

Universidad Abierta Interamericana
Facultad de Tecnología Informática



UAI

**Universidad Abierta
Interamericana**

Carrera de Ingeniería en Sistemas de
Información

Alumno: Ángel Guillermo Prado Brun

Legajo: A0910057291

Materia: Trabajo Final de Ingeniería

Carpeta: Negocio



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Contenidos

1.	Descripción General	6
1.1.	Descripción Básica del Negocio.....	6
1.2.	Situación actual del Negocio.....	6
1.3.	¿Qué hace único a su negocio?.....	6
1.4.	Describa los factores principales que considera harán exitoso su proyecto	7
1.5.	Estrategia: Definir Misión, Visión y Propósito Estratégico	7
1.6.	Identificación de la oportunidad de negocio	14
1.7.	Propuesta de valor para el cliente	15
2.	Análisis Estratégico.....	16
2.1.	Análisis de contexto	16
2.2.	Análisis de la competencia.....	39
3.	Análisis FODA	52
3.1.	Cuadro FODA	52
4.	Segmentación.....	57
4.1.	Criterios de Segmentación.....	57
4.2.	Variables de Segmentación	61
4.2.2.	Segmentación Demográfica	63
4.2.3.	Segmentación Socioeconómica	67
4.3.	Definición de Mercado Meta	68
5.	Estrategia de Negocios.....	75
5.1.	Matriz Atractivo de la Industria / Fortaleza del Negocio	75
5.2.	Definición de Programas Generales de Acción	76
5.2.1.	Programa General de Administración.....	77
5.2.2.	Programa General de Marketing	78
5.2.3.	Programa General de Comercial	79
5.2.4.	Programa General de Tecnología	80
5.2.5.	Programa General de Servicio	81
5.2.6.	Vínculos de los Programas Generales de Acción con FODA.....	82
5.2.7.	Definición de Programas Específicos de Acción.....	83
5.3	Programas Específicos de Administración	83
5.3.1	Programa Específico de acción de Pagos	84
5.3.2	Programa Específico de acción de Compras.....	85
5.3.3	Programa Específico de acción de Cobranzas	87
5.3.4	Programa Específico de acción de Contabilidad.....	88
5.3.5.	Programa Específico de acción de Recursos Humanos	89
5.4.	Programas Específicos de Marketing	91



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.4.1	Programa Específico de acción de Precio	92
5.4.2	Programa Específico de acción de Servicio.....	93
5.4.3	Programa Específico de acción de Promoción	94
5.4.4	Programa Específico de acción de Plaza	96
5.5.	Programas Específicos Comercial	97
5.5.1	Programas Específico de acción de Ventas	98
5.5.2	Programas Específico de acción de Post-Venta.....	99
5.6.	Programas Específicos de Tecnología.....	101
5.6.1.	Programa Específico de acción de Hardware	102
5.6.2.	Programa Específico de acción de Software	103
5.6.3.	Programa Específico de acción de Telecomunicaciones	104
5.7.	Programa Específico para Servicio	105
5.7.1	Programa Específicos de Acción Evento.....	106
5.7.2	Programa Específicos de Acción Oferta	107
5.7.3	Programa Específicos de Acción Actividad.....	108
6.	Estrategia de Marketing	110
6.1	Estrategia de servicio	110
	Descripción general.....	110
6.1.2	Líneas y Mezclas de servicio.....	111
	Línea Servicio Evento.....	112
	Línea Servicio Ofertas	112
	Línea Servicios Actividad.....	112
6.1.3	Ciclo de Vida del Servicio.....	113
6.1.4	Marca	116
6.1.4.1	Descripción de la marca	116
6.1.4.2	Logotipo	116
6.1.4.3	Registro de la marca.....	117
6.1.4.4	Registro de la marca electrónica.....	118
6.2	Estrategia de precios	119
6.2.1	Ánálisis de Precios	119
6.2.1.1	Costos fijos	119
6.2.1.2	Costos variables.....	119
6.2.2	Ánálisis de Precios de la competencia	119
6.2.3	Análisis de Sensibilidad del cliente.....	120
6.2.3.1	Efectos sensibilidad al precio	120
6.2.4	Estrategia de precio	122
6.2.5	Lista de precios	123

UNIVERSIDAD ABIERTA
INTERAMERICANAUNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

6.3 Estrategia de promoción	123
6.3.1 Mix de promoción.....	123
6.3.1.1 Publicidad	123
6.3.1.1.1 Publicidad Off-line	124
6.3.1.1.2 Publicidad On-line	126
6.3.3 Promoción de ventas	130
6.3.4 Ventas personales	131
6.3.5 Relaciones públicas	131
6.3.6 A.I.D.A.	132
6.4 Estrategia de plaza	133
6.4.1 Canales.....	133
6.4.2 Función del Canal	134
6.4.2.1 Funciones de transacción	134
6.4.2.2 Funciones de logística.....	134
6.4.2.3 Funciones de facilitación	135
6.4.3 Cuarto Canal.....	135
6.4.4 Logística.....	137
6.4.4.1 Logística de entrada.....	137
6.4.4.2 Logística de salida	138
7.Estrategia.....	138
7.1 Estructura	138
7.1.1 Organigrama	139
7.2 Proceso de Toma de Decisiones.....	139
7.3 Tratamiento de Conflicto	141
7.4 Análisis de Puestos	142
7.4.1 Gerente General	142
7.4.1 Administración	142
7.4.2 Nivel operativo	144
8. Presupuesto Financiero	148
8.1. Modelo de Ingreso.....	148
8.1.1. Amortización.....	152
8.2. Modelo de Egresos	152
8.2.1. Costos Fijos.....	152
8.2.2. Costos Variables	153
8.2.3. Costos de Recurso Humanos	153
8.2.4. Modelo de Egresos	154
8.3. Modelo de Inversión	155



UNIVERSIDAD ABIERTA
INTERAMERICANA

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

8.3.1. Productos	155
8.3.2. Modelo de inversión.....	155
8.4. Presupuesto Financiero.....	156
8.5. Riesgos	157
8.5.1. Escenario 1.....	158
8.5.2. Escenario 2.....	159
8.5.3. Escenario 3.....	160
9. Viabilidades	162
9.1. Viabilidad Comercial.....	162
9.1.1. Mercado meta.....	162
9.2. Viabilidad Legal	164
9.3. Viabilidad Tecnológica.....	165
9.4. Viabilidad Financiera	165



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

1. Descripción General

1.1. Descripción Básica del Negocio

MOTOPOINT se dedica al desarrollo de una plataforma digital que implementar un modelo integral en base al diseño de una red social de motociclistas para argentinos.

Brinda la oportunidad de encontrar un lugar donde sus usuarios puedan compartir experiencias e inquietudes, crear su propio punto de encuentro y tener la oportunidad de adquirir eventos de rutas definidas. Soportado en el crecimiento del mercado de motocicletas en el país de Argentina y la implementación de avances digitales para la conformación de grupos sociales incluyentes en el área de esparcimiento y diversión.

1.2. Situación actual del Negocio

Somos una empresa joven conformada por un grupo interdisciplinario de profesionales tanto en el área de marketing como en el área del desarrollo de software.

Explotando una plataforma digital orientada a los usuarios de moto vehículos en la Argentina, país que cuenta con unos 7 millones de motos circulando dentro del territorio nacional.

1.3. ¿Qué hace único a su negocio?

MOTOPOINT, se dedicará al diseño de una plataforma digital, aprovechando los beneficios de las tecnologías de información y comunicación orientadas al desarrollo de sitios web, centrándose en buscar la fidelidad de los usuarios de dicha plataforma, siendo nuestro factor crítico de éxito, la diferenciación respecto de nuestros competidores.

MOTOPOINT, se centrará en la fidelidad del cliente, siendo la atención y satisfacción del cliente, su punto focal más importante.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

1.4. Describa los factores principales que considera harán exitoso su proyecto

- Pocos competidores directos (con el mismo alcance) que se centren en un rad social para motos.
- Implementación de tecnologías para la creación de una plataforma específica.
- Equipo idóneo a la materia, contaremos de especialistas mecánicos e ingenieros software como profesionales en Marketing digital.
- La comercialización del servicio se hará por medio del área marketing la cual contará con gente dedicada a monitorear la continua calidad de servicio y demanda por parte de los usuarios de la plataforma.
- Construcción de alianzas estratégicas con talleres y comercios privados.

1.5. Estrategia: Definir Misión, Visión y Propósito Estratégico

1.5.1. Definición del Marco Temporal

Nuestro negocio busca obtener un crecimiento sostenido, intentaremos entonces tener una buena penetración en el mercado y obtener un buen nivel de rentabilidad. Entonces, el marco temporal definido para el plan estratégico de negocio que se implementará alcanzará un período de tres años.

Consideramos este marco temporal como suficiente para evaluar el retorno de la inversión, debido a que nos encontramos ante un mercado que se supone rentable, el cual iremos analizando en detalle en los puntos siguientes para reafirmar y demostrar la veracidad de nuestro planteo inicial.

1.5.2. Alcance del Negocio

Para el análisis de los distintos alcances a abordar en la definición de la misión se utilizará un cuadro de prioridades, en el cual se priorizará la



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291

Sede: Norte Comisión: 5°A Turno: Noche

Negocio: MotoPoint Versión: 0.7

cantidad de esfuerzos y recursos a invertir en cada sector y cuyas referencias se detallan en la matriz explicativa a continuación:

Prioridad	Nivel de Importancia y de asignación de Recursos
--	Menor
-	Bajo
E	Normal
+	Alto
++	Mayor

1.5.2.1. Alcance del servicio

En lo referente al alcance de los distintos tipos de servicios a ser comercializados serán estos mismos: eventos, expertos, ofertas, rutas y actividades los cuales los usuarios podrá acceder con diferentes características y beneficios según la suscripción adquirida por dicho usuario.

A continuación, se detalla el alcance de los servicios brindados, los esfuerzos y recursos que asignara MOTOPPOINT:

Alcance del Servicio	-	-	E	+	++
Por Tipo	-	-	-	-	-
Servicio de Eventos					●
Servicio de Expertos				●	
Servicio de Ofertas					●
Servicios de Rutas		●			
Servicio de Actividades		●			

1.5.2.2. Alcance del Mercado

Nuestros potenciales clientes son aquellos dueños de cualquier tipo de moto, las cuales estén en regla para el circulamiento dentro del marco legal argentino ya que dicha actividad se rige dentro de territorio nacional argentino.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Si bien la edad para poseer una moto vehículo es de 16 años, creemos, por el factor de “acceso a la tecnología” centraremos nuestros esfuerzos en captar de la población individuos mayores o iguales a 18 años y menores a 64 años.

Según datos obtenidos del INDEC (2015), podemos concluir debajo el mercado al que apunta MOTOPPOINT siendo que uno de sus principales canales de comercialización estará compuesto por el acceso a dispositivos móviles, computadoras e Internet. Tener en cuenta que el uso de Internet en los últimos 4 a 5 años se ha disparado exponencialmente, de todas maneras, los datos proporcionados debajo referentes al censo realizado por el INDEC en 2015 son alentadores.

Población Edad	Total			
	Grupo de edad			
	Total	0-14	15-64	65 y más
	40,117,096	10,222,317	25,790,131	4,104,648

Alcance del Mercado

	-	-	E	+	++
Por Edad (Factor "Acceso a la Tecnología")					
18-64					●
65 y más		●			

Es importante también definir el alcance de mercado teniendo en cuenta la pirámide social Argentina siendo que todas las clases sociales podrán acceder a nuestros servicios.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería | Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo | Legajo: A0910057291

Sede: Norte | Comisión: 5°A | Turno: Noche

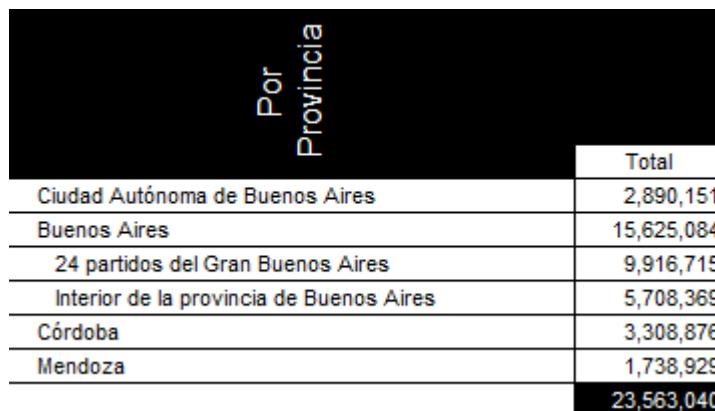
Negocio: MotoPoint | Versión: 0.7

Debajo explicitamos donde MOTOPPOINT enfocará sus esfuerzos en lo que refiere al mercado:

Alcance del Mercado	-	-	E	+	++
Por Clase Social (Salario Promedio)	-				
Clase Top - CT1 -					●
Clase Media Alta - CMA2 -					●
Clase Media Baja - CMB3 -					●
Clase Baja Superior - CBS1 -		●			
Clase Baja - CB -	●				

1.5.2.3. Alcance Geográfico

El alcance geográfico cubrirá en su totalidad la República Argentina, con foco en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la provincia de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza teniendo en cuenta el número de habitantes y el acceso a la tecnología.



Las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza concentran más del 50% de los habitantes del territorio argentino y a su vez, son los que cuentan con mayor acceso a la tecnología.



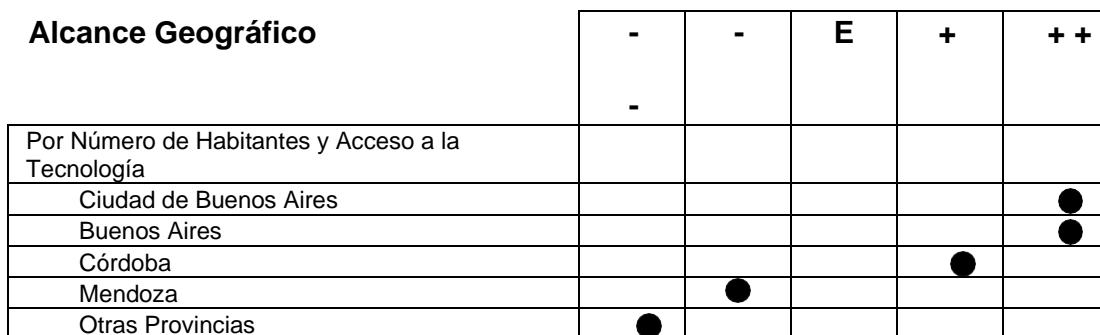
UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Estudios publicados por el INDEC (2011)¹ señalan que estas provincias son las más desarrolladas en términos de utilización de tecnología, concentrando mayor utilización de Internet, computadoras y celulares teniendo en cuenta también su número de habitantes.

Utilización de Internet:

- Ciudad de Buenos Aires: 73%
- Provincia de Buenos Aires: 56%
- Córdoba: 52%
- Mendoza: 56%
- Resto de las provincias: 39% (Promedio)²

A continuación, se detalla el alcance geográfico y los esfuerzos y recursos que asignará MOTOPPOINT por provincia:



1.5.3. Competencias Únicas

En lo que respecta a nuestras competencias únicas nos enfocaremos en las enumeradas a continuación, teniendo en cuenta nuestra industria y el mercado al que apuntamos:

- **Personal Idóneo:** al brindar un servicio de red social e incentivación para fomentar tanto un turismo como recreación mediante una plataforma digital, contamos con programadores e ingenieros software

¹ <http://www.indec.gov.ar/bajarCuadroEstadistico.asp?idc=1AB56EC1F5B31311B2ADF922AC44F512F326A7DC22D9EBD31E122F3B0AC7D8115DFEDA720BB18DA2>



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

para el diseño y construcción del sitio.

- **Expertos en Línea:** darles la oportunidad a usuarios de la plataforma poder destacarse como influencer, brindara una imagen distinta a los otros usuarios.
- **Capacidad de Liderazgo y de creación de Alianzas Estratégicas:** dado que daremos nuestros primeros pasos en el mercado deberemos tener un liderazgo fuerte para guiar esfuerzos y así también la capacidad de establecer fuertes alianzas estratégicas con talleres y comercios oficiales del mercado automotor y organismos como el ACA.

1.5.4. Desafíos

1.5.4.1. Desafíos a partir del alcance de los productos

- Centrar esfuerzos de marketing en dar a conocer nuestros servicios a través de fuertes alianzas con talleres, comercios oficiales y organismos como el ACA.
- Perfeccionar nuestros eventos e invertir tiempo en investigación para en un futuro mejorar la calidad de experiencia para nuestros usuarios.

1.5.4.2. Desafíos a partir del alcance del mercado

- Alcanzar un total de 1000 suscriptores bronce durante los primeros 6 meses.
- Alcanzar un total de 500 suscriptores plata durante los primeros 8 meses.
- Alcanzar un total de 150 suscriptores oro durante los primeros 12 meses.
- Lograr 10 eventos claramente definidos y aceptados por el mercado, el cual generen una excelente experiencia de usuario.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

1.5.4.3. Desafíos a partir del alcance geográfico

- Desarrollar una posición sólida en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires que permita mayor presencia en el interior del país.
- Construir alianzas y vínculos con talleres y comercios del interior del país y así tener llegada e incentivar evento relacionado con moto vehículos, extendiendo nuestro alcance.

1.5.4.4. Desafíos a partir de las competencias únicas

- Contar con personal idóneo y comprometido a mejorar la calidad de nuestra plataforma.
- Lograr gran vínculo con nuestros usuarios y su consiguiente satisfacción, con el fin de ampliar nuestra cartera.
- Ser pioneros en la utilización de la tecnología para la creación de una red social única en Argentina.

1.5.5. Misión

Facilitar y mejorar la experiencia de usuarios de motocicletas con una plataforma diseñada para ofrecer servicios de red social y eventos para desarrollar diferentes acciones en el segmento de usuarios de motocicletas, apoyados en un equipo humano calificado con sentido de servicio y que comparten la misma pasión.

Objetivos:

- Proporcionar a los usuarios un nuevo servicio que mejore su experiencia y su pasión por el uso de motos.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

- Garantizar un producto donde los usuarios puedan interactuar y relacionarse con personas que comparten sus mismos gustos, necesidades y deseos.
- Satisfacer la demanda por medio de un servicio auténtico y responsable que garantiza el bienestar de los usuarios.

1.5.6. Visión

Ser la red social de motociclistas líder en Argentina, en donde continuamente estamos generando experiencias innovadoras de placer para quienes comparten nuestra misma pasión.

1.6. Identificación de la oportunidad de negocio

A continuación, se enumeran las oportunidades de negocio detectadas:

- Casi no existe ninguna plataforma como presenta MOTOPPOINT, hay grupos en redes sociales como Facebook, esto es una gran oportunidad para poder destacar y ampliar el sector.
- En Argentina, en lo que respecta a las motocicletas año tras año más gente adquiere este tipo de vehículos por la situación del país y los altos costos de los autos.
- La industria del turismo por medio de la recreación incentivaría al comercio generando nuevos ingresos para los comerciantes de talleres, comercios de repuesto, neumática e incluso comercios de comida y recreación.
- El contacto establecido con diferentes usuarios y fanáticos de las motocicletas, han avalado la importancia de esta iniciativa y la necesidad existente en el mercado, ya que muchas veces organizar dichos eventos terminan fracasando



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5° A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

por la poca seriedad de dichos grupos, los cuales son informales.

1.7. Propuesta de valor para el cliente

El mercado y la industria se hallan enfocados en la creación de nuevos productos y la mejora de los ya existentes; dar una mejor solución a las necesidades y deseos del público. Asimismo, se centran en el propósito de conocer al cliente, cómo llegar a él de forma eficiente y la creación de relaciones estables que perduren en el tiempo de la mejor forma, ante la variedad de opciones que existen en el momento y que continuamente están evolucionando, para eso se propone las siguientes características:

- Único punto de encuentro, logramos conectar a personas de diferentes zonas y con diferentes gustos y logramos que interactúen en conjunto agregando valor de las experiencias.
- Software fácil de usar, con flexibilidad para ser utilizado desde plataformas web como mobile, desde una notebook hasta un celular como tablets
- Tecnologías de punta y diseños modernos. hoy en día la tecnología de interacción con el usuario avanza a pasos agigantados nuevos conceptos como el UX o UI permiten redefinir y obtener la más alta experiencias del usuario.
- Consolidación de beneficios. Al ser parte del club de clubes más grande, motopoint propone la consolidación de beneficios claves para que cada usuario de la plataforma disponga de ellos y tenga un canal el cual le facilita su pasión por la moto turismo.



Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

2. Análisis Estratégico

2.1. Análisis de contexto

2.1.1. Descripción del escenario local

MOTOPOINT se ubica en la industria de la tecnología de información, con injerencia también en turismo y cultura, fomentando así la creación de un sitio único para los amantes de las motocicletas de todo tipo y tamaño. Fomentando la aventura del viaje y la experiencia de usuario como valor primordial, ante todo.

El proyecto se pretende implementar en Argentina donde su sede principal estará en Capital Federal, y se da en un mercado donde al mes de mayo del 2018 se han vendido más de 10 millones de unidades y donde las categorías más vendidas son las cub – underbone , street y on off y en donde a nivel país el 2017 cerró con un incremento del 40% de ventas tras unos años en los cuales no se había presentado un índice de aumento.

2.1.2. Factores políticos

En la actualidad el ambiente político de Argentina existe diferentes incentivos para los emprendedores tanto desde gobierno de la ciudad como desde el gobierno nacional.

Existen diferentes programas para impulsar a jóvenes empresas y organizaciones nacionales como camaf – Cámara de Fabricantes de Moto vehículos, la cual es la entidad que nuclea a las principales terminales de moto vehículos del país conecta a los fabricantes nacionales.

Incentivo al emprendedor desde el Gobierno Nacional



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

El Gobierno Nacional, a través del Ministerio de la Industria, apoya a los emprendedores y nuevos empresarios desde que conciben su idea de negocio, hasta el desarrollo de las primeras inversiones y consolidación del proyecto. Promueve y brinda capacitación, a través del programa “Aprendiendo a Emprender”³.

Es relevante y digno de mencionarse el Plan Estratégico Industrial 2020 – PEI 2020, el cual es una iniciativa inédita en nuestro país. Los trabajadores, empresarios, universidades y representantes del sector público y privado participaron en la definición de los objetivos a alcanzar por la industria argentina en 2020: tener un crecimiento anual del 7% del PBI industrial que implique un crecimiento anual del 5% del PBI.

El Plan Industrial 2020 representa un Estado presente que planifica estratégicamente la política industrial, con una visión de país, articulando acciones y visiones con todos los actores de la sociedad. El Plan 2020 y los temas tratados en las mesas de implementación sectoriales están presentes en las decisiones de política industrial y económica que se toman en el país. Las estrategias sectoriales incluyen promoción de la competitividad, financiamiento, defensa de la competencia desleal, sustitución de importaciones y promoción de las inversiones. La Secretaría de Planeamiento Estratégico impulsa el funcionamiento de las 11 mesas de implementación del Plan 2020. El Ministerio y los sectores trabajan en todo el país las temáticas relacionadas con la mejora de cada eslabón de la cadena productiva.

De esta manera el desarrollo industrial y las estrategias para alcanzarlo son una política de Estado.

También se ofrece un Régimen de Bonificación de Tasas por el cual las pymes

³ <http://www.produccion.gob.ar>

⁴ <http://www.industria.gob.ar/plan-estrategico-2020/>



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291

Sede: Norte Comisión: 5°A Turno: Noche

Negocio: MotoPoint Versión: 0.7

pueden obtener financiamiento con la tasa bonificada y reducirse en hasta 5 puntos.

Es importante destacar también, el Programa Innovación en Cadenas de Valor, cuyo objetivo es apoyar Ideas de Proyecto Innovadoras, vinculadas a los principales sectores productivos del país y permite que aquellas ideas de proyectos seleccionadas reciban sin costo alguno el servicio de elaboración de un Estudio de Factibilidad e Impacto y de un Plan de Negocios, y la asistencia técnica por parte de un equipo interdisciplinario de especialistas y financiamiento, a través de Aportes No Reembolsables, para la puesta en marcha.

A través del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas existe el Programa de Financiamiento Productivo del Bicentenario apoya a través de la financiación a nuevos proyectos que generen empleo, sustituyan importaciones y aumenten la producción, a tasa fija anual del 9.90% y plazos de hasta 5 años (incluido eventual período de gracia de 1 año máximo)

Incentivo al Emprendedor desde el Gobierno de la Ciudad

Desde el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, se brindan también cursos de capacitación a través de “Academia BA Emprende”, que busca brindar todas las herramientas de capacitación necesarias para innovar, crecer profesionalmente y emprender.

Actualmente, también se encuentra delineando un programa de Capital Semilla orientado al apoyo del desarrollo de emprendedores.

Por otra parte, a través del programa “Incuba”⁴, crearon incubadoras de empresas relacionadas a las áreas de tecnología, creatividad e innovación, que brindan espacio físico, servicios de secretaría, telefonía fija, Internet,

⁴ <http://www.buenosaires.gob.ar/desarrolloeconomico/emprendedores/academiaba>



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

seguridad y limpieza, y salas de reuniones, etc.

Cambio de Gobierno y los Bancos del Mundo

El Fondo Monetario Internacional cree que la Argentina, tras la salida del default y las reformas económicas implementadas en los últimos meses, contribuirá con un mayor crecimiento y una mayor estabilidad a América latina, alicaída por el magro desempeño de algunas economías y la crisis en Brasil.⁵

"Hablando como un latinoamericano, es muy bueno tener a países importantes como la Argentina poniendo la casa en orden, ya que contribuirá a un mayor crecimiento y una mayor estabilidad en la región", dijo ayer el presidente del Banco Central de México, Agustín Carstens, quien presidió el encuentro del comité financiero, el más importante de la reunión de primavera del Fondo y el Banco Mundial.

Carstens acompañó a la directora gerente del Fondo, Christine Lagarde, en la tradicional conferencia de prensa sobre el cierre de la reunión. Hubo una pregunta para la Argentina, corolario del protagonismo que tuvo el regreso del país a la comunidad financiera internacional.

G20 Acuerdos entre Estados Unidos y Argentina

Poco más tarde, los ministros de Hacienda, Nicolás Dujovne, y de Relaciones Exteriores y Culto, Jorge Faurie, firmaron un acuerdo marco con el secretario del Tesoro de los Estados Unidos, Steven T. Mnuchin, para fortalecer la inversión en infraestructura y la cooperación energética.

"Este acuerdo generará de oportunidades de inversión y financiamiento

⁵ <http://www.lanacion.com.ar/1890011-fmi-elogio-argentina-salida-default>



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

para el desarrollo energético y el crecimiento económico, estableciendo un marco para la integración y es un gran avance para Estados Unidos y Argentina. Impulsar la energía es clave para nuestro desarrollo económico”, dijo el ministro Dujovne.

Cámara de Fabricantes de Motovehículos y Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en conjunto con los municipios de Tres de Febrero; Lanús; Pilar; Quilmes y Vicente López, con el apoyo de la Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV) y la asesoría técnica del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF); presentaron el martes 28 de agosto, el primer Plan Metropolitano de Seguridad Vial para Motociclistas con el objetivo de realizar un diagnóstico de la situación de los motovehículos en el Área Metropolitana de Buenos Aires y de los índices de siniestralidad que presentan.⁸

La metodología que se adoptó para este plan es la de Visión Compartida del Banco de Desarrollo CAF, que comprende cinco etapas: el lanzamiento del proyecto, un mapeo de actores y encuestas, la organización de talleres participativos, la elaboración del Plan -que fue presentado el martes y por último un proceso de seguimiento y control de este.

⁸ <http://www.cafam.org.ar/noticias.php?id=381&est=03>



Resumen del atractivo de los Factores Políticos

Resumen del Atractivo de los Factores Políticos

Factores Políticos	5	4	3	2	1
Incentivo al emprendedor desde el Gobierno Nacional					
Incentivo al Emprendedor desde el Gobierno de la Ciudad					
Cambio de Gobierno y los Bancos del Mundo					
G20 Acuerdos entre Estados Unidos y Argentina					
Cafam y Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires					

Cafam: Cámara de Fabricantes de Motovehículos

5: Muy Poco Atractivo

4: Poco Atractivo

3: Neutro

2: Atractivo

1: Muy Atractivo

2.1.3. Factores económicos

Es indudable el potencial económico de las materias primas con que Argentina suministra el mundo, para el 2015, se eliminó los controles de tasas y capital, realizándose un ajuste monetario en el Banco Central de Argentina buscando así incentivar a inversionistas extranjeros a invertir en el país

Por lo anterior al disminuir las políticas proteccionistas han ingresado al mercado más motos para su comercialización, incrementando así la venta de motos en todo el país. Esto es realmente importante para el desarrollo del MotoPoint ya que entre más motos hallan en circulación, mayor será la posibilidad de adquirir más usuarios de la plataforma. Pero esto no es de tanto agrado para todos ya que los empresarios nacionales temen a la competencia china, quienes venden en grandes cantidades, diferentes tipos de productos y a muy bajos precios llegando a puntos casi inalcanzables para la rentabilidad y productividad nacional.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

La Nación a nivel general también enfrenta graves problemas; en el ámbito laboral, la mitad de la población activa trabaja de forma informal, la corrupción y el detrimiento del transporte público, la educación y la salud son temas que urgen de soluciones. El gobierno actual se proyecta hacia un futuro próspero y se espera comenzar a ver los buenos resultados de las reformas realizadas en el 2017 y 2018 para volver a ser competitivo a nivel internacional en el 2019.

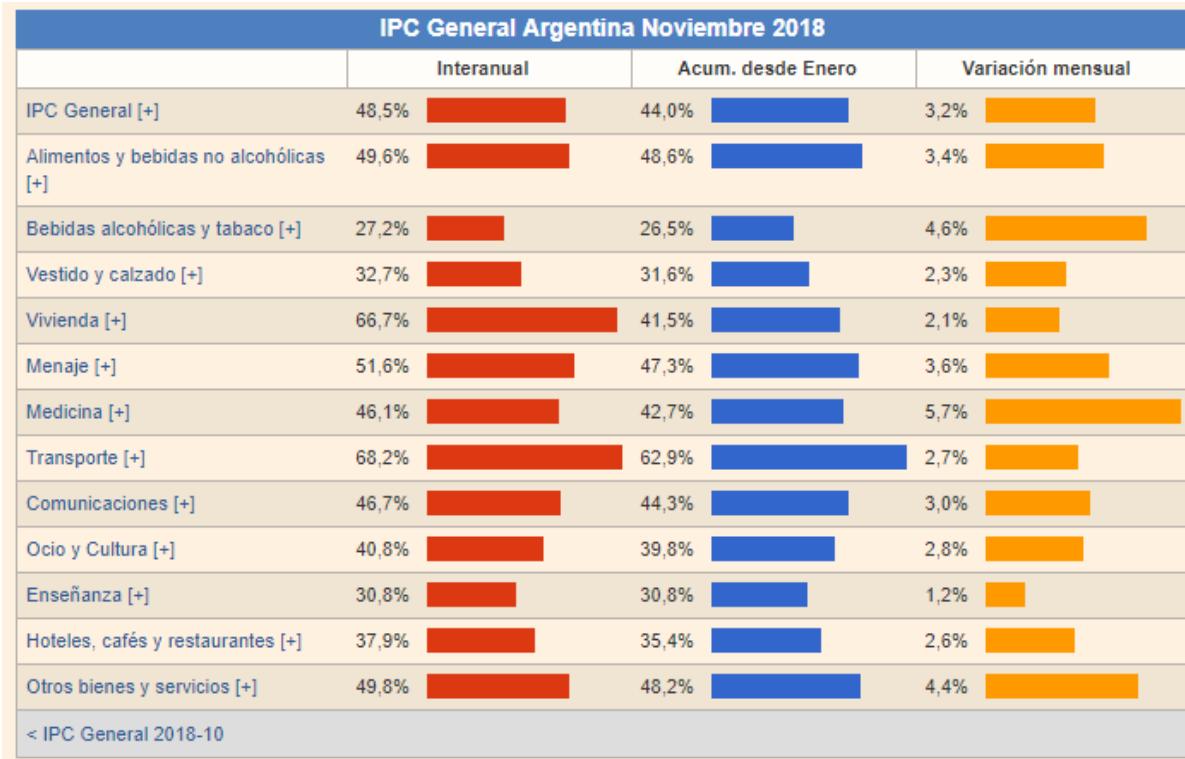
Índice de Precios al Consumidor

Este índice constituye un indicador de nivel nacional para medir las variaciones de los precios del consumo final de los hogares.

Es importante tengamos este indicador presente, ya que los sueldos de nuestros empleados y de terceros se verán afectados, representando la inflación una reducción en el poder adquisitivo de los mismos. Deberemos dar seguimiento al incremento de este índice para poder acomodar los sueldos de nuestros empleados de manera de mantenerlos bien remunerados.

Deberemos acompañar de cerca la tendencia ya que esta variable es de importancia a la hora de la cotización de nuestros servicios.

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	
Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7



La tasa de variación anual del IPC en Argentina en noviembre de 2018 ha sido



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

del 48,5%, 26 décimas superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 3,2%, de forma que la inflación acumulada en 2018 es del 44%.

Hay que destacar la subida del 5,7% de los precios de Medicina, hasta situarse su tasa interanual en el 46,1%, que contrasta con el descenso de los precios de Enseñanza del 1,2%, y una variación interanual del 30,8%.

En esta página te mostramos la evolución del IPC en Argentina. Puedes ver la inflación en otros países en IPC y ver toda la información sobre Argentina en Economía de Argentina.⁹

Cotización de Divisas (Peso Argentino – Dólar)

La tasa o tipo de cambio entre dos divisas es la tasa o relación de proporción que existe entre el valor de una y la otra. Dicha tasa es un indicador que expresa cuántas unidades de una divisa se necesitan para obtener una unidad de la otra.

Frente al temporal cruzado del encarecimiento del crédito y la devaluación, ensambladores y marcas de motos exploran diversas fórmulas para amortiguar **la brusca contracción de la demanda**. En principio, avanzan **negociaciones con bancos y tarjetas de crédito** para lanzar planes en cuotas, un factor clave para las ventas. Además, en el sector creen que el Gobierno impulsará un decreto que contempla **estímulos a la integración local de piezas y moto partes**, que hoy son importadas en su mayoría.

⁹ <https://datosmacro.expansion.com/IPC-paises/argentina>



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

“El decreto saldría antes de fin de año y establece beneficios fiscales y reducción de aranceles a las importaciones para las motos que tengan un mínimo del 5% de componentes nacionales, para pasar al 8,5% dentro de tres años”, explicó al Económico Lino Stefanutto, presidente de la CAFAM, una de las principales cámaras sectoriales. La iniciativa surgió como parte de un acuerdo del sector con el Ministerio de la Producción, en el marco de la ronda de mesas sectoriales. “Por fin vemos un avance concreto en la política industrial ya que las motos, hoy, promedian un 2% de integración local”, celebró Leandro Iraola, accionista y presidente de Corven.

Según datos de la división Motos de la ACARA (concesionarios), **las ventas aumentaron 44,6%** (688.000 unidades patentadas), apenas un escalón por debajo de las 710.000 de 2013, el máximo histórico. A inicios de año, en la industria proyectaban superar los 800.000 patentamientos, pero **la tendencia cambió abruptamente** a partir de la corrida cambiaria y la suba de tasas. “Los números preocupan, íbamos para un año récord pero igual soy optimista. Creo que podemos cerrar con 650.000 unidades, en el mejor de los casos”, interpretó Gustavo Bassi, de la ACARA

Como menciona en el decreto la intención es aumentar la inclusión de repuestos y partes de industria nacional, no es una novedad que, en la argentina, la estabilidad del dólar es de tener más que en cuenta.¹⁰

El sinceramiento del precio del dólar y un valor de cambio único permitirán una mayor estabilidad de precios, principalmente en la taza

¹⁰ https://www.clarin.com/economia/economia/exploran-formulas-reanimar-ventas-motos_0_Byf8fa6U7.html



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

de las diferentes suscripciones para los usuarios desde el punto de vista de MOTOPPOINT y desde el punto de vista de los usuarios de la plataforma dicho decreto favorecería a mantener lo más bajo o aceptable posible el costo de cada unidad.

Mayor inflación y caída de consumo

Con la última suba del dólar el mercado local comenzó a prever un alza en los precios, dentro de todos los rumbos. Mientras que las industrias automotrices ven un aumento de entre 2% y el 2,5%, en la moto vehículos

Fredy Vera, presidente de la Cámara Argentina de Concesionarios de Motos (Cadecom), declaró en *Radio Uno*: “*Como sabrán los componentes de las motos están mayormente dolarizados por lo que la subida del dólar tiene su impacto en ellos, y en la formación final del precio; sin embargo, con un dólar a 23 pesos; aún el impacto en el incremento no ha sido tan alto. Hoy estamos hablando de un orden del 6 o 7 por ciento promedio en cuanto al valor de las motos.*”

Mientras que si hablamos de accesorios e indumentaria el aumento podría ser mayor. Según La Nación, las empresas chicas, siguiendo los movimientos de las grandes, también están cambiaron los precios de los otros productos. El dueño de una concesionaria le explicó a dicho medio, que los cascos importados podrían llegar a valer un 10% más.¹¹

Estancamiento del Empleo Privado

En septiembre de 2018 hay 70 mil trabajadores registrados menos que en septiembre de 2017 (-0,6%) y 182 mil más que en

¹¹ <https://gentedemoto.com/el-efecto-del-dolar-en-el-mundo-de-las-motos/>

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

septiembre de 2016 (1,5%).

Con respecto a agosto de 2017, hay 22 mil trabajadores menos en relación de dependencia (-0,2%) en términos desestacionalizados.

En el sector privado, en septiembre de 2018 hay 1,7 mil trabajadores registrados menos que en septiembre de 2017 (0,0%).

En septiembre de 2018, dentro del sector privado, los asalariados registrados se redujeron en términos anuales (15 mil trabajadores menos incluyendo casas particulares) mientras que los trabajadores independientes se incrementaron (13 mil trabajadores más).

