



S.I.G.T.O

Ciencias Sociales(Sociología)

Shovelware

Rol	Apellido	Nombre	C.I	Email	Tel/Cel.
Coordinador	Villero	Ian	5.639.694-0	ianvillero@gmail.com	098333955
Sub-Coordinador	Rodriguez	Mathias	5.576.322-5	mathiasrodriguez0507@gmail.com	097 700 830
Integrante 1	Abrines	Santiago	5.628.130-9	santiabrinesm@gmail.com	092727953
Integrante 2	García	Franco	5.400.435-1	francogpersonal@gmail.com	095313490

Docente: Vargas, Bertha

Fecha culminación: 05/11/2024

Tercer Entrega

ShovelWare

ISBO

3BF

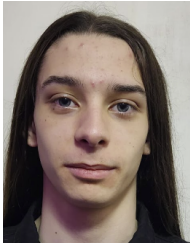


Índice:

Identificación de integrantes del grupo.....	3
Villero, Ian.....	3
Rodriguez, Mathias.....	3
Abrines, Santiago.....	3
García, Franco.....	3
objetivos de investigación.....	4
objetivo general.....	4
objetivos específicos.....	4
importancia del proyecto.....	4
Marco teórico.....	5
Retos que presentan los pequeños comerciantes que dificultan su competencia en el mercado, el incremento de complejidad de su entorno y los controles gubernamentales excesivos.....	5
Impuestos a BPS y DGI:.....	5
Cargos por venta:.....	5
Herramientas, ayudas y reformas legales para asistir a las pequeñas empresas....	5
Propuesta de reforma de la Asociación Nacional de Micro y Pequeña Empresa (Anmype):.....	5
SOS Pymes:.....	5
Fuentes:.....	6
metodología de investigación.....	7
criterio adoptado para la elección de los informantes.....	8
Encuesta.....	8
Limitaciones en el proyecto.....	10
Verificación del cumplimiento de los objetivos.....	11
Importancia para el ámbito social de la realización de dicho proyecto.....	11



Identificación de integrantes del grupo



Villero, Ian

Ocupa el rol de: coordinador

Organizado, responsabilidad y compromiso.



Rodriguez, Mathias

Ocupa el rol de: sub-coordinador

Organizado, buena gestión de tiempos, buena comunicación



Abrines, Santiago

Ocupa el rol de: integrante

Conocimiento general, buena coordinación



García, Franco

Ocupa el rol de: integrante

Con experiencia laboral, conocimiento general



objetivos de investigación

objetivo general

¿Es viable el mercado digital general en Uruguay?

-Investigar qué tanto y cómo influye el mercado digital en las ventas totales de una empresa en nuestra región/ del total de ventas cuántas son realizadas de forma digital.

objetivos específicos

¿Viabilidad del mercado de los servicios de compra-venta de artículos online?

¿Posibles características a implementar en nuestro sistema para ayudar a los pequeños negocios?

¿Qué barreras enfrentan los emprendedores?

¿formas de expansión hacia el extranjero (fuera de Uruguay)?

-Investigar posibles características / herramientas / asistencias que puedan ayudar a impulsar a los pequeños vendedores locales de nuestro país.

importancia del proyecto

Nuestro equipo considera que este proyecto tiene una gran importancia debido a su impacto más que nada a nivel académico. Dado a que este nos permite experimentar, en parte, el cómo nos podríamos desarrollar en un ambiente laboral futuro.

Al mismo tiempo la realización del proyecto tiene un alto impacto en nuestra calificación como estudiantes y básicamente influye en el hecho de finalizar el año o no.

El producto final que buscamos desarrollar (un sistema de gestión de compras y ventas) puede sernos útil en un futuro, a modo de portafolio. Para mostrar nuestras capacidades en el momento de buscar un trabajo el día de mañana.

En resumen, el desarrollo de este proyecto académico es de gran importancia, ya que el producto final resultante nos brindará de experiencia aplicando lo aprendido en clase y nos permitirá acentuar bases sólidas para así poder expandirnos en algún futuro.



Marco teórico

Retos que presentan los pequeños comerciantes que dificultan su competencia en el mercado, el incremento de complejidad de su entorno y los controles gubernamentales excesivos.

