1	\$ 1.000	\$ 1.000	5	\$ 200
Celular	1	\$ 8.000	\$ 8.000	5	\$ 1.600
TOTAL			\$ 94.763		\$ 18.953

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 1.692.960	\$ 2.387.520	\$ 3.082.080	\$ 3.776.640	\$ 4.471.200
Servicios Contratados						
Desarrollador SSR A	\$ 555.648	\$ 555.648	\$ 555.648	\$ 555.648	\$ 555.648	\$ 555.648
Desarrollador SSR B	\$ 277.824					
Tester SSR	\$ 71.872	\$ 53.904	\$ 53.904	\$ 53.904	\$ 53.904	\$ 53.904
Hosting						
Hosteo + dominio	\$ 1.404	\$ 2.808	\$ 4.212	\$ 4.212	\$ 4.212	\$ 4.212
Total Serv Contratados TI	\$ 906.748	\$ 612.360	\$ 613.764	\$ 613.764	\$ 613.764	\$ 613.764

Cuadro de resultados proyectados

El objetivo es proyectar el resultado del negocio (pérdida o ganancia), de forma abierta, es decir detallando como se llega al mismo. Puede adoptar diversos formatos. Permite analizar la rentabilidad del negocio. Incluye conceptos como las amortizaciones.

A continuación, realizaremos una breve reseña acerca de las cuestiones que deben considerarse en la elaboración de los distintos presupuestos que conforman el proceso de presupuestación integral dentro de la organización:

Presupuesto de Ventas.

El presupuesto de ventas en la mayoría de los casos es el desencadenante de todo el proceso de presupuestación, ya que de las estimaciones que se efectúen sobre los volúmenes y montos de ventas esperados se desprenderá el resto de las valoraciones sobre producción, gastos operativos, inversión, etc.

Presupuesto de Producción.

En la elaboración del presupuesto de producción se debe considerar el comportamiento de los componentes del costo de producción, es decir: la carga de horas profesionales, gestión de los mismos, y servicios.

Presupuesto de Gastos Operativos.

En la preparación del presupuesto de Gastos Operativos tomarán intervención, junto con los expertos, permisos y costos tributarios, dependiendo de la estructura de la empresa y de su forma de organización.

Presupuesto Financiero.

El presupuesto financiero mostrará la evolución de los fondos a lo largo de todo el período de presupuestación.

PROYECCIÓN DE VENTAS EN \$					
Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Licencias	\$ 998.400				
Licencias encargado super	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 14.400
Licencias empleados super	\$ 24.000	\$ 24.000	\$ 24.000	\$ 24.000	\$ 24.000
Licencias cliente	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000	\$ 960.000
Soporte	\$ 694.560	\$ 1.389.120	\$ 2.083.680	\$ 2.778.240	\$ 3.472.800
Soporte	\$ 694.560	\$ 1.389.120	\$ 2.083.680	\$ 2.778.240	\$ 3.472.800
TOTAL	\$ 1.692.960	\$ 2.387.520	\$ 3.082.080	\$ 3.776.640	\$ 4.471.200

CONCEPTO	CANTIDAD	INVERSIÓN	TOTAL	VIDA UTIL (Años)	AMORTIZACIÓN ANUAL
Escritorio Ejecutivo	1	\$ 39.990	\$ 39.990	5	\$ 7.998
Biblioteca	1	\$ 3.300	\$ 3.300	5	\$ 660
Sillón Ejecutiva	1	\$ 4.399	\$ 4.399	5	\$ 880
Silla escritorio	2	\$ 3.499	\$ 6.998	5	\$ 1.400
Notebook	1	\$ 31.076	\$ 31.076	5	\$ 6.215
Útiles de escritorio	1	\$ 1.000	\$ 1.000	5	\$ 200
Celular	1	\$ 8.000	\$ 8.000	5	\$ 1.600
TOTAL			\$ 94.763		\$ 18.953

COSTOS ADMINISTRATIVOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Alquiler Local	\$ 7.500	\$ 90.000
Gastos varios	\$ 1.250	\$ 15.000
Servicios Local (Agua + Luz)	\$ 5.000	\$ 60.000
Internet	\$ 1.200	\$ 14.400
Abono celular	\$ 500	\$ 6.000
Asesoría Legal	\$ 5.000	\$ 60.000
Sueldo Personal interno	\$ 40.000	\$ 480.000
Personal técnico contratado	\$ 75.445	\$ 905.344
Hosteo + Dominio	\$ 117	\$ 1.404
Amortizaciones	\$ 1.579	\$ 18.953
TOTAL	\$ 137.592	\$ 1.651.101