	Número En miles	Porcentaje
Total de trabajadores registrados	12.182	
Cambio anual	-70,0	-0,6%
Cambio mensual	-28,9	-0,2%
Cambio mensual desestacionalizado	-22,3	-0,2%

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	
Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

Remuneraciones

Periodo	Remuneración mediana**			Remuneración media **		
	Valor	Variación anual	Var. de los últimos 12 meses acumulada	Valor	Variación anual	Var. de los últimos 12 meses acumulada
Dic-14	14.302	34,1%	32,8%	17.752	34,7%	31,9%
Dic-15	18.553	29,7%	29,4%	23.204	30,7%	31,1%
Dic-16	24.811	33,7%	33,3%	31.182	34,4%	32,8%
Ene-17	17.632	39,0%	34,0%	23.150	37,3%	33,5%
Feb-17	17.391	35,1%	34,3%	22.287	32,8%	33,6%
Mar-17	17.628	33,2%	34,2%	23.420	33,2%	33,6%
Abr-17	18.425	29,5%	33,3%	23.056	29,5%	33,1%
May-17	18.878	27,4%	32,6%	23.275	28,4%	32,6%
Jun-17	27.813	28,6%	32,0%	34.216	30,0%	32,5%
Jul-17	20.405	33,3%	32,4%	24.881	29,9%	32,3%
Ago-17	20.510	32,7%	32,3%	24.912	29,0%	31,9%
Sep-17	20.557	32,8%	32,8%	25.118	28,6%	31,7%
Oct-17	20.945	29,0%	32,1%	25.837	27,8%	31,2%
Nov-17	20.992	26,7%	31,5%	26.076	26,1%	30,5%
Dic-17	31.029	25,1%	30,4%	38.564	23,7%	29,3%
Ene-18*	21.867	24,0%	29,3%	28.781	24,3%	28,3%
Feb-18*	21.742	25,0%	28,6%	27.713	24,3%	27,6%
Mar-18*	22.055	25,1%	28,0%	29.239	24,8%	27,0%
Abr-18*	23.127	25,5%	27,7%	29.138	26,4%	26,8%
May-18*	23.700	25,5%	27,5%	29.457	26,6%	26,6%
Jun-18	34.657	24,6%	27,1%	42.513	24,2%	26,0%
Jul-18*	24.408	19,6%	26,0%	30.591	22,9%	25,5%
Ago-18*	25.339	23,5%	25,3%	31.301	25,6%	25,3%
Sep-18*	25.425	23,7%	24,7%	31.898	27,0%	25,2%

La variación acumulada de los últimos 12 meses presenta los mayores incrementos en Santiago del Estero (5,7%), Neuquén (4,5%), Tucumán (3,8%) y Jujuy (3,0%). Las mayores reducciones se observan en La Rioja (-5,6%), Santa Cruz (-2,9%), Catamarca (-2,7%) y San Luis (-2,1%).¹²

¹² http://trabajo.gob.ar/downloads/estadisticas/Reporte_Laboral_Noviembre_2018.pdf



Resumen del atractivo de los Factores Económicos

Resumen del Atractivo de los Factores Económicos

Factores Económicos	5	4	3	2	1
Índice de Precios al Consumidor					
Cotización de Divisas (Peso Argentino – Dólar)					
Mayor inflación y caída de consumo					
Estancamiento del Empleo Privado					

5: Muy Poco Atractivo

4: Poco Atractivo

3: Neutro

2: Atractivo

1: Muy Atractivo

2.1.4. Factores tecnológicos

Los avances tecnológicos no paran y menos la adaptación y profundización de estos, las nuevas tendencias invaden el mercado, requiriendo así más personal capacitado.

El manejo del Big data para el uso de datos es fundamental en la actualidad, tan solo para el 2010 se produjeron 5 exabytes de información cada dos días, para lo que hoy se piensa esto se ha multiplicado. Todo esto en pro del adelanto de herramientas que reconozcan como utilizar datos para mejorar la toma de decisiones organizacionales y las mismas conductas que los usuarios que se estudian gracias a sus rutinas de consumo de redes sociales. Llegando también a otras instancias, como la inteligencia artificial tenemos lo que son Microsoft y su traductor de Skype y diferente software que asimilan como piensan los humanos para realizar ellos las tareas que antes eran únicamente humanas.

Sin lugar a duda el uso de la Nube y lo referente a la infraestructura de TI, debe tener un seguimiento de seguridad,



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

cumplimiento y costos para el cuidado de lo más importante que es la información, el almacenamiento y el cuidado de los datos e información que en ella se alberga es hoy en día prioridad para las grandes, medianas y pequeñas empresas.

Hoy muchas personas están diariamente en contacto con sus dispositivos móviles y esto es poco probable que cambie, así que la implementación de aplicaciones, plataformas comerciales y de relaciones sociales cada vez van en incremento y marcan la tendencia, proporcionando así un nuevo modelo de conductas a explorar para información, desarrollar negocios y consumir contenidos en cualquier lugar del mundo.

Redes Sociales y la sociedad actual

Se puede definir como la forma de interacción entre la sociedad, donde se comparten gustos o preferencias entre personas, grupos e inclusive empresas.

Teniendo claro la definición de este término podemos entender que estamos en la era de las redes sociales, donde todo se publica a todos, buscando compartir sus experiencias y ver la de otros.

Los seres humanos por naturaleza son sociables, ya que al ser una criatura individual y racional no es autosuficiente y requieren de la ayuda y protección de los demás y por ello viven en comunidades.

Estas plataformas sociales fueron creadas por la constante necesidad de las personas por querer compartir sus logros, o dudas para que sean resueltas o elogiadas por lo demás.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

La comunicación entre las personas cada vez es más fácil gracias a las TIC's se están cambiando los métodos de comunicación persona con persona y empresa con persona.

Las empresas han cambiado del marketing agresivo o guerrilla al inbound marketing, dejar de perseguir clientes para atraerlos y hacerlos que se enamoren de la marca compartiendo información relevante, invitaciones a eventos a través de las redes sociales y blogs.

La importancia o necesidad de las redes en la actualidad es innegable, cada vez hay más redes sociales en internet, aparecen cada vez más específicas, como en los casos de publicación de imágenes o fotos las personas o empresas lo hacen a través de Instagram, si van a publicar videos lo hacen a través de YouTube y si quieren contactarse profesionalmente lo hacen por LinkedIn.

Con la especificación de las redes sociales se puede acceder de forma segmentada y clasificada a la información, además de poder contar con múltiples herramientas de medición de las plataformas, evaluando el trabajo realizado.

Actualmente todo está relacionado a la necesidad de compartir todo, de ahí la importancia de las Redes Sociales hoy en día, teniendo tantos datos y tanta gente creando información que si no se usan las redes sociales nadie lo vería.¹³

¹³ <https://umbvirtual.edu.co/la-importancia-de-las-redes-sociales-en-la-sociedad-actual/>



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Los Beneficios de las Redes Sociales son:

- Aumento de Visibilidad
- Mejora la marca
- Aumento de tráfico web
- Comunicación directa Empresa – Cliente
- Nos ayuda a estudiar el mercado en tiempo real
- Fomenta Networking

La Revolución de los Smartphones (Teléfonos Inteligentes)

La adopción del teléfono móvil como principal herramienta de comunicación es imparable a nivel global. El 15% de las visitas a internet se realizan ya desde el smartphone, en una proporción que sólo puede crecer. Además, el 91% de las interacciones online con el teléfono móvil tienen que ver con el uso de alguna red social.

En mayo de 2013, el 56% de los usuarios de telefonía utilizaba ya un smartphone (por un 9% el teléfono fijo y un 35% teléfonos móviles sin conexión a internet).

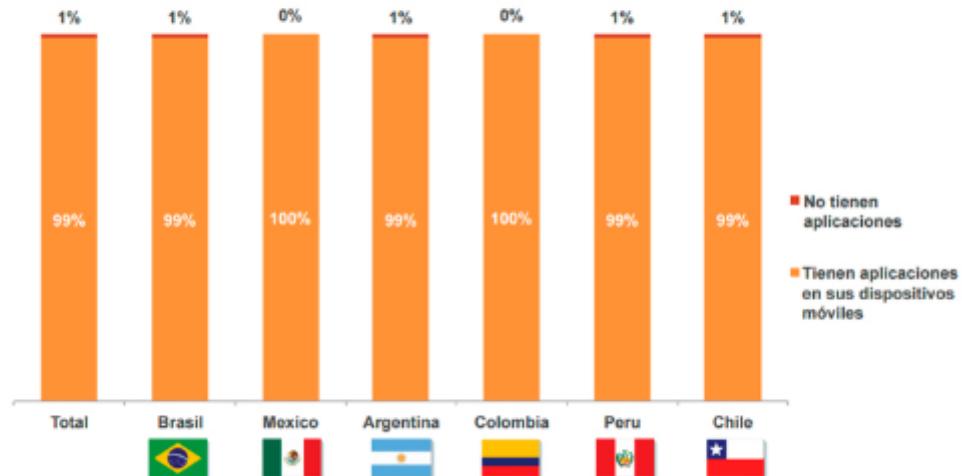
Este dato representaba el 35% hace sólo dos años, lo que da una idea de la rápida penetración del smartphone como medio de comunicación entre usuarios de todo el mundo.

Más de 2.000 millones de smartphones se habrán colocado en las tiendas este año, superando con creces a cualquier otro dispositivo, incluyendo tablets, ordenadores de sobremesa y ultrabooks.

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

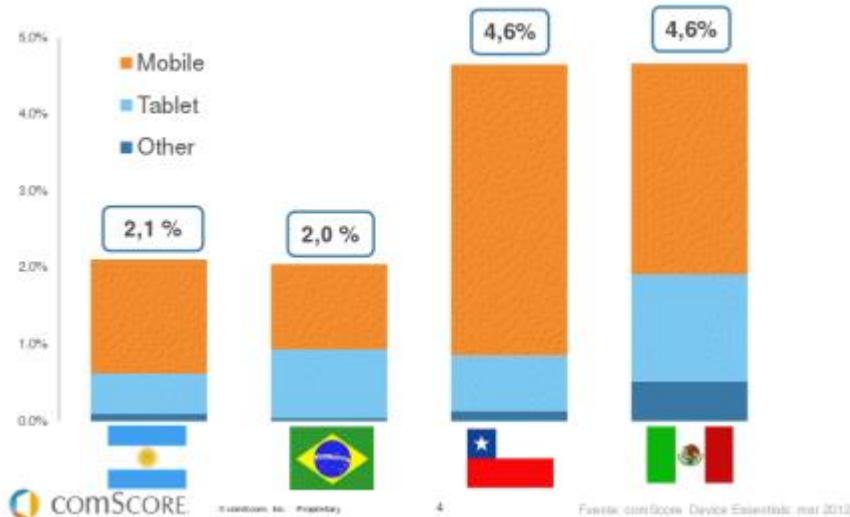
USO DE APLICACIONES EN DISPOSITIVOS MÓVILES

IMS
Mobile
in LatAm



comScore. © comScore, Inc. Proprietary.

Tráfico de No-computadoras
Fuente: comScore Device Essentials.

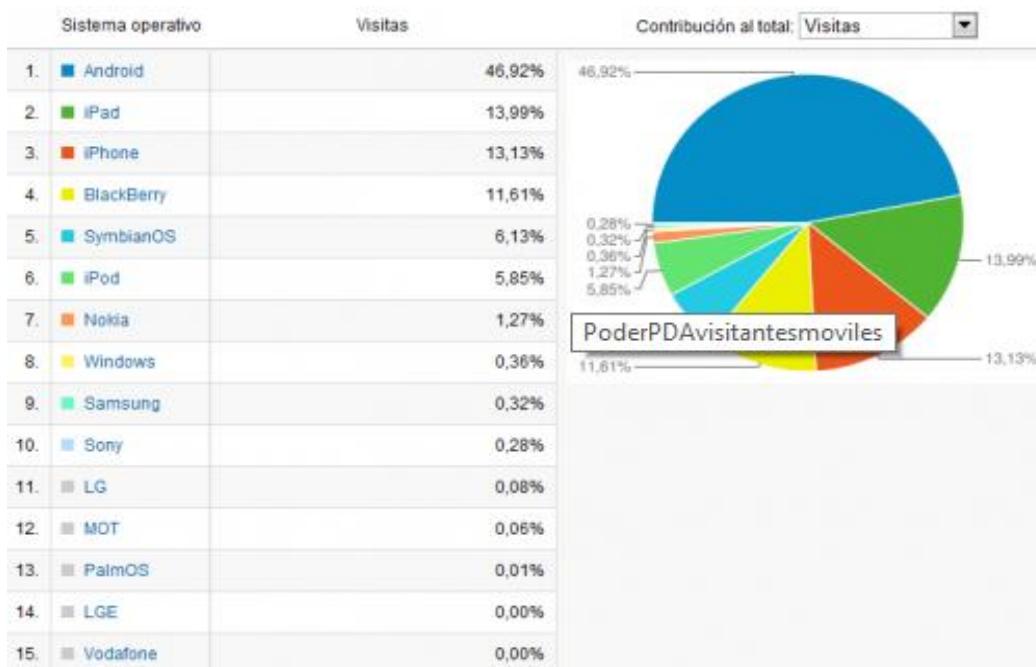


UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	
Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

Sistemas Operativos para Smartphones

Además de las ya conocidas tendencias sobre el dominio de los fabricantes Samsung y Apple o de los sistemas operativos iOS y, cada vez con mayor cuota de mercado, Android, la infografía ofrece algunos datos muy relevantes:

La adopción de la web móvil está creciendo 8 veces más rápido que la adopción de internet en los 90. Ya hay 1.200 millones de personas que acceden a internet a través de su teléfono móvil. El consumo diario del smartphone (1,8 horas al día) supera ya al de la televisión (1,5 horas al día). El 80% de los usuarios utiliza el móvil al mismo tiempo que ve la televisión. En lo referente a la diversidad de sistemas operativos el siguiente estudio de GARTNER representa la tendencia mundial a la adquisición de dispositivos según el sistema operativo que presentan.





UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

Resumen del atractivo de los Factores Tecnológicos

Resumen del Atractivo de los Factores Tecnológicos

Factores Tecnológicos	5	4	3	2	1
Redes Sociales y la sociedad actual					
La Revolución de los Smartphones (Teléfonos Inteligentes)					
Sistemas Operativos para Smartphones					

5: Muy Poco Atractivo

4: Poco Atractivo

3: Neutro

2: Atractivo

1: Muy Atractivo

2.1.5. Factores Legales

El marco legal y regulatorio concerniente al uso de información que las plataformas y redes sociales obtienen a través de sus usuarios es un punto de gran coyuntura para gobiernos a nivel mundial, desde Europa y Estados Unidos se están implementando nuevas leyes con el fin de la protección de la información de los usuarios que inadvertidamente eros depositan allí y que de forma malintencionada puede ser usada para fines políticos y competencias desleales del mercado. A través de las plataformas se acumulan importantes tipos de información como tendencias de los consumidores, intereses, afinidades y tráfico de información, se busca por ende luchar por la intimidad de los usuarios de forma legal, pues día a día las empresas digitales van obteniendo gran poder de forma tan rápida poco notorio por la sociedad.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Ley Nacional- 27.078- ARGENTINA DIGITAL

[N. del CIT-ENACOM: El presente texto incluye las modificaciones efectuadas por el Decreto 267/2015; véase además dicho Decreto para mayor información sobre aspectos regulados por la presente] Sancionada: diciembre 16 de 2014 Promulgada: diciembre 18 de 2014.

En lo que respecta a MOTOPPOINT se hará foco en el uso de las siguientes:

ARTÍCULO 1º — Objeto. Declararse de interés público el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, las Telecomunicaciones, y sus recursos asociados, estableciendo y garantizando la completa neutralidad de las redes. Su objeto es posibilitar el acceso de la totalidad de los habitantes de la República Argentina a los servicios de la información y las comunicaciones en condiciones sociales y geográficas equitativas, con los más altos parámetros de calidad. Esta norma es de orden público y excluye cualquier tipo de regulación de los contenidos, cualquiera fuere su medio de transmisión.

ARTÍCULO 6º [texto vigente a partir del Dec. 267/2015]. - Definiciones generales. En lo que respecta al régimen de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de las Telecomunicaciones (TIC), se aplicarán las siguientes definiciones:

c) Radiodifusión por suscripción mediante vínculo radioeléctrico: Toda forma de comunicación primordialmente unidireccional destinada a la transmisión de señales para ser recibidas por público determinable, mediante la utilización del espectro radioeléctrico.¹³

¹³ https://www.enacom.gob.ar/ley-27-078_p2707



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

Resumen del atractivo de los Factores Legales

Resumen del Atractivo de los Factores Legales

Factores Legales	5	4	3	2	1
Ley Nacional- 27.078- ARGENTINA DIGITAL					

5: Muy Poco Atractivo

4: Poco Atractivo

3: Neutro

2: Atractivo

1: Muy Atractivo

2.1.6. Definición de Oportunidades y Amenazas

El atractivo de una industria se mide con base en sus oportunidades y amenazas – a continuación, evaluaremos tanto las oportunidades como amenazas de la industria la cual se enfrente MOTOPOINT:

2.1.6.1. Oportunidades

- Se detecta el faltante de empresas dedicadas a las redes sociales destinadas a la recreación y fomentación de la industria de motos en la República Argentina.
- Existen varios grupos de otras redes sociales extranjeras las cuales ya cuenta con miembros.
- No se requiere grandes inversiones como tampoco gran espacio físico.
- El uso de las redes sociales ha crecido considerablemente en Argentina hacia un 22%.
- El uso y fomentación de la plataforma incentivaría el mercado de la moto vehículo como el del turismo.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291

Sede: Norte Comisión: 5°A Turno: Noche

Negocio: MotoPoint Versión: 0.7

2.1.6.2. Amenazas

- Si bien la estabilidad del dólar, moneda que sigue teniendo un posicionamiento fuerte en la economía argentina podría afectar en los valores no solo a la organización sino también en la compra de las suscripciones para los clientes.
- Caída de consumo e inflación.
- Copiar el sitio es una clara amenaza ya que más de una empresa tendría los recursos capaces de copiar la plataforma.

2.1.7. Atractivo de la industria

Resumen del Atractivo de los Factores Externos

	5	4	3	2	1
Factores Críticos					
Factores Económicos					
Factores Político					
Factores Tecnológicos					
Factores Legales					

5: Muy Poco Atractivo

4: Poco Atractivo

3: Neutro

2: Atractivo

1: Muy Atractivo

Resumen del Atractivo de la industria

	3	2	1
Evaluación General de la Industria			
Evaluación General			

3: Atractivo Escaso

2: Atractivo Medio

1 Atractivo Elemental



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291

Sede: Norte Comisión: 5°A Turno: Noche

Negocio: MotoPoint Versión: 0.7

2.2. Análisis de la competencia

2.2.1. Principales competidores directos

Entre los competidores que comparten el alcance de mercado, alcance de producto, alcance geográfico encontramos los enumerados a continuación:

Competidor 1: MOTODATA

Según su sitio web operaron durante 5 años (2004-2009) pero actualmente sigue estando activa poniendo el foco en la publicación y venta de unidades. Esta compañía se encuentra en una desventaja competitiva con lo que hoy podemos encontrar en MercadoLibre.

También comparten información, videos y una galería de fotos

Tiene presencia en twitter y facebook.

Su alcance geográfico es la República Argentina.

Sitio Web: <http://www.motodata.com.ar/index.php>

The screenshot shows the homepage of the Motodata website. At the top, there's a large banner featuring a motorcycle engine with wings. Below it, the Motodata logo is displayed. The main navigation menu includes links for Clasificados, Repuestos, Publicá tu Moto, Precios Motos, Noticias de Motos, Comparativos, Presentaciones, Motoclubes, Galerías de Fotos, Videos, Información General, Anuncie aquí, Calendario, and Contacto. There's also a search bar and a "Peli Flash" button. On the left, a sidebar for "Clasificados" allows users to search by segment, brand, model, and location. The central content area features a news article about the Suzuki V-Strom 1000 with a date of 01.02.2014 and a "Presentación" link. Below it is another news item about the Honda CRF250R 2014 with a date of 20.11.2013 and a "Presentación" link. To the right, there's a sidebar titled "¡Imperdibles!" listing various Kawasaki models. At the bottom, there are links for "mercado shops", "facebook", and "twitter". A "Las más votadas del mes" section is also visible.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Competidor 2: MOTO CLUB CABALLEROS DEL CAMINO ARGENTINA

Moto Club Caballeros del camino Argentina se encuentra en el mercado desde el año 1996. En esos años se vendieron una gran cantidad de motos y se realizaban encuentros todos los fines de semana.

Empezamos a viajar a todos esos encuentros y nos comenzamos a encontrar con gente de nuestra ciudad y de repente se abrió la idea de formar una agrupación como las que había en otras ciudades. Fue a principios de 1997 aproximadamente donde surge el no de Caballeros del Camino

A pesar de la cantidad de años que posee Moto Club, este canaliza su información por medio de un grupo/comunidad por la red social de Facebook. Cuentan con fotos, foro, videos y una cantidad de seguidores de 3300 aproximadamente.

Si bien son de la zona Balcarce 1567 barrio Saavedra Zárate.

El alcance geográfico de su emprendimiento es la República Argentina.

Sitio Web: <https://www.facebook.com/Moto-club-Caballeros-del-Camino-Argentina-143689501354/>

The screenshot shows the Facebook profile of 'Moto club Caballeros del Camino Argentina'. The profile picture is a logo featuring a motorcycle and the text 'CABALLEROS DEL CAMINO ARGENTINA'. Below the logo, there is a caption in Spanish: 'Moto club Caballeros del Camino Argentina'. At the bottom of the profile, there are navigation links for 'Inicio' and 'Información'. To the right of the profile, there is a large image of a campsite with several tents set up near a body of water. Below the image, there are standard Facebook interaction buttons: 'Me gusta', 'Compartir', '...', and 'Enviar mensaje'.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

2.2.2. Análisis de la cadena de valor

Para entender cuáles son las tareas que son llevadas a cabo por una empresa para agregar valor, utilizaremos la denominada cadena de valor descrita y popularizada por Michael Porter que cuenta con 5 actividades primarias apoyadas o auxiliadas por 4 actividades de carácter secundario.



2.2.2.1. CADENA DE VALOR (Propia)

MOTOPOINT

ACTIVIDADES PRIMARIAS:

- **Logística de Entrada:** como el producto el cual se desarrollará es de materia de software, los insumos el cual se necesitará serían nulo solo pequeñas compras de artículos de oficina.
- **Operaciones:** a nivel operativo dentro de nuestra empresa se encuentra el desarrollo de la plataforma como mejoras continuas, la plataforma será sometida a prueba de código y integración continua de la misma. En esta empresa el nivel operativo es de alto requerimiento tecnológico y especialización.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

- Logística de Salida: para nuestra empresa no se realizan entregas de productos, ya que nuestra plataforma es 100% digital. Para lo que son productos de brandy como chalecos y merchandising utilizaremos servicio de entrega vía correo argentino.
- Comercialización y Ventas: estrategias de marketing, social-marketing y publicidad serán claves para poder tener un ingreso al mercado con firmeza. Se realizarán alianzas estratégicas con talleres, comercios privados oficiales y organismos de clara representación en el área de moto vehículo como lo es ACA – Automóvil Club Argentino, con el fin de publicitar nuestros servicios y generar beneficios únicos para nuestros usuarios.
- Servicio Postventa: estar en constante contacto de la satisfacción de nuestros usuarios, sus quejas y reclamos como también así sus sugerencias, entender sus necesidades y buscar la fidelidad de estos mismos por medio de la calidad del servicio.

ACTIVIDADES SECUNDARIAS

- Infraestructura de la Empresa: nuestra dirección general realiza reuniones periódicas bimestrales, sobre la evolución de nuestro negocio, donde se transmite la importancia de nuestros clientes, siendo ellos la razón de negocio. Se comparten los objetivos y la visión de la empresa a futuro, para que todos los recursos humanos se sientan parte de ella.
- Gestión de Recursos Humanos: al poseer una estructura pequeña poseemos una cultura corporativa muy fuerte, con una comunicación simple. Incluiremos bajo demanda los profesionales necesarios para atender cada pedido según la característica de cada uno, como ser



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

programadores FrontEnd, Programadores BackEnd e
Licenciados en Marketing y publicidad.

- Desarrollo de Tecnología: pioneros en el desarrollo de una plataforma donde cada motoquero pueda realizar su actividad. Nuestra oficina poseerá todas las herramientas necesarias para que el desarrollo de la plataforma se realice de la forma indicada y en tiempo indicado, para los profesionales de Calidad de Satisfacción pueda realizar el estudio y seguimiento correspondiente.
- Compras: nuestro personal posee el equipamiento y herramientas necesarias para el desarrollo de la plataforma de software de alta calidad. En caso de no poseer el conocimiento sobre alguna tecnología específica enviamos a nuestros recursos a capacitarse de manera de mantener nuestra ventaja competitiva con las últimas tendencias en el mercado.

2.2.2.2. CADENA DE VALOR – MOTODATA

ACTIVIDADES PRIMARIAS:

- Logística de Entrada: no se mencionan la compra y venta de productos, el competidor es un sitio web el cual no posee ventas de productos propios sino servicios.
- Operaciones: la venta y publicación de unidades de moto vehículos es su Core principal, la confección de notas e información para los usuarios como el mantenimiento de la galería de fotos y la comunidad/foro son los aspectos operativos de dicho competidor.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

- Logística de Salida: tanto el publicador como comprador de las unidades de moto vehículos son los encargados de ponerse de acuerdo en la entrega y retiro de cada producto.
- Comercialización y Ventas: cuenta con un sitio web y publicación también en la red social Facebook y twitter, la plataforma es un medio por el cual contactarse no cobra por transacción, pero tampoco asume ningún tipo de responsabilidad por las operaciones efectuadas.
- Servicio Postventa: toda información de calidad sobre el área de publicación o venta, como a de los videos se comentan en el mismo foro del sitio el cual un “moderador” controla las publicaciones

ACTIVIDADES SECUNDARIAS

- Infraestructura de la Empresa: son 5 empleados quienes fundaron esta pequeña empresa, trabajan hace más de 14 años en el mercado. Su alcance de servicio es menor al que propone nuestro emprendimiento MOTOPPOINT, ya que solo comercializa motos vehículos y tiene un pequeño foro.
- Gestión de Recursos Humanos: no realizan gestión de recursos humanos, ya que como mencionado anteriormente, es una empresa fundada y formada por 5 empleados desde sus orígenes. No cuentan con staff en el área de marketing y publicidad no se generan ningún tipo de campañas publicitarias ni atención al usuario.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5° A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

- Desarrollo de Tecnología: no innovan en tecnología. Si sitio web esta desarrollado en tecnología antigua, sin conceptos de UX ni UI. Esta estática su ultimo Release a producción fue en el 2009
- Compras: no se especifican datos sobre sus proveedores de hosting, si existe una empresa complementaria. No se puede concluir la calidad del servicio que brindan dado el faltante de esta información.

2.2.2.3. CADENA DE VALOR – MOTO CLUB CABALLEROS DEL CAMINO ARGENTINA

ACTIVIDADES PRIMARIAS:

- Logística de Entrada: no se mencionan la compra y venta de productos, el competidor es un solo un grupo en la red social “Facebook” el cual no posee ventas de productos propios sino servicios.
- Operaciones: Mantener las publicaciones, videos de los eventos y fotos junto a la comunicación de las reuniones es el Core principal de dicho grupo, aun así, es enorme las limitaciones al no poseer ni quiera un sitio web propio.
- Logística de Salida: no se realizan ningún tipo de entrega de producto.
- Comercialización y Ventas: no posee sitio web, aunque sí portal de Facebook con 3400 “likes”, donde publican fotos y videos de las reuniones recientemente realizadas. No incluye información sobre alcance de algún producto ni precios relacionados al servicio que brinda.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5° A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

- Servicio Postventa: no se informan ventas por el portal web.

ACTIVIDADES SECUNDARIAS

- Infraestructura de la Empresa: la dirección declarada de su emprendimiento parece ser una casa/taller en la localidad de Zárate. Si datos sobre alguna estructura empresarial. No posee local comercial.
- Gestión de Recursos Humanos: S/D.
- Desarrollo de Tecnología: solo utilizan el portal brindado por "Facebook"
- Compras: S/D.

2.2.3. Definición de Factores Críticos de

Éxito (FCE) Factores Críticos de Éxito

Propios

- Tecnología: nuestra empresa se encuentra al día con las últimas tendencias en tecnología HTML5, CSS3, Bootstrap, JS y ASP.Net para poder desarrollar y mantener la plataforma de MOTOPPOINT.
- Prestación: brindamos un servicio integral, abarcamos rutas exclusivas y elegidas/votadas por los propios usuarios. Tenemos beneficios únicos en descuento de todo tipo para los usuarios de moto vehículos. Contamos también en darles la oportunidad de participar como influencer y que cualquier usuario pueda convertirse en un guía en su zona.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

- Habilidades Profesionales: nuestro equipo está formado por profesionales idóneos de las áreas necesarias para el desarrollo de una plataforma de software de alto performance como también la confección de las mejores rutas, mejor servicio a la calidad de uso de la plataforma como campañas publicitarias por todos medios de comunicación.
- Sistemas de Información y Herramientas Informáticas: dispondremos de un sistema de información que permitirá al usuario registrarse, suscribirse y participar de las rutas que desee. También tendrá la posibilidad de convertirse en un guía o referente. Tendrá al alcance diferentes tipos de beneficios por pertenecer como suscriptor.

Factores Críticos de Éxito MOTODATA

- Tiempo en el mercado: más de 14 años de experiencia en la comunidad de las motos.
- Repuestos: supo cómo mantener el negocio de repuestos aun con la aparición y crecimiento de las e-commerce como Olx y Mercadolibre.
- Publicación de casos de éxito: cuentan con casos de éxito publicados y referencias de clientes que adquirieron sus productos en su sitio web.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291

Sede: Norte Comisión: 5°A Turno: Noche

Negocio: MotoPoint Versión: 0.7

Factores Críticos de Éxito MOTO CLUB CABALLEROS DEL CAMINO ARGENTINA

- Opiniones: si bien el sistema de opiniones del portal de “Facebook” publicado no son muchas, las pocas que posee son excelentes 4,9 de 5.
- Publicación de casos de éxito: cuentan con casos de éxito publicados y referencias usuarias que ya vienen realizando eventos por dicho portal de “Facebook”.
- Amplitud organizando eventos: no solo organizan los sino también son parte de este.

2.2.4. Comparación de Factores Críticos de Éxito

Dirección General y de Recursos Humanos

Dirección General y de Recursos Humanos

	5	4	3	2	1
Dirección General y de Recursos Humanos					
Recursos Humanos					
Organización de la Gestión de Recursos Humanos					
Imagen Corporativa					

Actual



5: Gran Debilidad

4: Debilidad Leve

3 Equilibrado

4 Fortaleza Leve

5 Gran Fortaleza



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291

Sede: Norte Comisión: 5°A Turno: Noche

Negocio: MotoPoint Versión: 0.7

Organización Interna y Tecnología

Organización Interna y Tecnología

	5	4	3	2	1
Organización Interna y Tecnología					
Cultura Corporativa					
Estructura Organizacional					
Herramientas de Colaboración					
Asignación de Recursos y Control de Proyectos					
Desarrollo de nuevos servicios					
Selección de la Tecnología					

Actual



5: Gran Debilidad

4: Debilidad Leve

3 Equilibrado

4 Fortaleza Leve

5 Gran Fortaleza

Infraestructura y Ambiente

Infraestructura y Ambiente

	5	4	3	2	1
Infraestructura y Ambiente					
Oficinas					
Clima Laboral					

Actual



5: Gran Debilidad

4: Debilidad Leve

3 Equilibrado

4 Fortaleza Leve

5 Gran Fortaleza

Marketing y Ventas

Marketing y Ventas

	5	4	3	2	1
Marketing y Ventas					
Investigación de Mercado					
Imagen del Negocio					
Estrategias de Promoción y Publicidad					
Investigación de Servicios					

Actual



5: Gran Debilidad

4: Debilidad Leve

3 Equilibrado

4 Fortaleza Leve

5 Gran Fortaleza



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5° A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

2.2.5. Fortalezas y debilidades del negocio

2.2.5.1. Fortalezas

- Staff especializado necesario para el diseño, desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital.
- Conocimiento de las actividades del sector de moto vehículos.
- Equipo de profesionales cualificado, comprometido y fiel.
- Sistema de información propio y herramientas informáticas de diseño.
- Conocimientos fuertes en marketing y publicidad.
- Costos de operación bajos.
- Servicios atractivos e innovadores.
- Precios muy competitivos.

2.2.5.2. Debilidades

- Poca trayectoria en el mercado.
- No poseemos gran cantidad de alianzas estratégicas con talleres, comercios oficiales privados u entidades estatales, dado que nos encontramos en la etapa de iniciación del emprendimiento.
- No participamos de conferencias / congresos del sector.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

2.2.6. Grado de Fortalezas del Negocio

Grado de Fortalezas del Negocio

	3	2	1
Factores Críticos de Éxito			
Dirección General y de Recursos Humanos			
Organización Interna Tecnológica			
Infraestructura y Ambiente			
Marketing y Ventas			
Personal de Contacto			
Prestación			
Usuarios			

Actual



3: Fortaleza Baja

2: Fortaleza Media

1: Fortaleza Alta



3. Análisis FODA

3.1. Cuadro FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Staff especializado necesario para el diseño, desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital.• Conocimiento de las actividades del sector de moto vehículos.• Equipo de profesionales cualificado, comprometido y fiel.• Sistema de información propio y herramientas informáticas de diseño.• Conocimientos fuertes en marketing y publicidad.• Costos de operación bajos.• Servicios atractivos e innovadores.• Precios muy competitivos.	<ul style="list-style-type: none">• Poca trayectoria en el mercado.• No poseemos gran cantidad de alianzas estratégicas con talleres, comercios oficiales privados u entidades estatales, dado que nos encontramos en la etapa de iniciación del emprendimiento.• No participamos de conferencias / congresos del sector.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Se detecta el faltante de empresas dedicadas a las redes sociales destinadas a la recreación y fomentación de la industria de motos en la República Argentina.• Existen varios grupos de otras redes sociales extranjeras las cuales ya cuenta con miembros.• No se requiere grandes inversiones como tampoco gran espacio físico inicial para iniciar dicho emprendimiento.• El uso de las redes sociales ha crecido considerablemente en Argentina hacia un 22%.• El uso y fomentación de la plataforma incentivaría el mercado de la moto vehículo como el del turismo.	<ul style="list-style-type: none">• Si bien la estabilidad del dólar, moneda que sigue teniendo un posicionamiento fuerte en la economía argentina podría afectar en los valores no solo de la empresa sino también en la compra de las suscripciones para los clientes.• Caída de consumo e inflación.• Copiar el sitio es una clara amenaza ya que más de una empresa tendría los recursos capaces de copiar la plataforma.



Análisis de las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas

FORTALEZAS

- Staff especializado necesario para el diseño, desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital**

Nuestro equipo de profesionales ejerce la técnica de ingeniería y marketing diariamente, su objetivo es brindar los más altos niveles de calidad en el área de ingeniería y marketing publicitario para obtener el mayor beneficio. Están alineados a los objetivos de nuestra empresa y comprometidos con la misma.

- Conocimiento de las actividades del sector de moto vehículos**

Contamos dentro de nuestro equipo con un licenciado en comunicación y publicidad, quien guiará los esfuerzos y recomendara otros profesionales a ser involucrados (bajo demanda) para el diseño y confección de las campañas digitales que comercializaremos.

- Equipo de profesionales cualificado, comprometido y fiel**

Todos los profesionales de nuestro equipo y aquellos terceros que forman parte del equipo de trabajo (contratados bajo demanda) tienen formación universitaria, alineados a los objetivos y comprometidos con la empresa.

- Sistema de información propio y herramientas informáticas de diseño**

Contaremos con un sistema de información diseñado para ser funcional a nuestro negocio, permitirá la administración de eventos, rutas y ofertas como la participación de los mismos usuarios a través del sistema. Nuestros programadores diseñaran las diferentes vidas con las cuales interactúan los distintos usuarios.

- Conocimientos fuertes en marketing y publicidad**

Exigimos a nuestros licenciados en marketing y publicidad que generen las mejores campañas y creen los perfiles de manera eficiente para poder hacer una llegada directa en el menor tiempo posible.

- Costos de operación bajos**

Al contratar el hosting donde estará el código fuente y al referirse a un producto que el valor agregado está en el software y la lógica de negocio, la empresa no enfrenta grandes costos a nivel operativo más que servicios comunes de una buena conexión a internet, energía, etc



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

- **Servicios atractivos e innovadores**

Al innovar con una plataforma única en el mercado, en tener organizado a un usuario el cual quiero conocer personas, vivir experiencias únicas y participar de una actividad recreativa, esto a la vez resultan atractivos e innovador.

- **Precios muy competitivos**

Al ofrecer muchos beneficios a favor de los usuarios ya sea en talleres o comercios como también organismos estatales y el costo de la suscripción sea de fácil acceso, esto genera un precio de adquisición de suscripción muy accesible para el usuario por lo que obtiene.

OPORTUNIDADES

- **Se detecta el faltante de empresas dedicadas a las redes sociales destinadas a la recreación y fomentación de la industria de motos en la República Argentina.**

Existen pocos competidores, por no decir casi ninguno que ofrezca el mismo alcance. La mayoría de los competidores locales solo poseen un portal web en redes sociales ya conocidas como por ejemplo "Facebook".

- **Existen varios grupos de otras redes sociales extranjeras las cuales ya cuenta con miembros**

En países más desarrollados como por ejemplo España, ya existe una idea como la presente no en su totalidad de servicios, pero si la idea de una red social el cual pueda concentrar usuarios para organizarlos un caso de éxito de esto es tumotoWeb quien ya cuenta con usuarios activos. Esto sería de gran ayuda para reforzar alianzas y ayudar a fomentar esta idea en el mercado interno Argentino.

- **No se requiere grandes inversiones como tampoco gran espacio físico inicial para iniciar dicho emprendimiento.**

La inversión más grande sería la de los sueldos para los empleados que inicien el proyecto, ya que hoy en día existen muchas facilidades para poder adquirir los productos de manera gratuita (en muchos casos) o con costos accesibles, como pode ser hosting, adquisidores de DNS, Máquinas Virtuales, etc

Todo esto permite ahorrar también espacio, lo cual con una oficina pequeña en una zona aceptable de bajo precio inclusive de renta sería un gran lugar para iniciarse.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

- **El uso de las redes sociales ha crecido considerablemente en Argentina hacia un 22%.**

La inclusión de la tecnología de internet ha crecido con enormidad años tras año no solo en la Argentina sino de forma global, en el 2018 con respecto al 2017 hubo un crecimiento de un 22% de diferencia y se espera algo similar para el próximo año.

