

## TECNICATURA SUPERIOR EN CIENCIA DE DATOS E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Cátedra: *GESTIÓN DE PROYECTOS*

Profesor: *Lic. Enrique Luis CASAS*

Actividad: Entrega de proyecto parte 1

Proyecto: Emprenapp

Nº GRUPO: 04

### INTEGRANTES:

AGÜERO, Gabriela

BLOISE, Maria Cecilia

CARRASCO, Gabriela

FECHA: 22 de mayo del 2022.-

## ÍNDICE

**(Se realiza al final de la cursada)**

## INTRODUCCIÓN

**(se realiza al final de la cursada)**

## DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA/ RESUMEN EJECUTIVO

**(Que problemas vemos en el mercado/qué necesidades vemos insatisfechas/que vacío existe en la ciudad que nuestra idea puedo solucionar)**

En las ciudades de Río Turbio y 28 de Noviembre hay en la actualidad, una gran cantidad de personas emprendedoras que se dedican a la venta de productos caseros (tortas, buñuelos, churros, tartas, prepizzas, empanadas etc.), en algunos casos ofrecen servicio de reparto a domicilio. También dentro del rubro textil, existe una gran cantidad de vendedores informales, que ofrecen además de sus productos, amplios horarios de atención y precios más competitivos, lo mismo ocurre con productos de perfumería y cosmética.

Todos estos vendedores ofrecen sus productos de una manera informal, como por ejemplo a través de sus estados de Whatsapp, en los grupos de amigos, o mediante sus facebook personales; pero aún así el mercado que abarcan se limita a su círculo más cercano haciendo que la curva de captación de clientes sea creciente pero lenta, a pesar de su difusión en las redes sociales, porque por ejemplo, un cliente para ver un equipo deportivo ofrecido por distintos vendedores tendrá que abrir los facebook de cada uno o buscar los estados de cada vendedor etc, lo cual resulta

engorroso y demanda un tiempo que los compradores no están dispuestos a invertir. Esto incide en la fidelidad del cliente, muchos son clientes ocasionales que compran una vez porque alguien les pasó el dato pero después pierden el contacto o no recuerdan el nombre del vendedor y no vuelven a comprar.

Por ello, es necesario crear una aplicación que concentre a todos vendedores de la zona de una manera ordenada y actualizada, donde puedan mostrar sus catálogos de productos y tomar sus pedidos, conectando directamente a los vendedores con los compradores.

## **ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO/NEGOCIO**

1. Emprenapp
2. Aplicación móvil de compra y ventas, destinada a emprendedores locales de la ciudad de Río Turbio y 28 de Noviembre.
3. El equipo de trabajo se encuentra conformado por Agüero Gabriela, Bloise MariaCecilia y Carrasco Gabriela.

## **PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO**

### **1. ANÁLISIS EXTERNO (Qué factores pueden influir en nuestro proyecto)**

Puede influir una competencia como los grupos de compra venta del facebook, las ferias que se desarrollan los fin de semanas, las personas que no se familiarizan con las nuevas tecnologías.

### **2. ANÁLISIS INTERNO (Qué factores pueden influir en nuestro proyecto)**

Una debilidad en la ejecución de esta aplicación sería tener un mal servicio de internet, personal no idóneo en la creación de aplicaciones.

### 3. FODA

A fin de poder determinar la estrategia a usar en el futuro, se procede al análisis de diferentes variables con el objetivo de transformar los puntos débiles en fortalezas y oportunidades, y contemplar para anticiparse, en lo posible, a las potenciales amenazas.

ANÁLISIS EXTERNO			
MATRIZ FODA		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		O1: No existe una app similar que se enfoque en la zona.	A1: Usuarios que utilizan marketplace para vender u otra aplicación similar y se resisten a los cambios.
		O2: Hay un elevado número de emprendedores que ofrecen sus productos a través de diferentes redes sociales.	A2: Usuarios que no se familiarizan con las nuevas tecnologías.
		O3: Captar más usuarios en época turística.	A3: Usuarios con tendencia a estafas.
		O4: El alto costo inmobiliario, promueve publicitar online.	
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA FA
	F1: Ofrece app donde encontrarás productos de emprendedores de la zona de la Cuenca Carbonífera que no cuentan con local propio.	F1-O1-F2-O2-O4: Con las fortalezas de la app y la oportunidad de llamar la atención por ser una novedad, implementar campañas en redes sociales para dejar un mensaje sobre su conveniencia económica.	F2-A1: Realizar publicidades haciendo énfasis en la venta sin comisión.
	F2: Vender sin comisión, descarga y publicación gratuita.		

