

TALLER DE EMPRENDEDURISMO

TECNÓLOGO INFORMÁTICO

AÑO

2020

INTEGRANTES

Álvarez, Juan

Arrieta Julio

Balbiani, Carlos

Díaz, Federico

Garrido, Lucas

ÍNDICE

ÍNDICE	1
1. INFORME GENERAL	2
1.1 RESPONSABLES DEL PROYECTO	2
1.2 DOCENTE	2
1.3 TÍTULO DEL PROYECTO	3
1.4 IDEA A EMPRENDER	3
1.5 LOCALIZACIÓN	3
1.6 ANÁLISIS DEL ENTORNO	3
2 ESTUDIO DE MERCADO	4
2.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER	4
2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	4
2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	5
2.4 ESTRATEGIAS DE MARKETING (4P)	5
3 ORGANIZACIÓN	6
3.1 PLAN ESTRATÉGICO	6
3.2 ESTRUCTURA ORGÁNICA	6
3.3 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN	7
4 NORMATIVA	8
5 ESTUDIO TÉCNICO	9
5.1 INVERSIONES	9
5.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN	9
6 ASPECTOS FINANCIEROS	10
6.1 PROYECCIÓN DE INGRESOS	10
6.2 PROYECCIÓN DE COSTOS	11
6.3 INVERSIÓN INICIAL	11
6.4 FLUJO DE FONDOS	11
8 REFERENCIAS	13

1. INFORME GENERAL

1.1 RESPONSABLES DEL PROYECTO

- Juan José Álvarez Pérez
 - Cédula: 4.710.147-5
 - Institución: UTEC
 - Carrera: Tecnólogo en Informática
 - Correo: juan.alvarez@utec.edu.uy

- Julio César Arrieta Parejas
 - Cédula: 3.968.069-5
 - Institución: UTEC
 - Carrera: Tecnólogo en Informática
 - Correo: julio.arrieta@utec.edu.uy

- Lucas Garrido Muñiz
 - Cédula: 4.866.163-4
 - Institución: UTEC
 - Carrera: Tecnólogo en Informática
 - Correo: lucas.garrido@utec.edu.uy

- Federico Díaz
 - Cédula: 5.856.776-9
 - Institución: UTEC
 - Carrera: Tecnólogo en Informática
 - Correo: federico.diaz@utec.edu.uy

- Carlos Balbiani
 - Cédula: 4.561.580-7
 - Institución: UTEC
 - Carrera: Tecnólogo en Informática
 - Correo: carlos.balbani@utec.edu.uy

1.2 DOCENTE

- Ana Perdomo
 - ana.perdomo@utec.edu.uy

1.3 TÍTULO DEL PROYECTO

Apruébalo

1.4 IDEA A EMPRENDER

El emprendimiento trata del desarrollo de una plataforma que facilite la búsqueda de docentes particulares de diferentes áreas.

1.5 LOCALIZACIÓN

Inicialmente no se cuenta con una ubicación física debido a que se trabaja con la modalidad Remote First, pero los integrantes del equipo residen en la ciudad de San José de Mayo - San José - Uruguay

1.6 ANÁLISIS DEL ENTORNO

En base a nuestras experiencias como estudiantes, pudimos observar que existe una dificultad a la hora de encontrar docentes particulares. Este problema surge debido a que generalmente el “boca a boca” es el medio que se utiliza para llegar a localizar el docente que necesitas. Dicho proceso suele ser lento e ineficiente y es por eso que nace nuestra propuesta.

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO A OFRECER

Funcionalidades de las que dispondrán los docentes:

- Sistema de mensajería interna (chat con estudiantes)
- Calificar a los estudiantes
- Coordinación de horarios

Funcionalidades de las que dispondrán los estudiantes:

- Buscar profesores
- Ver información, calificación y reseñas sobre los profesores
- Calificar a los profesores contactados
- Sistema de mensajería interna (chat con docente)

2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para analizar si el servicio sería utilizado en la realidad, se realizaron las siguientes entrevistas a estudiantes y docentes.