Hoy por hoy ya a comienzos del 2019 se realizan una enorme cantidad de operaciones por internet siendo esto imposible de considerar como alternativa.

- **El uso y fomentación de la plataforma incentivaría el mercado de la moto vehículo como el del turismo.**

Según se ha mencionado se espera que para los próximos años se incentive la venta de moto vehículos, manteniendo controlado el precio de las unidades haciendo inclusión de piezas nacionales esto dejara al alcance la adquisición de diferentes unidades.

Al incentivar el uso de la plataforma no solo se activará la industria del automotor sino también la del turismo, la cual está fuertemente ligada a las experiencias propuestas por casi todos los eventos de clubes de moto.

DEBILIDADES

- **Poca trayectoria en el mercado.**

Nuestra empresa solo cuenta con trayectoria de unos pocos meses en la industria de las redes sociales. Nuestro portfolio de usuarios es reducido ya que al igual que en el caso de la industria, nuestra penetración en el mercado es todavía limitada dado el poco tiempo en el mercado. Nuestra empresa está en las primeras etapas de desarrollo y crecimiento.

- **No poseemos gran cantidad de alianzas estratégicas con talleres, comercios oficiales privados u entidades estatales, dado que nos encontramos en la etapa de iniciación del emprendimiento.**

Alianzas estratégicas con organismos similares a ACA - Automóvil Club Argentino, nos permitirá una penetración más fuerte en el mercado. En la actualidad no contamos con muchas de ellas, por lo que dificulta en términos de recomendación y confianza la llegada a nuestros usuarios.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

- **No participamos de conferencias / congresos del sector.**
Nuestra falta de participación en convenciones, foros y reuniones del sector dificulta la llegada de nuestro servicio a futuros usuarios. El respaldo a partir de la participación en estas actividades nos permitirá ampliar nuestro portfolio de usuarios, un ejemplo de este sería Organizar MeetUps en Buenos Aires, Mendoza y Córdoba.

AMENAZAS

- **Si bien la estabilidad del dólar, moneda que sigue teniendo un posicionamiento fuerte en la economía argentina podría afectar en los valores no solo de la empresa sino también en la compra de las suscripciones para los clientes.**
El cambio de gobierno implementó medidas que parecen estables, pero el tema de la estabilidad del dólar no es un tema nuevo en la argentina, los costos pueden verse afectados para la empresa como el poder adquisitivo para los futuros clientes/usuarios.
- **Caída del consumo e inflación.**
La caída del consumo es un indicador, a seguir de cerca, la inflación creciente de los últimos meses, y la reducción del poder adquisitivo, son factores económicos que combinados significan un impacto en todas las industrias, incluyendo a la del automotor, turismo y desarrollo de software, en donde MOTOPPOINT se encuentra inmersa.
- **Copiar el sitio es una clara amenaza ya que más de una empresa tendría los recursos capaces de copiar la plataforma.**
Se tendrá que contemplar que más de una empresa que tenga con recursos en el área profesional de Tecnología, en las disciplinas de desarrollo de software podría copiar la plataforma digital.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

4. Segmentación

Realizaremos una segmentación del mercado de consumidores. El mercado seleccionado dentro de los usuarios de moto vehículos se centrará principalmente en el sexo masculino, ya que cuenta con una presencia superior como a clases media, media alta y alta. Buscaremos direccionar correctamente tanto la publicidad como el diseño de los servicios.

4.1. Criterios de Segmentación

RENTABILIDAD

En el momento en tan solo Buenos Aires se cuenta con más de 3 millones de moto vehículos patentados y cada día esta cifra está creciendo por el cambio económico - cultural que la población Argentina afronta, de los cuales la mayoría buscan hacer mejor uso de su medio de transporte y economizar costos pero seguir disfrutando de la realización de viajes que caracteriza la cultura Argentina

Pensando ya con el bolsillo, la tenencia de una moto vehículo podría implicar un gasto mensual que arranca en los \$850 pesos si se trata de un seguro contra todo riesgo para unidades que van desde los 150cc a 250cc; se incrementa a \$1450 en el caso de las unidades que vayan desde los 400cc y superiores. Esto sería valores para unidades nuevas y sin considerar el valor del combustible ya que este depende del uso de la unidad.

El gasto promedio para mantener a una unidad de 0-150cc, es de \$700 considerando la compra de combustible estándar (combustible tipo super), para una unidad de 150-250cc este monto aumenta a \$850, para unidades de 300cc y superiores el monto es más elevado y asciende hasta los \$900. Accesorios y equipamiento extra (burbujas



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

porta equipajes, camperas de seguridad, galochas), no está contemplado en ese importe ya que todo esto abarca más un confort extra por parte del usuario el cual varía considerablemente y se considera un extra.

Esteban Lafuente, menciona lo siguiente:

Subirse a una moto en vez de a un auto tiene, para muchos, una justificación por el bolsillo. Con modelos económicos que arrancan en los \$ 13.000 y scooters o motos de baja cilindrada desde los \$ 25.000, la barrera de entrada al segmento es mucho menor en comparación con los autos, cuyos valores superan los \$ 200.000.

A su vez, los gastos de mantenimiento son más convenientes. A diferencia de un auto, que exige un desembolso superior a los \$ 800,

llenar el tanque de un scooter con nafta súper cuesta \$ 80. Con un uso regular de la moto (ir y volver del trabajo), esa carga puede durar más de 10 días, mientras que alcanza para una semana si se suman viajes extra (facultad, clases, club u otras actividades).

Para aquellos que prefieren no dejar la moto en la calle, el estacionamiento también es más barato. Si el costo diario de una cochera en el Centro para un auto puede costar alrededor de \$ 500, una moto paga solo \$ 135.

Lo mismo ocurre con el peaje. Tomando como referencia el nuevo cuadro tarifario del Acceso Oeste, un auto paga \$ 55 en el horario 'congestión (de 7 a 9 sentido a Capital, de 17 a 19 sentido a Provincia), mientras que una moto tiene que pagar \$ 25.

Los costos fijos también son menores. Si bien los valores pueden variar ampliamente según las diferentes características de la



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

póliza, un seguro contra todo riesgo para una moto económica ronda los \$ 500 por mes, mientras que en el caso de un auto chico esa cifra se eleva por encima de los \$ 1000. Con el pago de la patente la situación es similar. La cifra bimestral para una moto pequeña ronda los \$ 500, mientras que los autos superan ese monto.¹⁴

ACCESIBILIDAD

El mercado de servicio al que buscamos acceder es de fácil acceso ya que existen un gran interés en el mercado y cada día crece más.

El mercado digital es en una parte necesaria del día a día, facilitando así la manera en que vivimos de mil y un formas posibles en el mundo actual. La tecnología hoy en día ha tenido un importante impacto en nuestras vidas y en la sociedad, ya que además de ser útil, se ha convertido en algo necesario para el crecimiento de las cosas, bien sea en el área personal, en la educación, y especialmente en el área del mercado. Los nuevos avances han dado paso a innovaciones que permiten lograr la adquisición y retención de clientes mediante estrategias, técnicas, aplicaciones, dando lugar a lo que conocemos como el Mercado Digital y todo gracias al Internet.

Considerado como el mayor avance de todos los tiempos, el internet ha permitido que las empresas grandes y pequeñas logren innovar sus productos y/o servicios dentro de un mercado lleno de competencia, usando distintas tendencias tales como la muy famosa "Long Tail".¹⁵

¹⁴ <https://www.lanacion.com.ar/2016906-cuanto-cuesta-mantener-una-moto-por-mes>

¹⁵ <http://socialmedialideres.com.ve/importancia-del-mercado-digital-hoy-dia/>



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

MEDIBLE

Si bien los datos en la República Argentina escasean, no es difícil obtener una idea general de lo que representa este mercado. Es posible y no representa gran complejidad segmentar este mercado, teniendo en cuenta que con los datos demográficos y geográficos existentes en la República Argentina y en conjunción con datos del CAMFAM – Cámara Argentina de fabricantes de moto vehículos, se puede medir fácilmente la extensión de este mercado.

Como se mencionó anteriormente solo en Buenos Aires hay patentadas más de 3 millones de moto vehículos.

CAPACIDAD DE RESPUESTA

Existe capacidad de respuesta de parte del mercado en algunas zonas más que en otras, debido a la distribución de patentamientos oficiales en las diferentes provincias, la cual varia significativamente.

Otro factor clave es la categoría de las zonas para poder entender y determinar las distintas clases sociales con sus poderes adquisitivos, las cuales obviamente son distintas según las zonas donde se ubiquen.

Por cuestiones obvias, centraremos nuestros esfuerzos en los estratos ABC1, C2 y C3 de la pirámide social, ya que consideramos son quienes pueden acceder con su poder adquisitivo a los servicios que ofrece nuestro negocio.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

4.2. Variables de Segmentación

4.2.1. Segmentación Geográfica

Según datos provistos por el INDEC, referentes al censo realizado en el año 2010, el 58% de la población se concentra entre la provincia de Buenos Aires (15.625.084 habitantes), la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2.890.151 habitantes), la provincia de Córdoba (3.308.876 habitantes) y la provincia de Mendoza (1.738.929 habitantes).

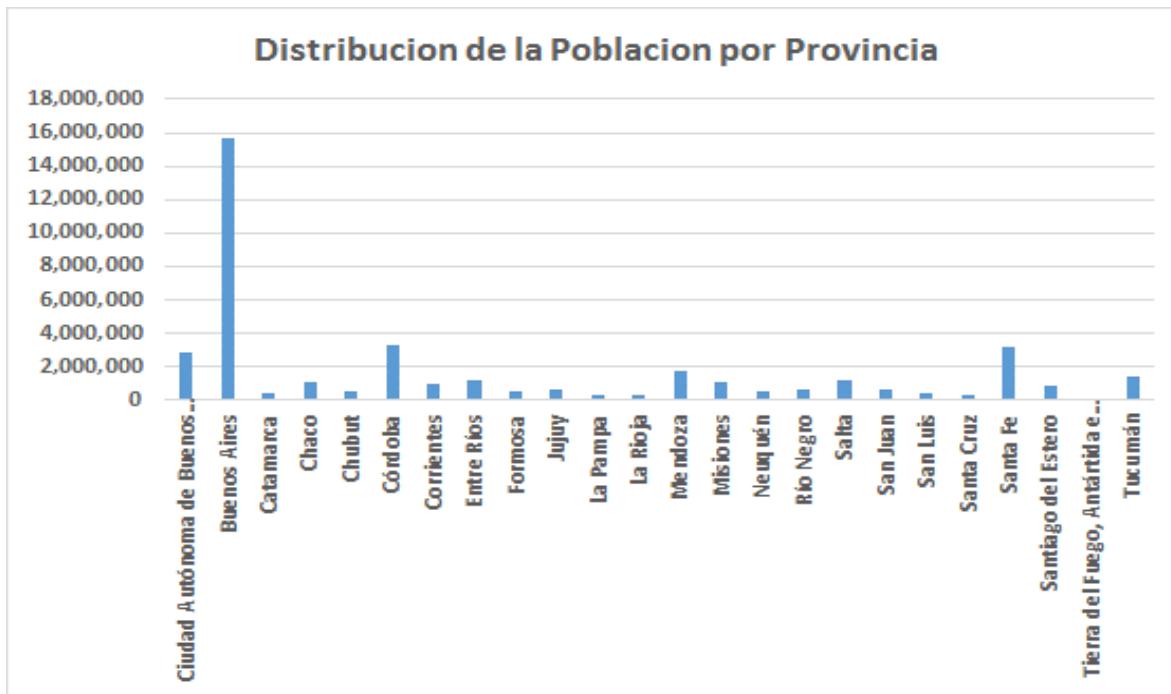
Provincia	Total
Total	40,117,096
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	2,890,151
Buenos Aires	15,625,084
24 partidos del Gran Buenos Aires	9,916,715
Interior de la provincia de Buenos Aires	5,708,369
Catamarca	367,828
Chaco	1,055,259
Chubut	509,108
Córdoba	3,308,876
Corrientes	992,595
Entre Ríos	1,235,994
Formosa	530,162
Jujuy	673,307
La Pampa	318,951
La Rioja	333,642
Mendoza	1,738,929
Misiones	1,101,593
Neuquén	551,266
Río Negro	638,645
Salta	1,214,441
San Juan	681,055
San Luis	432,310
Santa Cruz	273,964
Santa Fe	3,194,537
Santiago del Estero	874,006
Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur	127,205
Tucumán	1,448,188



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Por la cercanía, ya que los emprendedores de este negocio somos originarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, haremos foco principal en la Provincia de Buenos Aires y en la Ciudad de Buenos Aires, siendo también que ambas concentran el 46% de la población total de la República Argentina.

La distribución de la población en la República Argentina se puede apreciar claramente en la gráfica debajo.¹⁶



¹⁶ <http://www.indec.gov.ar/bajarCuadroEstadistico.asp?idc=1AB56EC1F5B31311B2ADF922AC44F512F326A7DC22D9EBD31E122F3B0AC7D8115DFEDA720BB18DA2>



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Tecnología Informática

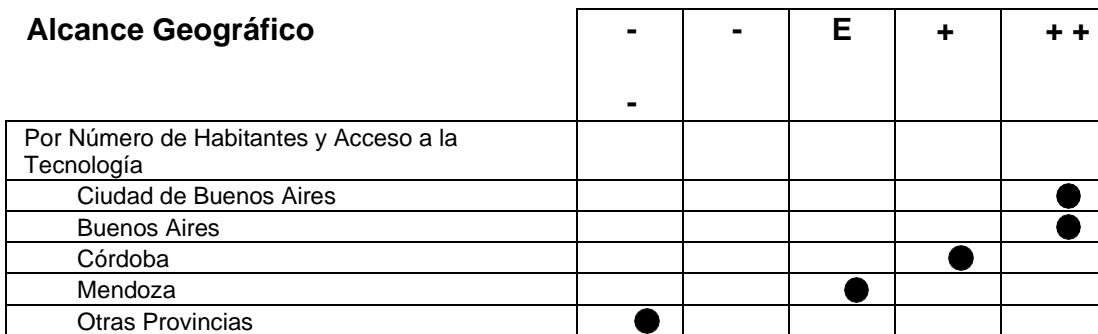
Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291

Sede: Norte Comisión: 5°A Turno: Noche

Negocio: MotoPoint Versión: 0.7

En base a la distribución de la población, es por ello que hemos definido con anterioridad el alcance de mercado siguiente:



4.2.2. Segmentación Demográfica

Por Edad

Nos enfocaremos en los usuarios de motos del área del Gran Buenos Aires – Argentina, en un segundo plano a Córdoba y Mendoza, tanto hombres y mujeres, enfocando en el grupo masculino por ser la mayoría dentro del segmento de motovehículos, mayores de edad con intereses en diferentes contenidos e información sobre motos y la realización de viajes en grupo por el país en diferentes temporadas del año, que puedan adquirir las membresías ofertadas con MOTOPPOINT.

En lo que respecta a los grupos de población por edad apuntaremos principalmente a la población entre los 18 y los 64 años que son quienes representan la mayor probabilidad de conocernos a través de nuestra solución tecnológica publicada en Internet.

UNIVERSIDAD ABIERTA
INTERAMERICANAUNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Este segmento excluye a los menores de edad. (15 a 17 años)

Provincia	Total			
	Grupo de edad			
	Total	0-14	15-64	65 y más
Total	40,117,096	10,222,317	25,790,131	4,104,648
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	2,890,151	472,511	1,943,569	474,071
Buenos Aires	15,625,084	3,876,553	10,077,275	1,671,256
24 partidos del Gran Buenos Aires	9,916,715	2,487,778	6,440,229	988,708
Interior de la provincia de Buenos Aires	5,708,369	1,388,775	3,637,046	682,548
Catamarca	367,828	107,452	231,404	28,972
Chaco	1,055,259	320,407	661,406	73,446
Chubut	509,108	135,575	335,782	37,751
Córdoba	3,308,876	805,512	2,133,846	369,518
Corrientes	992,595	291,482	623,110	78,003
Entre Ríos	1,235,994	324,299	784,742	126,953
Formosa	530,162	166,980	326,120	37,062
Jujuy	673,307	195,946	428,702	48,659
La Pampa	318,951	79,236	203,922	35,793
La Rioja	333,642	93,101	216,633	23,908
Mendoza	1,738,929	446,011	1,114,540	178,378
Misiones	1,101,593	358,271	673,982	69,340
Neuquén	551,266	146,617	368,431	36,218
Río Negro	638,645	165,714	418,594	54,337
Salta	1,214,441	378,596	750,903	84,942
San Juan	681,055	195,588	426,265	59,202
San Luis	432,310	120,466	274,175	37,669
Santa Cruz	273,964	77,004	182,400	14,560
Santa Fe	3,194,537	746,051	2,072,165	376,321
Santiago del Estero	874,006	276,468	530,403	67,135
Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur	127,205	34,844	87,504	4,857
Tucumán	1,448,188	407,633	924,258	116,297

Por Sexo

En lo que respecta a la segmentación por sexo, si bien poseemos información referente a ello, nuestros servicios apuntan tanto hombres como mujeres, no distingue sexo.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7	

Solo a modo informativo, la distribución entre varones y mujeres en la República Argentina es prácticamente equitativa, siendo que está compuesta en un 51% por mujeres y un 48% de varones.

Provincia	Varones			
	Grupo de edad			
	Total	0-14	15-64	65 y más
Total	19,523,766	5,195,096	12,654,528	1,674,142
Provincia	Mujeres			
	Grupo de edad			
	Total	0-14	15-64	65 y más
Total	20,593,330	5,027,221	13,135,603	2,430,506

El uso de TICs según edad y sexo

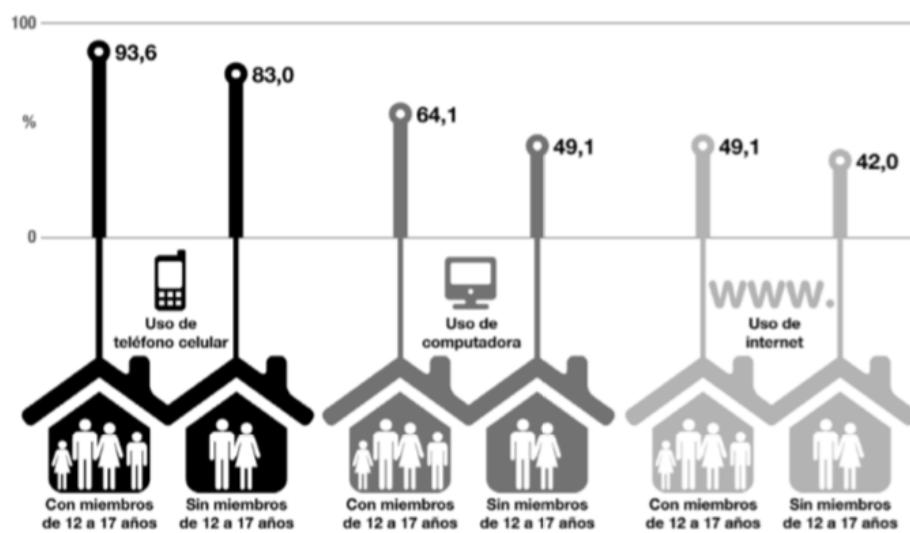
Entre las variables incluidas, la edad es una de las que muestra mayores variantes en relación a las tres tecnologías. Los grupos de edad muestran diferencias muy importantes en el uso de las distintas tecnologías.

Entre los 30 y los 39 años las personas hacen mayor uso del teléfono celular que en los demás grupos etarios, aunque también se advierte su empleo extendido en los grupos de 20 a 29 años y de 40 a 49 años.

Los más jóvenes, es decir la población que tiene entre 10 y 19 años, representan el grupo que más emplea la computadora e Internet, incluso es en el único caso en que la utilización de ambas tecnologías supera a la de celular.

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

La diferencia en la utilización de telefonía celular entre hombres y mujeres es estrecha, los hombres se encuentran por encima de las mujeres en solamente 1,2 puntos porcentuales. No obstante, se observa una diferencia de alrededor de 4 puntos porcentuales de los hombres por encima de las mujeres en lo que respecta a uso de computadora y uso de Internet.¹⁷



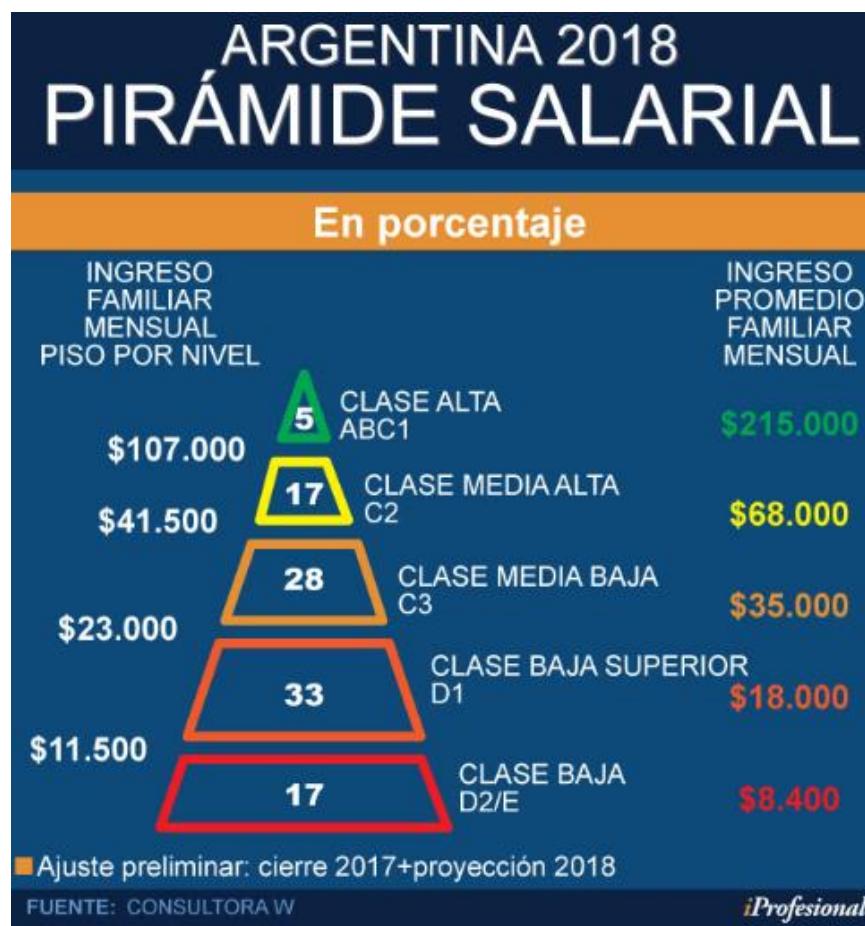
Fuente: INDEC, Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (ENTIC) 2011.

¹⁷ www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/entic_10_15.pdf

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

4.2.3. Segmentación Socioeconómica

En base a información provista por una consultora privada de renombre (“iProfesional”), la pirámide social en la República Argentina está compuesta por los siguientes estratos sociales y su correspondiente salario promedio mensual expresado en pesos argentinos.



Centraremos nuestros esfuerzos de marketing en los estratos ABC1, C2 y C3 de la pirámide social, ya que consideramos son quienes pueden acceder con su poder adquisitivo a los productos que ofrece nuestro negocio.

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

4.3. Definición de Mercado Meta

El estudio de segmentación realizado en los puntos anteriores nos permite realizar la definición del mercado meta.

En lo que respecta a la segmentación geográfica y como hemos indicado anteriormente nuestro foco principal serán la provincia de Buenos Aires (15.625.084 habitantes), la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2.890.151 habitantes), la provincia de Córdoba (2.890.151 habitantes) y la provincia de Mendoza (1.738.929 habitantes).

Entre estas tres provincias más la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se concentra el 53% de la población de la República Argentina.

Ubicación Geográfica	Total	% Población Total Argentina
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	2,890,151	6.49%
Provincia de Buenos Aires	15,625,084	35.10%
Provincia de Córdoba	3,308,876	7.43%
Provincia de Mendoza	1,738,929	3.91%

Este 53% representa un total de población de:

Total Población (E, +, ++)	23,563,040
----------------------------	------------

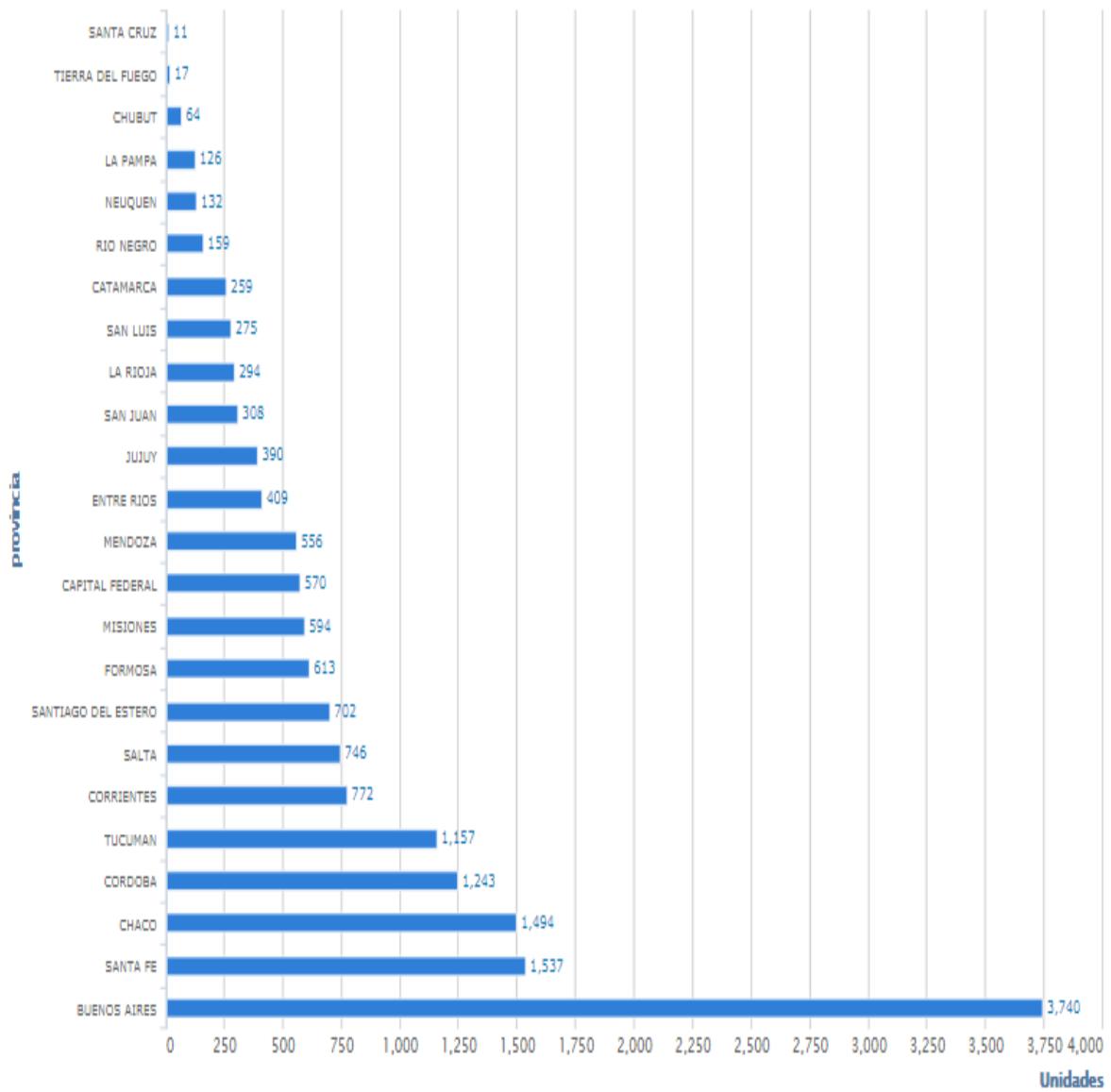
De ese total de familias, teniendo en cuenta la pirámide social de la República Argentina y el promedio salarial, hemos determinado que solo los segmentos ABC1, C2 y C3 podrán acceder a los productos y servicios que ofrecemos.

Según CAFAM la cantidad de patentamientos realizados a la fecha en las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza acumulan un total de 5.539.000 (millones) de moto vehículos en el parque activo.

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Patentamientos MOTOVEHÍCULOS

Fuente: DNRPA

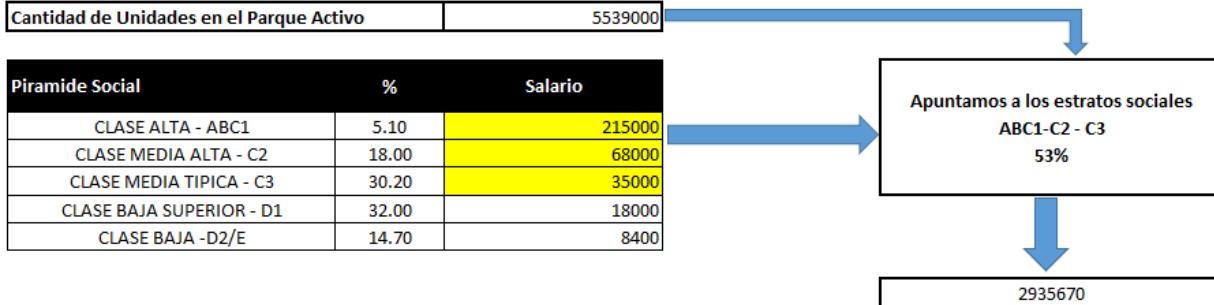


De este análisis se obtiene por resultado que el número de unidades en el parque activo dentro de las provincias al que apuntamos vender nuestros servicios es de 2.935.670 unidades.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7



Podemos determinar que estamos hablando de un total de 2.935.040 unidades.

Cantidad de Unidades Nuevas Estimadas **2,935,670**

Del universo de 2.935.670 unidades, debemos tener en cuenta que este es el número de unidades nuevas las cuales tendríamos que sumarle las unidades usadas las cuales darán como resultado la cantidad de unidades que son potenciales usuarios para adquirir de nuestros servicios.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

Según la Dirección Nacional de los Registros de la Propiedad Automotor (DNRPA) en Buenos Aires hay casi 2 millones de moto vehículos en circulación, luego le sigue Mendoza 848.090 y Córdoba 812.205.¹⁸

Cantidad de Unidades Usadas	3,660,295
-----------------------------	-----------

Cantidad de Unidades Usadas Estimadas	1,939,957
---------------------------------------	-----------

En base a esto el mercado de moto vehículos al que apuntamos se resume en un estimativo de:

Cantidad de Unidades Estimadas Totales	4,875,627
--	-----------

Teniendo en cuenta que el gasto por mes de una familia tipo, en % - productos/servicios masivos para el hogar está determinada por:

¹⁸ <http://www.diarionorte.com/article/148940/el-chaco-tiene-mas-de-360000-motos-en-circulacion-esta-quinto-en-el-ranking-nacional->

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	
Versión: 0.7	

GASTOS POR MES DE UNA "FAMILIA TIPO"

En % - productos masivos y para el hogar



TOTAL
\$8.441,99

comestibles:	\$2.899,20
carnes:	\$2.569,19
prod. limpieza:	\$601,07
frutas y verduras	\$1.044,70
bebidas:	\$1.327,83

alimentos
& varios



Se puede considerar que del número estimado del parque activo (el cual incluye unidades nuevas y usadas) con un numero de 4.875.627 dentro de lo que es el 53% de la población (la cual contempla la clase más alta de la Argentina) estos destinan el 35% por ciento está destinado a servicios personales.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

Según la cámara La Cámara Argentina de Internet (Cabase) informó que, en agosto (2018), a través de los 27 IXP Regionales (Internet Exchange Points) que integran su red nacional, se interconectaron más de 12.500.000 usuarios de Internet en Argentina, generando un tráfico de datos que superó los 260 Gbps sostenidos. El volumen de tráfico sostenido alcanzado en agosto significa un crecimiento del orden del 85% respecto de las métricas de fin de 2016.

Estableciendo que el 80% del tráfico de Argentina está concentrado en Netflix, Facebook y Youtube.¹⁹

Considerando los valores de las suscripciones de estas plataformas:

Escoge un plan y ve lo quieras en Netflix.			
	Comienza tu mes gratis		
	BÁSICO	ESTÁNDAR	PREMIUM
El precio después de un mes gratis termina el 9/11/15	USD7.99	USD9.99	USD11.99
HD disponible.	✗	✓	✓
Ultra HD (donde esté disponible)	✗	✗	✓
Pantallas en las que puedes ver al mismo tiempo	1	2	4
Ve en tu laptop, TV, teléfono y tableta	✓	✓	✓
Películas y series ilimitadas	✓	✓	✓
Cancela en cualquier momento.	✓	✓	✓
El primer mes es gratis	✓	✓	✓

¹⁹ <https://www.totalmedios.com/nota/33032/google-facebook-y-netflix-se-llevan-el-80-del-trafico-de-internet-en-argentina>



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

YouTube

	YouTube Premium	YouTube Music Premium
YouTube Music	\$119	\$99
Música sin anuncios	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Reproducción en segundo plano	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Descargas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
YouTube		
Videos sin anuncios	<input checked="" type="checkbox"/>	
Reproducción en segundo plano	<input checked="" type="checkbox"/>	
Descargas	<input checked="" type="checkbox"/>	
Todos los YouTube Originals	<input checked="" type="checkbox"/>	

Facebook, solo cobra por campaña no por uso de la plataforma.

Se definió comparando el valor de las suscripciones de las plataformas digitales más concurridas en el territorio Argentino, teniendo en cuenta los diferentes alcances (de servicio, mercado, geográfico) y así también teniendo presente los objetivos de captación de usuarios definidos. (Un valor de \$80, como mínimo para mercado meta en la suscripción de entrada al mercado)

Total del Mercado Meta 390,050,160

\$



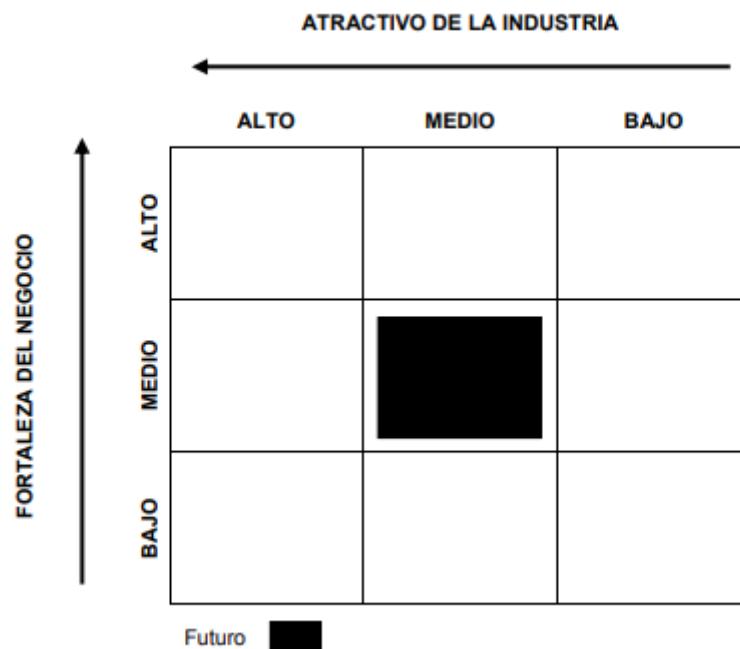
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	
Versión: 0.7	

5. Estrategia de Negocios

5.1. Matriz Atractivo de la Industria / Fortaleza del Negocio

A continuación, identificaremos los distintos objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo, para focalizar nuestro plan de acción sobre ellos y poder auto evaluarlos en función de haberlos cumplido o no y de qué manera los realizamos.

Como primera medida mostraremos el posicionamiento del negocio en la Matriz Atractivo de la industria / Fortaleza del negocio.



Lo reflejado en la matriz nos indica que nuestro plan de acción debe enfocarse en la especialización e invertir en forma selectiva en los segmentos definidos, apuntando a un posicionamiento futuro con niveles medios para el atractivo de la industria y en cuanto a la fortaleza del negocio.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5° A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.2. Definición de Programas Generales de Acción

Los programas generales de acción que se delinearán a continuación son necesarios para definir la estrategia de negocios requerida para cumplir con los objetivos de la organización. En el presente plan de negocios se definen los siguientes planes generales de acción:

Programas Generales de Acción

- Programa Estratégico de Administración
- Programa Estratégico de Servicio
- Programa Estratégico de Marketing
- Programa Estratégico de Comercial
- Programa Estratégico de Tecnología

A posterior, para cada uno de estos, se definirán los correspondientes planes específicos de acción, los cuales cumplirán la función de brindar soporte a los generales.



UNIVERSIDAD ABIERTA
INTERAMERICANA

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

5.2.1. Programa General de Administración

Programa Estratégico de Administración	
Descripción:	
El plan estratégico de administración comprende los lineamientos de las actividades referente a la gestión de los recursos humanos y materiales, la coordinación y ejecución de los procesos referentes a los circuitos administrativos, de modo que sean ejecutados de forma eficiente. Entre los círculos administrativos de la empresa, se encuentran el circulo ventas, pagos, cobranzas y contabilidad.	
Directivo Responsable	
Socio Gerente	
Fecha Inicio	
15 de Abril 2019	
Fecha Fin	
15 de Abril 2020	
Indice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título	
Cumplimiento de Objetivos = Objetivos Cumplidos / Objetivos Definidos CO = (OC / OD) %	
Periocidad	
Trimestral	
Targets	
OC / OD > 80% = Satisficho 80% > OC / OD >= 60% = Buenos 60% > OC / OD >= 50% = Regular OC / OD < 50% = Malo	
Indicador 2	
Título	
Crecimiento Estructura Organizacional = Estructura Actual / Estructura Inicial CEO = (EA / EI) %	
Periocidad	
Anual	
Targets	
EA / EI > 50% = Satisficho 50% > EA / EI >= 25% = Buenos 25% > EA / EI >= 0% = Regular EA / EI < 0% = Malo	



5.2.2. Programa General de Marketing

Programa General de Marketing

Descripción:

Los lineamientos del programa estratégico de Marketing concentraran los esfuerzos en el desarrollo de estrategia de precios, nuevos servicios, promociones y publicidad en los diferentes medios y canales con el fin de posicionar nuestro servicio frente a nuestros competidores. Estos alineamientos harán foco principal en la calidad e innovación de nuestros servicios, contribuirán a diferenciarnos significativamente de la competencia.