ESCENARIO PRINCIPAL

PROYECCION ECONOMICA

Rubros\Años	1	2	3	4	5
Ventas	1.692.960	2.387.520	3.082.080	\$ 3.776.640	\$ 4.471.200
menos					
Costos de fabricación	925.701	634.121	636.929	636.929	636.929
Honorarios y Servicios	905.344	612.360	613.764	613.764	613.764
Hosteo y dominio	1.404	2.808	4.212	4.212	4.212
Amortizaciones	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
Costos de administración	525.400	725.400	725.400	725.400	650.400
Honorarios profesionales	60.000	60.000	60.000	60.000	0
Sueldo personal interno	280.000	480.000	480.000	480.000	480.000
Gastos alquiler y servicios	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Servicios Internet	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400
abono celular	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Gastos varios	15.000	15.000	15.000	15.000	0
Costos de financiación	163.216	142.813	88.409	34.003	0
Intereses s/inversiones	163.216	142.813	88.409	34.003	0
TOTAL DE EGRESOS	1.614.317	1.502.334	1.450.738	1.396.332	1.287.329
Resultado antes de ganancia	78.643	885.186	1.631.342	2.380.308	3.183.871
Impuesto a las Ganancias	27.525	309.815	570.970	833.108	1.114.355
RESULTADO FINAL	51.118	575.371	1.060.372	1.547.200	2.069.516

En el cuadro antes presentado se resume la información de los diferentes conceptos proyectados, y en el grafico que se adjunta se representa la tendencia de esta información.



Cuadro de fuentes y usos de fondos o flujos de caja:

Flujo de caja

El proyecto del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, debido a los resultados obtenidos en el flujo de caja se evaluará la realización del proyecto.

La información básica para la construcción de un flujo de caja proviene de los estudios de mercado, técnicos, organizacional y como también de los cálculos de los beneficios. Al realizar el flujo de caja, es necesario, incorporar a la información obtenida anteriormente, datos adicionales relacionados principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo normal, valor residual, utilidades y pérdidas.

Elementos del flujo de caja

El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos:

Egresos iniciales de fondos

Corresponden al total de la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto. El capital de trabajo, si bien no implicará siempre un desembolso en su totalidad antes de iniciar la operación, se considera también como un egreso en el momento cero, ya que deberá quedar disponible para que el administrador del proyecto pueda utilizarlo en su gestión.

Los ingresos y egresos de operación

Constituyen todos los flujos de entradas y salidas reales de caja. Es usual encontrar cálculos de ingresos y egresos basados en los flujos contables en evaluaciones de proyectos, los cuales no necesariamente ocurren de forma simultánea con los flujos reales.

El momento en que ocurren los ingresos y egresos.

Anteriormente habíamos visto que los ingresos y egresos de operación no necesariamente ocurren de forma simultánea con los flujos reales, lo cual constituye el concepto de devengado o causado, y será determinante el momento en que ocurran los ingresos y egresos para la evaluación del proyecto.

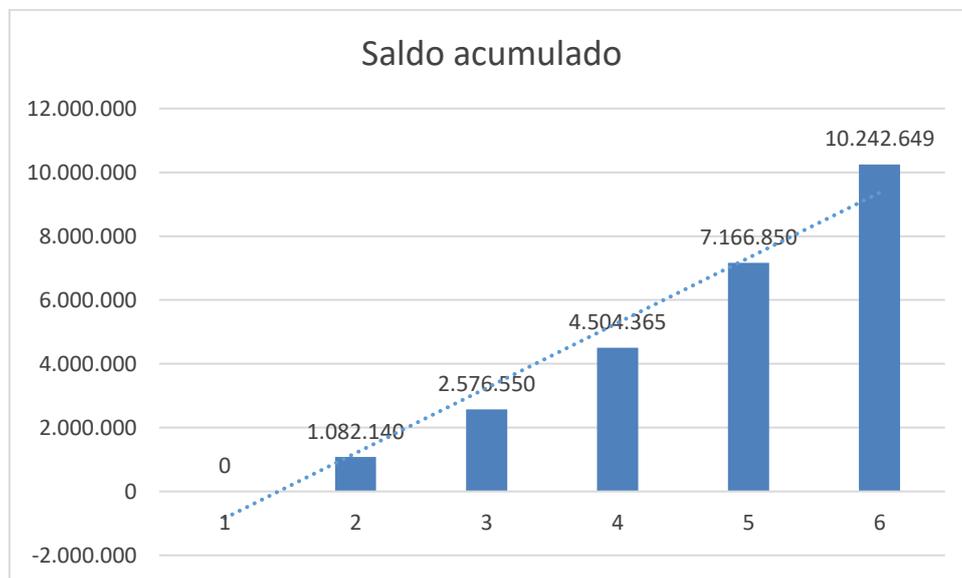
El valor de desecho o salvamento del proyecto.