Impuestos a BPS y DGI:

“Cuando una empresa empieza a crecer y se pasa de los mínimos de facturación, por lo que llega al régimen general, pasa de pagar 0% de impuesto a la renta [IRAE] a 25%, y eso genera un desequilibrio importante en los números de la firma”

Cargos por venta:

En las tiendas online se les cobra a los vendedores un porcentaje del valor total por producto, por poner un ejemplo, en Mercado Libre esta tarifa es de Entre 11,5% y 17%, según la categoría del producto y a esto se le suma un costo de \$15 por venta si el producto tiene un valor menor de \$1500

Herramientas, ayudas y reformas legales para asistir a las pequeñas empresas.

Propuesta de reforma de la Asociación Nacional de Micro y Pequeña Empresa (Anmype):

“La asociación promueve un cambio en el IRAE en el que las microempresas en vez de pagar el 25%, paguen el 5%, y que el 50% del beneficio sea, obligatoriamente, reinvertido en la empresa con la adquisición de nuevas tecnologías. Algo similar plantean para las pequeñas empresas, que en vez de pagar un 25%, paguen un 10% y el 50% de ese 15% restante lo inviertan en nuevas tecnologías.”

SOS Pymes:

Instrumento que otorga apoyo técnico y económico, dirigido a emprendimientos, micro y pequeñas empresas (mype), para implementar proyectos con el propósito de potenciar capacidades en empresas e impulsar procesos de crecimiento.

ShovelWare

ISBO

3BF



Fuentes:

- Reforma de la Anmype:
<https://www.xn--lamaana-7za.uy/actualidad/es-muy-difcil-generar-politicas-adecuada-s-si-no-se-evaluan-las-que-se-estan-implementando-en-las-ultimas-dos-decadas/>
- SOS Pymes: [ANDE - Agencia Nacional de Desarrollo - SOS Pymes 2024](#)
- Costos Mercado Libre:
https://www.mercadolibre.com.uy/ayuda/Costos-de-vender-un-producto_870roducto
- Se utilizaron recursos proveídos por los docentes desde las herramientas didácticas de Crea.
- Se utilizaron recursos provenientes de la página web del profesor Leonardo Carambula:
[A/S Leonardo Carámbula – Material Teórico y Práctico sobre las Asignaturas dictadas](#)



metodología de investigación

En esta investigación se tomó la decisión de utilizar la encuesta como metodología de investigación para recabar datos de los posibles usuarios. Específicamente la encuesta auto administrada.

Una encuesta es un modo de obtener información preguntando a los usuarios que son objeto de la investigación, que forman parte de un grupo específico, mediante un procedimiento estandarizado de cuestionario, con el fin de estudiar las relaciones existentes entre las variables (Corbetta: 2007). Las características centrales de la técnica de encuesta son:

1. En la encuesta la información se adquiere mediante observación indirecta, a través de las respuestas de las personas encuestadas.
 2. La información abarca una amplia cantidad de aspectos, que pueden ser objetivos (hechos) o subjetivos (opiniones, actitudes).
 3. La información es recogida de forma estructurada: se formulan las mismas preguntas en el mismo orden a cada uno de los encuestados.
 4. Las respuestas de los individuos se agrupan y cuantifican para posteriormente ser analizadas a través del uso de herramientas estadísticas.
 5. Los datos obtenidos son generalizables a la población a la que muestra pertenece.
- Corbetta, Piergiorgio (2003), Metodología y técnicas de la investigación social, México, Mc Graw Hill.

Una encuesta autoadministrada es toda aquella que es completada por el propio encuestado, sin la presencia de un entrevistador.




criterio adoptado para la elección de los informantes

La idea principal es que los encuestados sean aquellas personas que disponen o forman parte de un negocio personal o familiar de índole pequeña, es decir, que no compitan directamente con establecimientos ya asentados, es decir, pequeños negocios como podrían ser tiendas de barrio que no cuentan con un nombre reconocido ni sean una franquicia.

Tomamos en cuenta el decreto N° 504/007 como criterio para definir a una empresa como pequeña, el cual indica que las pequeñas empresas son aquellas que no ocupan más de diecinueve (19) personas y cuyas ventas anuales excluido el IVA, no superan el equivalente a diez millones (10.000.000) de unidades indexadas (U.I.).

La idea de encuestar a estas personas se debe a que estas de primera mano sabrán decir como algún medio de divulgación podría ayudarlos en la labor de hacer llegar sus productos a más compradores.