Directivo Responsable

Socio Gerente

Fecha Inicio

15 de Abril 2019

Fecha Fin

15 de Abril 2020

Indice(es) Clave(s) de gestión

Indicador 1

Título

Crecimiento de Cliente = Cantidad de Clientes Nuevos / Cantidad Anterior Total de Clientes

CC = (CCN/CCA) %

Periodicidad

Trimestral

Targets

CCN / CCA >= 50% = Satisfecho

50% > CCN / CCA >= 25% = Buenos

25% > CCN / CCA >= 0% = Regular

CCN / CCA < 10% = Malo

Indicador 2

Título

Crecimiento de Ventas = (Σ de ventas en \$ (Trimestre Posterior / S de ventas en \$ (Trimestre Anterior)) CV = (CVP / CVA) %

Periodicidad

Trimestral

Targets

VPA / CVA >= 150% = Satisfecho

150% > VPA / CVA >= 125% = Buenos

125% > VPA / CVA >= 110% = Regular

VPA / CVA < 110% = Malo



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería | Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo | Legajo: A0910057291

Sede: Norte | Comisión: 5°A | Turno: Noche

Negocio: MotoPoint | Versión: 0.7

5.2.3. Programa General de Comercial

Programa General Comercial	
Descripción:	
Los lineamientos del programa estratégico de comercialización centrarán los esfuerzos en el desarrollo de una estructura para la captación de usuarios clientes y comercialización de productos, y así detectar nuevas oportunidades de negocio. El canal de comercialización será la Web.	
Directivo Responsable	
Socio Gerente Comercial	
Fecha Inicio	
15 de Abril 2019	
Fecha Fin	
15 de Septiembre 2019	
Indice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título	
Porcentaje de concreción de operaciones = Cantidad de ventas / Cantidad de Publicaciones $CO = (CV/CP) \%$	
Períocidad	
Trimestral	
Targets	
$CV/CP > 65\% = \text{Satisfactorio}$ $CV/CP \geq 55\% \text{ y } < 65\% = \text{Bueno}$ $CV/CP \geq 40\% \text{ y } < 55\% = \text{Regular}$ $CV/CP < 40\% = \text{Malo}$	
Indicador 2	
Título	
Crecimiento de Clientes = Cantidad de Clientes Nuevos / Cantidad Anterior Total de Clientes $CC = (CCN / CCA) \%$	
Períocidad	
Trimestral	
Targets	
$CCN / CCA \geq 50\% = \text{Satisfecho}$ $50\% > CCN / CCA \geq 25\% = \text{Buenos}$ $25\% > CCN / CCA \geq 10\% = \text{Regular}$ $CCN / CCA < 10\% = \text{Malo}$	



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5° A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.2.4. Programa General de Tecnología

Programa General de Tecnología	
Descripción:	
El programa estratégico de Tecnología define los alineamientos referentes a los requerimientos de hardware y Software con el fin de garantizar la disponibilidad de la solución tecnológica que permitirá la registración adecuada de los resultados referentes a la ejecución de los procesos administrativos en conjunto con los procesos de marketing de nuestro negocio. Como la continua actualización de la plataforma digital según amerite el mercado.	
Directivo Responsable	
Socio Gerente	
Fecha Inicio	
15 de Abril 2019	
Fecha Fin	
15 de Diciembre 2019	
Indice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título	
Disponibilidad del Sistema = Tiempo Disponible / Tiempo Total DS = (TD / TT) %	
Períocidad	
Trimestral	
Targets	
TD / TT >= 98 % = Satisfactorio 98% > TD / TT >= 95% = Bueno 95% > TD / TT >= 90% = Regular TD / TT < 90% = Malo	
Indicador 2	
Título	
RTO = Tiempo de Recuperación del Sistema	
Períocidad	
Trimestral	
Targets	
RTO < 6 horas = Satisfactorio 6 horas <= RTO < 8 horas = Bueno 8 horas <= RTO < 9 horas == Regular RTO > 9 horas = Malo	



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.2.5. Programa General de Servicio

Programa Estratégico de Servicio	
Descripción:	El plan estratégico de servicio comprende los lineamientos de las actividades referente a la planificación e investigación de las rutas y eventos. La asignación y seguimiento de los expertos. También está a cargo de coordinar las actividades de dichos eventos como las ofertas y vínculos con los proveedores.
Directivo Responsable	
Socio Gerente	
Fecha Inicio	15 de Abril 2019
Fecha Fin	15 de Abril 2020
Indice(es) Clave(s) de gestión	Indicador 1
Título	Cumplimiento de Objetivos = Objetivos Cumplidos / Objetivos Definidos CO = (OC / OD) %
Períocidad	Trimestral
Targets	OC / OD > 80% = Satisfactorio 80% > OC / OD >= 60% = Bueno 60% > OC / OD >= 50% = Regular OC / OD < 50% = Malo
Indicador 2	
Título	Calidad de Respuesta = Solicitudes Cerradas / Solicitudes Totales CR = (SC / ST) %
Períocidad	Anual
Targets	SC / ST > 50% = Satisfactorio 50% > SC / ST >= 25% = Bueno 25% > SC / ST >= 0% = Regular SC / ST < 0% = Malo



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5° A
Negocio: MotoPoint	
Versión: 0.7	

5.2.6. Vínculos de los Programas Generales de Acción con FODA

	ADMINISTRACIÓN	SERVICIO	MARKETING	COMERCIALIZACIÓN	TECNOLOGÍA
Fortalezas					
Staff especializado necesario para el diseño, desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital.					■
Conocimiento de las actividades del sector de moto vehículos.	■	■			■
Equipo de profesionales cualificado, comprometido y fiel.		■	■	■	■
Sistema de información propio y herramientas informáticas de diseño.	■				■
Conocimientos fuertes en marketing y publicidad.		■	■		
Costos de operación bajos.	■			■	■
Servicios atractivos e innovadores.		■	■	■	■
Precios muy competitivos.			■	■	
Debilidades					
Poca trayectoria en el mercado	■	■	■	■	
No poseemos gran cantidad de alianzas estratégicas con talleres, comercios oficiales privados u entidades estatales, dado que nos encontramos en la etapa de iniciación del emprendimiento.	■	■	■	■	
No participamos de conferencias / congresos del sector.	■	■	■		
Oportunidades					
Se detecta el faltante de empresas dedicadas a las redes sociales destinadas a la recreación y fomentación de la industria de motos en la República Argentina.		■	■	■	
Existen varios grupos de otras redes sociales extranjeras las cuales ya cuenta con miembros.		■	■	■	
No se requiere grandes inversiones como tampoco gran espacio físico inicial para iniciar dicho emprendimiento.	■	■	■		
El uso de las redes sociales ha crecido considerablemente en Argentina hacia un 22%.		■	■		■
El uso y fomentación de la plataforma incentivaría el mercado de la moto vehículo como el del turismo.		■	■		
Amenazas					
Si bien la estabilidad del dólar, moneda que sigue teniendo un posicionamiento fuerte en la economía argentina podría afectar en los valores no solo de la empresa sino también en la compra de las suscripciones para los clientes.	■	■	■	■	
Caída de consumo e inflación.		■	■	■	



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Copiar el sitio es una clara amenaza ya que más de una empresa tendría los recursos capaces de copiar la plataforma.

--	--	--	--	--

5.2.7. Definición de Programas Específicos de Acción

5.3 Programas Específicos de Administración

Programas Específicos para Administración

Programa Específicos de Acción Pagos
Programa Específicos de Acción Compras
Programa Específicos de Acción Cobranzas
Programa Específicos de Acción Contabilidad
Programa Específicos de Acción Recursos Humanos



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería | Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo | Legajo: A0910057291

Sede: Norte | Comisión: 5°A | Turno: Noche

Negocio: MotoPoint | Versión: 0.7

5.3.1 Programa Específico de acción de Pagos

Programa Específico de acción #1	
Pagos	
Descripción:	
El programa específico de pagos comprende los pagos a ser realizados a proveedores, personal interno y terceros, organismos del estado, etc	
Tareas	
Pago a los proveedores. Pago de Impuesto a Organismos del Estado. Efectuar el pago de servicios a entidades privadas y del estado. Efectuar pago de haberes a personal interno y terceros. Rendiciones de pago. Administración de caja chica.	
Responsable	
Responsable de Administración	
Equipo de Trabajo	
Tesorero	
Fecha Inicio	
01 de Abril 2019	
Fecha Fin	
30 de Abril 2019	
Indice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título	
Estado de Pagos = Pagos Efectuados / Pagos Totales $EP = (PE / PT) \%$	
Periodicidad	
Mensual	
Targets	
PE / PT > 90% = Satisficho 90% > PE / PT >= 80% = Buenos 80% > PE / PT >= 70% = Regular PE / PT < 70% = Malo	
Indicador 2	
Título	
Estado de Caja = Caja Total / Σ Monto Adeudado EC = (TC / MA)%	



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Turno: Noche
	Versión: 0.7

Periodicidad
Mensual
Targets
EC >= 95% = Satisficho
95% > EC >= 80% = Buenos
80% > EC >= 70% = Regular
EC < 70% = Malo

5.3.2 Programa Específico de acción de Compras

Programa Específico de acción #2	
Compras	
Descripción:	
El programa específico de compras compe las tareas necesarias para la adquisición de productos, artículos de oficina e insumos como también todos aquellos bienes necesarios para la articulación de las funciones y actividades que comprende nuestro negocio.	
Tareas	
Selección de proveedores. Negociación de precios con proveedores. Búsqueda de nuevos Proveedores. Seguimiento de órdenes de compra. Devoluciones.	
Responsable	
Responsable de Administración (Socio Gerente)	
Equipo de Trabajo	
Encargado de Compras	
Fecha Inicio	
01 de Abril 2019	
Fecha Fin	
30 de Abril 2019	
Indice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título	
Por proveedor Recepción = Órdenes de Compras Recepcionadas / Órdenes de Compra Solicitadas RECEP = (OCR / OCS)%	



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Periodicidad
Trimestral
Targets
OCR / OCS > 95% = Satisficho 95% > OCR / OCS >= 90% = Buenos 90% > OCR / OCS >= 70% = Regular OCR / OCS < 70% = Malo
Indicador 2
Título
Por proveedor Cierre de OC en Término = Tiempo Real de Cierre / Tiempo Esperado de Cierre (TrCO / TeCO) %
Periodicidad
Trimestral
Targets
TrCO / TeCO > 90% = Satisficho 90% > TrCO / TeCO >= 80% = Buenos 80% > TrCO / TeCO >= 60% = Regular TrCO / TeCO < 60% = Malo



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.3.3 Programa Específico de acción de Cobranzas

Programa Específico de acción #3	
Cobranzas	
Descripción:	
El plan específico de cobranzas tiene como objetivo la ejecución del circuito administrativo de cobranzas y las funciones asociadas al cobro de facturas, provenientes de las ventas (de membresías y productos) a los clientes de MOTOPONT.	
Tareas	
Seguimiento de facturas pendientes de pago. Rendición de facturas (cobro al cliente). Cobro de pagos de cliente. Depósito de Cheques. Actualización de Saldos y Control de Deudores.	
Responsable	
Responsable de Administración (Socio Gerente)	
Equipo de Trabajo	
Tesorero	
Fecha Inicio	
01 de Abril 2019	
Fecha Fin	
30 de Abril 2019	
Indice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título	
Porcentual de Facturas Cobradas = Total de Facturas Cobradas / Total de Facturas Emitidas $FC = (TFC / TFE)\%$	
Periocidad	
Mensual	
Targets	
TFC / TFE > 95% = Satisficho 95% > TFC / TFE >= 90% = Buenos 90% > TFC / TFE >= 70% = Regular TFC / TFE < 70% = Malo	
Indicador 2	
Título	
Clientes Deudores (<15 días, entre 15 y 30 días, entre 30 y 60 días, mayor a 60 días)	



UNIVERSIDAD ABIERTA
INTERAMERICANA

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	
Versión: 0.7	

Periodicidad

Mensual

Targets

Clientes Deudores <= 15 dias = 70% (Porcentaje Esperado) 15
dias < Clientes Deudores <= 30 dias = 15 % (Porcentaje Esperado)
30 dias < Clientes Deudores <= 60 dias = 10% (Porcentaje Esperado)
Clientes Deudores > 60 dias = 5% (Porcentaje Esperado)

5.3.4 Programa Específico de acción de Contabilidad

Programa Específico de acción #4	
Contabilidad	
Descripción:	
El programa específico de contabilidad abarca las tareas financiero-contables llevadas a cabo para reflejar el flujo de dinero entrante y saliente del negocio, con el fin de contar con un balance financiero preciso para la toma de decisiones de dirección del negocio a futuro.	
Tareas	
Liquidación de haberes. Liquidación de impuesto. Confección del libro diario y mayor. Elaboración de balances. Confección de informes contables. Impuesto a las ganancias. Ingresos Brutos. Tramite Varios (AFIP, Rentas)	
Responsable	
Responsable de Administración (Socio Gerente)	
Equipo de Trabajo	
Terciarización de Estudio Contable	
Fecha Inicio	
01 de Abril 2019	
Fecha Fin	
30 de Abril 2019	
Índice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título	
Liquidez Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente $L = (AC / PC)$	



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería | Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo | Legajo: A0910057291

Sede: Norte | Comisión: 5°A | Turno: Noche

Negocio: MotoPoint | Versión: 0.7

Periodicidad

Mensual

Targets

L >= 1,2 = Satisficho

1,2 > L >= 1 = Buenos

1 > L >= 0,8 = Regular

L < 0,8 = Malo

Indicador 2

Título

Rotación de Cartera = Ventas / Cuentas por Cobrar RC = (V / CC)%

Periodicidad

Mensual

Targets

RC >= 90% = Satisficho

90% > RC >= 80% = Buenos

80% > RC >= 75% = Regular

RC < 75% = Malo

5.3.5. Programa Específico de acción de Recursos Humanos

Programa Específico de acción #5

Recursos Humanos

Descripción:

El programa específico de recursos humanos abarca las tareas de administración de personal, proceso de búsqueda, selección y contratación.

Tareas

Reclutamiento de nuevos empleados

Selección de Candidatos a contratar

Contratación de personal

Administración de Personal

Vencimientos de contrato y desvinculaciones

Responsable

Responsable de Administración (Socio Gerente)

Equipo de Trabajo

Consultora de RRHH tercerizada

Fecha Inicio

01 de Abril 2019

Fecha Fin

30 de Abril 2019



UNIVERSIDAD ABIERTA
INTERAMERICANA

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	
Versión: 0.7	

Indice(es) Clave(s) de gestión

Indicador 1

Título

Costo de Contratación = Costos de reclutamiento / (Remuneración + Beneficios)

$$CC = (CR / RB)$$

Periodicidad

Mensual

Targets

$AC / PC > 1$ = Satisfactorio

$AC / PC \geq 0.9$ y < 1 = Bueno

$AC / PC > 0.7$ y < 0.9 = Regular

$AC / PC < 0.7$ = Malo

Indicador 2

Título

Rendimiento de Contratación = (Cantidad de Candidatos que Avanzaron a la siguiente etapa / total de Candidatos Entrevistados en la etapa actual)

$$RC = (CA / CE) \%$$

Periodicidad

Trimestral

Targets

$CA / CE > 70\%$ = Satisfactorio

$CA / CE \geq 60\%$ y $< 70\%$ = Bueno

$CA / CE \geq 50\%$ y $< 60\%$ = Regular

$CA / CE < 50\%$ = Malo



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.4. Programas Específicos de Marketing

Programas Específicos para Marketing

Programa Específicos de Acción de Precios

Programa Específicos de Acción Servicios

Programa Específicos de Acción Promoción

Programa Específicos de Acción Plaza



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5° A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.4.1 Programa Específico de acción de Precio

Programa Específico de acción #1	
Precio	
Descripción:	
El programa específico de Precio se centrará en el análisis integral de costos internos, precios de la competencia, aranceles de terceros y la rentabilidad deseada de MOTOPONT, con el fin de mantener liderazgo competitivo frente a nuestros competidores, siendo la calidad de nuestro servicio el diferencial principal, frente a un precio promedio del mercado.	
Tareas	
Revisión y análisis de costo de las membresías (Servicio, calidad de servicio vs ofertas). Costo u tarifa de la membresía. Costo de aranceles profesionales. Propuestas de reducción de costos a gerencia general. Análisis de lista de precios de la competencia. Definición de precios. Fijación de márgenes Mínimos. Definir Aceptación actual de precios en base a ventas realizadas.	
Responsable	
Responsable de Marketing (Socio Gerente)	
Equipo de Trabajo	
Encargados de Marketing	
Fecha Inicio	
01 de Abril 2019	
Fecha Fin	
30 de Agosto 2019	
Indice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título	
Cantidad de Ventas = Cant.Ventas Precio Nuevo / Cant. Ventas Precio Anterior $CV = (CVPN / CVPA) \%$	
Períocidad	
Mensual	
Targets	
$CVPN / CVPA \geq 35\% = \text{Satisfactorio}$ $35\% > CVPN / CVPA \geq 20\% = \text{Buenos}$ $20\% > CVPN / CVPA \geq 15\% = \text{Regular}$ $CVPN / CVPA < 15\% = \text{Malo}$	



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.4.2 Programa Específico de acción de Servicio

Programa Específico de acción #2	
Servicios	
Descripción: El plan específico de servicios centrase los esfuerzos, en el entendimiento de los cuales servicios, representan una necesidad en nuestros clientes para satisfacer la necesidad de ellos, así brindar un amplio servicio con mayor calidad día a día.	
Tareas Identificación de necesidades de los consumidores. Desarrollo de nuevas líneas de servicios. Definir criterios de calidad para aceptación de los servicios (durabilidad planeada). Definir situación de servicios comercializados actualmente. Definición de continuidad de servicios vigentes. Entendimiento de que servicios necesita el cliente, que no están siendo comercializados. Definir aceptación de los clientes.	
Responsable Responsable de Marketing (Socio Gerente)	
Equipo de Trabajo	
Encargados de Marketing	
Fecha Inicio 01 de Abril 2019	
Fecha Fin 30 de Agosto 2019	
Indice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título	
Por Servicio Porcentual de Ganancia = Ganancia por Producto / Ganancias Totales $PG = (GP / GT) \%$	
Períocidad	
Mensual	
Targets	
$GP / GT \geq 15\% = \text{Satisfactorio}$ $15\% > GP / GT \geq 10\% = \text{Buenos}$ $10\% > GP / GT \geq 5\% = \text{Regular}$ $GP / GT < 5\% = \text{Malo}$	



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Indicador 2

Título

Por Servicio

Porcentual de Ventas = Ventas por Producto / Ventas Totales

$$PV = (VP / VT) \%$$

Periodicidad

Mensual

Targets

$VP / VT \geq 15\% = \text{Satisficho}$

$15\% > VP / VT \geq 10\% = \text{Buenos}$

$10\% > VP / VT \geq 5\% = \text{Regular}$

$VP / VT < 5\% = \text{Malo}$

5.4.3 Programa Específico de acción de Promoción

Programa Específico de acción #3

Promoción

Descripción:

El plan específico de promoción comprende la construcción de alianzas estratégicas con talleres, comercios oficiales, entidades del gobierno y agencias de turismo para promocionar los servicios que MOTOPPOINT brinda. Se proveerá a estos socios estratégicos, de material informativo sobre nuestros productos y servicios asociados, así también el merchandising de la marca, para que nuestra marca quede registrada en la retina del consumidor. Participaremos de eventos y congresos referentes a el turismo y sobre club de motos para hacer conocidos día a día.

Tareas

Definición de publicidad en redes sociales (Youtube, Facebook, Instagram, Twitter).

Participación en eventos y congresos idóneos.

Folletería informativa para cada tienda y comercio u entidad.

Envío de boletines digitales informativos a cada cliente.

Mediciones de Imagen de la empresa.

Capacitación de la fuerza de venta y promoción.

Responsable

Responsable de Marketing (Socio Gerente)

Equipo de Trabajo

Encargados de Marketing

Fecha Inicio

01 de Abril 2019



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería | Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo | Legajo: A0910057291

Sede: Norte | Comisión: 5°A | Turno: Noche

Negocio: MotoPoint | Versión: 0.7

Fecha Fin

30 de Agosto 2019

Indice(es) Clave(s) de gestión

Indicador 1

Título

Por red social

Porcentual de Seguidores = Seguidores Red Social / Seguidores Total Redes

PSpR = (SR / STR)%

Periodicidad

Mensual

Targets

SR / STR > 15% = Satisficho

15% > SR / STR >= 10% = Buenos

10% > SR / STR >= 5% = Regular

SR / STR < 5% = Malo

Indicador 2

Título

Por canal de ventas

Porcentual de Ventas por Canal en \$ = (Ventas Canal de Ventas \$ / Ventas Totales \$)% VC = (VC / VT) %

Periodicidad

Mensual

Targets

VC / VT >= 25% = Satisficho

25% > VC / VT >= 17% = Buenos

17% > VC / VT >= 8% = Regular

VC / VT < 8% = Malo



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería | Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo | Legajo: A0910057291

Sede: Norte | Comisión: 5°A | Turno: Noche

Negocio: MotoPoint | Versión: 0.7

5.4.4 Programa Específico de acción de Plaza

Programa Específico de acción #4	
Plaza	
Descripción:	
El programa de plaza define los canales de venta a través de los cuales se comercializarán nuestros productos/servicios. Al ser una empresa 100% digital, cualquier tipo de distribución ya sea merchandising u otro tipo de producto corporativo se contratará a un tercero, como lo puede ser correo Argentino.	
Tareas	
Definir importancia de canal de venta por tipo de servicio. Estudio de vínculos estratégicos con empresas asociadas al mercado de moto vehículos. Identificación de empresas de distribución para nuestros productos de brandy u merchandising.	
Responsable	
Responsable de Marketing (Socio Gerente)	
Encargados de Marketing	
Encargados de Ventas	
Fecha Inicio	
01 de Abril 2019	
Fecha Fin	
30 de Agosto 2019	
Indice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título	
Por punto de Venta Porcentual de Ventas por Punto de Venta en \$ = (Ventas por Punto de Venta \$ / Ventas Totales \$) $PVpV = (VPv / VT) \%$	
Períocidad	
Mensual	
Targets	
$VPv / VT \geq 20\% = \text{Satisfecho}$ $20\% > VPv / VT \geq 12\% = \text{Buenos}$ $12\% > VPv / VT \geq 8\% = \text{Regular}$ $VPv / VT < 8\% = \text{Malo}$	



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.5. Programas Específicos Comercial

Programas Específicos Comercial

Programa Específicos de Acción de Ventas

Programa Específicos de Acción Pots-Venta



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.5.1 Programas Específico de acción de Ventas

Programa Específico de acción #1	
Ventas	
Descripción: Contempla el aseguramiento de calidad de los servicios de venta y post-venta de Publicaciones, manteniendo una relación estrecha con el cliente y su correspondiente seguimiento. El servicio post-venta es exclusivamente de soporte al cliente	
Tareas Administración de clientes y atención personalizada. Administración de ventas Emisión de facturas de servicio Asesoramiento de productos y servicios	
Responsable Responsable de Comercialización (Socio Gerente)	
Equipo de Trabajo Encargados de Comercialización	
Fecha Inicio 01 de Abril 2019	
Fecha Fin 30 de Agosto 2019	
Indice(es) Clave(s) de gestión Indicador 1	
Título Cumplimiento de Facturación = Facturación Realizada / Facturación Esperada $CF = (FR / FE) \%$	
Periodicidad Trimestral	
Targets FR / FE > 90% = Satisfactorio FR / FE >= 80% y < 90% = Bueno FR / FE > 70% y < 80% = Regular FR / FE < 70% = Malo	
Indicador 2 Título	
 Cantidad de Ventas = Cantidad de Ventas Real / Cantidad de Ventas Esperadas $CV = (VR / VE) \%$	



Periodicidad

Mensual

Targets

(NCF-NCN) / NCI > 90% = Satisfactorio
(NCF-NCN) / NCI >= 80% y < 90% = Bueno
(NCF-NCN) / NCI >= 70% y < 80% = Regular
(NCF-NCN) / NCI < 70% = Malo

5.5.2 Programas Específico de acción de Post-Venta

Programa Específico de acción #2

Post-Venta

Descripción:

El programa específico de acción de Post-Venta del plan estratégico de Comercialización, centrará los esfuerzos en la fidelización de los clientes, con el objetivo de garantizar su lealtad hacia nuestra empresa a la hora de una nueva necesidad o elección en recurrir a un grupo o medio para socializarse con otros. Consistirá en todos aquellos esfuerzos antes, pero con un mayor foco en luego de cada venta o adquisición de membresía.

Tareas

Recepción de consultas y sugerencias vía telefónica, email o por el web site.

Recepción de reclamos.

Medición de satisfacción del cliente.

Redefinición de productos (adaptación del servicio).

Definición de legales y scope de las membresías.

Responsable

Responsable de Comercialización (Socio Gerente)

Equipo de Trabajo

Encargados de Comercialización

Fecha Inicio

01 de Abril 2019

Fecha Fin

30 de Agosto 2019

Indice(es) Clave(s) de gestión

Indicador 1

Título

Por producto

% de Reclamos = Reclamos / Ventas Totales de Producto

RT = (R / VTP)%



UNIVERSIDAD ABIERTA
INTERAMERICANA

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Periodicidad

Mensual

Targets

R / VTP <= 20% = Satisficho

20% < R / VTP <= 30% = Buenos

30% < R / VTP <= 40% = Regular

R / VTP > 40% = Malo

Indicador 2

Título

Porporcion de Post-Venta = Post-Venta \$ / Ventas \$

PPV = (PV / V)%

Periodicidad

Mensual

Targets

PV / V >= 30% = Satisficho

30% > PV / V >= 20% = Buenos

20% > PV / V >= 12% = Regular

PV / V < 12% = Malo



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.6. Programas Específicos de Tecnología

Programas Específicos para Tecnología

Programa Específicos de Acción de Hardware

Programa Específicos de Acción Software

Programa Específicos de Acción Telecomunicaciones



UNIVERSIDAD ABIERTA
INTERAMERICANA

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería | Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo | Legajo: A0910057291

Sede: Norte | Comisión: 5°A | Turno: Noche

Negocio: MotoPoint | Versión: 0.7

5.6.1. Programa Específico de acción de Hardware

Programa Específico de acción #1	
Hardware	
Descripción: El programa específico de Hardware centrara los lineamientos referentes a las herramientas tecnológicas necesarias para el negocio de MOTOPONT. Se busca contar con 1 servidor para el hosting de la plataforma. 1 Base de datos para poder hacer la gestión de datos de la plataforma, unos 10 ordenadores personales, 1 impresora y dispositivos de interconexión de red local.	
Tareas Relevamiento de características de hardware necesarios para el negocio. Implementación y configuración de los equipos de tecnológicos. Mantenimiento y verificación operativo del equipamiento. Relevamiento de los equipos necesarios a tercia rizar (hosting web)	
Responsable Responsable de Tecnología (Socio Gerente)	
Equipo de Trabajo	
Encargados de Hardware	
Fecha Inicio 01 de Abril 2019	
Fecha Fin 30 de Agosto 2019	
Indice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título Disponibilidad del servidor (HW) = Tiempo Disponible / Tiempo Total DSH = (TD / TT)%	
Periocidad	
Mensual	
Targets	
TD / TT >= 98% = Satisficho 98% > TD / TT >= 95% = Buenos 95% > TD / TT >= 90% = Regular TD / TT > 90% = Malo	



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería | Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo | Legajo: A0910057291

Sede: Norte | Comisión: 5°A | Turno: Noche

Negocio: MotoPoint | Versión: 0.7

5.6.2. Programa Específico de acción de Software

Programa Específico de acción #2

Sotware

Descripción:

El programa específico de software refiere a las herramientas / productos de software necesarios para el diseño computarizado de los productos a medida y la solución tecnológica de SW que apoye los procesos administrativos internos del negocio y la venta de servicios que comercializara MOTOPPOINT.

Tareas

Relevamiento del software de diseño requerido para el desarrollo de la plataforma.

Desarrollo de la solución de SW para los circuitos administrativos internos y venta.

Obtención de eventos.

Evaluación y exposición de nuevas rutas.

Exposición de Ofertas.

Site de Expertos.

Responsable

Responsable de Tecnología (Socio Gerente)

Equipo de Trabajo

Encargados de Software

Fecha Inicio

01 de Abril 2019

Fecha Fin

30 de Agosto 2019

Indice(es) Clave(s) de gestión

Indicador 1

Título

Desarrollo del Sistema de Software = Horas de Desarrollo Completado / Horas de Desarrollo Planificado DS = (DC / DP)%

Periodicidad

Mensual

Targets

DC / DP >= 96% = Satisficho

96% > DC / DP >= 90% = Buenos

30% > DC / DP >= 70% = Regular

DC / DP < 70% = Malo

Indicador 2

Título

Tiempo de Recuperación del Sistema = RTO < 8 horas

Periodicidad



UNIVERSIDAD ABIERTA
INTERAMERICANA

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA
Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería | Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo | Legajo: A0910057291

Sede: Norte | Comisión: 5°A | Turno: Noche

Negocio: MotoPoint | Versión: 0.7

Mensual

Targets

RTO < 6 horas = Satisfecho

6 horas < RTO < 8 horas = Buenos

8 horas < RTO < 9 horas = Regular

RTO < 9 horas = Malo

5.6.3. Programa Específico de acción de Telecomunicaciones

Programa Específico de acción #3

Telecomunicaciones

Descripción:

El programa específico de Telecomunicaciones comprende 2 aspectos:

-Enlace de Internet

-Red Interna en Local comercial de MOTOPOT.

Tareas

Relevamiento de características de red requeridas.

Selección de proveedor de internet.

Tendido de cableado.

Configuración de red y políticas de seguridad de las misma.

Responsable

Responsable de Tecnología (Socio Gerente)

Equipo de Trabajo

Encargados de Telecomunicaciones

Fecha Inicio

01 de Abril 2019

Fecha Fin

30 de Agosto 2019

Indice(es) Clave(s) de gestión

Indicador 1

Título

Disponibilidad de la Red = Disponibilidad Real / Disponibilidad Esperada

DR = (DRR / DER) %

Periodicidad

Mensual

Targets

DRR / DER >= 96% = Satisfecho

96% < DRR / DER >= 92% = Buenos

92% < DRR / DER >= 85% = Regular

DRR / DER < 85% = Malo

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

5.7. Programa Específico para Servicio

Programas Específicos para Servicio

Programa Específicos de Acción Evento
Programa Específicos de Acción Ofertas
Programa Específicos de Acción Actividades

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5° A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

5.7.1 Programa Específicos de Acción Evento

Programa Específico de acción #1	
Evento	
Descripción:	
El programa específico de eventos cumple las tareas necesarias para la formación y lanzamiento de eventos de corta, mediana y larga distancia, de eventos nacionales como internacionales. Eventos clásicos como premium. También está a cargo del estudio de las rutas. La formación y seguimientos de expertos.	
Tareas	
Selección de rutas estratégicas. Lanzamientos de Eventos de corta distancia. Lanzamiento de Eventos mediana distancia. Lanzamientos de Eventos larga distancia. Lanzamiento de Eventos Internacionales. Seguimiento y formación de Expertos.	
Responsable	
Responsable de Servicio (Socio Gerente)	
Equipo de Trabajo	
Encargado de Servicio	
Fecha Inicio	
01 de Abril 2019	
Fecha Fin	
30 de Abril 2019	
Indice(es) Clave(s) de gestión	
Indicador 1	
Título	
Por Rutas Aceptación Rutas = Rutas Establecidas/ Rutas Totales Lanzadas $AR = (RE / RTL) \%$	
Periocidad	
Trimestral	
Targets	
RE / RTL > 95% = Satisfecho 95% > RE / RTL >= 90% = Buenos 90% > RE / RTL >= 70% = Regular OCR / RE < 70% = Malo	

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Indicador 2

Título

Por Evento

Evento Finalizados = Eventos Concretados / Eventos Totales Lanzados

$$EF = (EC / ETL) \%$$

Periodicidad

Trimestral

Targets

EC / ETL > 90% = Satisficho

90% > EC / ETL >= 80% = Buenos

80% > EC / ETL >= 60% = Regular

EC / ETL < 60% = Malo

5.7.2 Programa Específicos de Acción Oferta

Programa Específico de acción	
Oferta	
Descripción:	El programa específico de ofertas cumple las tareas necesarias para la adquisición de descuentos, beneficios, convenios y descuentos con los proveedores. Talleres, Comercios Oficiales y tiendas de repuestos.
Tareas	<p>Selección de proveedores.</p> <p>Negociación de descuentos con proveedores.</p> <p>Negociación de beneficios con proveedores.</p> <p>Alianzas claves con proveedores.</p>
Responsable	Responsable de Servicio (Socio Gerente)
Equipo de Trabajo	Encargado de Servicio
Fecha Inicio	01 de Abril 2019
Fecha Fin	30 de Abril 2019
Indice(es) Clave(s) de gestión	Indicador 1

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Título
Por Beneficio Adquiridos por proveedor Aceptación Beneficio = Solicitudes Aceptadas / Solicitudes Enviadas $AB = (SA / SE) \%$
Periocidad
Trimestral
Targets
$SA / SE > 95\% = \text{Satisficho}$ $95\% > SA / SE \geq 90\% = \text{Buenos}$ $90\% > SA / SE \geq 70\% = \text{Regular}$ $SA / SE < 70\% = \text{Malo}$
Indicador 2
Título
Por Alianzas concretas por proveedor Cantidad Alianza = Alianzas Aceptadas / Alianzas Enviadas $CA = (AA / AE) \%$
Periocidad
Trimestral
Targets
$AA / AE > 90\% = \text{Satisficho}$ $90\% > AA / AE \geq 80\% = \text{Buenos}$ $80\% > AA / AE \geq 60\% = \text{Regular}$ $AA / AE < 60\% = \text{Malo}$

5.7.3 Programa Específicos de Acción Actividad

Programa Específico de acción #3	
Actividad	
Descripción:	El programa específico de actividades comprende las tareas necesarias para establecer actividades en el destino, origen y durante el proyecto, de interés para los usuarios clientes. Como propicias para el evento que se esté realizando.
Tareas	Selección de proveedores. Negociación beneficios con proveedores. Búsqueda de nuevos Proveedores. Registro de actividad de usuarios. Control de actividad satisfactoria por usuario.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Responsable
Responsable de Servicio (Socio Gerente)
Equipo de Trabajo
Encargado de Servicio
Fecha Inicio
01 de Abril 2019
Fecha Fin
30 de Abril 2019
Indice(es) Clave(s) de gestión
Indicador 1
Título
Por cantidad de Registrados Aceptación Usuario = Cantidad Registrados para Evento/ Cantidad total para Evento $AU = (CRE / CTE)\%$
Periocidad
Trimestral
Targets
CRE / CTE > 95% = Satisfecho 95% > CRE / CTE >= 90% = Buenos 90% > CRE / CTE >= 70% = Regular CRE / CTE < 70% = Malo

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A		Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

6. Estrategia de Marketing

6.1 Estrategia de servicio

Descripción general

MOTOPOINT, se dedica al diseño de eventos y rutas para los usuarios de moto vehículos, según las diferentes necesidades de los usuarios de la plataforma digital, también contara con el servicio de expertos, el cual convertirá a los usuarios frecuentes o con influencia para realizar el rol de influencer, también contara con una sección de ofertas y otra de actividades.

En lo que respecta a la creación de rutas, la misma podrá ser votada por medio de “likes”, las cuales cuando tenga un cierto grado de aceptación se lanzarán como evento “fijo”, en una primera etapa estos eventos serán los resultantes de una investigación de mercado exhaustiva para poder iniciar con una cantidad de eventos fijos y otros a ser seleccionados por el público.

Se comercializarán suscripciones (membresías) de acuerdo con las necesidades de los clientes.

Los productos serán desarrollados según las diferentes necesidades de los usuarios, teniendo en cuenta su participación en el medio, a cuál es de vital ayuda para ir ajustando no solo las ofertas sino también los futuros eventos.

Además de las membresías, que representan el núcleo de nuestro negocio, también las ofertas logradas con las alianzas estratégicas serán de suma importancia.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	<p align="center">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td style="width: 50%;">Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa</td></tr> <tr> <td>Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo</td><td>Legajo: A0910057291</td></tr> <tr> <td>Sede: Norte</td><td>Comisión: 5°A</td></tr> <tr> <td colspan="2">Negocio: MotoPoint</td></tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">Versión: 0.7</td></tr> </table>			Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa												
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291												
Sede: Norte	Comisión: 5°A												
Negocio: MotoPoint													
Versión: 0.7													

Así también, comercializaremos no solo suscripciones de ofertas y eventos, sino también el alcance de participación y grado de beneficios que obtengan los clientes.

6.1.2 Líneas y Mezclas de servicio

MOTOPOINT, como fue mencionado anteriormente, comercializa diversos servicios por medio de su plataforma digital. La profundidad de la línea de productos y el ancho de la mezcla está conformada de la siguiente manera, expuesto en el cuadro a continuación:

ANCHO DE LA MEZCLA DE SERVICIOS		
PROFUNDIDAD DE LAS LÍNEAS DE SERVICIOS	EVENTOS	OFERTAS
	EVENTOS CORTA DISTANCIA	OFERTAS CON TALLERES
	EVENTOS MEDIANA DISTANCIA	OFERTAS CON COMERCIOS MOTO VEHICULOS
	EVENTOS LARGA DISTANCIA	OFERTAS CON COMERCIOS TURISMO
	EVENTOS INTERNACIONALES	
	ACTIVIDADES SEGÚN EVENTO	
	RUTAS CUSTOM	
	EXPERTOS LOCALES	
	EXPERTOS GLOBALES	

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Línea Servicio Evento

La línea de eventos estará dividida en diferentes tipos de ventos propuestos según duración, categoría de membresía y tipo de evento. (Classic, Motos Custom, Chopper, Premium por ejemplo)

De la participación de los usuarios de la plataforma según las rutas propuestas se lanzarán estos eventos, de ellos surgirán usuarios destacados que se convertirán en expertos tanto locales como globales para aconsejar o sugerir como también motivar a los diversos usuarios.

Se organizarán eventos exclusivos con la participación de los proveedores oficiales para tener un acercamiento más directo entre usuarios y agencias oficiales.

Línea Servicio Ofertas

Se establecerán alianzas claves con proveedores del área de moto vehículos como comercios ódiales, los cuales pactaran diferentes beneficios a los cuales los usuarios de la plataforma podrán acceder según la membresía que posean.