Al evaluar la inversión normalmente la proyección se hace para un período de tiempo inferior a la vida útil del proyecto. Por ello, al término del período de evaluación deberá estimarse el valor que podría tener el activo en ese momento, ya sea suponiendo su venta, considerando su valor contable o estimando la cuantía de los beneficios futuros que podría generar desde el término del período de evaluación hacia adelante. La inversión que se evalúa no solo entrega beneficios durante el período de evaluación, sino que durante toda su vida útil, esto obliga a buscar la forma de considerar estos beneficios futuros dentro de lo que se ha denominado el valor de desecho.

ESCENARIO PRINCIPAL

PROYECCION FINANCIERA

Rubros/Años	0	1	2	3	4	5
Saldo Inicial	0	0	1.082.140	2.576.550	4.504.365	7.166.850
INGRESOS						
Capital propio	94.763	0	0	0	0	0
Financiamiento bancario	906.748	0	0	0	0	0
Ingresos por ventas	0	1.692.960	2.387.520	3.082.080	3.776.640	4.471.200
Otros ingresos	0	0	0	0	0	0
Total	1.001.511	1.692.960	2.387.520	3.082.080	3.776.640	4.471.200
EGRESOS						
Activo Fijo	94.763	0	0	0	0	0
Activo de Trabajo	906.748	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Servicios de crédito		302.248	302.248	302.248		
Impuesto a las Ganancias	0	27.525	309.815	570.970	833.108	1.114.355
Total Egresos	1.001.511	629.773	912.063	1.173.218	1.133.108	1.414.355
Saldo del período	0	1.063.187	1.475.457	1.908.862	2.643.532	3.056.845
+ Amortizaciones	0	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
Saldo final del período	0	1.082.140	1.494.410	1.927.815	2.662.485	3.075.798
Saldo acumulado	0	1.082.140	2.576.550	4.504.365	7.166.850	10.242.649



Aquí podemos observar gráficamente el saldo acumulado de dinero de las proyecciones financieras, después de deducir los impuestos.

ESCENARIO PRINCIPAL

ANALISIS DE RENTABILIDAD

Rubros/Años	0	1	2	3	4	5
1. Egresos por inversiones	-1.001.511	-300.000	-300.000	-300.000	-300.000	-300.000
2.1. Ingresos por resultados	0	78.643	885.186	1.631.342	2.380.308	3.183.871
2.2. Ingresos por amortizaciones	0	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
2.3. Ingresos por intereses	0	163.216	142.813	88.409	34.003	0
2.4. Egresos por imp.ganan.	0	-27.525	-309.815	-570.970	-833.108	-1.114.355
3. Saldo = 2 - 1	-1.001.511	-66.713	437.137	867.734	1.300.156	1.788.469
Tasa interna de retorno	46%					
Valor presente neto	\$413.618					
	30%					

VAN Y TIR

Valor Actual Neto:

El proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todo sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Donde:

BN = Beneficio neto

i = Tasa de descuento

I₀ = Inversión inicial

t = Tiempo

TIR (Tasa interna de Retorno):

La TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

La tasa así calculada se compara con la tasa de descuento de la empresa. Si la TIR es igual o mayor que esta, el proyecto debe aceptarse, y si es menor debe rechazarse.

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Donde:

BN = Beneficio neto

r = Tasa interna de retorno

Io = Inversión inicial

t = Tiempo

Conclusiones:

En el cuadro de resultados proyectados o proyección económica, podemos observar que en los 5 años analizados del proyecto se obtienen ganancias, las cuales alcanzan en el último año un resultado de \$2.069.516.

En el cuadro de fuentes y usos de fondos o proyección financiera, podemos ver todos los ingresos y egresos del proyecto en cada período, después de deducir el impuesto a las ganancias, mostrándonos un saldo acumulado que también crece, conforme aumentan los años de análisis del proyecto.

Para el cuadro de análisis de rentabilidad determinamos una tasa del 30%, que es la mínima requerida de rendimiento para el proyecto.

El VAN positivo obtenido manifiesta que el proyecto está en condiciones de devolver el capital invertido, de pagar una tasa del 30% de interés anual y de generar excedentes por un monto de \$ 413.618 a los 5 años. Dicho, en otros términos, el VAN positivo significa que el retorno esperado de la inversión es mayor que el 30 % anual.

La TIR obtenida del proyecto es de 46%, lo cual indica que supera la tasa de descuento requerida; por lo tanto, el proyecto es recomendable. Hay que tener en cuenta que las inversiones iniciales requeridas no son tan elevadas, lo que genera una tasa de retorno alta.

PERIODO DE RECUPERO:

El periodo de recupero determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial. Para poder considerar el valor tiempo del dinero, se descuentan los flujos a una tasa de descuento y se calcula la suma acumulada de los beneficios netos actualizados al momento cero.