	F3: Múltiples métodos de pago (Ualá Bis, Mercado Pago, Modo, Efectivo, Transferencia o acordado luego de la compra, etc).		
	DEBILIDADES	ESTRATEGIA DO	ESTRATEGIA DA
	D1:Desconocimiento en el cobro digital por parte del usuario.	D1-O3: Brindar una capacitación al usuario para poder captar todo tipo de clientes.	D3-A2: Realizar pruebas de testeos con usuarios y clientes.
	D2: Falta de mantenimiento en la app.		
	D3: Interfaz difícil de comprender.		

#### 4. MISIÓN DEL PROYECTO/EMPRESA

La misión de nuestro proyecto, es facilitarle al emprendedor un espacio donde pueda ofrecer de manera online sus productos artesanales, sin pagar costo alguno, abarcando más clientes en la zona y con la posibilidad de valorar la reputación de cada usuario.

#### 4. VISIÓN DEL PROYECTO/EMPRESA

La visión de nuestro proyecto se basa en ser una aplicación a nivel provincial, en 10 años más tener alcance en toda la provincia de Santa Cruz, acortando plazos de envíos.

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

#### 1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO (quienes van a ser los usuarios/consumidores)

Los usuarios serán los emprendedores, que por falta de espacio físico no cuentan con local propio y usan los grupos de compra-venta de facebook o ferias para difundir sus producciones, este grupo de usuario residen en la localidad de Río Turbio y 28 de Noviembre. A su vez, los consumidores serán principalmente los habitantes y turistas de mencionadas localidades que entran a la aplicación en busca de productos artesanales como la gastronomía, artesanías de decoración, artesanías tejidas, etc..

## **2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DEL MERCADO**

Una investigación de mercado provechosa sería realizar una encuesta por medio de un formulario de google, la misma tiene más alcance geográficamente y es más rápida al ser online, acortando tiempos.

## **3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN (Qué resultados arrojó la investigación)**

Luego de realizar una encuesta online, se obtuvo como resultado que de 1100 personas encuestadas, 600 optaron por usar una aplicación para comprar y vender dentro de las dos localidades. Ofreciendo variedades de productos gastronómicos, textil, cosmética y artesanías.

## **4. CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS (que nos deja el resultado)**

Del total de los encuestados el 46% descargar la aplicación para ver los productos ofrecidos en la zona de manera online, y el 54% declaró tener algún producto para ofrecer desde Enprenapp.

En base a estos resultados podemos concluir que, resulta viable la implementación de una app, obteniendo un gran número de posibles usuarios para comenzar a registrarse y ofrecer sus productos.

## **5. COMPETENCIA DIRECTA/INDIRECTA (Mencionar posibles empresas)**

Una competencia directa serían aplicaciones similares, páginas web como tienda nube o pency, los grupos de compra y venta de facebook y la sección de marketplace de mencionada aplicación.

Una competencia indirecta serían todas las tiendas tradicionales que ofrecen productos similares a los publicados en “Emprenapp”.

## LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO

### 1. UBICACIÓN DE LA EMPRESA (lugar específico, puede anexar una captura de Google maps)

La oficina central se encuentra ubicada en calle Gobernador Gregores s/n al lado de Warm Shower, Río Turbio, Santa Cruz, CP 9407



### 2. FACTORES DE LOCALIZACIÓN (Qué cosas existen que puedan ser ventajosas o no sobre nuestra empresa).

La ventaja que tiene el desarrollo de esta aplicación es que se puede llevar a cabo desde cualquier lugar. La desventaja es que debes contar con un buen servicio de internet para la actualización constante de la misma.

### **3. ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN (otras opciones dónde pueda estar el negocio)**

Por tratarse de una app y no tener que necesariamente localizarse en un lugar determinado, como sería el caso de un local de venta, se podría localizar en cualquier lugar donde residan las fundadoras.

## **PLAN DE MARKETING**

**(Entrega N°2)**

## **PLAN DE OPERACIONES**

**(Entrega N°2)**

## **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y RRHH**

**(Entrega N°2)**

## **PLAN ECONÓMICO/FINANCIERO**

**(Entrega final)**



## **Conclusión**

**(al final de la cursada)**

## **Bibliografía**

**(al final de la cursada)**

## TECNICATURA SUPERIOR EN CIENCIA DE DATOS E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Cátedra: *GESTIÓN DE PROYECTOS*

Profesor: *Lic. Enrique Luis CASAS*

Actividad: EXAMEN PARCIAL COLABORATIVO

Proyecto: Emprenapp

Nº GRUPO: 04

### INTEGRANTES:

AGÜERO, Gabriela

BLOISE, Maria Cecilia

CARRASCO, Gabriela

FECHA: 22 de mayo del 2022.-

**1. Según el [archivo de lectura](#), ¿Cuáles son las etapas de un proyecto? ¿En qué etapa se encuentra su proyecto? Justifique desde la teoría.**

Son 4 las etapas de un proyecto son:

**INICIO:** Es la etapa inicial donde se propone un proyecto en base a la definición del objetivo, que sería una necesidad u oportunidad determinando si es factible.