Línea Servicios Actividad

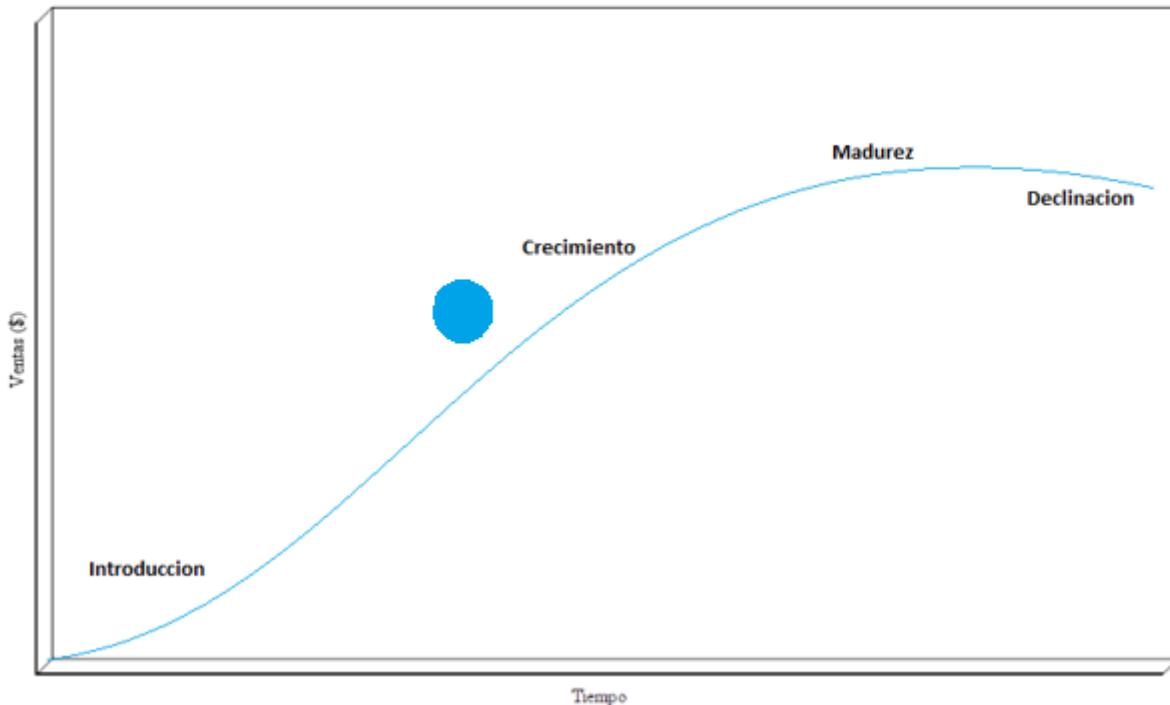
Se podrá acceder a diferentes actividades propuestas tanto en los orígenes, destinos o durante los trayectos de los eventos, estas actividades serán determinadas por el departamento de servicio según las estrategias conjunta con marketing y la experiencia de los usuarios como el tipo de evento e membresía de cada usuario de la plataforma.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa		
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291		
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche	
Negocio: MotoPoint			Versión: 0.7

6.1.3 Ciclo de Vida del Servicio

A partir del análisis realizado, se puede determinar que nuestros productos se encuentran en la etapa de CRECIMIENTO, ya que, si bien no es un producto nuevo, su implementación en Argentina o difusión es reciente, acompañado del crecimiento del uso de las redes sociales en los últimos años.

Haremos foco en esta etapa, en la construcción de relaciones públicas y alianzas estratégicas fuertes, continuando con las acciones referentes a publicidad de nuestros productos y de la marca.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Si tenemos en cuenta la posición de la marca en el ciclo de vida, se ofrecerá para iniciar cinco presentaciones de una categoría de servicios para iniciar el negocio que son los mencionados en el punto 6.1.2 y detallados en el punto 1.5.3 (alcance de servicios).

Se deberán hacer esfuerzos intensivos para atraer clientes, proveedores y fijar precios con la intención de buscar el equilibrio adecuado entre el servicio y los costos.

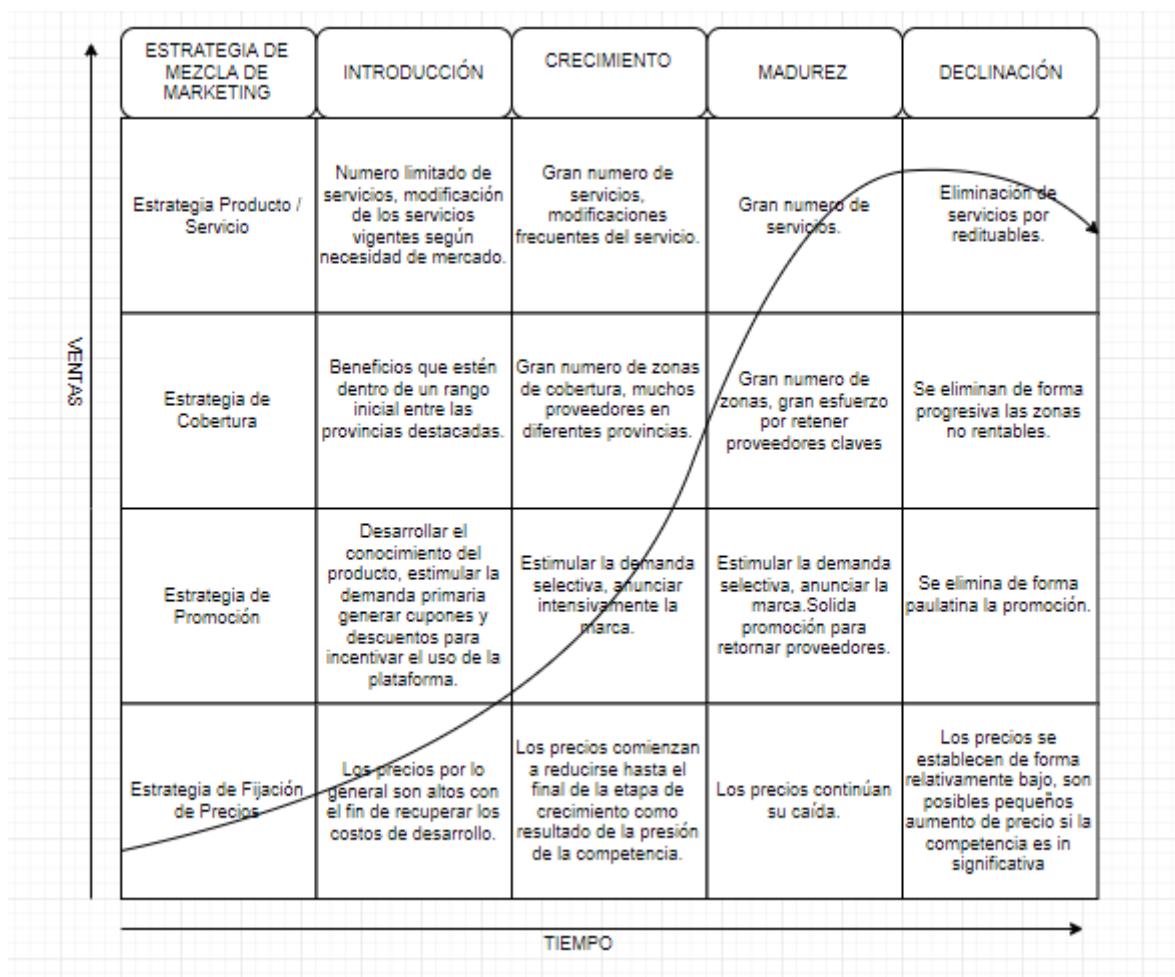
Por último, en cuanto a promoción, a través del asesoramiento, de la atención al cliente y de nuestro portal web y redes sociales podremos generar conciencia sobre nuestros servicios.

En esta etapa será fundamental la promoción y la calidad de atención al cliente para que vayan incrementándose las ventas desde la atracción del cliente y así conseguir llegar a una etapa de crecimiento a futuro.

Existen diferentes estrategias de marketing genéricas para cada ciclo de vida de servicios. Estas estrategias se dividen en estrategias de Producto/Servicio, Promoción y Fijación de precios, y entre éstas se destacan las siguientes:

- Diversidad limitada de servicios.
- Frecuentes modificaciones de servicio.
- Cobertura limitada, según el servicio.
- Esfuerzos intensivos y altos márgenes para atraer clientes.
- Desarrollar conciencia del servicio.
- Estimular la demanda primaria.
- Establecer precios con el fin de buscar el equilibrio entre servicio y costos.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7



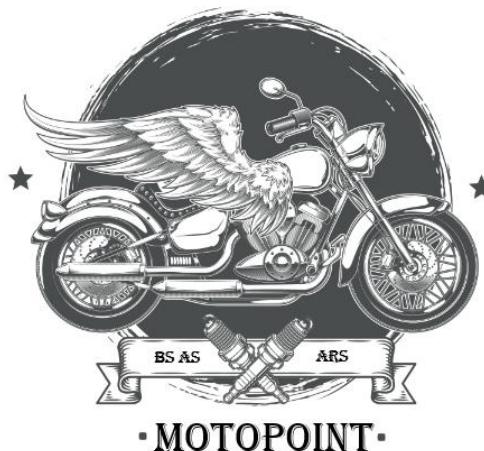
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

6.1.4 Marca

6.1.4.1 Descripción de la marca

Nuestra marca cuenta con características que identifican el tipo de servicio que brindamos. Procuramos que sea breve de pronunciar y fácil de recordar. Respecto al nombre “MOTOPOINT”, dentro de las primeras cuatro letras hacemos referencia a que estamos enfocados y luego a que es el sitio donde encontrar lo relacionado a nuestros productos. Un sitio o punto donde encontrarse entre los aficionados.

6.1.4.2 Logotipo



En cuanto al logo de la marca, contiene una moto clásica Norton 500 con alas para aludir a la libertad de emprender nuevas aventuras y a la vez encerrado en un circulo como referencia de que es nuestro punto de encuentro.

Utilizaremos un blanco y el color naranja para todo el look and feel de la plataforma, que según el anexo 16, significa: ambición, calidez, coraje y energía.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	<p align="center">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td style="width: 50%;">Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa</td></tr> <tr> <td>Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo</td><td>Legajo: A0910057291</td></tr> <tr> <td>Sede: Norte</td><td>Comisión: 5°A</td></tr> <tr> <td colspan="2">Negocio: MotoPoint</td></tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">Versión: 0.7</td></tr> </table>		Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa											
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291											
Sede: Norte	Comisión: 5°A											
Negocio: MotoPoint												
Versión: 0.7												

La ambición de convertirnos en un nicho de mercado, la calidez de nuestra atención, el coraje de brindar un servicio nuevo para nuestro mercado meta y, por último, energía, que es con lo que se relacionan las soluciones que ofrecemos.

6.1.4.3 Registro de la marca

INPI INSTITUTO NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL ARGENTINA

[MARCAS](#) [PATENTES](#) [MODELOS](#) [INF. TECNOLÓGICA](#) [TRANSF. TECNOLÓGICA](#)

FECHA DE CARGA AL SISTEMA
MARCAS NUEVAS AL: **29/11/2018** OPOSICIONES AL: **13/12/2018** RENOVACIONES AL: **23/11/2018**

PARÁMETROS AVANZADOS

TIPO RESOLUCIÓN	CONCEDIDA
CLASETODAS....
DENOMINACIÓN	EMPIEZA CON
TITULAR	EMPIEZA CON
FECHA INGRESO DESDE	HASTA
FECHA RESOLUCIÓN DESDE	HASTA
<input checked="" type="checkbox"/> SOLO VIGENTES	

[IR AL MENU](#) [BUSCAR](#)

[MARCAS](#) [PATENTES](#) [MODELOS](#) [INF. TECNOLÓGICA](#) [TRANSF. TECNOLÓGICA](#)



NO HAY RESULTADOS QUE CORRESPONDAN CON SU CRITERIO DE BÚSQUEDA.

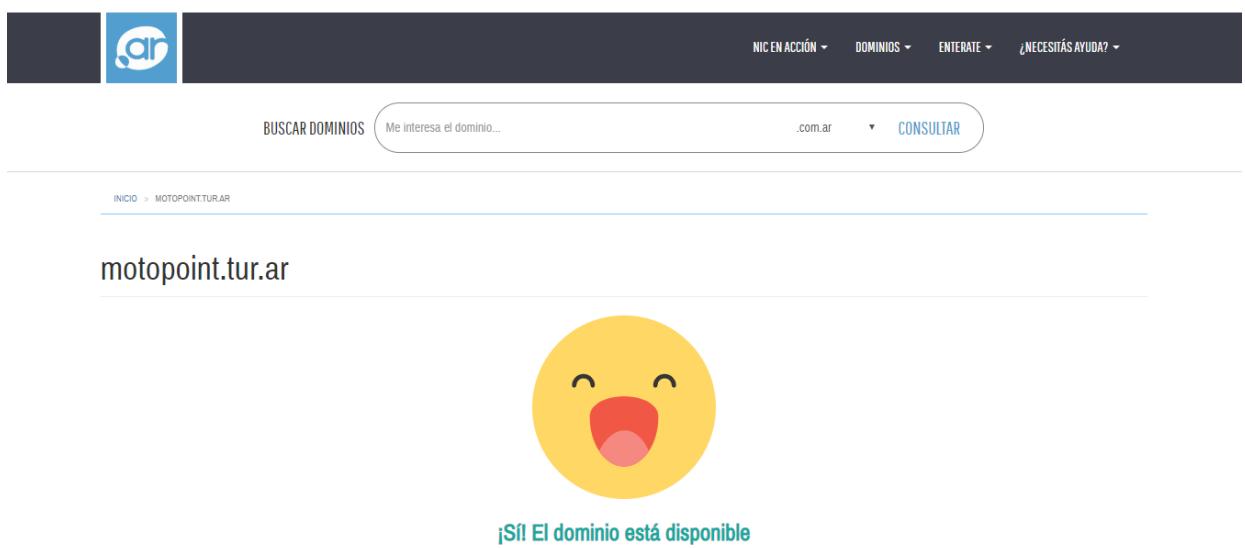
[VOLVER](#)

Pudimos comprobar con el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial Argentina que la marca “MOTOPPOINT” no se encuentra registrada en el país. Por lo tanto, está disponible para ser utilizada.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa		
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291		
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche	
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

6.1.4.4 Registro de la marca electrónica

En el sitio nic.ar/verificar-dominio pudimos que el dominio “motopoint.tur.ar” está disponible. Usaremos ese dominio para la marca electrónica, el cual lleva el nombre de nuestra marca.



The screenshot shows the NIC AR website interface. At the top, there's a dark header with the ".ar" logo and navigation links: "NIC EN ACCIÓN", "DOMINIOS", "ENTERATE", and "¿NECESITAS AYUDA?". Below the header, there's a search bar with the placeholder "Me interesa el dominio..." and a "CONSULTAR" button. Underneath the search bar, the URL "motopoint.tur.ar" is entered. The main content area features a large yellow smiley face icon with a wide-open mouth. Below the icon, the text "¡Sí! El dominio está disponible" is displayed in green, indicating that the domain is available.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

6.2 Estrategia de precios

6.2.1 Análisis de Precios

6.2.1.1 Costos fijos

- Alquiler de Oficina
- Expensa
- Artículos de Oficina
- Servicios (limpieza, gas, luz, agua, teléfono, internet, limpieza)
- Publicidad
- Seguros
- Sueldos de personal propio
- Honorarios para terceros (consultora IT y estudio contable)

6.2.1.2 Costos variables

- Renovación de contrato con terceros
- Ajustes salariales y comisiones
- Gastos de campañas de promoción
- Costo del hosting (sujeto al valor del dólar)
- Renovación de equipos
- Promociones

6.2.2 Análisis de Precios de la competencia

Luego del análisis realizado sobre nuestros dos competidores más importantes pudimos obtener un listado con los servicios que ofrecen y el precio que le corresponde a cada uno. Nuestra consulta fue por diferentes servicios como publicaciones de unidades, ingreso a eventos, ser parte de un club de motos, la adquisición de algún descuento por ser parte de dicha empresa:

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

Servicios	MOTODATA	MCCDCA
	Precio	Precio
Publicación clasificados	\$ 450,00	\$ 250,00
Publicación de motos	Precio a consultar	\$ 650,00
Servicio de repuestos	Precio a consultar	No cuentan con este servicio
Servicios de precios online motos	Precio a consultar	No cuentan con este servicio
Servicio de registro clubes	\$ 580,00	Precio a consultar
Servicio de ingreso a clubes	\$ 350,00	\$ 400,00
Servicio de registro de eventos	\$ 600,00	\$ 350,00
Banner promocional	\$ 1,100,00	\$ 650,00
Servicio de asistencia a la publicación	Precio a consultar	No cuentan con este servicio

6.2.3 Análisis de Sensibilidad del cliente

6.2.3.1 Efectos sensibilidad al precio

- Efecto comparación

Como mencionamos en el efecto anterior, no se encuentran en el mercado productos con enfoque en red social para moto aficionados, por lo tanto, aceptarán los costos que les brindemos considerando cada presentación de servicio que ofrecemos.

- Efecto Calidad-Precio

La percepción de mayor calidad a mayor precio reduce la sensibilidad al precio, incluso cuando los consumidores no busquen prestigio ni exclusividad. Nuestra intención es ofrecer un servicio de calidad porque si en algún momento necesitamos realizar un ajuste en los valores de las membresías, el cliente continuará comprando nuestro servicio porque pondrá en primer lugar la calidad ofrecida. Al ser los servicios ofrecidos en las locaciones de los clientes, se estima que este efecto será

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

percibido en el sentido de que al tener un servicio similar un precio mayor, el cliente percibirá una calidad mayor en nuestro servicio.

- Efecto gasto total

El cliente cuanto más gaste o su gasto supere el ingreso, más sensible será al precio. A mayor gasto, mayor es la ganancia de evaluar con cuidado éste, y encontrar otras alternativas. Si consideramos la información en el punto 4.3 (Mercado meta), el porcentaje de gasto con respecto a lo que los individuos invierten en tecnología, será bajo. Esto nos dará una ventaja frente a alternativas que busque.

- Efecto Beneficio final

Los compradores son menos sensibles al precio cuanto menor sea el gasto con respecto al coste total del servicio. Nuestros clientes tendrán la posibilidad de seleccionar una de las tres categorías en las que recibirá diferentes beneficios en diferentes proveedores y comercios.

- Efecto pérdida percibida

Generalmente, los clientes basan sus decisiones de compra como un conjunto de pérdidas y ganancias, dándole mayor importancia a las pérdidas que a las ganancias. Nuestro servicio permitirá a nuestros clientes reducir los gastos de su moto vehículo y, por lo tanto, reducir las pérdidas por facturación. Es decir, a largo plazo, no sólo recuperará su inversión, sino que se verá beneficiado.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

6.2.4 Estrategia de precio

Debido al análisis previamente realizado se decidió adoptar una estrategia de precios por statu quo.

Esta estrategia busca fijar un precio idéntico o muy cercano al precio de la competencia.

Así, nos podemos asegurar una ganancia estable derivada de la venta de los servicios. Al no fijar precios que se encuentren por encima o por debajo de los competidores, lograremos un flujo estable de clientes y nos aseguramos una ganancia estable. Esto es posible si los competidores también optan por seguir la misma estrategia y no afectan el statu quo bajando sus precios.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

6.2.5 Lista de precios

Servicios	Detalle	Precio
Publicación Clasificado en sitio web	Publicación básica y Mensual	\$ 300,00
Publicación de moto sección ofertas	Publicación básica y Mensual	\$ 160,00
Publicación de repuestos oficiales en sección oferta	Publicación básica y Mensual	\$ 160,00
Servicio de registro clubes	Mensual	\$ 360,00
Servicio de ingreso a clubes		Sin costo
Servicio de contacto experto		Sin costo
Servicio de contacto experto Internacional	(Membresía Bronce y Plata)	\$ 80,00
Servicio de contacto experto Internacional	(Membresía Oro)	Sin costo
Servicio de registro a actividad		Sin costo
Servicio de registro a ruta	(Membresía Bronce y Plata)	Sin costo
Servicio de registro a ruta Custom	(Membresía Oro)	Sin costo
Servicio de registro a evento		Sin costo
Servicio de registro a evento Internacional	(Membresía Bronce y Plata)	\$ 80,00
Servicio de asistencia a evento y ruta		Sin costo
Membresía clase Bronce	Mensual	\$ 80,00
Membresía clase Plata	Mensual	\$ 125,00
Membresía clase Oro	Mensual	\$ 195,00

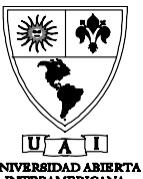
Nota (Servicio membresías): cantidad de usuarios x membresías activas en los diferentes servicios que brindan.

6.3 Estrategia de promoción

6.3.1 Mix de promoción

6.3.1.1 Publicidad

Optaremos por un programa escalonado de medios, en el que la publicidad sea no tan frecuente. Cada fin de mes se intensificará la publicidad ya que, con frecuencia, los servicios van incrementando en el país producto del proceso de inflación que está pasando.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

6.3.1.1.1 Publicidad Off-line

Realizaremos publicaciones cada fin de mes en distintos medios escritos y radiales.

Siendo el de mayor atractivo la publicidad canalizada por el medio televisivo de GarageTv, propietario Arte Radiotelevisivo Argentino S.A. El cual se tramite por canal nacional 13 y también canales privados.

Garage TV GARAGE TV #MIGARAGE VIVO BONUS TRACK CONTACTO



< >

NOTICIAS NACIONALES

Honda presenta la nueva PCX 150

2 días ago / Gabriel Masullo

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

← SEMANA ANTERIOR ↑ VERSIÓN SIGUIENTE CALENDARIO VERSIÓN ANTERIOR ↓ SEMANA SIGUIENTE →

[Imprimir](#)



Grilla Comercial - EL GARAGE TV

Vigente del : (01/07/2019-07/07/2019)

Semana/version : 2019-27 / 1



Las variaciones de precio rigen a partir del 01 de Marzo/19

Tarifa Rotativa: \$145

Ubicación en tanda: 30% de recargo

LUNES 01/07/2019		MARTES 02/07/2019		MIERCOLES 03/07/2019		JUEVES 04/07/2019		VIERNES 05/07/2019		SABADO 06/07/2019		DOMINGO 07/07/2019	
00	00:00 - CHOPPERS WORLD	00:00 - AUTOS POR TV	00:00 - MUNDO PISTA	00:00 - EL EXPRESO TV	00:00 - PLANET MTB	00:00 - AMERICAN DREAMS	00:00 - CELEBRITY CARS ON BOARD	00	00	00:00 - PLANET MTB	00	00	
01	00:30 - HOLY WHEELS	00:30 - INSIDE	00:30 - AUTOESCANER	00:30 - INSIDE	00:30 - CRAZY TUNING	00:30 - RETROMOBILE	01:00 - CRASH TEST	01	01	01:00 - COMO ALLA	01	01	
	01:30 - FANS CLUB	01:30 - AMERICAN DREAMS	01:00 - RETROMOBILE	01:30 - EL GARAGE	01:30 - LO MEJOR DE GARAGE TV ESPANA					01:30 - AMERICAN DREAMS			

También se hará publicidad por medio de radio FM 93.9:

Publicidad en Radios

Tarifas VIGENCIA Junio 2019

FM 93.9	
Horario	Valor segundo
06.00 am a 13.00 pm	\$ 76.00
13.00 pm a 20.00 pm	\$ 63.00
20.00 pm a 01.00 am	\$ 59.00
Rotativo	\$ 66.00

*Consulte por promociones o paquetes

AM 1010 y FM 106.9

Horario	Valor segundo
05.30 am a 13.00 pm	\$ 98.00
13.00 pm a 18:00 pm	\$ 76.00
18.00 pm a 22:00 pm	\$ 63.00
22.00 pm a 1:00 pm	\$ 59.00
Rotativo	\$ 74.00

*Precios de AM agregar IVA
*Consulte por promociones o paquetes

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
	Versión: 0.7	

6.3.1.1.2 Publicidad On-line

Realizaremos publicaciones en el medio web, en revistas digitales como en redes sociales.

Esto es lo que nos costará realizar una publicación en la revista infomoto la cual se consultó los costos vía formulario de contacto en su website y estos son de 375,00 por un banner en su site:



The screenshot shows the homepage of the Informoto website. At the top, there's a red banner with yellow text: "DISPONIBLE DESDE EL 1 DE JUNIO INFORMOTO N° 541". Below the banner, the header includes links for "informoto", "club", "aviso", "INFOR MOTO AVISOS CLASIFICADOS", and the date "jueves 20, junio 2019". The main content features a large yellow banner with the text "SUSCRIBASE A INFORMOTO DIGITAL ¡AHORA QUINCENAL!" overlaid on images of motorcycle magazines. Below this, there's a search bar for "Buscar motos en venta" and a section for "Vender motos". To the right, there's a preview of the "REVISTA INFORMOTO - JUNIO 2019 - N° 541" magazine cover, which includes a Yamaha advertisement for "Yamaha Experience SERVICE".

También se realizarán campañas tanto en buscadores y como en redes sociales. Buscaremos aparecer en los primeros resultados de las búsquedas. Para lograrlo, pautaremos anuncios en Google AdWords para aparecer en las búsquedas de Google.

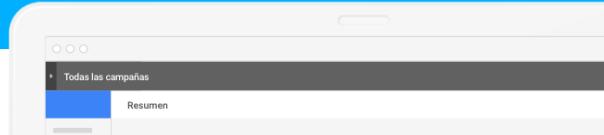
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Google Ads

Visión general Funcionamiento Precios Herramientas Contáctanos 0800-666-0647 * ACceder COMENZAR AHORA

Aprovecha tu presupuesto al máximo.

Registrarse en Google Ads es gratuito y solo pagas cuando tus anuncios tienen un buen rendimiento.



Cada vez que un usuario realiza una búsqueda en Google, Google Ads lleva a cabo una subasta para determinar qué anuncios aparecerán en la página de resultados de búsqueda, cuál será su ranking en la página y si se mostrarán anuncios o no. Para que nuestros anuncios participen de dicha subasta, primero debemos elegir cómo establecer la oferta.

Nos centraremos en los clicks de los anuncios



Céntrese en los clics de sus anuncios

Si desea generar tráfico a su sitio web, use la estrategia de oferta [Maximizar clics](#), que le permite centrarse en aumentar los clics para sus campañas sin superar un importe de inversión objetivo.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	<p align="center">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td style="width: 50%;">Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa</td></tr> <tr> <td>Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo</td><td>Legajo: A0910057291</td></tr> <tr> <td>Sede: Norte</td><td>Comisión: 5°A</td></tr> <tr> <td colspan="2">Negocio: MotoPoint</td></tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">Versión: 0.7</td></tr> </table>			Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa												
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291												
Sede: Norte	Comisión: 5°A												
Negocio: MotoPoint													
Versión: 0.7													

Como dijimos antes, utilizaremos también redes sociales (Facebook, Instagram y Google+) donde publicaremos demostraciones de nuestros expertos y de nuestro servicio que sea determinante para que los clientes nos elijan, y con el objetivo de que los usuarios de nuestro servicio compartan nuestras publicaciones.

En estas redes sociales se confecciona un presupuesto que va a ser destinado para las campañas online y no nos cobrarán más de lo preestablecido:

 Empresas
Primeros pasos
Publicidad
Historias de éxito
Inspiración
Blog
Socios
Crear anuncio

1. Crea una página y un perfil de empresa

Debes tener una **página de Facebook** para poner en circulación anuncios y crear un **perfil de empresa** gratuito en Instagram. Si todavía no tienes una página, [créala](#).

2. Configura el anuncio

Selecciona el objetivo del anuncio, el público objetivo y el formato de anuncio en el **administrador de anuncios**. O elige una publicación que hayas compartido en Instagram y toca "Promocionar". Te recomendamos permitir a Instagram que cree automáticamente un público formado por personas similares a tus seguidores actuales.

3. Establece un presupuesto

Decide cuánto tiempo estarán en circulación tus anuncios y cuánto quieras gastar.

4. Publica el anuncio

Una vez que los anuncios estén listos, presiona "Publicar". Recibirás una notificación cuando tus anuncios se hayan aprobado y estén listos para ponerse en circulación.

[**Crear anuncio**](#)

[Consultar las preguntas frecuentes](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

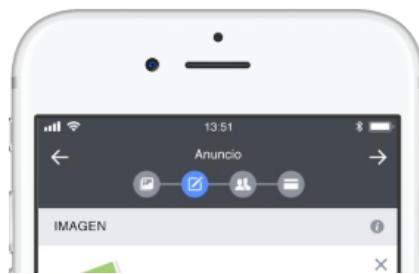
Envía el anuncio a la subasta de anuncios de Facebook

La subasta de anuncios determina qué anuncios deben mostrarse a qué personas. Con la información que proporcionas en el proceso de creación de anuncios, la subasta muestra tu anuncio a las personas con más probabilidades de interesarse en él y siempre por el precio de tu puja o menos, nunca por más.

En el proceso de creación de anuncios, defines los parámetros que la subasta usará para mostrar tus anuncios a las personas, entre los que se incluyen:

Presupuesto

Tú defines el presupuesto de tu anuncio (el importe total que quieras gastar cada día o a lo largo de la campaña) y puedes cambiarlo en cualquier momento. También defines una puja (el importe máximo que estás dispuesto a pagar cuando alguien vea tu anuncio o realice la acción deseada).



Se realizarán diversas publicaciones por día en cada red social, feed de noticias, historias y publicidades dentro de las mismas. Se publicarán vídeos de distintas rutas y experiencias de los expertos.

En cada publicación habrá un máximo de 110 caracteres + link de nuestro portal web y siempre acompañado de imagen, con lenguaje claro y atractivo, respondiendo al qué, cómo y por qué.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

El presupuesto definido para dichas campañas será de ARS \$495 (o el equivalente a \$uds 11 por día) mensuales:

Presupuesto y calendario
Define cuánto quieres gastar y cuándo quieres que se muestren tus anuncios.

Subasta Alcance y frecuencia predecible

Presupuesto ? Presupuesto diario ? **11 USD**
11 USD

El importe real gastado por día puede variar. ?

Calendario ? Poner mi conjunto de anuncios en circulación
 Definir una fecha de inicio y de finalización

No gastarás más de **77 USD** a la semana.

[Mostrar opciones avanzadas ▾](#)

6.3.3 Promoción de ventas

Nuestra estrategia de promoción de ventas será de tipo “Push”: orientaremos los esfuerzos de comunicación y de promoción sobre los intermediarios, de forma que los incite a hacer referencia a la marca y a incitar a los consumidores a comprar nuestros servicios.

En cuanto a los clientes, a través de los correos electrónicos y los anuncios en las distintas redes sociales ya mencionadas les enviaremos promociones que incentiven el seguir usando y/o recomendando nuestros servicios. Se los incentivará con notificaciones que indiquen que si realizan una recomendación recibirán descuentos en el próximo servicio que le brindemos.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

6.3.4 Ventas personales

Contaremos con Ejecutivos de Ventas para brindar atención al cliente sobre las variantes de nuestras membresías y beneficios de nuestros servicios vía e-mail y vía telefónicamente. Contaremos para ello con un 0-800 para un contacto personalizado. Una vez que el cliente confirma que quiere adquirir dicho servicio, se le enviara por email la url donde encontrara el certificado de su membresía, somos una empresa 100% digital.

Será fundamental que los Ejecutivos de Ventas estén capacitados para responder a cada duda del cliente respecto de nuestros servicios, y que las respuestas que brinde coincidan con la información que brindará el área de ingeniería.

6.3.5 Relaciones públicas

Buscaremos dar a conocer nuestra marca, participando de diversos eventos, uno de ellos ExpoEventos Latinoamérica 2019 el día 26 de abril del 2019 en Costa Salguera, Buenos Aires Argentina.

1er Motofest internacional que se lleva a cabo los días 28,29 y 30 de junio Ruta 12 y Acceso al Perichon, en Corrientes Argentina.

10mo Encuentro Nacional de Rojas, que se llevará a cabo del 02 de agosto del 2019 al 04 de agosto del 2019 en Gral. Alvear y Olivencia localidad de Rojas Buenos Aires Argentina.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo			Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A		Turno: Noche
	Negocio: MotoPoint			Versión: 0.7

5ta Edición de “Vuelta a Formosa”, que se llevará a cabo del 15 de septiembre del 2019 al 22 de septiembre del 2019 en Ciudad de Formosa Argentina.

También se organizará Eventos Exclusivos entre la industria de motos vehículos, los proveedores y los clubes asociados para un contacto directo entre la comunidad y usuarios de la plataforma.

6.3.6 A.I.D.A.

	Atención	Interés	Deseo	Acción
Publicidad				
Medios escritos y radiales	+	+	+	
Buscadores	++	++	+	+
Redes sociales (Facebook/Instagram)	++	++	+	+
Promoción de ventas				
Descuento por recomendaciones	++	++	+	++
Ventas personales				
Atención al cliente (0-800-MOTOPOINT)	++	++	++	+
Relaciones públicas				
Expo Terceros 2019	++	++	+	
Expo Propias 2019	++	++	+	

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	<p align="center">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td style="width: 50%;">Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa</td></tr> <tr> <td>Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo</td><td>Legajo: A0910057291</td></tr> <tr> <td>Sede: Norte</td><td>Comisión: 5°A</td></tr> <tr> <td colspan="2">Negocio: MotoPoint</td></tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">Versión: 0.7</td></tr> </table>			Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa												
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291												
Sede: Norte	Comisión: 5°A												
Negocio: MotoPoint													
Versión: 0.7													

6.4 Estrategia de plaza

Utilizaremos una estrategia de distribución intermedia. Una vez realizado el contacto y el cliente haya efectuado la adquisición de nuestro servicio, usaremos internet para distribuir el software que será un sitio publicado en un servidor nuestro para que el cliente pueda acceder por autenticación desde el navegador. En el caso de la aplicación móvil, se podrá encontrar en la Play Store.

6.4.1 Canales

Considerando el análisis previo, definimos que utilizaremos un canal intermediario entre proveedores y los usuarios clientes:



Nuestros empleados de marketing realizarán las campañas de promoción necesarias para atraer a los clientes. Una vez que éstos últimos decidan contactarse con nosotros dependeremos de la calidez, desempeño y empatía que venga del Departamento de Ventas.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	<p align="center">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td style="width: 50%;">Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa</td></tr> <tr> <td>Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo</td><td>Legajo: A0910057291</td></tr> <tr> <td>Sede: Norte</td><td>Comisión: 5°A</td></tr> <tr> <td colspan="2">Negocio: MotoPoint</td></tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;">Versión: 0.7</td></tr> </table>			Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa												
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291												
Sede: Norte	Comisión: 5°A												
Negocio: MotoPoint													
Versión: 0.7													

6.4.2 Función del Canal

6.4.2.1 Funciones de transacción

Pondremos grandes esfuerzos en la publicidad (sobre todo Online) para que el cliente se interese, nos contacte y le brindemos la información necesaria.

La transacción se inicia una vez que el cliente realiza la suscripción del servicio, recibirá una notificación de pago que sirve como garantía de adquisición de membresía, elaborado por el departamento de Ventas y que estará firmado por el director de MOTOPOINT. La suscripción será debitada de forma automática hasta que el cliente desea cancelarla.

6.4.2.2 Funciones de logística

Para la distribución física de las credenciales y productos de brandy, la compañía contará con un proveedor nacional como lo es Correo Argentino.

Para cobros de los productos de las actividades utilizaremos un proveedor tercero como lo es Mercadopago:



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

6.4.2.3 Funciones de facilitación

El personal de marketing realizará tanto un análisis de los feedback de los clientes como las investigaciones del mercado para conocer las nuevas necesidades en nuestro mercado meta. Los resultados, nos permitirán obtener puntos de mejora sobre nuestro servicio.

6.4.3 Cuarto Canal

En el 2018 han surgido nuevas tendencias de marketing digital, así como la evolución de tecnologías como la realidad aumentada, la inteligencia artificial y la búsqueda por medio de la voz.

Durante el 2018 también se evidenció claramente:

La preferencia de la calidad de los contenidos sobre la cantidad. Esto debido a que los usuarios no siempre cuentan con el tiempo suficiente para asimilar toda la información publicada.

Progreso en la mensajería instantánea con objetivos de publicidad y marketing. Una de las herramientas utilizadas con mayor eficacia fue WhatsApp.

Fortalecimiento en la automatización del marketing. Esto con la finalidad de obtener mejores resultados en los procesos y estrategias desarrolladas.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa		
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291		
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche	
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

Fortalecimiento del Big Data. Considerando que el análisis de datos y la interacción de los usuarios en los medios sociales, forman parte de las herramientas mejores calificadas; el big data significa un gran apoyo al momento de que las marcas o empresas tomen decisiones acertadas respecto a su plan de marketing.

Las tendencias del marketing digital evolucionan rápidamente; y, por su parte, la tecnología va tomando cada vez más espacio, las tendencias en 2019 se centrarán en nuevas estrategias como:

Context marketing podrás obtener información sobre tus usuarios en tiempo real. **Esta técnica combina una variedad de información relacionada con los clientes y su contexto.**

El **fast content** hace referencia al contenido efímero y efectivo; cuya clave es atraer al consumidor en pocos segundos.

El **small data** es un análisis detallado de la información sobre el comportamiento del usuario o cliente potencial; el cual optimiza los resultados que pueda tener tu negocio.

El **retargeting** te permitirá reconectar con los usuarios que han interactuado con tu marca en un momento determinado.

El **IGTV** va dirigido a los usuarios de móviles. Ofrece la posibilidad de compartir videos de formato largo, esta se puede ver en la plataforma de Instagram.



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

La automatización del marketing, según datos obtenidos por Focus Research, 75% de las empresas que emplean esta estrategia experimentan un crecimiento de ROI luego de 12 meses.

Nucleus Research⁶, señala que la automatización del marketing alcanza:

- Un aumento de 14,5% en productividad de ventas.
- Una disminución de 12,2% en gastos generales de marketing.

Si bien contaremos con un sitio web para dar a conocer información sobre nuestra marca y qué servicios ofrecemos, esta será la primordial herramienta de la cual haremos nuestras operaciones, aprovecharemos al máximo las nuevas tendencias del 4to canal ya que MOTOPPOINT es una empresa 100% DIGITAL.