Tasa: 30%

Año	Flujo anual	Flujo Actualizado	Flujo acumuldo
1	78.643	55.050	55.050
2	885.186	619.630	674.680
3	1.631.342	1.141.939	1.816.620
4	2.380.308	1.666.216	3.482.835
5	3.183.871	2.228.710	5.711.545

En la tabla anterior se muestra como la inversión se recupera en el tercer año.

Análisis de sensibilización:

La medición de la rentabilidad analizada anteriormente sólo evalúa el resultado de uno de los escenarios proyectados.

Es necesario, que al formular un proyecto se entregue los máximos antecedentes para que quien deba tomar la decisión de emprenderlo disponga de los elementos de juicio suficientes para ello.

Con este objetivo, y como una forma de agregar información a los resultados pronosticados del proyecto, se puede desarrollar un análisis de sensibilidad que permita medir cuán sensible es la evaluación realizada a variaciones en uno o más parámetros decisivos.

La sensibilización es aplicable al análisis de cualquier variable del proyecto, como la localización, el tamaño o la demanda.

Para el análisis de la sensibilidad del proyecto, se determinó modificar las variables de **precio venta y costos de los honorarios de los programadores.**

Análisis de sensibilidad escenario 1- Negativo (Precio):

Para la opción 1, se ha modificado el precio de venta del producto reduciendo un 10 % el valor del mismo.

Aun así, el proyecto sigue siendo rentable, su TIR de 32% y VAN de \$ 62.623

Bajando el precio de venta en un 10 %, el proyecto sigue teniendo la tasa de retorno más alta que la tasa requerida para el proyecto, aunque su VAN ha bajado considerablemente.

PROYECCION ECONOMICA

Rubros\Años	1	2	3	4	5
Ventas	1.523.664	2.148.768	2.773.872	\$ 3.398.976	\$ 4.024.080
menos					
Costos de fabricación	925.701	634.121	636.929	636.929	636.929
Honorarios y Servicios	905.344	612.360	613.764	613.764	613.764
Hosteo y dominio	1.404	2.808	4.212	4.212	4.212
Amortizaciones	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
Costos de administración	525.400	725.400	725.400	725.400	650.400
Honorarios profesionales	60.000	60.000	60.000	60.000	0
Sueldo personal interno	280.000	480.000	480.000	480.000	480.000
Gastos alquiler y servicios	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Servicios Internet	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400
abono celular	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Gastos varios	15.000	15.000	15.000	15.000	0
Costos de financiación	163.216	142.813	88.409	34.003	0
Intereses s/inversiones	163.216	142.813	88.409	34.003	0
TOTAL DE EGRESOS	1.614.317	1.502.334	1.450.738	1.396.332	1.287.329
Resultado antes de ganancia	-90.653	646.434	1.323.134	2.002.644	2.736.751
Impuesto a las Ganancias	0	226.252	463.097	700.925	957.863
RESULTADO FINAL	-90.653	420.182	860.037	1.301.719	1.778.888



PROYECCION FINANCIERA

Rubros/Años	0	1	2	3	4	5
Saldo Inicial	0	0	940.369	2.279.590	4.007.070	6.424.074
INGRESOS						
Capital propio	94.763	0	0	0	0	0
Financiamiento bancario	906.748	0	0	0	0	0
Ingresos por ventas	0	1.523.664	2.148.768	2.773.872	3.398.976	4.024.080
Otros ingresos	0	0	0	0	0	0
Total	1.001.511	1.523.664	2.148.768	2.773.872	3.398.976	4.024.080
EGRESOS						
Activo Fijo	94.763	0	0	0	0	0
Activo de Trabajo	906.748	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Servicios de crédito	0	302.248	302.248	302.248		
Impuesto a las Ganancias	0	0	226.252	463.097	700.925	957.863
Total Egresos	1.001.511	602.248	828.500	1.065.345	1.000.925	1.257.863
Saldo del período	0	921.416	1.320.268	1.708.527	2.398.051	2.766.217
+ Amortizaciones	0	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
Saldo final del período	0	940.369	1.339.221	1.727.480	2.417.004	2.785.170
Saldo acumulado	0	940.369	2.279.590	4.007.070	6.424.074	9.209.244

ANALISIS DE RENTABILIDAD

Rubros/Años	0	1	2	3	4	5
1. Egresos por inversiones	-1.001.511	-300.000	-300.000	-300.000	-300.000	-300.000
2.1. Ingresos por resultados	0	-90.653	646.434	1.323.134	2.002.644	2.736.751
2.2. Ingresos por amortizaciones	0	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
2.3. Ingresos por intereses	0	163.216	142.813	88.409	34.003	0
2.4. Egresos por imp.ganan.	0	0	-226.252	-463.097	-700.925	-957.863
3. Saldo = 2 - 1	-1.001.511	-208.484	281.948	667.399	1.054.675	1.497.841
Tasa interna de retorno	32%					
Valor presente neto	\$62.623					
	30%					

Análisis de sensibilidad escenario 2- Negativo:

La segunda opción se analiza cómo impacta en el incremento de costos de los honorarios de los programadores subiendo un 15%, y manteniendo el mismo precio de venta original. Acá podemos ver la TIR de 43%, y la VAN es de \$366.711.

