**MINUTA DE REQUERIMIENTOS**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Fecha:** | **25/06/2021** | | **Inicio** | **16:00** |
| **Lugar:** | **Zoom** | | **Termino** | **21:00** |
| **Tipo Reunión** | **Presencial Individual** |  | **Virtual** |  |
| **N° 001** | **Grupal Presencial / NP** |  | **Virtual** | **x** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Participantes** | **Funciones** |
| **Camila Palma** | Jefe de Grupo |
| **Pedro Carrasco** | Analista Programador |
| **Diego Muñoz** | Analista Programador |
| **Matías Veliz** | Analista Programador |
| **Marco Maúlen** | Analista Programador |

1. **Agenda:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nº** | **Tema** |
| 1 | Fase Metodológica Design Thinking |

1. **Desarrollo de la Reunión**

Notas Captura de la Información de Requerimientos Iniciales:

|  |
| --- |
| Según lo planteado se debe ocupar la metodología Desing Thinking para poder dar una solución a la problemática de las Pymes y MiPymes del país |

1. **Actores de Proyecto**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nº** | **Actores del Proyecto y Negocio**  **Nombre** | **Rol en el Negocio /Cargo** |
| 1 | **Camila Palma** | Jefe de Grupo |
| 2 | **Pedro Carrasco** | Analista Programador |
| 3 | **Diego Muñoz** | Analista Programador |
| 4 | **Matías Veliz** | Analista Programador |
| 5 | **Marco Maúlen** | Analista Programador |

1. **Requerimientos generales asociados al Proyecto**

|  |
| --- |
| Dentro de las etapas de la metodología Design Thinking una de las primeras las cuales tuvimos que cursar es la etapa de empatizar con nuestro cliente, en donde nos contactamos con dos Pymes, la primera es una tienda de Instagram llamada **“Store.nym”** en donde los problemas que nos planteaba de que sus ventas disminuyeron a través de la pandemia, que ocupar Instagram era un problema ya que no había confiabilidad de los usuarios por la falta de verificación de cuentas, comentarios, al momento de realizar los pagos, con los despachos, ya que no se puede hacer un seguimiento en tiempo real o ver en qué etapa va él envió. Por otra parte, la pyme de Instagram **“Imperio\_Rossa**” nos plantea que no se puede dedicar 100% a la plataforma, tiene baja ventas por la falta de confiabilidad de la cuenta al no ser verificada, que los clientes desconfían al momento de realizar los pagos. Otra de las Pymes que fue contactada es la de **Tatiana Belén Santis Salgado** ella es dueña de la página de Instagram **@Lacasadelosalfajores** en Instagram, la cual nos plantea dentro de un cuestionario que se le realizo, la falta de publicidad que tenía su página por el tema de pandemia y que le ha costado mucho surgir dentro de esta, ya que por la poca confiabilidad que se tiene en la página no ayuda a poder surgir como emprendimiento.  Luego de haber transcurrido está etapa de empatizar con las pymes y MiPymes, pudimos ver algunos problemas los cuales describiremos a continuación:  -Falta de verificación de las cuentas de Instagram donde se ofrecen los productos  -Falta de confiabilidad por veracidad de despachos  -Falta de confiabilidad de la calidad de los productos  -Altos costos de los despachos  -Poca veracidad en los comentarios, ya que no se sabe si el comentario fue de una cuenta fantasma  Al poder definir las necesidades de nuestras pymes por sus testimonios, pudimos tener una lluvia de ideas para poder ver en donde focalizar nuestra innovación y ver cómo podemos ver nuestra solución, por lo que en nuestra parte de ideación como se ve en la imagen gracias a nuestra lluvia de ideas conseguimos dar con nuestra idea concreta.  Nosotros como equipo pensamos en crear una plataforma llamada “Valida la Pyme”, la cual pueda registrar la Pyme y esta ser verificadas tras una base de datos conectada a los datos de Sercotec, para realizar dicha validación. Esto hará que Instagram se siga potenciando como recurso en estos momentos para poder promocionar sus productos. Ocuparemos una API de Inteligencia Artificial para poder verificar los comentarios, a través de la automatización de análisis de datos lo que dará una seguridad más alta y solucionar el tema de la confiabilidad entre usuarios y vendedores.  **Adjuntaremos las evidencias mediante imágenes y links de nuestro mapa mental y cuestionario.**  Link de lluvia de ideas: <https://miro.com/app/board/o9J_l9TgkXA=/>  Linkcuestionario: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdS1kQ\_D\_s1OBKzsouGjJXJQn\_ETItYbi7xnTYBj8iNJ6Ji\_Q/viewform |

Diagrama

Descripción generada automáticamente

1. **Técnicas de levantamiento de Requerimientos Específicos.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nº** | **Actores del Proyecto**  **Nombre** | **Técnica de Toma de Requerimiento** |
| 1 | Imperio\_rossa | Llamada Telefónica |
| 2 | Store\_nym | Llamada Telefónica |
| 3 | Tatiana Belén Santis Salgado | Cuestionario |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |
| 6 |  |  |
| 7 |  |  |