6.4.4 Logística

6.4.4.1 Logística de entrada

El departamento de Compras realizará la compra de los distintos elementos de nuestra compañía como credenciales y elementos de brandy, luego de una evaluación de los posibles proveedores, ya sea por precio como por calidad. Será importante que el departamento de compras tenga un rápido accionar para la adquisición de estos, así podemos disponer de los mismos de la forma más precisa.

⁶ Nucleus Research es una firma de investigación de tecnología de la información que se especializa en investigación investigativa y en el análisis del retorno de la inversión en implementaciones de tecnología

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

6.4.4.2 Logística de salida

Nuestros proveedores – Correo Argentino se encargará de toda la logística de salida de la Campania. En lo que respecta al software, el líder técnico realizará la publicación en la nube tanto de la aplicación web como la móvil.

7.Estrategia

7.1 Estructura

MOTOPOINT busca ser un emprendimiento de estructura simple y permeable a los cambios, buscando ser moderna, innovadora y acorde a las tendencias que el mercado vaya generando.

Para ello se propone la generación de una configuración de un Híbrido entre Adhocracia y Estructura simple. (Adhocracia empresarial)

Ya que en el Área de Software pondera la innovación y el mecanismo de coordinación propuesto es de adaptación mutua.

La fluidez de comunicación en esta área es alta, lo cual fomenta los dispositivos de enlace, pero sigue siendo una estructura chica y simple donde la toma de decisión la toman el departamento gerencial donde ahí radica una supervisión directa.

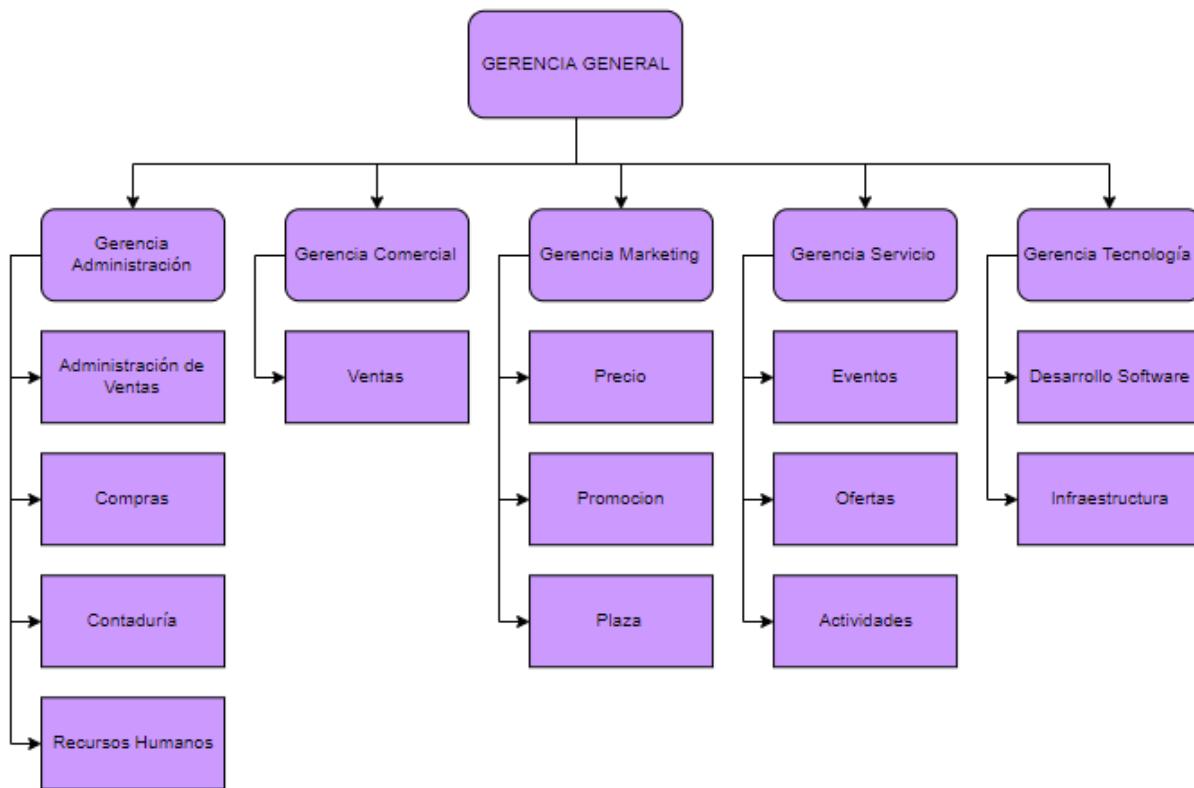
En primera iniciativa se tiene dicha estructura simple con alto grado de especialización para cada área buscando la mayor eficiencia para cada sector en un ambiente complejo y dinámico como es el desarrollo de software.

La empresa propone un Agrupamiento Funcional y una toma de decisión es descentralizada y de forma selectiva.

Para este Híbrido se propone el siguiente organigrama.

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

7.1.1 Organigrama



7.2 Proceso de Toma de Decisiones

La toma de decisiones es un proceso por el cual se elige una vía de acción como solución de un problema específico. Dicho de otra manera, el proceso de toma de decisiones es una serie de pasos que te ayudarán a escoger qué hacer para resolver un problema.

Los pasos que seguir son:

1. Describir el problema o el objetivo al que queremos llegar.
Definiendo claramente los objetivos que queremos alcanzar podremos tener más claro qué decisiones van a ayudarnos.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

2. Análisis del problema o la decisión a tomar. Una vez hemos definido el problema al que nos enfrentamos hemos de recopilar la información necesaria para analizarlo de la forma más objetiva y completa posible. Para ello debemos ser objetivos al plantear las situaciones, sin opiniones ni juicios de valor, sino únicamente las circunstancias de la forma más objetiva posible. Para esta definición y recopilación de información nos puede ayudar elaborar una checklist. Es importante recabar toda la información que sea posible sin obsesionarnos con este paso, ya que podemos llegar a la “parálisis por análisis”, dedicando tanto tiempo a esta fase que resulta demasiado tarde para tomar decisiones. Debemos atender a la información relevante, y desechar la que no nos aporta valor.
3. Generar alternativas. En esta fase debemos generar todas las alternativas que nos sea posible. Analizaremos todas las posibilidades y las consecuencias de estas. Debemos valorar si estas alternativas realmente nos permitirán llevar a cabo los objetivos que nos hemos planteado. Existen técnicas de solución de problemas que pueden ayudarnos a generar alternativas. Cuantas más personas participen en el proceso más aspectos se tendrán en cuenta y más ideas podremos obtener.
4. Selección de la alternativa que finalmente llevaremos a cabo. Hemos de valorar que la decisión que tomemos tendrá unas determinadas consecuencias. Debemos asumir que el error es posible y hemos de tomarlo como una forma de mejorar en nuestros procesos futuros.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

5. Pasar de la decisión a la acción. De nada sirve elaborar este proceso y llegar a la conclusión si posteriormente no ponemos en práctica la decisión tomada. Es importante no tomar decisiones en base a emociones. Es preferible esperar y hacerlo de forma meditada.
6. Valorar las consecuencias y el éxito de la decisión adoptada. Debemos saber rectificar si detectamos que estamos tomando una decisión errónea. La valoración de las consecuencias y del alcance de los objetivos nos permitirán ajustar futuras decisiones y nos enseñarán a mejorar los procesos. Tan importante es tomar la decisión y llevarla a la práctica, como valorar los resultados de esta. Sin este paso nos quedamos en un proceso incompleto.

Por parte del Gerente General las decisiones serán tanto no estructuradas, es decir que deberán aportar juicio, evaluación y entendimiento de la definición del problema, como estructuradas, es decir, repetitivas y programadas. El resto de los líderes de la organización (Gerentes, jefes, Ingeniero y Contador) serán estructuradas.

7.3 Tratamiento de Conflicto

Optaremos por la confrontación como método para tratar los conflictos, ya que al ser una empresa con poco personal no llevaría mucho tiempo el intercambio de opiniones de las partes hasta que cada uno consiga entender el punto de vista del otro. Es mejor eso a futuro, que evadir el conflicto o minimizarlo. Para esto habrá también mediador entre las partes.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Para llevar adelante el proceso de mediación se llevarán a cabo estos pasos:

- 1-Contacto inicial entre mediador y las partes
- 2-Recopilación de información sobre el conflicto y los involucrados
- 3-Identificación de puntos a resolver
- 4-Establecimiento de reglas generales del proceso
- 5-Redefinición de las incompatibilidades
- 6-Elaboración de propuestas y acuerdos para la solución del conflicto
- 7-Seguimiento, vigilancia y sanción en caso de incumplimiento

7.4 Análisis de Puestos

7.4.1 Gerente General

Director Ejecutivo

Descripción:

Supervisar todas las áreas gerenciales para saber las necesidades de la empresa y tomar decisiones inteligentes que mejoren la situación de ésta.

Perfil:

- Sexo: Indistinto
- Edad: 45 en adelante
- Experiencia: 10 a 20 años en puestos gerenciales
- Educación: Lic. En Administración de Empresas, Ing. Industrial o Sistemas
- Competencias: Liderazgo y Compromiso.

Remuneración de Mercado: \$135000 (RB)

7.4.1 Administración

Todos los puestos en esta sección son los considerados de “segundo nivel” o por debajo del Director Ejecutivo de la compañía.

Gerente Administrativo

Descripción:

Dirigir y supervisar el pleno cumplimiento de los sistemas, normas, políticas y procedimientos administrativos, contables y financieros, así como los registros y controles necesarios que garanticen la capacidad (rentabilidad) económica y financiera de la organización.

Perfil:

De 30 a 50 años, sexo indistinto, Lic. Contabilidad, Administración o afín, Experiencia de 5 años en el puesto.

Remuneración de Mercado: \$95000 (RB)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Nota: El encargado de compas estará dentro del Área administrativa en una primera instancia, por tamaño de la organización.

Encargado de Recursos Humanos

Descripción:

Será su misión la de realizar el análisis de la organización para hacerla más eficiente, implantar un sistema de evaluación de desempeño, el desarrollo de un plan de capacitación y otras mejoras.

Será responsable por mantener actualizada la descripción de los puestos, la verificación y/o propuestas de modificación de escalas salariales e incentivos y mantener un clima laboral que permita el aumento de la productividad.

Sera responsable de interactuar con proveedores externos del área de RRHH.

Perfil:

De 25 a 40 años, sexo indistinto, Licenciado en RR HH, Experiencia de 2 años en puestos de RR HH.

Remuneración de Mercado: \$50000

Nota: El encargado de RRHH estará dentro del Área administrativa en una primera instancia, por tamaño de la organización.

Gerente de Marketing

Descripción:

Sus principales tareas serán:

- Diseñar e implementar el Plan de Marketing de la organización.
- Definir las estrategias de marketing para la oferta de productos o servicios.
- Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto del departamento, bajo unos estándares de eficiencia y optimización de recursos.
- Analizar las acciones del departamento y evaluar y controlar los resultados de estas.
- Dirigir y liderar el equipo de trabajo.

Perfil:

De 30 a 50 años, sexo indistinto, Título Universitario, Experiencia de mínimo 3 años en el área.

Remuneración de Mercado: \$95000 (RB)

Gerente de Servicio

Descripción:

Gestionar y administrar los recursos de información y humanos del sector de servicio.

Tendrá a cargo la investigación de mercado. La evaluación de nuevas líneas de servicio, de mejorar los servicios actuales, beneficios y alianzas con los proveedores.

Se necesita grandes capacidades de comunicación.

Perfil:

De 30 a 50 años, sexo indistinto, Lic. Economía/Marketing/Administración Empresas

Remuneración de Mercado: \$95000 (RB)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Gerente de Comercial

Descripción:

Coordinar las actividades de la fuerza de ventas, los planes de comercialización y mercadeo, a fin de lograr el posicionamiento de la empresa, en base a políticas establecidas para la promoción, distribución y venta de productos y servicios a fin de lograr los objetivos de ventas.

Perfil:

De 30 a 50 años, sexo indistinto, Graduado en Adm de Empresas, Experiencia de 5 años en puestos similares.

Remuneración de Mercado: \$95000 (RB)

Jefe de Infraestructura

Descripción:

Garantizar el correcto funcionamiento del Centro de Cómputos, las telecomunicaciones, redes e infraestructura del Ministerio. Asegurar la correcta ejecución de los proyectos de infraestructura y telecomunicación dentro de los estándares metodológicos establecidos. Garantizar la disponibilidad de las instalaciones para la correcta operación del Centro de Cómputos.

Perfil:

De 30 en adelante, sexo indistinto, Lic. o Ing. En Sistemas de Información, Experiencia de 5 años en puestos similares.

Remuneración de Mercado: \$50000

7.4.2 Nivel operativo

En esta sección los puestos detallados son aquellos que no cuentan con personal a cargo, con excepción del Tesorero y el Líder técnico del software a desarrollar que tiene a cargo los desarrolladores y al analista funcional.

Líder Técnico

Descripción:

Liderar un equipo de programadores que desarrollan y mantienen: un sitio web que será el oficial de la empresa y de las aplicaciones web y móviles que se venderán como sitios hosteados para controlar dispositivos de domótica.

Perfil:

De 25 a 35 años, sexo indistinto, Ingeniero en Sistemas Informáticos, 5 años de experiencia en el puesto.

Remuneración de Mercado: \$75000 (RB)

Analista Funcional

Descripción:

El perfil requiere relevamiento, análisis, definir y testear procesos, asociados a las herramientas de la Red (escenarios comerciales) y gestión con el cliente.

Perfil:

De 20 a 30 años, sexo indistinto, graduado o avanzado en Análisis de Sistemas, 2 años de experiencia en el puesto.

Remuneración de Mercado: \$55000 (RB)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Desarrollador de Software

Descripción:

Quienes resulten seleccionados serán los encargados de la generación y optimización de servicios desarrollados por la firma, junto a diseñadores e ingenieros de software, trabajando bajo metodología Agile.

Requisitos:

- Programación Orientada a Objetos .Net
- UML (diagramas de secuencia, clases, FSM, etc.)
- Patrones de diseño OO
- Conocimientos de programación y arquitectura web: ASP.Net o similar, Webservices
- Protocolos (HTTP, JSON, XML, SOAP, etc.)
- Experiencia con Javascript y JQuery
- Manejo de base de datos SQL Server
- Conocimientos de programación de stored procedures
- Experiencia con Frameworks ORM

Perfil:

De 20 a 30 años, sexo indistinto, graduado o avanzado en Análisis de Sistemas, Ingeniero en Sistemas Informáticos, Licenciado en Sistemas Informáticos, 1 a 3 años de experiencia en el puesto.

Remuneración de Mercado: \$45000 a \$65000 (RB) dependiendo del Seniority.

Soporte Técnico

Descripción:

Colaborar en la ejecución de proyectos de implementación y soporte telefónico con el sistema de que vende la empresa como aplicación web y móvil.

Sus principales tareas serán

- Guardias de Soporte telefónico 24hs.
- Soporte On-Site.
- Armado de base de clientes nuevos.
- Respuestas a consultas por mail de clientes.

Perfil:

De 20 a 35 años, sexo indistinto, estudiantes universitarios de carreras afines a computación, tales como Lic. en informática, Ingeniería, Lic. en Redes y Comunicación de Datos, no es excluyente la experiencia previa.

Remuneración de Mercado: \$45000 (RB)

Analista de Recursos Humanos

Descripción:

Serán sus principales funciones:

1. Soporte a las comunicaciones internas.
2. Asistir en el proceso de reclutamiento.
3. Colaborar con la administración de los Recursos Humanos (Organización de vacaciones, ausentismo, ingresos de personal).
4. Coordinar la logística de las Capacitaciones y Eventos internos.
5. Asistir en la organización y planificación de eventos organizacionales.
6. Colaborar en el armado de los días festivos en la compañía.

Perfil:

De 20 a 30 años, sexo indistinto, estudiantes universitarios de carreras de Lic. en RR. HH., 1 año de experiencia en el área.

Remuneración de Mercado: \$50000 (RB)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Recruiters

Descripción:

Dos puestos para selección masiva de personal, lectura y filtrado de CVs, redacción y publicación de avisos en los distintos portales de empleo, coordinación de entrevistas individuales.

Perfil:

De 20 a 30 años, sexo indistinto, estudiantes universitarios de carreras de Lic. en RR. HH., 1 año de experiencia en el área.

Remuneración de Mercado: \$45000 (RB)

Diseñador Gráfico

Descripción:

Tareas:

- Desarrollo de elementos digitales (banners para el sitio web de la compañía y las campañas de medios online, maquetado de newsletters).
- Se valorará la habilidad para plasmar conceptos comerciales gráficamente. vocación, proactividad, y la predisposición a trabajar en equipo.

Perfil:

De 25 a 35 años, sexo indistinto, Diseñador Gráfico recibido, 2 años de experiencia en el puesto.

Remuneración de Mercado: \$45000 (RB)

Investigadores de Mercado

Descripción:

Se incorporarán dos recursos que ocuparán de analizar e investigar el mercado y desarrollar planes de marketing que se adecúen tanto a las características del servicio como a las particularidades de la empresa.

Perfil:

De 20 a 30 años, sexo indistinto, Universitario en curso, 1 año de experiencia en el puesto.

Remuneración de Mercado: \$45000 (RB)

Asistente de Ventas

Descripción:

Tareas:

- Generación de oportunidades de venta (leads) para nuestros productos de software o servicios
- Gestionar y realizar las campañas de llamadas dirigidas a la adquisición de nuevos clientes
- Participar en la organización de demostraciones de productos para clientes interesados
- Participar en ventas cruzadas de nuestra cartera de productos

Perfil:

De 28 a 35 años, sexo indistinto, Graduado en Relaciones Públicas, 2 años de experiencia en el puesto.

Remuneración de Mercado: \$45000 (RB)

Ejecutivo de Ventas

Descripción:

Deberá planificar y ejecutar acciones comerciales para captar nuevos clientes que requieran servicios de diseño, construcción stands y acciones de comunicación para ferias y congresos locales e internacionales. Dentro de sus tareas principales se encuentra la búsqueda de clientes, reuniones, cierre de ventas y visitas a exposiciones.

Perfil:

De 28 a 35 años, sexo indistinto, Graduado en Relaciones Públicas o Marketing, 2 años de experiencia en el puesto.

Remuneración de Mercado: \$45000 (RB)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Asistentes Contables

Descripción:

Tareas:

-Liquidaciones mensuales de Impuestos. Registraciones contables y Balances.

Perfil:

De 20 a 25 años, sexo indistinto, estudiantes de carrera de Contador Público, no es excluyente experiencia previa.

Remuneración de Mercado: \$45000 (RB)

Tesorero

Descripción:

Garantizar la recepción y control de los ingresos de la Empresa y su adecuada y correcta distribución, coordinando, supervisando y haciendo seguimiento a los asuntos relacionados con los movimientos económicos o flujos monetarios.

Perfil:

De 25 a 30 años, sexo indistinto, graduado o estudiante avanzado de Contador Público, Adm de Empresas, Experiencia de 2 años en el puesto.

Remuneración de Mercado: \$50000 (RB)

Administrativo de Marketing

Descripción:

Participar directamente en el proceso de producción, manejar las maquinarias y herramientas específicas y necesarias para lograr la transformación de servicio, interpretar planos, gráficos de diseño y entender los planes de producción, seguir paso a paso las especificaciones de producción, verificar que el proceso de calidad en la producción sea el adecuado.

Perfil:

De 21 en adelante, sexo indistinto, Estudiante o Graduado en Relaciones Públicas o Marketing, 2 años de experiencia en el puesto.

Remuneración de Mercado: \$45000 (RB)

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

8. Presupuesto Financiero

8.1. Modelo de Ingreso

Para la elaboración de los precios de venta se basa en un valor promedio de cada servicio. Donde, de ese monto tomamos un 5% del parque activo, del cual 55% va para el afiliado Bronce, un 35% va para el afiliado Plata y un 10% va para afiliados clase Oro. (esto para definir la fuerza de suscripción)

Las cantidades representan el caudal de ventas realizadas por nuestro servicio en cada producto que se describe en la lista de precios, según la influencia del producto según la mezcla de servicios propuesta. Para la elaboración de la proyección de ingresos se tuvo en cuenta detalles y eventos por estacionalidad como, por ejemplo, ExpoEventos Latinoamérica (Marzo), Motofest internacional (Mayo) y 5ta Edición de “Vuelta a Formosa” (Septiembre), Julio y Diciembre donde se cobra el aguinaldo y los meses de vacaciones tanto verano como invierno.

A continuación, se presenta el modelo de ingreso proyectados para los próximos tres años.

Servicios Suscriptores	Precio	%	AÑO 1		%	AÑO 2		%	AÑO 3	
			Cant.Susc	Total		Cant.Susc	Total		Cant.Susc	Total
Membresia Bronce	\$80	33	8.220	\$4.274.400	38	12.936	\$10.343.120	39	15.216	\$13.604.160
Membresia Plata	\$125	33	5.232	\$4.251.000	38	8.232	\$10.285.500	39	9.684	\$13.527.750
Membresia Oro	\$195	15	1.488	\$1.886.040	17	2.352	\$4.577.040	17	2.760	\$6.020.820
Servicios			Cant.Ventas	Total		Cant.Ventas	Total		Cant.Ventas	Total
Publicación Clasificado	\$300	6	2.585	\$775.500	2	2.220	\$666.000	2	2.220	\$666.000
Publicación de Moto Sección Ofertas	\$160	3	2.585	\$413.600	1	2.220	\$355.200	1	2.220	\$355.200
Publicación Básica	\$160	3	2.200	\$352.000	1	2.040	\$326.400	1	2.040	\$326.400
Servicio de Registro Clubes	\$360	5	1.870	\$673.200	2	1.200	\$432.000	1	1.200	\$432.000
Servicio Experto Int (Membresía Bronce y Plata)	\$80	1	1.455	\$116.400	0	840	\$67.200	0	840	\$67.200
Servicio de Registro a Evento Internacional	\$80	1	2.010	\$160.800	0	1.440	\$115.200	0	1.440	\$115.200
TOTALES	\$1.540	100	27.645	\$12.902.940	100	33.480	\$27.167.660	100	37.620	\$35.114.730

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

Para poder atender el caudal de ventas que se proyecta en el modelo de ingreso se detallaran las capacidades operativas requeridas, presentando primero la capacidad inicial para detallar posteriormente el agregado de los recursos que se necesitan.

Se marcará en amarillo oscuro los recursos humanos que se requieren y en amarillo claro los recursos de infraestructura.

Capacidad Operativa Inicial	
Gerente Servicio	1
Gerente Marketing	1
Gerente Administración	1
Escritorios (4 personas)	1
Sillas	3
Notebook	3
Impresora	1
Switch	1
Router	1

- El Gerente de Marketing realizara las tareas de desarrollo de marca, inteligencia competitiva y relaciones públicas destinadas a el desarrollo e implementación de las estrategias de marketing a corto y largo plazo de la organización.
- El Gerente de Servicio se encargará del desarrollo, actualización y gestión de todos los servicios que se ofrecerán por la plataforma, así como también tendrá interacción con los proveedores para el armado de rutas y eventos. Al comienzo, cubrirá también el rol de Analista de Servicio.
- El Gerente de Administración en la etapa inicial cumplirá con las tareas tanto de administración como de tesorería.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Capacidad Operativa
Desarrollador Senior
Sillas
Notebook

- El Desarrollador Sr. será el encargado de desarrollar, mantener el sistema principal. También cumplirá el rol de soporte al Gerente de Servicio, hasta el ingreso del Analista de Servicio.

Capacidad Operativa
Gerente General
Analista Servicio
Analista Marketing
Analista RRHH
Analista Funcional
Escratorios (4 personas)
Escratorios (1 personas)
Sillas
Notebook

- El Gerente General se relaciona con los gerentes de administración, Marketing y Servicio para la toma de decisiones estratégicas. Al comienzo, también cumplirá con el rol de vendedor.
- El Analista de Servicio ingresa a partir de abril del primer año para relevar al Gerente de Servicio en cuanto a las tareas de actualización y creación de nuevos servicios, estudio de mercado y contacto con proveedores.
- El Analista de Marketing ingresa a partir de junio del primer año para relevar al Gerente de Marketing del análisis de competidores, precios y proveedores de publicidad y eventos.
- El Analista de Funcional ingresa a partir de junio del primer año para relevar al Desarrollador Sr de esta tarea, concentrándose en los requerimientos que surjan del negocio, trabajando y teniendo una comunicación intensa con los analistas de servicios y liberando tiempo del desarrollador para que este se concentre en la parte técnica de las soluciones.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

- El Analista de RRHH ingresa a partir de junio del segundo año, se encargará de las búsquedas, la gestión de pagos, capacitaciones internas, eventos para fortalecer los equipos, programas de referidos y beneficios para los empleados ya contratados.

Capacidad Operativa
Tesorero
Técnico Soporte
Escritorios (2 personas)
Sillas
Notebook

- El Tesorero ingresa a partir de abril del primer año para relevar al Gerente de administración de estas tareas.
- El Técnico en Soporte ingresa a partir de junio del segundo año, releva al Líder de Infraestructura en cuanto a las tareas operativas y de control como asistencia a los empleados.

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática							
Materia: Trabajo Final de Ingeniería					Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa		
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo					Legajo: A0910057291		
Sede: Norte	Comisión: 5°A		Turno: Noche				
Negocio: MotoPoint					Versión: 0.7		

8.1.1. Amortización

Productos	Precio	Cant.	AÑO 1	Cant.	AÑO 2	Cant.	AÑO 3
Escrítorios (4 personas)	\$35.000	1	\$7.000	1	\$21.000	0	\$63.000
Escrítorios (2 personas)	\$5.690	0	\$0	0	\$0	1	\$1.138
Escrítorios (1 personas)	\$6.399	0	\$0	1	\$1.280	0	\$2.560
Sillas	\$3.600	4	\$2.880	5	\$9.360	2	\$28.800
Maquina Café	\$125.000	0	\$0	1	\$25.000	0	\$50.000
Notebook	\$90.000	4	\$72.000	5	\$234.000	2	\$720.000
Switch	\$6.399	1	\$1.280	0	\$2.560	0	\$8.959
Router	\$24.000	1	\$4.800	0	\$9.600	0	\$33.600
Impresora	\$130.000	1	\$26.000	0	\$52.000	0	\$182.000
Smart Tv	\$450.000	0	\$0	0	\$0	1	\$90.000
UPS	\$24.000	0	\$0	0	\$0	1	\$4.800
Heladera	\$110.000	1	\$22.000	0	\$44.000	1	\$176.000
Micro Ondas	\$13.000	1	\$2.600	0	\$5.200	1	\$20.800
Dispensador Agua	\$6.500	1	\$1.300	0	\$2.600	1	\$10.400
Totales			\$113.960		\$468.759		\$1.558.815

8.2. Modelo de Egresos

8.2.1. Costos Fijos

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Alquileres	Alquiler	\$1.430.000	\$1.716.000	\$2.154.900
	Expensas	\$180.000	\$234.000	\$283.500
Servicios	Limpieza	\$180.000	\$180.000	\$180.000
	Agua	\$30.000	\$30.000	\$30.000
	Electricidad	\$288.000	\$288.000	\$288.000
	Gas	\$60.000	\$60.000	\$60.000
	Internet	\$168.000	\$168.000	\$168.000
	Alarma	\$288.000	\$288.000	\$288.000
	Telefono	\$216.000	\$216.000	\$216.000
Honorarios	Estudio contable	\$360.000	\$360.000	\$360.000
Seguro	Oficina	\$305.000	\$305.000	\$305.000
Publicidad	Facebook	\$396.000	\$768.000	\$720.000
	Instagram	\$396.000	\$768.000	\$780.000
	Tv El Garage	\$1.212.000	\$1.584.000	\$2.160.000
	Radio FM 93.3	\$576.000	\$948.000	\$900.000
Total Mensual		\$6.085.000	\$7.913.000	\$8.893.400

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

8.2.2. Costos Variables

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Hosting WebApp	\$9.936	\$12.927	\$16.806
Hosting db	\$9.936	\$12.927	\$16.806
Soporte Infras. Hosting WebApp	\$9.180	\$16.890	\$35.850
Promoción de ventas (Susc. Plata)	\$573.447	\$1.851.390	\$2.434.995
Promoción de ventas (Susc. Oro)	\$279.279	\$823.867	\$1.083.748
Totales	\$881.778	\$2.718.001	\$3.588.205

8.2.3. Costos de Recurso Humanos

El costo de los recursos humanos fue calculado en base a los sueldos considerados en el capítulo de siete, más la suma los aportes patronales, dando por resultado la siguiente tabla:

Puesto	Sueldo bruto	S.A.C.	Jubilación	PAMI	Obra Social	Asignaciones Familiares	Fondo nacional de empleo	ART	Total
		\$ 0,00	16,00%	2,00%	5,00%	7,50%	1,50%	12,00%	
Gerente General	\$135.000	\$ 32.400	\$ 21.600	\$ 2.700	\$ 6.750	\$ 10.125	\$ 2.025	\$ 16.200	\$ 194.400
Gerente Servicio	\$95.000	\$ 22.800	\$ 15.200	\$ 1.900	\$ 4.750	\$ 7.125	\$ 1.425	\$ 11.400	\$ 136.800
Gerente Marketing	\$95.000	\$ 22.800	\$ 15.200	\$ 1.900	\$ 4.750	\$ 7.125	\$ 1.425	\$ 11.400	\$ 136.800
Gerente Administración	\$95.000	\$ 22.800	\$ 15.200	\$ 1.900	\$ 4.750	\$ 7.125	\$ 1.425	\$ 11.400	\$ 136.800
Analista Servicio	\$70.000	\$ 16.800	\$ 11.200	\$ 1.400	\$ 3.500	\$ 5.250	\$ 1.050	\$ 8.400	\$ 100.800
Analista Marketing	\$70.000	\$ 16.800	\$ 11.200	\$ 1.400	\$ 3.500	\$ 5.250	\$ 1.050	\$ 8.400	\$ 100.800
Analista RRHH	\$50.000	\$ 12.000	\$ 8.000	\$ 1.000	\$ 2.500	\$ 3.750	\$ 750	\$ 6.000	\$ 72.000
Analista Funcional	\$75.000	\$ 12.000	\$ 8.000	\$ 1.000	\$ 2.500	\$ 3.750	\$ 750	\$ 6.000	\$ 72.000
Desarrollador Senior	\$75.000	\$ 18.000	\$ 12.000	\$ 1.500	\$ 3.750	\$ 5.625	\$ 1.125	\$ 9.000	\$ 108.000
Tesorero	\$75.000	\$ 18.000	\$ 12.000	\$ 1.500	\$ 3.750	\$ 5.625	\$ 1.125	\$ 9.000	\$ 108.000
Tecnico Soporte	\$58.000	\$ 13.920	\$ 9.280	\$ 1.160	\$ 2.900	\$ 4.350	\$ 870	\$ 6.960	\$ 83.520

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

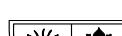
Posteriormente, se calculó el costo de los recursos basados en la capacidad operativa proyectado en los 3 años.

Puesto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	Total Anual	Total Anual	Total Anual
Gerente General	\$0,00	\$ 2.527.200	\$ 2.527.200
Gerente Servicio	\$ 1.778.400	\$ 1.778.400	\$ 1.778.400
Gerente Marketing	\$ 1.778.400	\$ 1.778.400	\$ 1.778.400
Gerente Administración	\$ 1.778.400	\$ 1.778.400	\$ 1.778.400
Analista Servicio	\$0,00	\$ 655.200	\$ 1.310.400
Analista Marketing	\$0,00	\$ 655.200	\$ 1.310.400
Analista RRHH	\$0,00	\$720.000,00	\$ 936.000
Analista Funcional	\$0,00	\$1.296.000,00	\$ 936.000
Desarrollador Senior	\$702.000,00	\$1.404.000	\$ 1.404.000
Tesorero	\$0,00	\$0,00	\$ 1.080.000
Tecnico Soporte	\$0,00	\$0,00	\$ 835.200
Total	\$ 6.037.200	\$ 12.592.800	\$ 15.674.400

8.2.4. Modelo de Egresos

	Año 1	Año 2	Año 3
Costos Fijos	\$6.085.000	\$7.913.000	\$8.893.400
Costos Variable	\$881.778	\$2.718.001	\$3.588.205
Costos RR HH	\$ 6.037.200	\$ 12.592.800	\$ 15.674.400
Total	\$13.003.978	\$23.223.801	\$28.156.005



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5ºA		Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

8.3. Modelo de Inversión

8.3.1. Productos

Productos	Precios	Fuente
Escritorios (4 personas)	\$35.000	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-799521033-isla-de-trabajo-operativa-de-cuatro-puestos-linea-allegro- JM?quantity=1&variation=40277740333
Escritorios (2 personas)	\$5.690	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-700655078-escritorio-en-l-mesa-de-pc-lado-b-haya-y-negro-004-fan-022- JM?quantity=1&variation=30854013175#position=1
Escritorios (1 personas)	\$6.399	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-748568029-puesto-de-trabajo-platinum-escritorio-rinconero-mesa-pc- JM?quantity=1&variation=27557480479
Sillas	\$3.600	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-726753286-sillon-ejecutivo-gerencial-bajo-silla-pc-envios-disenos-- JM?searchVariation=36486402153&quantity=1&variation=1
Maquina Café	\$125.000	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-687477926-cafetera-automatica-expendedora-coffee-pro-advance-red-10-s- JM?quantity=1&variation=36141430335#position=1
Notebook	\$90.000	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-742321093-notebook-lenovo-thinkpad-t480-i7-ssd-m2-512qb-8gb-win10pro- JM?quantity=1
Impresora	\$14.890	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-620180612-impresora-brother-dcp-1617nw-multi-wifi-toner-de-regalo- JM?searchVariation=37261660059&quantity=1&variation=1
Switch	\$7.669	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-780722070-switch-cisco-sq110-16-16-port-qigabit-rack-sq100-16-mexx-2- JM?quantity=1
Router	\$24.000	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-689230949-router-cisco-16-puertos-dual-wan-qiga-vpn-ipsec-firewall-gtia-oficial-de-1-ano-factura-a-y-b- JM?quantity=1
Smart Tv	\$130.000	https://www.mercadolibre.com.ar/p/MLA9051118#position=1&type=product&tracking_id=65687387-1685-48df-a51d-3d6f5e57e74c
UPS	\$450.000	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-818437526-unidad-smart-ups-srt-de-apc-10000-va-y-230-v-srt10kxi- JM#position=4&type=item&tracking_id=9273869#position=1
Heladera	\$110.000	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-814407323-heladera-samsung-r43k6235bs-black-inox-70cm- JM?quantity=1&variation=43316269526#position=2&type=item&tracking_id=9273869#position=1
Micro Ondas	\$13.000	https://www.mercadolibre.com.ar/p/MLA6352027#position=2&type=product&tracking_id=dcb39cf5-1cca-4053-9830-c77512e4e3d4
Dispensador Agua	\$6.500	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-798182359-dispensador-de-agua-frio-calor-mas-frio-ahorro-de-energia- JM?quantity=1&variation=40019348983#position=3

8.3.2. Modelo de inversión

		AÑO 0		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
Muebles	Precios	Cantidades	Total	Cantidades	Total	Cantidades	Total	Cantidades	Total
Escritorios (4 personas)	\$35.000	1	\$35.000	0	\$0	1	\$35.000	0	\$0
Escritorios (2 personas)	\$6.399	0	\$0	0	\$0	0	\$0	1	\$6.399
Escritorios (1 personas)	\$6.399	0	\$0	0	\$0	1	\$6.399	0	\$0
Sillas	\$3.600	3	\$10.800	1	\$3.600	5	\$18.000	2	\$7.200
Hardware									
Notebook	\$90.000	3	\$270.000	1	\$90.000	5	\$450.000	2	\$180.000
Impresora	\$14.890	1	\$14.890	0	\$0	0	\$0	0	\$0
Switch	\$7.669	1	\$7.669	0	\$0	0	\$0	0	\$0
Router	\$24.000	1	\$24.000	0	\$0	0	\$0	0	\$0
Smart Tv	\$130.000	0	\$0	0	\$0	0	\$0	1	\$130.000
UPS	\$450.000	0	\$0	0	\$0	0	\$0	1	\$450.000
Maquina Café	\$125.000	0	\$0	0	\$0	1	\$125.000	0	\$0
Heladera	\$110.000	0	\$0	1	\$110.000	0	\$0	0	\$0
Micro Ondas	\$13.000	0	\$0	1	\$13.000	0	\$0	0	\$0
Dispenser Agua	\$6.500	0	\$0	1	\$6.500	0	\$0	0	\$0
Sistema	Valor x Hr.	Cant. Hrs.							
Modelado, Diseño, Investigación	\$614	200	\$122.727						
Desarrollo	\$614	630	\$386.591						
Implementación	\$614	150	\$92.045						
Totales			\$963.723		\$223.100		\$634.399,00		\$773.599

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

8.4. Presupuesto Financiero

Basado en la información brindada anteriormente se elaboró el presupuesto financiero.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos		\$12.902.940	\$27.167.660	\$35.114.730
Costos Fijos		\$6.085.000	\$7.913.000	\$8.893.400
Costos Variables		\$881.778	\$2.718.001	\$3.588.205
Costos RRHH		\$6.037.200	\$12.592.800	\$15.674.400
Utilidades antes de impuestos		- \$101.038	\$3.943.859	\$6.958.725
IIBB (3%)		\$387.088	\$815.030	\$1.053.442
Impuesto a las ganancias (35%)			- \$210.730	\$847.580
Utilidades después de impuestos		- \$488.126	\$3.339.559	\$5.057.703
Inversión	- \$963.723	\$223.100	\$634.399	\$773.599
Flujo de fondos	- \$963.723	- \$711.226	\$2.705.160	\$4.284.104

Tasa de corte	65%
V.A.N	\$552.554
T.I.R	92%

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA					
Facultad de Tecnología Informática					
Materia: Trabajo Final de Ingeniería			Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa		
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo			Legajo: A0910057291		
Sede: Norte	Comisión: 5°A		Turno: Noche		
Negocio: MotoPoint			Versión: 0.7		

8.5. Riesgos

Elaborado el presupuesto financiero, se analizaron distintos riesgos que es pueden presentar y afecta al proyecto.