Encuesta

	Nombre completo del encuestado:		
	Edad:		
	Contacto:		
<u>N°Pregunta</u>	<u>Pregunta</u>	<u>Opciones de respuesta/respuesta</u>	
1	¿Cuánto tiempo tiene como emprendedor?		
2	¿con cuántos empleados dispone la empresa ?		
3	¿Cuánto es el promedio de ventas anuales?		
4	¿Utilizas algún medio digital a la hora de realizar ventas?	SI	NO(Salta a pregunta 8)
5	Del total de ventas, ¿cuántas fueron realizadas de forma digital?	La mayoría	La minoría



6	En caso de haber elegido “minoría” en la opción anterior, ¿porque crees que sea el caso?		
7	¿Crees que tus ingresos se ven influenciados por la venta digital?	SI	NO(¿por qué?)
8	¿Te interesaría contar con un medio de difusión digital?	SI	NO(¿porque?)
9	¿Conoces a alguien que le interesaría?	SI	NO
10	¿Crees que los medios digitales ayudan a los pequeños negocios?	SI	NO(¿por qué?)
11	¿Crees que los impuestos a DGI y BPS afectan en alta medida al negocio?		
12	¿Qué medidas crees que podrían aportar al desarrollo del negocio?		



Limitaciones en el proyecto

Casos	Riesgo	descripción
1	falta de organizacion y planificacion	Este riesgo se refiere a la falta de organización y de planificación frente al proyecto en general y todas las tareas del proyecto además de directamente afectar otros factores como el recurso de tiempo. esta desorganización puede causar estragos en el desarrollo y a la larga la pérdida del proyecto en su totalidad si no se soluciona
2	falta de tiempo	este riesgo se refiere a la falta de tiempo requerido para realizar las tareas necesarias para el proyecto y las reuniones, que puede causarnos entregas tardías o la pérdida de el proyecto en su totalidad si este riesgo nos causa problemas en repetidamente en un rango de tiempo
3	Desintegración del equipo de trabajo o falta de personal	es el riesgo de vernos limitados o incapacitado a realizar el proyecto por la falta de un miembro del equipo o la desintegracion del equipo en su totalidad
4	falta de comunicación con el cliente	Poco intercambio de ideas con el cliente lo que puede llevar a malgastar tiempo en desarrollar puntos mal interpretados
5	indisposición de miembros del equipo por otros compromisos	Falta de miembros del equipo por destinar su tiempo en otras actividades que requieran de su atención , esto de forma voluntaria o precipitada
6	indisposición de miembros del equipo por complicaciones médicas	Falta de miembros del equipo por posibles dificultades médicas que impiden su participación
7	Falta de equipos, material y presupuesto para desarrollar el proyecto	Falla del equipo de uno de los miembros, cortes de luz, falta de copias necesarias para la entrega, etc
8	falta de conocimientos para desarrollar el proyecto	No tener concepto o idea de cómo desarrollar una tarea, lo cual lleva a gastar tiempo indagando a cómo realizarla
9	Pérdida de archivos del proyecto	Tener un fallo el cual provoque la pérdida de datos sobre el proyecto
10	Fallas en el hardware, software y comunicaciones	De manera repentina el hardware, software y comunicaciones fallen de manera repentina
11	equivocaciones	Una persona cualquiera del personal comete un error, causando la pérdida del proyecto



Verificación del cumplimiento de los objetivos

Los datos que se recogieron son limitados por un tema de alcance, conocimiento y recursos disponibles para realizar esta investigación. Un posible replanteamiento de la investigación podría tomar lo presentado y desarrollarlo de mejor manera.

Durante el desarrollo del proyecto miembros del grupo se vieron en la necesidad de abstenerse de las clases presenciales dadas complicaciones médicas, por lo que se recurrió a la distribución de apuntes y a la revisión de los materiales proporcionados por los docentes en la plataforma Crea.

En algunos de las tareas relacionadas con el proyecto se desconocía el cómo realizarlas por lo que se recurrió a las consultas online del tema en cuestión

Importancia para el ámbito social de la realización de dicho proyecto.

En caso que el proyecto se realizará con el objetivo de ser utilizado a modo de producto y no como proyecto académico y a este se le aplicarán medidas para solventar los impedimentos que tienen las pequeñas empresas para poder competir en el mercado. Medidas como menores cargos por venta para empresas de dicha índole, por ejemplo, la tienda online mercado libre le cobra a los vendedores entre 11,5% y 17% del valor del producto, según la categoría de este. y en el caso que el producto valga menos de \$1500 se le suma una tarifa de \$15 por venta

A su vez se podría incitar a los compradores a consumir productos fabricados localmente.

De esta forma se apoya al crecimiento de negocios locales y permitirá en teoría el crecimiento del mercado.