Es menos sensible el incremento de los honorarios de los programadores que el precio de venta.

PROYECCION ECONOMICA

Rubros\Años	1	2	3	4	5
Ventas	1.692.960	2.387.520	3.082.080	\$ 3.776.640	\$ 4.471.200
menos					
Costos de fabricación	1.061.503	725.975	728.994	728.994	728.994
Honorarios y Servicios	1.041.146	704.214	705.829	705.829	705.829
Hosteo y dominio	1.404	2.808	4.212	4.212	4.212
Amortizaciones	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
Costos de administración	525.400	725.400	725.400	725.400	650.400
Honorarios profesionales	60.000	60.000	60.000	60.000	0
Sueldo personal interno	280.000	480.000	480.000	480.000	480.000
Gastos alquiler y servicios	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Servicios Internet	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400
abono celular	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Gastos varios	15.000	15.000	15.000	15.000	0
Costos de financiación	163.216	142.813	88.409	34.003	0
Intereses s/inversiones	163.216	142.813	88.409	34.003	0
TOTAL DE EGRESOS	1.750.119	1.594.188	1.542.803	1.488.397	1.379.394
Resultado antes de ganancia	-57.159	793.332	1.539.277	2.288.243	3.091.806
Impuesto a las Ganancias		277.666	538.747	800.885	1.082.132
RESULTADO FINAL	-57.159	515.666	1.000.530	1.487.358	2.009.674



PROYECCION FINANCIERA

Rubros/Años	0	1	2	3	4	5
Saldo Inicial	0	19.435	1.109.665	2.636.224	4.596.262	7.290.970
INGRESOS						
Capital propio	250.000	0	0	0	0	0
Financiamiento bancario	906.748	0	0	0	0	0
Ingresos por ventas	0	1.692.960	2.387.520	3.082.080	3.776.640	4.471.200
Otros ingresos	0	0	0	0	0	0
Total	1.156.748	1.692.960	2.387.520	3.082.080	3.776.640	4.471.200
EGRESOS						
Activo Fijo	94.763	0	0	0	0	0
Activo de Trabajo	1.042.550	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Servicios de crédito		302.248	302.248	302.248		
Impuesto a las Ganancias	0	0	277.666	538.747	800.885	1.082.132
Total Egresos	1.137.313	602.248	879.914	1.140.995	1.100.885	1.382.132
Saldo del período	19.435	1.090.712	1.507.606	1.941.085	2.675.755	3.089.068
+ Amortizaciones	0	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
Saldo final del período	19.435	1.109.665	1.526.559	1.960.038	2.694.708	3.108.021
Saldo acumulado	19.435	1.109.665	2.636.224	4.596.262	7.290.970	10.398.990

ANALISIS DE RENTABILIDAD

Rubros/Años	0	1	2	3	4	5
1. Egresos por inversiones	-1.137.313	-300.000	-300.000	-300.000	-300.000	-300.000
2.1. Ingresos por resultados	0	78.643	885.186	1.631.342	2.380.308	3.183.871
2.2. Ingresos por amortizaciones	0	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
2.3. Ingresos por intereses	0	163.216	142.813	88.409	34.003	0
2.4. Egresos por imp.ganan.	0	0	-277.666	-538.747	-800.885	-1.082.132
3. Saldo = 2 - 1	-1.137.313	-39.188	469.286	899.957	1.332.379	1.820.692
Tasa interna de retorno	43%					
Valor presente neto	\$366.711					
	30%					

Análisis de sensibilidad escenario 3- Positivo:

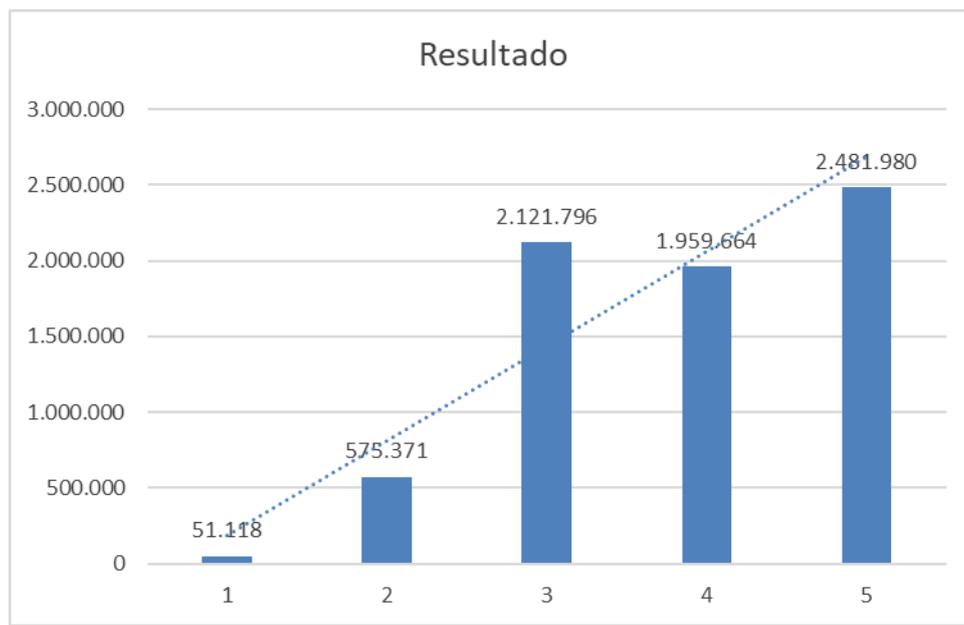
La tercera opción se analiza cómo impacta que en el tercer año se consigan dos clientes en lugar de uno por año.

Acá podemos ver la TIR de 63%, y la VAN es de \$981.793.

A pesar de que se deben duplicar los esfuerzos en las contrataciones en dicho año para atender la demanda, el incremento por la venta adicional es muy superior a los costos vinculados.

PROYECCION ECONOMICA

Rubros/Años	1	2	3	4	5
Ventas	1.692.960	2.387.520	\$ 4.775.040	\$ 4.471.200	\$ 5.165.760
menos					
Costos de fabricación	925.701	634.121	636.929	636.929	636.929
Honorarios y Servicios	905.344	612.360	613.764	613.764	613.764
Hosteo y dominio	1.404	2.808	4.212	4.212	4.212
Amortizaciones	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
Costos de administración	525.400	725.400	785.400	785.400	710.400
Honorarios profesionales	60.000	60.000	120.000	120.000	60.000
Sueldo personal interno	280.000	480.000	480.000	480.000	480.000
Gastos alquiler y servicios	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Servicios Internet	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400
abono celular	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Gastos varios	15.000	15.000	15.000	15.000	0
Costos de financiación	163.216	142.813	88.409	34.003	0
Intereses s/inversiones	163.216	142.813	88.409	34.003	0
TOTAL DE EGRESOS	1.614.317	1.502.334	1.510.738	1.456.332	1.347.329
Resultado antes de ganancia	78.643	885.186	3.264.302	3.014.868	3.818.431
Impuesto a las Ganancias	27.525	309.815	1.142.506	1.055.204	1.336.451
RESULTADO FINAL	51.118	575.371	2.121.796	1.959.664	2.481.980