Nº	Riego	Consecuencia	Probabilidad	Impacto	Efecto
1	Inestabilidad económica en el país.	Se ven afectados los ingresos y un aumento en los costos del servicio.	Medio	Alto	Aumento de los costos fijos en un 25% y un aumento en los recursos humanos del 15% para el tercer año del emprendimiento.
2	Corte de luz en repetidas veces.	La empresa no puede trabajar por un periodo determinado.	Medio	Bajo	Representa una pérdida del 1%.
3	Pérdida del desarrollador Sr. en el segundo año.	Retraso en la solución de bugs y la imposibilidad de sacar nuevas features.	Baja	Alto	Esto representa un aumento del 5% en el sueldo del desarrollador Sr.
4	Mala estimación de las horas de desarrollo	Retraso al ingreso del mercado.	Media	Alto	Pérdida de capital en un 1% en el primer año.
5	Problemas de trackeo de eventos	Mala configuración o asignación erronea de suscriptores a eventos o rutas.	Alta	Media	Se generan eventos con faltantes de suscriptores esto significa un 1% de los ingresos de segundo año.
6	Pérdida de participación en el mercado.	Nuevo competidor en el mercado.	Media	Medio	Se produce una merma en la participación del mercado generando pérdidas del 5%.
7	Mala relación entre los empleados	Mala trato entre los empleados, baja motivación.	Baja	Alto	Mal clima laboral y renuncia de empleados.
8	Sobrecarga del sistema	El sistema no soporta los niveles de tráfico.	Baja	Alto	El sistema colapsa y deja de trabajar por un periodo de tiempo.
9	Errores en el sistema.	Errores de funcionamiento en el sistema que no fueron encontrados en la etapa de testing.	Baja	Medio	Emisión de pagos con montos erróneos. Esto implica 0,7% tanto de pérdida como de ganancia.
10	Demora en lapsos de entregas parciales del proyecto.	Atraso en la disponibilidad de la plataforma.	Baja	Alto	Necesidad de horas extra por parte del personal actual. Aumento de costo de RRHH 10%
11	Incapacidad de retener recursos con talento	No se forma un equipo sólido.	Media	Medio	Desmotivación del equipo
12	Ingreso de un analista de servicio sin experiencia en el rubro en el primer año.	Desconoce cómo vender y promocionar el servicio.	Media	Medio	La demora en el ingreso de sus actividades hace que se pierda 0,5%.
13	Contratar Gerente de Servicios sin experiencia en el rubro en el primer año	Invertir tiempo en su entrenamiento.	Baja	Baja	El ingreso de un gerente de servicio sin experiencia en el rubro genera un retraso del 2% en los ingresos del primer año.
14	Pérdida de tiempo por parte del desarrollador ya que tiene que instalar el software requerido.	No disponer de un sistema interno que administre clientes y ordenes de trabajo.	Baja	Alto	Aumento de costos de RRHH 3% por horas extra y caída de las ventas en un 2%
15	Caida en la suscripciones por parte de los suscriptores	Disminucion de ingresos por perdida de suscriptores.	Baja	Alto	Las perdidas son proporcional a la cantidad de caídas de los suscriptores

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

8.5.1. Escenario 1

Considerando el ingreso de un gerente de servicio sin experiencia en el rubro genera un retraso del 2% en los ingresos del primer año.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos		\$12.644.881	\$27.167.660	\$35.114.730
Costos Fijos		\$6.085.000	\$7.913.000	\$8.893.400
Costos Variables		\$864.142	\$2.718.001	\$3.588.205
Costos RRHH		\$6.037.200	\$12.592.800	\$15.674.400
Utilidades antes de impuestos		- \$341.461	\$3.943.859	\$6.958.725
IIBB (3%)		\$379.346	\$815.030	\$1.053.442
Impuesto a las ganancias (35%)			- \$292.169	\$847.580
Utilidades después de impuestos		- \$720.808	\$3.420.998	\$5.057.703
Inversión	- \$963.723	\$223.100	\$634.399	\$773.599
Flujo de fondos	- \$963.723	- \$943.908	\$2.786.599	\$4.284.104

Tasa de corte	65%
V.A.N	\$441.448
T.I.R	86%

Se llega a la conclusión que el proyecto tolera una pérdida del 2% en los ingresos, por la contratación de un gerente de servicio sin experiencia en el rubro.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

8.5.2. Escenario 2

Considerando el ingreso de un nuevo competidor en el mercado. Se produce una merma en la participación del mercado generando pérdidas en los ingresos del 5%.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos		\$12.902.940	\$25.809.277	\$35.114.730
Costos Fijos		\$6.085.000	\$7.913.000	\$8.893.400
Costos Variables		\$881.778	\$2.582.101	\$3.588.205
Costos RRHH		\$6.037.200	\$12.592.800	\$15.674.400
Utilidades antes de impuestos		- \$101.038	\$2.721.376	\$6.958.725
IIBB (3%)		\$387.088	\$774.278	\$1.053.442
Impuesto a las ganancias (35%)			- \$210.730	\$419.711
Utilidades después de impuestos		- \$488.126	\$2.157.828	\$5.485.572
Inversión	- \$963.723	\$223.100	\$634.399	\$773.599
Flujo de fondos	- \$963.723	- \$711.226	\$1.523.429	\$4.711.973

Tasa de corte	65%
V.A.N	\$213.742
T.I.R	75%

Se llega a la conclusión que el proyecto resiste en ingreso de un nuevo competidor al mercado perdiendo una participación del 5%.

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A		Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

8.5.3. Escenario 3

Considerando un escenario de inestabilidad económica en el país, donde se genera un aumento de los costos fijos en un 25% y un aumento en los recursos humanos del 15% para el tercer año del emprendimiento.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos		\$12.902.940	\$27.167.660	\$35.114.730
Costos Fijos		\$6.085.000	\$7.913.000	\$11.116.750
Costos Variables		\$881.778	\$2.718.001	\$3.588.205
Costos RRHH		\$6.037.200	\$12.592.800	\$18.025.560
Utilidades antes de impuestos		- \$101.038	\$3.943.859	\$2.384.215
IIBB (3%)		\$387.088	\$815.030	\$1.053.442
Impuesto a las ganancias (35%)			- \$210.730	\$847.580
Utilidades después de impuestos		- \$488.126	\$3.339.559	\$483.193
Inversión	- \$963.723	\$223.100	\$634.399	\$773.599
Flujo de fondos	- \$963.723	- \$711.226	\$2.705.160	- \$290.406

Tasa de corte	65%
V.A.N	- \$465.786
T.I.R	28%

Se llega a la conclusión que el modelo no resiste que el tercer año cuente con una inflación del 25% y un ajuste de salarios por inflación del 15%.

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática			
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche	
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

Para la superar dicha coyuntura inflacionaria, se pretende aumentar la inversión en publicidad en un 25%, esperando un incremento mínimo del 15% en los ingresos.

Esto permitirá estabilizar el proyecto.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos		\$12.902.940	\$27.167.660	\$38.626.203
Costos Fijos		\$6.085.000	\$7.913.000	\$10.758.480
Costos Variables		\$881.778	\$2.718.001	\$3.947.025
Costos RRHH		\$6.037.200	\$12.592.800	\$18.025.560
Utilidades antes de impuestos		- \$101.038	\$3.943.859	\$5.895.138
IIBB (3%)		\$387.088	\$815.030	\$1.158.786
Impuesto a las ganancias (35%)			- \$210.730	\$810.710
Utilidades después de impuestos		- \$488.126	\$3.339.559	\$3.925.642
Inversión	- \$963.723	\$223.100	\$634.399	\$773.599
Flujo de fondos	- \$963.723	- \$711.226	\$2.705.160	\$3.152.043

Tasa de corte	65%
V.A.N	\$300.544
T.I.R	81%

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

9. Viabilidades

9.1. Viabilidad Comercial

9.1.1. Mercado meta

Hemos llegado a la conclusión de plantear una estrategia de segmentos múltiples enfocándonos en las clases medianas y superiores de poder adquisitivo principalmente Hombres, pero sin dejar de lado la participación femenina, entendiendo que esta representa una minoría dentro de nuestro mercado.

Teniendo en cuenta la cantidad de usuarios en el parque activo que consta de 5.540.120 de moto-vehículos (Considerando nuestra zona de operación Buenos Aires, Mendoza y Córdoba, incluyendo unidades nuevas y usadas de dicho parque).

Nuestros eventos estarán orientados a los segmentos de tipo de moto-vehículos Sport, Custom y Street. Teniendo este último una participación de 8% [443.209] (ya que es la mayoría de los vehículos que cumplen con las características técnicas para eventos de mediana y larga distancia) un 1% [55401] las de tipo Sport y un 1% las de tipo Custom [55401] (las cuales tiene características especiales para eventos distintos y también forman parte de la mayoría de participación del parque activo).

Estos determinan el 10% de dicho parque en un numero de 553.900. Para la participación en el mercado se definió alcanzar un 5% que consta de 27695 usuarios, en una proyección de tres años.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Comparando el valor de las suscripciones de las plataformas digitales más concurridas en el territorio Argentino, teniendo en cuenta los diferentes alcances (de servicio, mercado, geográfico) y así también teniendo presente los objetivos de captación de usuarios definidos. (Un valor de \$80, como mínimo para mercado meta en la suscripción de entrada al mercado), se podría considerar que el total de usuarios suscriptos generarían \$26.587.200 con un volumen de 28.490 publicaciones las cuales generaría \$8.527.200.

Mercado						
	%	Suscriptores	Publicaciones	\$ Publicaciones	\$ Suscripciones	Facturación
Mercado Total	100%	553.900	569.800	\$170.550.600	\$531.744.000	\$702.294.600
Participación	5,0%	27.695	28.490	\$8.527.530	\$26.587.200	\$35.114.730

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Como se presentó en el punto de 6.4.5 y luego del análisis correspondiente de las estrategias de precios, se definió la siguiente lista de precios:

Lista de Precios	
Servicio	Precio
Membresia Bronce	\$80
Membresia Plata	\$125
Membresia Oro	\$195
Publicación Clasificado	\$300
Publicación de Moto Sección Ofertas	\$160
Publicación Básica	\$160
Servicio de Registro Clubes	\$360
Servicio Experto Int (Membresía Bronce y Plata)	\$80
Servicio de Registro a Evento Internacional	\$80

9.2. Viabilidad Legal

El emprendimiento será inscripto en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) con una vigencia de 10 años y podrá ser renovar pasado ese periodo. También será registrado en la Agencia Federal de Ingresos Públicos (AFIP) como responsable inscripto cumpliendo con el pago de impuestos, tales como, I.V.A e Impuesto a las ganancias.

En relación con la facturación, cumplirá con las normativas de la AFIP utilizando el equipamiento electrónico denominado "Controlador Fiscal" homologado por el Organismo, para procesar, registrar, emitir comprobantes.

Para la registración del dominio web, nic.ar informa que el dominio www.motopoint.com.ar ya se encuentra en uso, por lo que se optó utilizar el dominio www.motopoint.tur.ar, el cual está disponible.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

9.3. Viabilidad Tecnológica

El sistema principal se estará alojado en los servidores de somee, tercerizando el mantenimiento físico de los servidores. Quedando el Desarrollador Sr. a cargo del mantenimiento del Software y del sistema principal de la empresa. Esto hasta el ingreso del Técnico en Soporte quien se encargara de llevar a cabo la gestión y la comunicación con el proveedor en cuanto al hosting de la plataforma.

Para el personal que no sea de sistemas, se les brindará notebooks Lenovo Thinkpad para facilitar su movilidad y así poder concurrir a reuniones, entre otros.

También, se contará una impresora Brother para realizar las impresiones necesarias, como acuerdos con proveedores, contratos con clientes o documentos de administración. Además, se suma el uso de un Switch de 24 puertos para la conexión de las computadas.

9.4. Viabilidad Financiera

Se realizó un análisis del presupuesto financiero con tasa de corte de 65%, podemos concluir que al obtener una tasa de retorno de inversión es del 92%. Por lo cual, consideramos que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero, en un periodo de 3 años.

Tasa de corte	65%
V.A.N	\$552.554
T.I.R	92%

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA					
Facultad de Tecnología Informática					
Materia: Trabajo Final de Ingeniería				Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo				Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A		Turno: Noche		
Negocio: MotoPoint					Versión: 0.7

Además, se realizó un listado de posibles riesgos que pueden surgir en el proyecto.

Nº	Riego	Consecuencia	Probabilidad	Impacto	Efecto
1	Inestabilidad económica en el país.	Se ven afectados los ingresos y un aumento en los costos del servicio.	Medio	Alto	Aumento de los costos fijos en un 25% y un aumento en los recursos humanos del 15% para el tercer año del emprendimiento.
2	Corte de luz en repetidas veces.	La empresa no puede trabajar por un periodo determinado.	Medio	Bajo	Representa una pérdida del 1%.
3	Pérdida del desarrollador Sr. en el segundo año.	Retraso en la solución de bugs y la imposibilidad de sacar nuevas features.	Baja	Alto	Esto representa un aumento del 5% en el sueldo del desarrollador Sr.
4	Mala estimación de las horas de desarrollo	Retraso al ingreso del mercado.	Media	Alto	Pérdida de capital en un 1% en el primer año.
5	Problemas de trackeo de eventos	Mala configuración o asignación erronea de suscriptores a eventos o rutas.	Alta	Media	Se generan eventos con faltantes de suscriptores esto significa un 1% de los ingresos de segundo año.
6	Pérdida de participación en el mercado.	Nuevo competidor en el mercado.	Media	Medio	Se produce una merma en la participación del mercado generando pérdidas del 5%.
7	Mala relación entre los empleados	Mala trato entre los empleados, baja motivación.	Baja	Alto	Mal clima laboral y renuncia de empleados.
8	Sobrecarga del sistema	El sistema no soporta los niveles de tráfico.	Baja	Alto	El sistema colapsa y deja de trabajar por un periodo de tiempo.
9	Errores en el sistema.	Errores de funcionamiento en el sistema que no fueron encontrados en la etapa de testing.	Baja	Medio	Emisión de pagos con montos erróneos. Esto implica 0,7% tanto de pérdida como de ganancia.
10	Demora en lapsos de entregas parciales del proyecto.	Atraso en la disponibilidad de la plataforma.	Baja	Alto	Necesidad de horas extra por parte del personal actual. Aumento de costo de RRHH 10%
11	Incapacidad de retener recursos con talento	No se forma un equipo sólido.	Media	Medio	Desmotivación del equipo
12	Ingreso de un analista de servicio sin experiencia en el rubro en el primer año.	Desconoce cómo vender y promocionar el servicio.	Media	Medio	La demora en el ingreso de sus actividades hace que se pierda 0,5%.
13	Contratar Gerente de Servicios sin experiencia en el rubro en el primer año	Invertir tiempo en su entrenamiento.	Baja	Baja	El ingreso de un gerente de servicio sin experiencia en el rubro genera un retraso del 2% en los ingresos del primer año.
14	Pérdida de tiempo por parte del desarrollador ya que tiene que instalar el software requerido.	No disponer de un sistema interno que administre clientes y ordenes de trabajo.	Baja	Alto	Aumento de costos de RRHH 3% por horas extra y caída de las ventas en un 2%
15	Caida en las suscripciones por parte de los suscriptores	Disminucion de ingresos por perdida de suscriptores.	Baja	Alto	Las perdidas son proporcional a la cantidad de caídas de los suscriptores

De este listado, se tomaron 3 escenarios para poner aprueba el presupuesto.

Para el escenario 1, se utilizó el riesgo número 13, dando el siguiente resultado.

Tasa de corte	65%
V.A.N	\$441.448
T.I.R	86%

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Para el escenario 2, se utilizó el riesgo número 6 dando el siguiente resultado.

Tasa de corte	65%
V.A.N	\$213.742
T.I.R	75%

Por último, para el escenario número 3, se tomó el riesgo número 1, el cual da el siguiente resultado.

Tasa de corte	65%
V.A.N	- \$465.786
T.I.R	28%

Dado que la T.I.R está por debajo de la tasa de corte, se debe aplicar el siguiente plan de contingencia. Se pretende aumentar la inversión en publicidad en un 30%, esperando un incremento mínimo del 10% en los ingresos.

De esta manera se estabilizará el proyecto dando los siguientes valores:

Tasa de corte	65%
V.A.N	\$300.544
T.I.R	81%

Universidad Abierta Interamericana
Facultad de Tecnología Informática



UAI

**Universidad Abierta
Interamericana**

Carrera de Ingeniería en Sistemas de
Información

Alumno: Ángel Guillermo Prado Brun

Legajo: A0910057291

Materia: Trabajo Final de Ingeniería

Carpeta: Tecnología

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

Contenido

10. Aspectos Descriptivos de la Solución Tecnológica	6
10.1. Estrategia y Política de Programación	6
10.2.1. Fundamentos.....	6
10.2.2. Beneficios	7
10.3. Software, Ensamblados y Diseño de Interfaz de Usuario.....	7
10.3.1. Software	7
10.3.2. Ensamblados.....	9
10.3.3. Diseño de Interfaz de Usuario.....	13
10.3.3.1. HTML5.....	14
10.3.3.2. CSS3.....	15
10.4. Arquitectura de Capas	16
10.4.1. Autenticación	18
10.4.2. Login.....	18
10.4.3. Intentos Fallidos	20
10.4.4. Bloqueo de Usuario	20
10.4.5. Autorización.....	21
10.4.6. Perfiles de Usuario	21
10.4.7. Menú de Permisos.....	2
10.4.8. Validación URL.....	3
10.4.9. Corrupción.....	3
10.4.10. Encriptación.....	3
10.4.10.1. Algoritmo MD5 (Usuarios).....	3
10.5.1. Dígitos Verificadores.....	4
10.5.2. Tecnología de Acceso a Datos	6
10.5.3. Manejo de Validación de Datos	6
10.5.4. Estrategias de Backup	8
10.5.5. Estrategia de Recuperación del Sistema	8
10.5.6. Recálculo Dígitos Verificadores	8
10.5.7. Sistema en Estado de Contingencia	8
10.5.8. Bitácora	9
10.5.9. Visualización de Bitácora.....	9
10.5.10. Archivado de Bitácora.....	10
10.6. Documentación de Diagramas.....	11
10.6.1. Arquitectura Base	11
10.6.2. Arquitectura - Catálogo de Requerimientos	12

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.6.3. ARQ01-Gestión de Excepciones (Bitácora)	13
10.6.4. ARQ02-Manejo de Excepciones	14
10.6.5. ARQ03-Gestión de Seguridad	15
10.6.6. ARQ04-Gestion de Multi-Idioma	16
10.6.7. ARQ05- Gestión de Multi-Usuario.....	17
10.6.8. ARQ06-Gestion de Backup y Restore.....	18
10.6.9. ARQ07-Global	19
10.7. Arquitectura - Catálogo de Casos de Uso	20
10.7.1. CU01-Gestión de Excepciones y Errores.....	21
10.7.1.1. Gestión de Excepciones	22
10.7.2. CU02-Servicio de Bitácora.....	23
10.7.2.1. Servicios de Bitácora	24
10.7.3. CU03-Gestión de Seguridad.....	25
10.7.3.1. Seguridad -Autenticación	26
10.7.4. Seguridad -Autorización.....	27
10.7.5.1. CU05-Gestion de Multi-Idioma.....	28
10.7.6. Gestión de Multi-Idioma	29
10.7.6.1. CU05-Gestion de Multi-Usuario	30
10.7.7. Gestión de Multi-Usuario	31
10.7.8. CU06-Gestion de Backup y Restore	32
10.7.8.1. Backup y Restore	33
10.9. Arquitectura - Prototipos	34
10.10. Modelo BE-DAL.....	35
10.11. Actores	36
10.12.1. CU-01-ARQ-Gestión de Excepciones y Errores.....	37
10.12.1.1. DS-01-ARQ-Gestión de Excepciones y Errores	38
10.13. CU-02-ARQ-Servicios de Trazas	39
10.13.1 DS-02-ARQ-Manipular Traza.....	40
10.14. DS-02-ARQ-Registrar una traza	41
10.14.1. CU-03-ARQ-Gestión de Seguridad	42
10.15. DS-03-ARQ-Seguridad-01-Autenticación.....	43
10.16. CU-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma.....	44
10.17. DS-04-ARQ-Multi-Idioma	45
10.17.1. CU-05-ARQ-Gestion de Multi-Usuario	46
10.18. Generar - Usuario.....	47
10.19. DS-05-ARQ-Gestion de Multi-Usuario	48

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.20. CU-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore	49
10.20.1. DS-06-ARQ-Gestion de Backup	50
10.20.2. DS-06-ARQ-Gestion de Backup	51
10.21. DC-01-ARQ-Gestión de Excepciones.....	52
10.21.1. DC-02-ARQ-Servicio de Bitácora.....	53
10.22. DC-03-ARQ-Gestión de Seguridad.....	54
10.23. DC-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma.....	55
10..23.1. DC-05-ARQ-Gestion de Multi-Usuario	56
10.24. DC-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore	57
10.25. DER-01-ARQ-Gestión de Excepciones.....	58
10.26.DER-02-ARQ-Servicio de Bitácora	59
10.27. DER-03-ARQ-Gestión de Seguridad.....	60
10.28. DER-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma	61
10.29. DER-05-ARQ-Gestion de Multi-Usuario	62
10.30. DER-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore	63
10.31. Arquitectura Sistema - (diagrama de Negocio)	64
10.32. Casos de uso Sistema.....	65
10.32.1. CU-001-SIS-Evento	66
10.32.2. CU-002-SIS-Ruta.....	68
10.32.3. CU-003-SIS-Actividad.....	70
10.32.4. CU-004-SIS-Experto.....	72
10.32.5. CU-005-SIS-Cobro membresía.....	74
10.32.6. DC-001-SIS-Evento	76
10.33. DC-002-SIS-Ruta.....	77
10.33.1. DC-003-SIS-Actividad.....	78
10.33.2. DC-004-SIS-Experto.....	79
10.33.3. DC-005-SIS-Cobro	80
10.34.1. DER-001-SIS-Evento	81
10.34.2. DER-002-SIS-Ruta	82
10.34.3. DER-003-SIS-Actividad	83
10.34.4. DER-004-SIS-Experto.....	84
10.34.5. DER-005-SIS-Cobro	85
10.35.1. DS-001-SIS-Evento-001 - Visualizar Evento.....	86
10.35.2. DS-001-SIS-Evento-002 - Obtener Información Cliente	87
10.35.3. DS-001-SIS-Evento-003 - Obtener Eventos Disponibles	88
10.35.4. DS-002-SIS-Ruta-001 - Votación Ruta	89

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.35.5. DS-003-SIS-Pago-001 - Actividad	90
10.35.6. DS-004-SIS-Experto-001 - Formalización Contacto Experto.....	91
10.35.7. DS-004-SIS-Experto-002 - Generar Cobro Actividad	92
10.35.8. DS-005-SIS-CobroMembresia-001 - Formalización Venta.....	93
10.36. Modelo de Diseño.....	94
10.37. Mapa de Navegación.....	95
10.38. Diagrama de Componente.....	96
10.39. Diagrama de Despliegue	97
11. Material bibliográfico.....	98
12. Anexos	98

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UAI	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10. Aspectos Descriptivos de la Solución Tecnológica

10.1. Estrategia y Política de Programación

Lo principal a la hora de hablar de redes sociales es comprender que forman parte de una creciente comunidad con acceso a Internet y con tiempo para invertir en ella: tiempo de ocio, de trabajo y de socialización.

Esto último ha permitido remodelar el espacio de lo público, al punto tal que ciertas redes sociales muy populares hacen las veces de punto de encuentro y centralizan la información de los usuarios, creando así verdaderas comunidades virtuales, gracias a las cuales personas de distinta procedencia y distinta historia vital pueden coincidir y compartir gracias a sus gustos personales o sus formas de usar la red.

Muchos compartimos diferentes tipos de pasatiempos, algunos se pueden convertir en pasiones.

¡En este caso sería bueno parar detalle en lo complicado que es organizar eventos para dichos pasatiempos, sin ir más lejos cuando entre amigos cercanos se organiza para salir un fin de semana a hacer alguna actividad aquí donde entran las redes sociales con un papel vital!

10.2.1. Fundamentos

Por medio de los avances tecnológicos se propone crear una web app orientada a redes sociales para la comunidad y aficionados del motociclismo. Algunos de los fundamentos para la creación de dicha app:

- Organizar de manera más eficaz salidas.
- Reducir tiempos.
- Conocer gente.
- Tener beneficios en productos y tiendas.
- Recreación y diversidad.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UAI <small>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</small>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.2.2. Beneficios

Las ventajas de las redes sociales tienen que ver con su inmediatez y su masividad, nunca vividas por la humanidad industrializada, así como su personalización de la experiencia, a grado tal que muchas de las interacciones en redes (los “me gusta” o los “favoritos”, etc.) son empleados en el mundo del marketing como medidores del éxito de una campaña o un producto.

Por otro lado, las Redes Sociales nos permiten centralizar nuestros contactos, administrar fechas de cumpleaños, retomar contacto con viejos amigos o hacer algunos nuevos, todo sin salir necesariamente de casa.

10.3. Software, Ensamblados y Diseño de Interfaz de Usuario

10.3.1. Software

MICROSOFT VISUAL STUDIO 2017



Se ha optado por utilizar el software Microsoft Visual Studio 2017, mismo que resulta ser un entorno (IDE, por sus siglas en inglés) para sistemas operativos Windows, el cual aporta múltiples lenguajes de programación tales como C++, C#, Visual Basic .NET, F#, Java, Python, Ruby, PHP.

Al cual que entornos de desarrollo web como ASP.NET MVC, Django, etc., a lo cual sumarle las nuevas capacidades online bajo Windows Azure.

Visual Studio permite a los desarrolladores crear aplicaciones, sitios y aplicaciones

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

web, así como servicios web en cualquier entorno que soporte la plataforma .NET (a partir de la versión .NET 2002). Así se pueden crear aplicaciones que se comuniquen entre estaciones de trabajo, páginas web, dispositivos móviles, dispositivos embebidos, consolas, etc.

MICROSOFT SQL SERVER 2017



Microsoft SQL Server es un sistema de manejo de bases de datos del modelo relacional, desarrollado por la empresa Microsoft.

El lenguaje de desarrollo utilizado (por la línea de comandos o mediante la interfaz gráfica de Management Studio) es Transact-SQL (TSQL), una implementación del estándar ANSI del lenguaje SQL, utilizado para manipular y recuperar datos (DML), crear tablas y definir relaciones entre ellas (DDL).

T-SQL (Transact-SQL) es el principal medio de interacción con el Servidor, el cual permite realizar las operaciones claves en SQL Server, incluyendo la creación y modificación de esquemas de base de datos, inserción y modificación de datos en la base de datos, así como la administración del servidor como tal. Esto se realiza mediante el envío de sentencias en T-SQL y declaraciones que son procesadas por el servidor y los resultados (o errores) regresan a la aplicación cliente.

El cliente nativo de SQL es la biblioteca de acceso a datos para los clientes de

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UAI <small>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</small>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

Microsoft SQL Server versión 2017 en adelante. Implementa de forma nativa soporte para las características de SQL Server, incluyendo la ejecución de la secuencia de datos tabular, soporte para bases de datos en espejo de SQL Server, soporte completo para todos los tipos de datos compatibles con SQL Server, conjuntos de operaciones asíncronas, las notificaciones de consulta, soporte para cifrado, así como recibir varios conjuntos de resultados en una sola sesión de base de datos. Cliente Nativo de SQL se utiliza como extensión de SQL Server plug-ins para otras tecnologías de acceso de datos, incluyendo ADO u OLE DB. Cliente Nativo de SQL puede también usarse directamente, pasando por alto las capas de acceso de datos.

10.3.2. Ensamblados

JQUERY



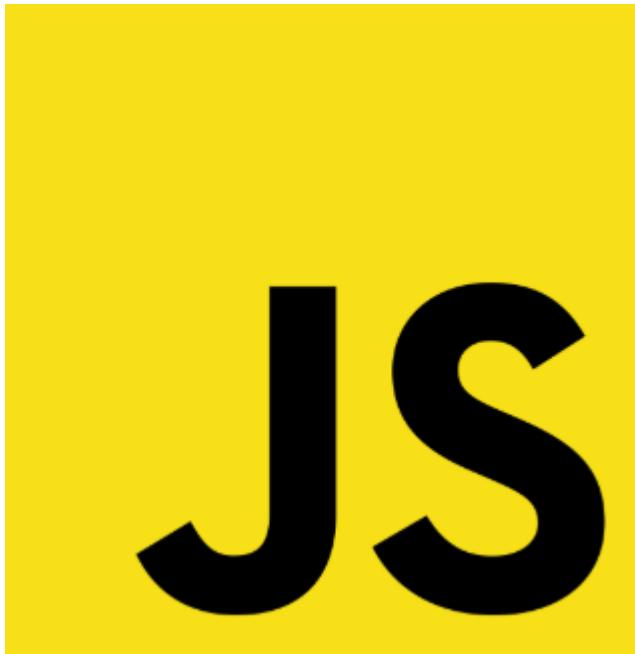
jQuery es una biblioteca de JavaScript, que permite simplificar la manera de interactuar con los documentos HTML, manipular el árbol DOM, manejar eventos, desarrollar animaciones y agregar interacción con la técnica AJAX a páginas web. jQuery es la biblioteca de JavaScript más utilizada.

jQuery es software libre y de código abierto, posee un doble licenciamiento bajo la Licencia MIT y la Licencia Pública General de GNU v2, permitiendo su uso en proyectos libres y privados.

jQuery, al igual que otras bibliotecas, ofrece una serie de funcionalidades basadas en JavaScript que de otra manera requerirían de mucho más código, es decir, con las funciones propias de esta biblioteca se logran grandes resultados en menos tiempo y espacio.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UAI <small>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</small>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

LENGUAJES SCRIPT



Los lenguajes de script que se utilizarán para realizar la aplicación son Javascript y Vbscript.

JavaScript es un lenguaje de programación que se utiliza principalmente para crear páginas web dinámicas. Una página web dinámica es aquella que incorpora efectos como texto que aparece y desaparece, animaciones, acciones que se activan al pulsar botones y ventanas con mensajes de aviso al usuario. Técnicamente, JavaScript es un lenguaje de programación interpretado, por lo que no es necesario compilar los programas para ejecutarlos. En otras palabras, los programas escritos con JavaScript se pueden probar directamente en cualquier navegador sin necesidad de procesos intermedios. A pesar de su nombre, JavaScript no guarda ninguna relación directa con el lenguaje de programación Java. Legalmente, JavaScript es una marca registrada de la empresa Sun Microsystems.

El Visual Basic Script es un lenguaje de script, directamente derivado de Visual Basic. Los lenguajes de script son versiones recortadas de otros lenguajes. Estas versiones se usan para su integración en páginas web.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

XML



Lenguaje extensible de etiquetas. Es un estándar para describir datos y crear etiquetas. Las características especiales son la independencia de datos, o de la separación de los contenidos de su presentación. Es un metalenguaje que permite diseñar un lenguaje propio de etiquetas para múltiples clases de documentos.

Los documentos XML se componen de unidades de almacenamiento llamadas entidades (entities), que contienen datos analizados (parsed) o sin analizar (unparsed). Los datos analizados se componen de caracteres, algunos de los cuales forman los datos del documento y el resto forman las etiquetas. Las etiquetas codifican la descripción de la estructura lógica y de almacenamiento del documento. XML proporciona un mecanismo para imponer restricciones en la estructura lógica y de almacenamiento.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

AJAX



AJAX, acrónimo de Asynchronous JavaScript And XML (JavaScript asíncrono y XML), es una técnica de desarrollo web para crear aplicaciones interactivas o RIA (Rich Internet Applications). Estas aplicaciones se ejecutan en el cliente, es decir, en el navegador de los usuarios mientras se mantiene la comunicación asíncrona con el servidor en segundo plano. De esta forma es posible realizar cambios sobre las páginas sin necesidad de recargarlas, mejorando la interactividad, velocidad y usabilidad en las aplicaciones.

Ajax es una tecnología asíncrona, en el sentido de que los datos adicionales se solicitan al servidor y se cargan en segundo plano sin interferir con la visualización ni el comportamiento de la página, aunque existe la posibilidad de configurar las peticiones como síncronas de tal forma que la interactividad de la página se detiene hasta la espera de la respuesta por parte del servidor.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	
		Versión: 0.7

10.3.3. Diseño de Interfaz de Usuario

TWITTER BOOTSTRAP



Twitter Bootstrap es un framework o conjunto de herramientas de Código abierto para diseño de sitios y aplicaciones web. Contiene plantillas de diseño con tipografía, formularios, botones, cuadros, menús de navegación y otros elementos de diseño basado en HTML y CSS, así como, extensiones de JavaScript opcionales adicionales.

Bootstrap es modular y consiste esencialmente en una serie de hojas de estilo LESS que implementan la variedad de componentes de la herramienta. Una hoja de estilo llamada bootstrap.less incluye los componentes de las hojas de estilo. Los desarrolladores pueden adaptar el mismo archivo de Bootstrap, seleccionando los componentes que deseen usar en su proyecto.

Los ajustes son posibles en una medida limitada a través de una hoja de estilo de configuración central. Los cambios más profundos son posibles mediante las declaraciones LESS.

El uso del lenguaje de hojas de estilo LESS permite el uso de variables, funciones y operadores, selectores anidados, así como clases mixin.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UAI <small>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</small>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.3.3.1. HTML5



Utilizaremos HTML5 en nuestra solución tecnológica por los siguientes motivos que se enumeran a continuación:

Al ser el código más sencillo y simplificado, cargan más rápido las páginas en el navegador.

Las páginas y los elementos que contienen se ven perfectamente en todos los navegadores. La gran mayoría de los navegadores de los teléfonos Smartphone y las tabletas, son compatibles con HTML5, si posees uno de estos dispositivos puedes comprobarlo, accediendo con él a la siguiente página: Detector e identificador de dispositivos móviles

Los plugins, widgets y botones que ofrecen los desarrolladores de las redes como Facebook, Twitter y otras, escritos en HTML 5 funcionan excelentemente, con más opciones que los clásicos en XHTML o que los iframes.

Es posible insertar directamente videos en las páginas sin tener que acudir a los iframes o usar la etiqueta object.

HTML 5 incluye etiquetas orientadas principalmente a los buscadores, para facilitarles comprender el contenido de las páginas, lo que nos beneficia, por ejemplo: header, footer, article, nav, etc.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

Permite la Geolocalización del usuario.

Otras de las razones es el empleo del micro formato en las páginas web, que algunos son totalmente incompatibles con otros lenguajes por lo que no validan correctamente a no ser que se use HTML5.

10.3.3.2. CSS3



CSS3 ofrece un control mucho más avanzado de los elementos del documento web y una extensa gama de nuevas posibilidades dentro del diseño web.

Estas posibilidades van desde la creación de efectos visuales asombrosos, hasta la generación de animaciones avanzadas, y todo desarrollado con unas pocas líneas de código CSS3.

La ventaja principal es que ya no hay que modificar la estructura HTML cada vez que se desea modificar el aspecto de algún elemento de la página web, ya que CSS3 se encarga de dicha tarea, independientemente de la estructura de contenidos.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

```

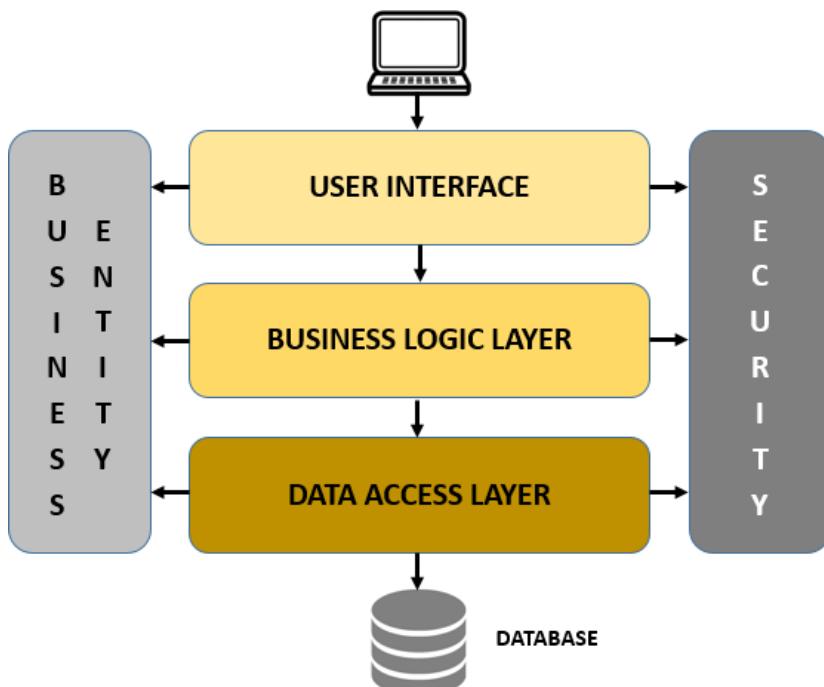
1 | <link href="StyleSheet.css" rel="stylesheet" type="text/css">
01 | .MiLabel
02 | {
03 | border-color: #00CC00;
04 | border-style: solid;
05 | background-color: #FF6600;
06 | color: #FFFFFF;
07 | font-family: Arial;
08 | font-size: 10pt;
09 | font-weight: bold;
10 | }

1 | <asp:Label ID="Label1" runat="server"
2 | CssClass="MiLabel" Text="Mi label"></asp:Label>

```

10.4. Arquitectura de Capas

En la siguiente imagen representativa, presentamos el modelo de capas que utilizará MOTOPOINT para nuestra solución tecnológica.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

Capa de Presentación: la que ve el usuario (también se la denomina "capa de usuario"), presenta el sistema al usuario, le comunica la información y captura la información del usuario en un mínimo de proceso (realiza un filtrado previo para comprobar que no hay errores de formato). También es conocida como interfaz gráfica y debe tener la característica de ser "amigable" (entendible y fácil de usar) para el usuario. Esta capa se comunica únicamente con la capa de negocio.

Capa de Negocio: es donde residen los programas que se ejecutan, se reciben las peticiones del usuario y se envían las respuestas tras el proceso. Se denomina capa de negocio (e incluso de lógica del negocio) porque es aquí donde se establecen todas las reglas que deben cumplirse. Esta capa se comunica con la capa de presentación, para recibir las solicitudes y presentar los resultados, y con la capa de datos, para solicitar al gestor de base de datos almacenar o recuperar datos de él. También se consideran aquí los programas de aplicación.