- Entrevista para docentes:
 1. ¿Hace cuanto tiempo dicta clases?
 2. ¿Dicta clases particulares habitualmente?
 3. Si si: ¿Existen problemas recurrentes? (dificultades a las que se enfrenta constantemente)
 4. Si no: si alguien te pidiera dar clases ¿lo harías? ¿Por qué?
 5. ¿Cómo logra usted u otros docentes contactar con los interesados?
 6. ¿Conoce o utiliza alguna herramienta o plataforma para este fin? ¿Le encuentra algún problema?
 7. ¿Encuentra alguna ventaja o desventaja entre las clases virtuales sobre las presenciales?
 8. ¿Cree que existe oferta suficiente de profesores particulares?
 9. ¿Cree que los precios de las clases particulares son adecuados y accesibles? ¿Cuál sería el precio adecuado?

- Entrevista para estudiantes:
 1. ¿Que estudias y hace cuanto tiempo?
 2. ¿Considera que le va bien en sus estudios?
 3. ¿Ha tomado clases particulares alguna vez?
 4. Si si: ¿Con qué frecuencia? ¿Para qué asignaturas? ¿Por qué motivo?
 5. Si no: ¿Por qué motivo?
 6. ¿Cómo logra usted o sus compañeros contactar con los docentes?
 7. ¿Conoce o utiliza alguna herramienta o plataforma para este fin? ¿Le encuentra algún problema?
 8. ¿Encuentra alguna ventaja o desventaja entre las clases virtuales sobre las presenciales?
 9. ¿Cree que existe oferta suficiente de profesores particulares?
 10. ¿Cree que los precios de las clases particulares son adecuados y accesibles? ¿Cuál sería el precio adecuado?

De la misma se logró deducir que las personas entrevistadas no conocen plataformas como la que se plantea desarrollar y reconocen que les sería de utilidad.

2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Si bien existen iniciativas como la que se intenta llevar a cabo, son muy pocas y poco conocidas. A modo de ejemplo se puede mencionar [tusclases](#) y [classgap](#).

2.4 ESTRATEGIAS DE MARKETING (4P)

Se planea dar a conocer la aplicación mediante las redes sociales, en las cuales se mostrarán las funcionalidades que esta ofrece.

La aplicación podrá ser accedida mediante cualquier dispositivo utilizando un navegador web y además, podrá ser descargada mediante las tiendas de aplicaciones App Store (en IOS) y Google Play Store (en Android)

Será gratuita para los estudiantes que utilicen la aplicación. En el caso de los docentes, estos pagarán una tarifa mensual para favorecer su posicionamiento en las búsquedas.

Como diferencia principal con respecto a la competencia, se puede destacar el menor precio en las tarifas pagadas por los docentes.

3 ORGANIZACIÓN

3.1 PLAN ESTRATÉGICO

- Visión

Posicionarnos como la empresa líder en la búsqueda de docentes particulares a nivel nacional, trabajando con la responsabilidad y la seriedad que nos caracteriza.

- Misión

Nuestra misión es brindarle a mayor comodidad y confianza a nuestros usuarios, brindándoles un servicio de manera profesional y responsable a la hora de mejorar su educación.

- Objetivos

Irrumpir en el mercado con una aplicación única y novedosa.

3.2 ESTRUCTURA ORGÁNICA

- Quienes forman el emprendimiento
- Roles y funciones de los mismos
- Tareas que cada uno desarrollará

El emprendimiento estará formado por 5 estudiantes de la carrera Tecnólogo en Informática en el cual todos se encargarán del análisis y diseño de la solución. En cuanto al desarrollo del mismo se dividirá en dos grandes áreas denominadas Backend, Frontend. Tres integrantes tendrán como objetivo desarrollar el Backend y dos el Frontend.

En cuanto a las entrevistas con el cliente, la documentación del proyecto y marketing de la aplicación, todo el equipo trabajará en conjunto para realizarlas.