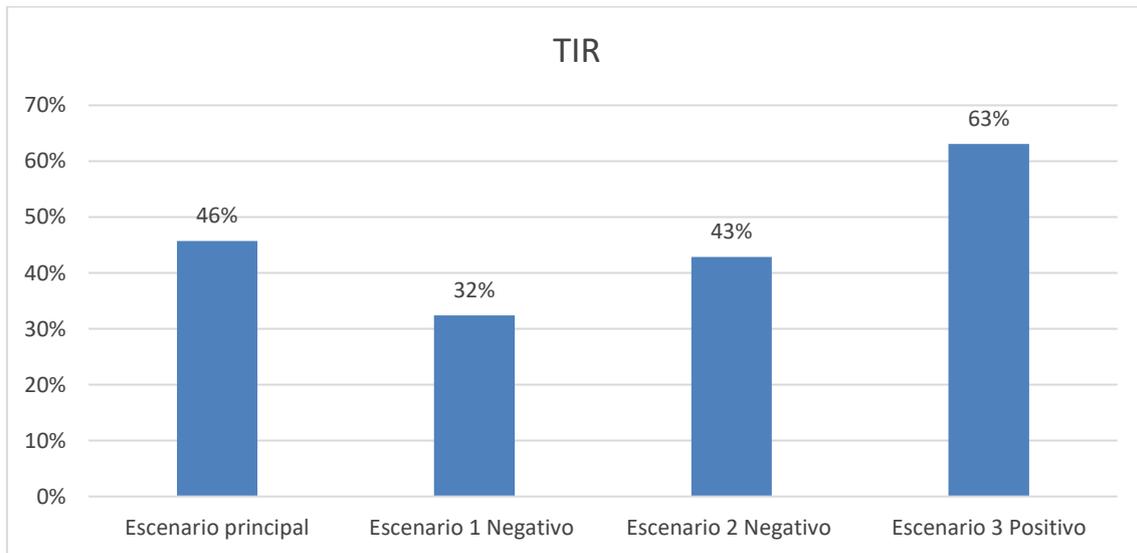
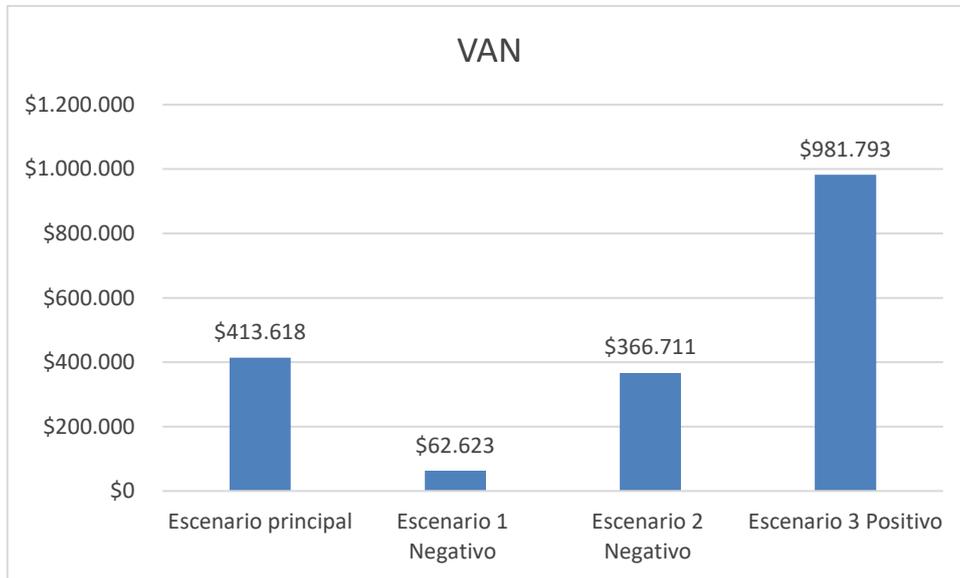
PROYECCION FINANCIERA

Rubros/Años	0	1	2	3	4	5
Saldo Inicial	0	0	1.082.140	2.576.550	5.625.789	8.760.738
INGRESOS						
Capital propio	94.763	0	0	0	0	0
Financiamiento bancario	906.748	0	0	0	0	0
Ingresos por ventas	0	1.692.960	2.387.520	4.775.040	4.471.200	5.165.760
Otros ingresos	0	0	0	0	0	0
Total	1.001.511	1.692.960	2.387.520	4.775.040	4.471.200	5.165.760
EGRESOS						
Activo Fijo	94.763	0	0	0	0	0
Activo de Trabajo	906.748	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Servicios de crédito	0	302.248	302.248	302.248		
Impuesto a las Ganancias	0	27.525	309.815	1.142.506	1.055.204	1.336.451
Total Egresos	1.001.511	629.773	912.063	1.744.754	1.355.204	1.636.451
Saldo del período	0	1.063.187	1.475.457	3.030.286	3.115.996	3.529.309
+ Amortizaciones	0	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
Saldo final del período	0	1.082.140	1.494.410	3.049.239	3.134.949	3.548.262
Saldo acumulado	0	1.082.140	2.576.550	5.625.789	8.760.738	12.309.001

ANALISIS DE RENTABILIDAD

Rubros/Años	0	1	2	3	4	5
1. Egresos por inversiones	-1.001.511	-300.000	-300.000	-300.000	-300.000	-300.000
2.1. Ingresos por resultados	0	78.643	885.186	3.264.302	3.014.868	3.818.431
2.2. Ingresos por amortizaciones	0	18.953	18.953	18.953	18.953	18.953
2.3. Ingresos por intereses	0	163.216	142.813	88.409	34.003	0
2.4. Egresos por imp.ganan.	0	-27.525	-309.815	-1.142.506	-1.055.204	-1.336.451
3. Saldo = 2 - 1	-1.001.511	-66.713	437.137	1.929.158	1.712.620	2.200.933
Tasa interna de retorno		63%				
Valor presente neto		\$981.793				
		30%				

Comparación de la alternativa con sus análisis de sensibilidad:



Conclusión

Luego de muchos meses de trabajo, investigación, y asesoramiento, puedo llegar a concluir este proyecto que tanto ansiaba hace largo tiempo.