**PLANIFICACIÓN:** Se desglosa el proyecto en tareas pequeñas, iniciando un cronograma de tareas para su ejecución en determinado plazo.

**EJECUCIÓN:** El plan se convierte en acción, creando tareas, informando a los integrantes de las mismas, controlar la calidad de trabajo, supervisar gastos.

**CIERRE:** Se analiza el desempeño del proyecto, del equipo, corroborar que se cerraron todos los espacios del proyecto, se efectúa revisión de los documentado, se computa el recurso utilizado y no utilizado.

Nuestro proyecto se encuentra iniciando la segunda etapa que sería la Planificación, ya que se estudió la necesidad de la creación de una aplicación para emprendedores locales, se planificó como brindar el servicio y el alcance del mismo. Y además, se analizó los obstáculos posibles.

**2. Vea el video... ¿Qué instrumentos para la recolección de datos va a utilizar en su proyecto? ¿De cuánto va a ser el muestreo? Justifique la decisión.**

A fin de obtener la información necesaria para poder dar cumplimiento a nuestro proyecto, en principio realizamos un estudio descriptivo de manera directa, como participantes activos ya que formamos parte de la comunidad

que presenta la necesidad de poseer una aplicación que conecta a emprendedores y compradores.

Luego, y con el objetivo de completar nuestro estudio procedimos a la obtención de datos numéricos, sobre la necesidad del servicio que vamos a brindar. Se realizó una breve encuesta escrita con preguntas cerradas, para facilitar y agilizar el tiempo de respuesta a nuestros encuestados.

Las preguntas realizadas fueron:

1. Usted compra productos de emprendedores de su localidad.
2. ¿Si hubiese una aplicación donde los emprendedores locales ofrecieran sus productos, la usaría?
3. ¿Usted comercializa o comercializaría algún producto desde su domicilio?
4. Si su respuesta es afirmativa, por favor indique si ofrecería sus productos a través de una aplicación.
5. ¿Del 1 al 10 con qué número calificaría la importancia para los emprendedores locales de contar con una aplicación para comercializar sus productos?

El tamaño de la muestra fue de 1100 encuestados tomados al azar, esta muestra refleja el comportamiento general de la población con respecto a la necesidad implementar una aplicación de venta directa de productos ofrecidos por emprendedores locales.

### **3. Aplique las 4p en su proyecto/negocio. Defina precio, plaza, promoción, y producto.**

Precio: La aplicación no tendrá costo alguno. Ni para registro del usuario ni para descarga de la misma. Pero si ofreceremos diversos packs mensuales de publicidad para los productos ofrecidos de los emprendedores que utilicen la aplicación.

Plaza: La aplicación se encontrará disponible tanto para Android en Google Play Store como para iOS en App Store.

Promoción: Para la promoción de la aplicación utilizaremos las redes sociales tendremos instagram y facebook, además, contactaremos con influencers y

youtubers de la zona. También, utilizaremos los medios de comunicación tradicionales, como la radio y la televisión. Enfocadas a nuestro público objetivo y en generar más descargas.

Producto: Es una aplicación que concentra a todos los emprendedores, donde pueden mostrar sus catálogos de productos y tomar sus pedidos.

**4. ¿Cuál va a ser el “logo” (o marca) de su proyecto? Grafíquelo y explique qué tipo es, por qué eligió esos colores, el porqué del nombre y qué representa.**

A continuación se adjunta el imagotipo correspondiente a la aplicación, se eligió un color naranja para el logo de las manos intercambiando una moneda porque es un color calido que transmite juventud y atrevimiento, para las letra usamos amarillo porque transmite luminosidad y alegría. Por ultimo, el fondo negro contrasta bien con los colores mencionados anteriormente, logrando un equilibrio entre 3 colores.





---

Instituto Superior de Enseñanza Técnica

Elegimos fusionar dos palabras (emprendedores) y (aplicación), desde allí surge “EMPRENAPP”, reflejando así su funcionalidad.

En conclusión, representa la acción de vender y comprar en una tienda virtual, con gran expectativa por parte de los futuros usuarios.