

FACULTAD:	Tecnología Informática		
CARRERA:	Ingeniería en Sistemas		
ALUMNO/A:	Di Domenico, Nicolás		
SEDE:	Rosario	LOCALIZACIÓN:	Roca
ASIGNATURA:	Seminario Trabajo Final Ingeniería		
CURSO:	5°	TURNO:	M
PROFESOR:	Poncio, Silvia V.	FECHA:	17 /06/2025
TIEMPO DE RESOLUCIÓN:		EXAMEN PARCIAL/T.PRÁCTICO NRO.	
MODALIDAD DE RESOLUCIÓN: Virtual / Escrito / Oral / Individual		Presencial / Virtual / Escrito / Oral / Individual / Grupal	
T1-23-47-2-1-3-RA1: [Implementa]+ [el paradigma de modelado Orientado a Objetos]+ [Para el análisis de un sistema] + [Utilizando el estándar UML].			
T1-23-47-7-1-3-RA2: [Argumenta] + [los factores críticos de éxito de una idea de negocio] + [Para justificar la propuesta de valor al cliente] + [Usando el método CANVAS]			
T1-23-47-7-2-3-RA3: [Construye] + [Las distintas vistas de un modelo unificado]+ [Para la implementación tecnológica de una idea de negocios]+ [Aplicando el proceso unificado]			
T1-23-47-7-3-2-RA4: [Desarrolla]+ [Estrategias de seguimiento de las especificaciones de requerimientos]+ [para documentar y auditar el análisis de una implementación tecnológica] + [considerando los estándares de UML]			
T1-23-47-9-2-3-RA5 [Aplica] + [estándares de documentación] + [para documentar el proceso de desarrollo de una solución tecnológica] + [considerando la legibilidad y organización de la información técnica]			

<p>¿Quiénes son nuestros socios clave? Gimnasios independientes, entrenadores, influencers fitness y proveedores de software (nube, licencias, IA).</p> <p>¿Quiénes son nuestros suministradores clave? Proveedores de servicios en la nube, licencias de software e inteligencia artificial.</p> <p>¿Qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios? Validación, retroalimentación, datos reales, acceso a usuarios y alcance de marketing.</p> <p>¿Qué actividades clave realizan los socios? Implementación, pruebas piloto, carga de rutinas y promoción del sistema.</p>	<p>¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? Desarrollo de la plataforma, entrenamiento de la IA, soporte, ventas, análisis de feedback y coordinación entre usuarios.</p> <p>¿Nuestros canales de distribución? Venta directa B2B bajo modelo SaaS, marketing digital y alianzas con gimnasios locales.</p> <p>¿Nuestras relaciones con clientes? Soporte y capacitación continua, con enfoque colaborativo y mejoras basadas en feedback.</p> <p>¿Nuestras fuentes de ingresos? Pago inicial de USD 12.000 por instalación y capacitación, el desarrollo será bancado con capital propio.</p>	<p>¿Qué valor entregamos al cliente? Entrenamiento personalizado con IA, integrando seguimiento físico y nutricional, y profesionalizando la gestión del gimnasio.</p> <p>¿Cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarle a resolver? Falta de herramientas digitales, dificultad para personalizar servicios y seguir el progreso de los socios.</p> <p>¿Qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente? Un paquete único para gimnasios pequeños y medianos: sistema web, acceso a la plataforma y capacitación inicial.</p> <p>¿Qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo? Modernización del gimnasio y experiencia guiada, simple y efectiva para sus socios.</p>	<p>¿Qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente? El proyecto establece una relación de asistencia personal dedicada para cada segmento, ofreciendo soporte técnico y capacitación continua. Sobre todo ajustando el software a un diseño específico.</p> <p>¿Cuáles hemos establecido? Colaboración con un gimnasio piloto en Rosario para validación y mejoras.</p> <p>¿Cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio? La asistencia personal garantiza la correcta adopción del sistema, asegurando la sostenibilidad de la fuente de ingresos.</p> <p>¿Cuánto cuestan? No tienen un costo monetario definido, pero requieren inversión en soporte, capacitación y seguimiento.</p>	<p>¿Para quién estamos creando valor? Para los gimnasios, que son los clientes directos, se aporta una herramienta para modernizar su operación, mejorar la calidad del servicio y diferenciarse de la competencia</p> <p>¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? Los clientes más importantes son los gimnasios ubicados en la ciudad de Rosario, ya que son quienes contratan, implementan y pagan por la solución.</p>
	<p>¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? Plataforma web, IA, nube, equipo técnico y datos de usuarios.</p> <p>¿Nuestros canales de distribución? Equipo comercial, presupuesto para marketing digital y contenidos promocionales.</p> <p>¿Relaciones con clientes? Soporte humano, capacitación y materiales informativos.</p> <p>¿Fuentes de ingresos? Sistema web como producto, y contratos para formalizar pagos.</p>		<p>¿A través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente? Mediante contacto directo, redes sociales y la web del proyecto.</p> <p>¿Cómo les contactamos ahora? De forma directa y estratégica con un gimnasio piloto.</p> <p>¿Cómo están integrados nuestros canales? Las campañas por redes sociales generan interés y habilitan el contacto directo para la implementación y la exploración sobre el proyecto en internet para obtener más información.</p> <p>¿Cuáles funcionan mejor? Aún no se determina, el proyecto está en fase de validación. Aunque las publicaciones por redes sociales son las que mas posibilidad tienen de mas efectivas.</p> <p>¿Cuáles son más eficientes en costes? Si bien no se cuenta con análisis comparativo de costos, pero haciendo un análisis básico los costos más eficientes deben ser las redes sociales administradas por el propio equipo o el contacto directo ya sea en la calle o yendo a gimnasios ser</p> <p>¿Cómo los integramos con las rutinas de cliente? Mediante implementación, capacitación y uso diario del sistema por los socios que permitirán obtener un feedback..</p>	

<p>¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? Inversión inicial, servicios en la nube e IA, y salarios del equipo técnico.</p> <p>¿Qué recursos clave son los más caros? Equipo especializado y servicios tecnológicos (nube y licencias).</p> <p>¿Qué actividades clave son las más caras? Desarrollo del software y campañas de marketing digital.</p>	<p>¿Para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? Por una solución que los diferencie, mejore su servicio y fidelice a sus socios.</p> <p>¿Para qué pagan actualmente? Por herramientas fragmentadas o plataformas centradas en lo administrativo, tanto los que usan tecnologías tradicionales como implementaciones por IA.</p> <p>¿Cómo están pagando ahora? Suscripciones con diferentes planes.</p> <p>¿Cómo preferirían pagar? Pago único que garantice soporte gratuito antes problemas técnicos.</p> <p>¿Cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales? El Software corresponde al 100% de los ingresos del proyecto, en un pago único al entregar el producto.</p>
---	--