Fueron muchas horas, días, y se sumaron los meses, en los cuales mi dedicación se enfocó a este trabajo, relegando tiempo a la familia, que con todo el apoyo del mundo, me supo dar el tiempo, el espacio para que pueda cerrar etapas de mi formación y de mi vida que habían quedado en un stand by, por motivos que en estos momentos pierden total sentido.

Uno quizás en pos de querer cumplir y crecer laboralmente, prioriza erróneamente esa conducta, alejándose del camino que nos lleva al logro académico.

Ahora siendo más grande y madura, teniendo dos hermosas hijas -Elena y Matilda-, y un compañero de fierro como pocos, fueron ellos el motor que me movilizó y me hizo tomar la decisión de poder finalizar esta etapa.

Espero además poder brindar un mensaje de aliento a aquellos estudiantes de LOI, quienes están tal vez en mi misma condición, que se animen a retomar la carrera. No hay que darle lugar a la vergüenza por la edad, a reconocer que aquellas decisiones no fueron las acertadas, o tal vez sí, pero que ahora es momento de devolver a nuestra educación pública, un granito de todo lo que nos brindó en estos años de formación, aprendizaje y crecimiento.

Gracias a esos años de aprendizaje, pude fijar al principio de este informe objetivos académicos y técnicos que demuestren la aplicación de conocimientos adquiridos en la carrera universitaria y laboral, pudiendo mixar ambas experiencias, dando como entregable este trabajo final.

Fue todo un desafío el poder presentar como propuesta una temática diferente a la que generalmente se desarrollan para esta carrera, pero acompaña a la realidad de una gran parte de los alumnos de LOI, que actualmente se desempeñan en empresas de servicios, transitando sus carreras profesionales en compañías vinculados al Software Factory.

Este rubro ha tomado gran relevancia en los últimos años, quienes han incluido dentro de los profesionales que forman parte de sus equipos a perfiles analíticos, que puedan generar y aportar información que ayude a la toma de decisiones tanto estratégicas como de gestión dentro de la cadena de valor.

A su vez, se cumplió el objetivo personal de tratar una temática de actualidad, incluyendo las nuevas generaciones económicamente activas, quienes traen consigo nuevos comportamientos de consumos en el mercado, teniendo más injerencia en las decisiones de consumo, exigiendo a los ofertantes, mantenerse actualizados y reaccionar rápidamente a sus necesidades.

Durante el análisis se pudo comprobar la rentabilidad del proyecto, con recupero de la inversión al finalizar el segundo año. Pero a su vez, se demostró la gran sensibilidad que existe con el precio y la cantidad de venta del producto, y en menor incidencia, pero no por eso menos relevante, la variación del costo de profesionales externos.

Finalmente se concluye y se recomienda la viabilidad de este proyecto. Personalmente existen grandes intenciones de llevar a cabo el mismo, y poder próximamente verlo materializado y productivo en los supermercados de la zona.

Se recomienda además, realizar capacitaciones vinculadas al MKT y reforzar estrategias en ese campo de acción dado que se identifica como una debilidad, y se comprobó su incidencia en los resultados de la compañía.

Espero que escuchen el nombre IOSFERA, muy pronto!

BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS

BIBLIOGRAFIA

- Investigación de Mercado, sexta edición – WILLIAM G. ZIKMUND
- Investigación de Mercado, en un ambiente de información cambiante, segunda edición – HAIR, BUSH, ORTINAU
- Preparación y Evaluación de Proyectos, cuarta edición – SAPAG CHAIN, NASSIR

MATERIAL DE APOYO Y REFERENCIAS

- Apuntes de la cátedra Evaluación de Proyecto – Rubén Ascuá- Rosana Torres.
- <https://www.cpcipc.org.ar/content/honorarios>
- <https://donweb.com/es-ar/web-hosting>
- www.mercadolibre.com.ar
- <https://www.mercadopago.com.ar/developers>
- <http://www.casf.org.ar/colegio/honorarios/>
- https://www.clarin.com/economia/economia/bienes-personales-cambia-pagar_0_R75AZrc_E.html
- <http://www.santafe.gov.ar>
- <http://www.afip.gov.ar>
- <https://www.bna.com.ar>
- <https://www.sunchales.gob.ar/?q=solicitud-habilitacion-actividad-comercial>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Sunchales>
- https://www.clarin.com/economia/economia/bienes-personales-cambia-pagar_0_R75AZrc_E.html
- <https://www.iebschool.com/blog/que-son-metodologias-agiles-agile-scrum/>
- <https://medium.com/@requeridosblog/requerimientos-funcionales-y-no-funcionales-ejemplos-y-tips-aa31cb59b22a>
- <https://softwarepara.net/software-para-supermercados/>
- <https://www.adianteapps.com/precios>
- <https://www.nextar.com/es/ejemplos/supermercado>
- <https://madisonpos.com/planes-y-precios/>