3.3 CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Actividades a desarrollar	Meses de ejecución del 1er año											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Entrevistas con los Clientes												
Análisis												
Diseño												
Implementación												
Testing												
Puesta en producción												
Mantenimiento												
Marketing												

4 NORMATIVA

- ISO 9000 - Quality management, International Organization for Standardization, 2015
- ISO/IEC 27001 - Information security management systems, International Organization for Standardization, 2013
- ISO/IEC 25023 - Systems and software Quality Requirements and Evaluation (SQuaRE), Information security management systems, 2016

5 ESTUDIO TÉCNICO

5.1 INVERSIONES

Se deberá invertir en infraestructura, específicamente en alquiler de servidores para alojar el Backend (Lógica de negocio y almacenamiento de datos), la contratación de un dominio web y la adquisición de un certificado SSL para el Frontend.

Además, la Aplicación Móvil deberá ser alojada en las tiendas virtuales mencionadas en puntos anteriores.

En lo referido a equipamiento e instalaciones de la empresa no habrá costos asociados debido a que no se contará con una central física, cada miembro trabajará de manera remota y solo será necesario alquilar una oficina en un coworking en determinadas ocasiones.

5.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN

- Inversiones
 1. Equipamiento y software
 - Software para gestión de repositorios
 - Software para reuniones virtuales
- Proceso de producción
 1. Análisis
 2. Planificación
 3. Diseño
 4. Implementación
 5. Testing
 6. Puesta en producción

6 ASPECTOS FINANCIEROS

6.1 PROYECCIÓN DE INGRESOS

	Producción		Total
	Cantidad	Precios	P x Q
Enero	0	0	0
Febrero	0	0	0
Marzo	0	0	0
Abril	0	0	0
Mayo	0	0	0
Junio	0	0	0
Julio	2	3,99	7.98
Agosto	5	3,99	19.95
Septiembre	9	3,99	35.91
Octubre	13	3,99	51.87
Noviembre	21	3,99	83.79
Diciembre	27	3,99	107.73
Anual	77	23.94	307,23

6.2 PROYECCIÓN DE COSTOS

	Hosting	Certificado SSI	Dominio	Herramientas de desarrollo	Total
Enero	0	0	0	4	4
Febrero	0	0	0	4	4
Marzo	0	0	0	4	4
Abril	0	0	0	4	4
Mayo	0	0	0	4	4
Junio	0	0	0	4	4
Julio	0	0	0	4	4
Agosto	0	0	0	4	4
Septiembre	15	5	2	4	26
Octubre	15	5	2	4	26
Noviembre	15	5	2	4	26
Diciembre	15	5	2	4	26
Anual	60	20	8	48	136

6.3 INVERSIÓN INICIAL

No será necesario ninguna inversión inicial.

6.4 FLUJO DE FONDOS

	Año 0	Año 1
1. Inversión inicial	0	0
2. Ingresos Por suscripción Por publicidad	480	1300
3. Egresos Costos fijos	136	312
Saldo final = 1 + 2 - 3	344	988

7 CONCLUSIÓN

Luego de analizar todos los resultados que se obtuvieron en el estudio de mercado y de encontrar que no habría competencia directa, se ha determinado que la ejecución del proyecto es viable. Además se concluyó que la respuesta de los posibles usuarios es positiva en cuanto a explorar y/o utilizar una nueva plataforma de búsqueda de docentes.

Si bien no se requiere una inversión inicial más allá de lo requerido para difundir la aplicación y así obtener usuarios, confiamos en que será posible cubrir los costos durante el primer año de puesta en producción.

8 REFERENCIAS

- Proyecto “EasyJob”, Tecnólogo en Informática 2017 - Consultado el 24 de noviembre de 2020 -
[-https://docs.google.com/document/d/1Jj_iDFf9UEBnMzSNUg8IR0kFGkDUNX0OgDlaAuDEdw0/edit](https://docs.google.com/document/d/1Jj_iDFf9UEBnMzSNUg8IR0kFGkDUNX0OgDlaAuDEdw0/edit)
- Proyecto “CULTURARTE”, Tecnólogo en Informática 2018 - Consultado el 24 de noviembre de 2020