Capa de Acceso a Datos: es donde residen los datos y es la encargada de acceder a los mismos. Está formada por uno o más gestores de bases de datos que realizan todo el almacenamiento de datos, reciben solicitudes de almacenamiento o recuperación de información desde la capa de negocio.

Capa de Entidades de Negocio: es donde residirán todas las propiedades de los objetos. No agregará funcionalidad, se utilizará para la creación de entidades de negocio necesarias para el traslado de datos desde la capa de Presentación hasta la Capa de Acceso a Datos y viceversa.

Capa de Seguridad: se encargará de brindar servicios de seguridad como ser autenticación de usuarios, encriptación, métodos de backup y restore, validación de integridad de base de datos, creación de sesiones de usuario, etc.

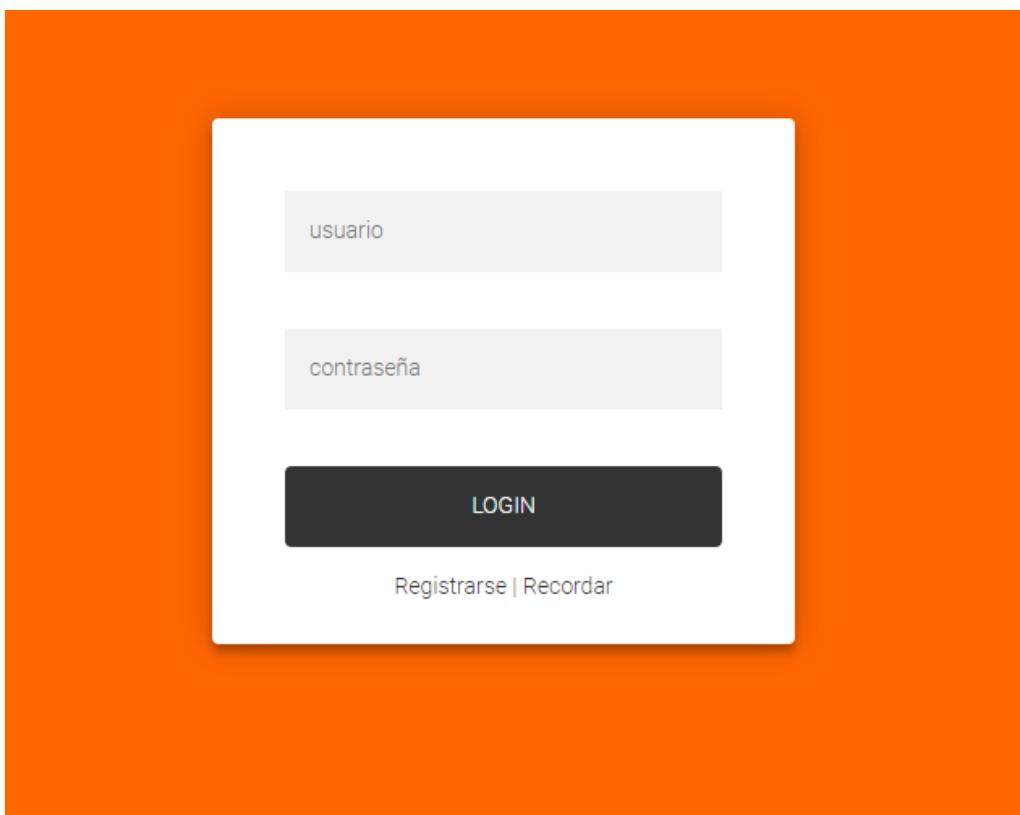
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.4.1. Autenticación

10.4.2. Login

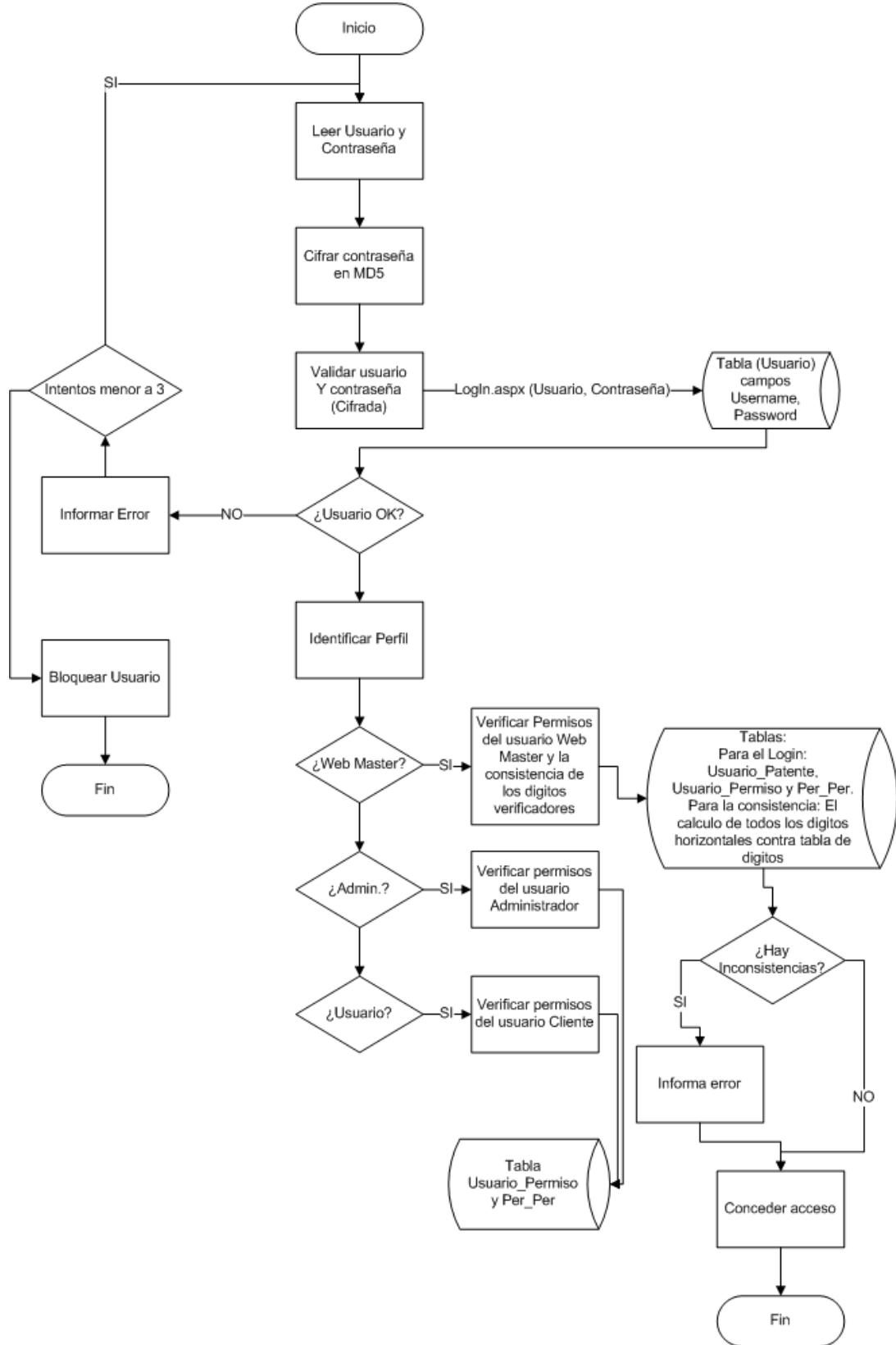
El usuario del sistema deberá ingresar su nombre de usuario y contraseña, en donde deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- **Nombre de Usuario:** se utilizar el email o la parte delantera al @corre.com como usuario del sistema para dicho cliente.
- **Contraseña:** mínimo de 6 caracteres, incluyendo letras (al menos una de ellas mayúscula), 1 dígito al menos que sea número y 1 dígito al menos especial.



 Expertos Ofertas	Motoquero ▾
Eventos Rutas Actividades	Mi Perfil Salir!

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte		Comisión: 5°A	
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche	
		Versión: 0.7	



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

Para tal fin en Visual Studio 2017, se incluyeron con tecnología html5.

Contraseña:

```
<asp:TextBox runat="server" ID="txtContrasenia" TextMode="Password"
placeholder="contraseña" pattern="(?=.*\d)(?=.*[a-z])(?=.*[A-Z]).{6,}" minlength="6"
required title="Se requiere mínimo 6 caracteres, 1 Mayuscula, 1 Minuscula y 1 caracter
Especial!"></asp:TextBox><br />
```

10.4.3. Intentos Fallidos

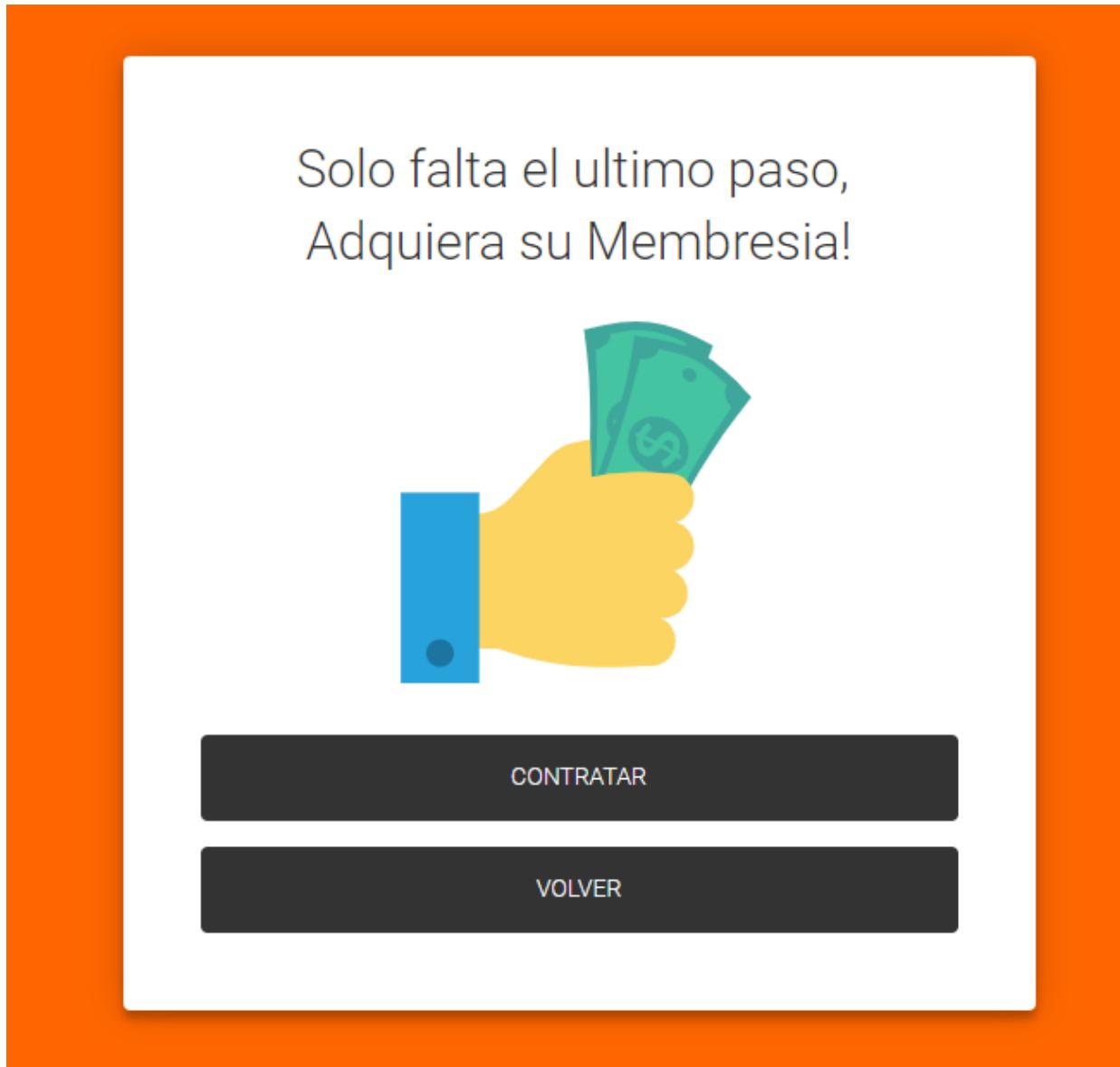
Durante el inicio de sesión de usuario se verifica que la cantidad de intentos fallidos no sea mayor a 3 intentos. De ser así el usuario es automáticamente bloqueado ya que esto puede representar un fraude dado que otro usuario puede estar intento acceder con un nombre de usuario y contraseña no propio.

10.4.4. Bloqueo de Usuario

Luego de 3 intentos fallidos, el usuario será bloqueado y no podrá acceder al sistema. Al usuario se le brinda la posibilidad de recuperación de contraseña en un proceso conformado por cuatro pasos que constan de la validación de los siguientes datos:

1. Nombre de Usuario
2. Correo Electrónico
3. Pregunta de Recuperación
4. Ingreso de Nueva Contraseña y Confirmación de nueva contraseña.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7



10.4.5. Autorización

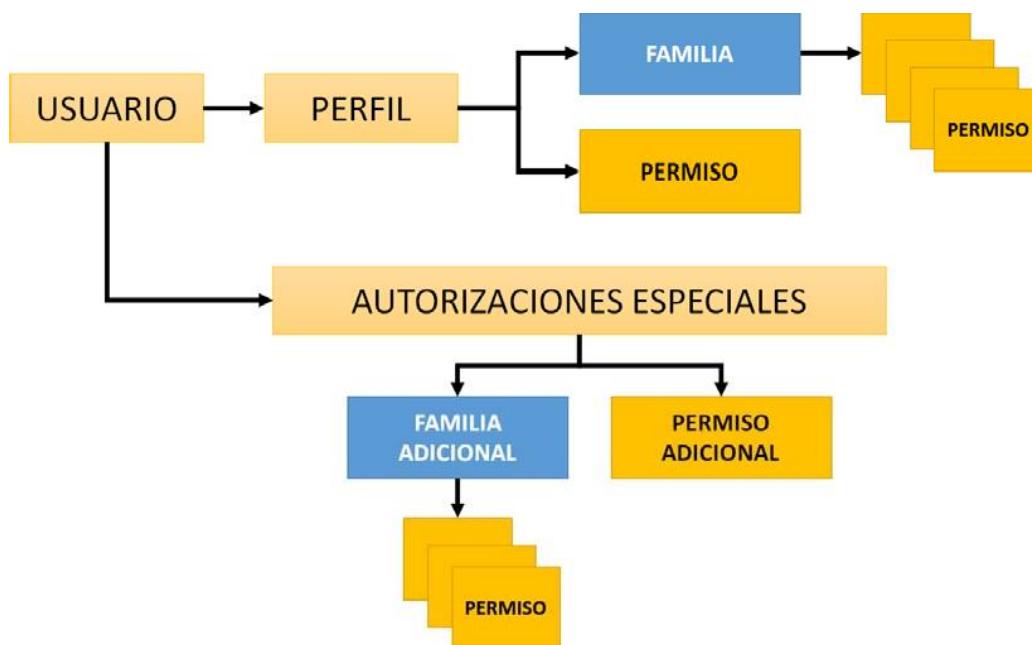
10.4.6. Perfiles de Usuario

Se utilizará el patrón Composite, el cuál sirve para construir objetos complejos a partir de otros más simples y similares entre sí, gracias a la composición recursiva y a una estructura en forma de árbol.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

Esto simplifica el tratamiento de los objetos creados, ya que al poseer todos ellos una interfaz común, se tratan todos de la misma manera. Dependiendo de la implementación, pueden aplicarse procedimientos al total o una de las partes de la estructura compuesta como si de un nodo final se tratara, aunque dicha parte esté compuesta a su vez de muchas otras. Un claro ejemplo de uso extendido de este patrón se da en los entornos de programación 2D para aplicaciones gráficas. Un videojuego puede contener diferentes capas "layers" de sprites (como una capa de enemigos) pudiéndose invocar un método que actúe sobre toda esta capa de sprites a la vez (por ejemplo, para ocultarlos, darles un filtro de color etc.).

Beneficio: se utilizará para el manejo de permisos. Un usuario poseerá un perfil asociado que será un conjunto de Permisos Base. Estos Permisos Base serán ya sea Familias de Permisos o Permisos Hoja, ambos representados por la Clase Permiso Base. De esta manera tanto una Familia de Permisos como un Permiso Hoja, recibirá el mismo tratamiento, siendo que recursivamente se definirá el perfil del usuario en un arbol de permisos que establecerá que funcionalidades el usuario puede acceder y a cuáles no.



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte		Comisión: 5°A	
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche	
		Versión: 0.7	

10.4.7. Menú de Permisos

El menú de permisos en el sistema dependerá del perfil que el usuario posee y de las autorizaciones especiales que el mismo pudiera tener. El sistema ocultará no dejará el ingreso al mismo si esto no posee autorización de webmaster del sistema.

Id Usuario

Nombre y Apellido

Fecha Nacimiento

Categoria moto

Usuario

Contraseña

Email

Activo Inactivo

Habilitar Busqueda
Busqueda
Nuevo Usuario

Guardar
Cancelar

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte		Comisión: 5°A	
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche	
		Versión: 0.7	

La estrategia seleccionada consiste en que cada punto de menú se corresponde con un único WebForm del sistema, y por ende ese WebForm refiere a una URL específica del sitio.

Así como se mencionó anteriormente, al igual que para la carga del perfil del usuario, el menú también utiliza una estructura de árbol, por lo cual se utiliza el patrón Composite, el cuál sirve para construir objetos complejos a partir de otros más simples y similares entre sí, gracias a la composición recursiva y a una estructura en forma de árbol.

10.4.8. Validación URL

Para evitar cualquier acceso no autorizado a una funcionalidad que el usuario con una sección activa en el sistema no posee, desde el código en el servidor en la capa de aplicación se realiza una validación que validará según el perfil del usuario, si posee o no las autorizaciones pertinentes para el acceso a esa funcionalidad.

10.4.9. Corrupción

10.4.10. Encriptación

10.4.10.1. Algoritmo MD5 (Usuarios)

El sistema se encargará de encriptar la contraseña del usuario a través del conocido algoritmo de encriptación irreversible: MD5.

Es un algoritmo informático que, mediante funciones matemáticas, obtiene un "resumen" de cualquier secuencia de datos. El resumen generado por el algoritmo, que se representa habitualmente con una cadena de 32 caracteres, recibe varios nombres: "resumen" y "huella". Este algoritmo fue desarrollado por Ronald Rivest en 1995 y está basado en dos algoritmos anteriores MD2 y MD4. Todos estos protocolos producen un número de 128 bits a partir de un texto de cualquier longitud.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A		Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

MD5 comienza rellenando el mensaje a una longitud congruente en módulo 448 de 512. Es decir la longitud del mensaje es 64 bits menos que un entero múltiplo de 512. El relleno consiste en un bit en 1 seguido por cuantos bits en 0 sean necesarios. La longitud original del mensaje es almacenada en los últimos 64 bits del relleno.



Adicionalmente se inicializa, con un valor fijo, un buffer de 128 bits. Este buffer puede verse como 4 registros de 32 bits (A, B,C,D) y son inicializados con los siguientes valores hexadecimales:

$$A=67452301; B=EFCDAB89; C=98BADC9E; D=10325476$$

Durante varias rondas de procesamiento el algoritmo toma bloques de 512 bits de la entrada y los mezcla con los 128 bits del buffer. Este proceso es repetido hasta que todos los bloques de entrada han sido consumidos. El valor resultante en el buffer es el hash del mensaje.

10.5.1. Dígitos Verificadores

El dígito verificador o dígito de control, es un mecanismo de seguridad, específicamente de autenticación utilizado para verificar la validez y la autenticidad de un valor que se encuentra registrado en la base de datos, evitando de esta forma fraudes o errores que se puedan generar en el caso de que alguien atente contra la base de datos.

Es una herramienta muy útil ya que permite saber si se ha alterado, dentro de una estructura de datos, las posiciones de los caracteres o si estos han sido remplazados por otros o eliminados. No proporciona una forma de saber dónde se produjo la o las alteraciones, pero si detalla si las hubo o no.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td style="width: 50%;">Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa</td></tr> <tr> <td>Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo</td><td>Legajo: A0910057291</td></tr> <tr> <td>Sede: Norte</td><td>Comisión: 5°A</td></tr> <tr> <td>Negocio: MotoPoint</td><td>Versión: 0.7</td></tr> </table>			Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa										
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291										
Sede: Norte	Comisión: 5°A										
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7										
Los dígitos verificadores horizontales se calcularán multiplicando el número en ASCII del carácter, por la posición en la que se encuentra el mismo, a partir de esto, se guardará en la base de datos junto con el registro, en el llamado campo DVH.											
En el caso de los dígitos verificadores verticales se guardarán en una tabla todas las sumas de todos los dígitos verificadores horizontales de cada tabla; y cada registro sabrá a qué tabla pertenece esa suma. Esto se realizará, cada vez que se ingrese a la pantalla de Log-in, con la finalidad de verificar la integridad de los datos, es decir, que no hayan sido agregados registro a mano o modificado algún dato de la misma forma antes mencionada.											
Cuando el sistema registre datos en la base de datos actualizará los dígitos verificadores. En caso de que algún dígito verificador haya sido alterado se bloqueará el sistema.											

Cuando el sistema registre datos en la base de datos actualizará los dígitos verificadores. En caso de que algún dígito verificador haya sido alterado se bloqueará el sistema.

Dígito Verificador Horizontal DVH: En el ámbito de las Bases de Datos es utilizado para verificar la integridad de una fila o registro en una Base de Datos. Es importante que el cálculo no sea obvio, imposibilitando así a un potencial intruso a modificar un registro y recalculando manualmente el dígito verificador. De esta manera al recalcular el dígito verificador sobre los datos modificados de forma ilícita y comparar ese resultado con el dígito verificador original surgirá una diferencia y se detectará la anomalía.

Dígito Verificador Vertical DVV: También utilizando en el ámbito de Base de Datos es utilizado para verificar la integridad de todos los dígitos verificadores horizontales, permitiendo detectar la eliminación de registros completos.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte		Comisión: 5°A	
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

10.5.2. Tecnología de Acceso a Datos

ADO.NET es un conjunto de clases que exponen servicios de acceso a datos para el programador de .NET. ADO.NET ofrece abundancia de componentes para la creación de aplicaciones de uso compartido de datos distribuidas. Constituye una parte integral de .NET Framework y proporciona acceso a datos relacionales, XML y de aplicaciones. ADO.NET satisface diversas necesidades de desarrollo, como la creación de clientes de base de datos de aplicaciones para usuario y objetos empresariales de nivel medio que utilizan aplicaciones, herramientas, lenguajes o exploradores de Internet.

ADO.NET separa el acceso a datos de la manipulación de datos y crea componentes discretos que se pueden utilizar por separado o conjuntamente. ADO.NET incluye proveedores de datos de .NET Framework para conectarse a una base de datos, ejecutar comandos y recuperar resultados. Los resultados se procesan directamente o se colocan en un objeto DataSet de ADO.NET con el fin de exponerlos al usuario para un propósito específico, combinados con datos de varios orígenes, o de utilizarlos de forma remota entre niveles. El objeto DataSet de ADO.NET también puede utilizarse independientemente de un proveedor de datos de .NET Framework para administrar datos que son locales de la aplicación o que proceden de un origen XML.

10.5.3. Manejo de Validación de Datos

Ya que nuestra base de datos será del tipo SQL SERVER, desarrollaremos nuestra solución tecnológica teniendo en cuenta las siguientes recomendaciones que se brindan en el portal de Microsoft:

No hacer suposiciones sobre el tamaño, tipo o contenido de los datos que recibirá la aplicación. Por ejemplo, se debe hacer la siguiente evaluación:

- Cómo se comportará la aplicación si un usuario (malicioso o no) especifica un archivo MPEG de 10 megabytes cuando la aplicación espera un código postal.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche	
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

- Cómo se comportará la aplicación si se incrusta una instrucción DROP TABLE en un campo de texto.
- Comprobar el tamaño y el tipo de los datos especificados y aplicar límites adecuados. Esto puede impedir que se produzcan saturaciones deliberadas del búfer.
- Comprobar el contenido de las variables de cadena y acepte únicamente valores esperados. Rechazar las especificaciones que contengan datos binarios, secuencias de escape y caracteres de comentario. Esto puede impedir la inyección de scripts y puede servir de protección frente a explotaciones de saturación del búfer.
- Al trabajar con documentos XML, validar todos los datos con respecto a su esquema a medida que se vayan indicando.
- No crear instrucciones Transact-SQL directamente a partir de datos indicados por el usuario.
- Utilizar procedimientos almacenados para validar los datos indicados por el usuario.
- En entornos de varios niveles, todos los datos deben validarse antes de que se admitan en la zona de confianza. Los datos que no superen el proceso de validación deben rechazarse, y debe devolverse un error al nivel anterior.
- Implementar varias capas de validación. Las precauciones que se tomen contra usuarios malintencionados ocasionales pueden resultar ineficaces contra piratas informáticos con determinación. Lo más recomendable es validar los datos especificados por el usuario en la interfaz de usuario y, después, en todos los puntos posteriores en que atravesen un límite de confianza.
- No concatenar nunca datos especificados por el usuario que no se hayan validado. La concatenación de cadenas es el punto de entrada principal de una inyección de scripts.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
	Sede: Norte	Comisión: 5°A
	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

10.5.4. Estrategias de Backup

10.5.5. Estrategia de Recuperación del Sistema

Como pudiese ocurrir un caso en que sea borrada la totalidad de la Base de Datos o parcialmente ciertas tablas o registros importantes, como ser el de los accesos de usuarios WEBMASTER al sistema, los cuales tienen las autorizaciones para reestablecer problemas de integridad, es que se diseñó una estrategia de recuperación, la cual permite resolver problemas de integridad y restaurar la integridad del sistema en caso de que esto suceda.

En las próximas dos siguientes secciones, se explica la estrategia de recuperación diseñada.

10.5.6. Recálculo Dígitos Verificadores

El recálculo de Dígitos Verificadores será una de las alternativas que tendrá el usuario WEBMASTER para reparar la integridad de la base de datos. Esta opción consistirá en un recálculo automático de todos los DVH (dígitos verificadores horizontales) de cada una de las tablas que se encuentran definidas en la tabla DVV (Dígitos Verificadores Verticales), más el recálculo automático de los dígitos verificadores verticales en la tabla DVV.

10.5.7. Sistema en Estado de Contingencia

Si la integridad de la Base de Datos se encuentra corrupta automáticamente se coloca el sistema en Estado de Contingencia. El sistema no permitirá a nuevos usuarios ingresar y a aquellas sesiones que se encuentren activas no les permitirá procesar transacciones de ninguna índole hasta que un usuario WEBMASTER solucione los problemas de Integridad encontrados.

Cualquier usuario que no sea WEBMASTER o FIREIGHTER recibirá el siguiente mensaje en pantalla ya sea al momento de querer iniciar una sesión o confirmar el procesamiento de una transacción.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td style="width: 50%;">Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa</td></tr> <tr> <td>Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo</td><td>Legajo: A0910057291</td></tr> <tr> <td>Sede: Norte</td><td>Comisión: 5ºA</td></tr> <tr> <td colspan="2">Negocio: MotoPoint</td></tr> <tr> <td colspan="2">Versión: 0.7</td></tr> </table>			Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa												
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291												
Sede: Norte	Comisión: 5ºA												
Negocio: MotoPoint													
Versión: 0.7													

DB - ERROR DIGITO VERIFICADOR!

Administracion de Usuarios - ABM Perfiles - [Gestion Perfiles](#)

Ir a la WebSite MotoPoint! - [Ir a MotoPoint!](#)

Se han producidos errores criticos - [Ver contingencial](#)

idEvento	idUser	descripcion	fecha
2	2	BKPException:Test Iniciales.	2018-06-09 18:38:42.500
3	2	BKPException:Probando desde depuración,inserción de Trazas.	07/07/2018 18:16:27
4	2	BKPException:Probando desde depuración,inserción de Trazas.	07/07/2018 18:23:44

Administracion de arquitectura Base - Resguardo y Restauracion.

Bitácora Usuario Grupo GrupoPermisos Permiso Multi-Idioma UsuarioGrupo

[Exportar](#) [Importar](#)

Administracion de arquitectura Base - Debug

[Test Bitácora](#) [Cambiar Idioma](#) [Información Pagos](#) [Salir](#)

La validación de la integridad se realiza a partir de la verificación de cada uno de los Dígitos Verificadores Horizontales contra cada uno de los registros en la Base de Datos, y al finalizar con la totalidad de una tabla se verifica el total del Dígito Verificador Vertical de la tabla guardado en la Base de Datos.

10.5.8. Bitácora

10.5.9. Visualización de Bitácora

El webmaster podrá visualizar los últimos 30 días de la Bitácora los cuales estarán almacenados en la Base de Datos. Cualquier registro mayor a 30 días es almacenado / archivado automáticamente en un Archivo XML en un directorio del servidor.

A continuación, se muestra una captura de pantalla de la interfaz a través de la cual el webmaster podrá visualizar los eventos grabados en Bitácora en la Base de Datos.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td style="width: 50%;">Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa</td></tr> <tr> <td>Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo</td><td>Legajo: A0910057291</td></tr> <tr> <td>Sede: Norte</td><td>Comisión: 5°A</td></tr> <tr> <td>Negocio: MotoPoint</td><td>Versión: 0.7</td></tr> </table>			Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	Sede: Norte	Comisión: 5°A	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa										
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291										
Sede: Norte	Comisión: 5°A										
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7										

Errores pagos de Membresias

[Ir a WebMaster !](#)

numeroTarjeta	numeroSeguridad	fechaValidez	nombreTitular	estadoTrans
4546283345788001	521	0121	ANGEL PRADO BRUN	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788002	522	0222	MIGUEL LOPEZ OCHOA	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788003		0323	JAIRO RAMIREZ JARAMILLO	PAGO RECHAZADO
				PAGO RECHAZADO
4546283345788001	521	2121		PAGO RECHAZADO
4546283345788001	521	0121	ANGEL PRADO BRUN	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	0102	Angel Prado Brun	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	1212	Angel Prado Brun	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	1212	Angel Prado Brun	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	1212	Angel Prado Brun	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	0126	Angel Prado Brun	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	0129	Angel Prado Brun	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	1212	Angel Prado Brun	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	0129	Angel Prado Brun	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	522	0120	MAURICIO CORREA J	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	1212	MAURICIO CORREA J	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	123	1212	MAURICIO CORREA J	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	123	1212	MAURICIO CORREA J	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	0121	MAURICIO CORREA J	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	1212	MAURICIO CORREA J	PAGO REALIZADO CON EXITO
4546283345788001	521	121	MAURICIO CORREA J	PAGO REALIZADO CON EXITO

10.5.10. Archivado de Bitácora

El sistema realiza automáticamente el archivado de la Bitácora en un archivo XML alojado en el servidor. El usuario puede consultar este archivo, de la misma manera que lo realiza con los registros que se encuentran aún en la Base de Datos, aquellos cuya actividad fue registrada en los últimos 30 días.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.6. Documentación de Diagramas

10.6.1. Arquitectura Base

req Arquitectura

Nombre: Arquitectura	Paquete: #02-Modelo de Sistema
Versión: 1.0	Autor: AGPB

Arquitectura Base

 Arquitectura - Catálogo de Requerimientos	 Sistema - Catálogo de Requerimientos
 Arquitectura - Catálogo de Casos de Uso	 Sistema - Modelado de Casos de uso
 Arquitectura - Base	 Arquitectura - Sistema

 Volver a Menu Principal

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.6.2. Arquitectura - Catálogo de Requerimientos

req Arquitectura - Catálogo de Requerimientos

Nombre: Arquitectura - Catálogo de Requerimientos
Paquete: Arquitectura - Catálogo de Requerimientos
Versión: 1.0
Autor: AGPB

Arquitectura - Catálogo de Requerimientos

Círculo a cumplir para la Arquitectura Base

1. Definir el catálogo de requerimientos
2. Priorizarlos
3. Diseño para la construcción
4. Definición de Interfaces para diseño y desarrollo
5. Prácticas para implementación

ARQ03-Gestión de Seguridad

- + ARQ03-REQ01-Autenticación
- + ARQ03-REQ02-Autorización

ARQ04-Gestión de Multi-Idioma

- + ARQ04-REQ01-Gestión de Multi-Idioma

ARQ05-Gestión de Multi-Usuario

- + ARQ05-REQ01-Gestión de Multi-Usuario
- + ARQ05-REQ02-Tipo de usuario

ARQ06-Gestión de Backup y Restore

- + ARQ06-REQ01-Gestión Backup
- + ARQ06-REQ02-Gestión Restore

 [Volver a Arquitectura](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.6.3. ARQ01-Gestión de Excepciones (Bitácora)

custom ARQ01-Gestión de Excepciones (Bitacora)

Nombre: ARQ01-Gestión de Excepciones (Bitacora)

Paquete: ARQ01-Gestión de Excepciones

Versión: 1.0

Autor: AGPB

Gestión de Excepciones

ARQ01-REQ01-Registro de logueo de Usuarios

ARQ01-REQ02-Registro de errores de sistema



[Volver Catálogo de Requerimientos](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.6.4. ARQ02-Manejo de Excepciones

custom ARQ02-Manejo de Excepciones

Nombre: ARQ02-Manejo de Excepciones
Paquete: ARQ02-Servicio de Bitacora
Versión: 1.0
Autor: AGPB

Servicio de Bitacora

ARQ02-REQ01-Registrar una excepcion

ARQ02-REQ02-Manipular una excepcion



[Volver a Catálogo de Requerimientos](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.6.5. ARQ03-Gestión de Seguridad

custom ARQ03-Gestión de Seguridad

Nombre: ARQ03-Gestión de Seguridad

Paquete: ARQ03-Gestión de Seguridad

Versión: 1.0

Autor: AGPB

Gestión de Seguridad

ARQ03-REQ01-Autenticación

ARQ03-REQ02-Autorización



[Volver a Catálogo de Requerimientos](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.6.6. ARQ04-Gestion de Multi-Idioma

custom ARQ04-Gestion de Multi-Idioma

Nombre: ARQ04-Gestion de Multi-Idioma
Paquete: ARQ04-Gestion de Multi-Idioma
Versión: 1.0
Autor: AGPB

Gestion de Multi-Idioma

ARQ04-REQ01-Gestion de Multi-Idioma



[Volver a Catálogo de Requerimientos](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.6.7. ARQ05- Gestión de Multi-Usuario

custom ARQ05- Gestion de Multi-Usuario

Nombre: ARQ05- Gestión de Multi-Usuario
Paquete: ARQ05-Gestion de Multi-Usuario
Versión: 1.0
Autor: AGPB

Gestion de Multi-Usuario

ARQ05-REQ01-Gestion de Multi-Usuario

ARQ05-REQ02-Tipo de usuario



[Volver a Catálogo de Requerimientos](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.6.8. ARQ06-Gestion de Backup y Restore

custom ARQ06-Gestion de Backup y Restore

Nombre: ARQ06-Gestion de Backup y Restore
Paquete: ARQ06-Gestion de Backup y Restore
Versión: 1.0
Autor: AGPB

Gestion de Backup y Restore

ARQ06-REQ01-Gestion Backup

ARQ06-REQ02-Gestion Restore

 [Volver a Catálogo de Requerimientos](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5ºA Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7	

10.6.9. ARQ07-Global

custom ARQ07-Global

Nombre: ARQ07-Global
Paquete: ARQ07-Global
Versión: 1.0
Autor: AGPB

ARQ07-Global


ARQ07-Global-01-Sistema Operativo


ARQ07-Global-02-Hardware

 [Volver Catálogo de Requerimientos](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.7. Arquitectura - Catálogo de Casos de Uso

pkg Arquitectura - Catálogo de Casos de Uso

Nombre: Arquitectura - Catálogo de Casos de Uso
 Paquete: Arquitectura - Catálogo de Casos de Uso
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Catálogo de Casos de Uso

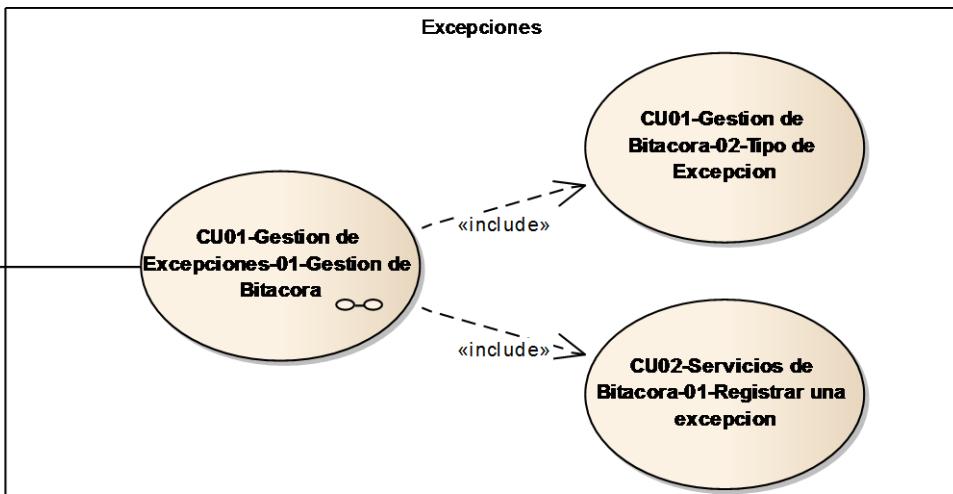
- ARQ01-CU01-Gestión de Excepciones**
 - + Sistema MotoPoint
 - + CU01-Gestión de Bitacora-02-Tipo de Excepcion
 - + CU01-Gestión de Excepciones-01-Gestión de Bitacora
 - + CU02-Servicios de Bitacora-01-Registrar una excepcion
- ARQ02-CU02-Servicio de Bitacora**
 - + Sistema MotoPoint
 - + CU02-Servicios de Bitacora-01-Registrar una excepcion
 - + CU02-Servicios de Bitacora-02-Manipular excepcion
- ARQ03-CU03-Gestión de Seguridad**
 - + Sistema MotoPoint
 - + CU02-Servicios de Bitacora-01-Registrar una excepcion
 - + CU03-Seguridad -01-Autenticación
 - + CU03-Seguridad -02-Autorización
- ARQ04-CU04-Gestion de Multi-Idioma**
 - + Sistema MotoPoint
 - + CU04-Gestion de Multi-Idioma-01-Multi-Idioma
 - + CU04-Gestion de Multi-Idioma-02-Tipo de Idioma
- ARQ05-CU05-Gestion de Multi-Usuario**
 - + Sistema MotoPoint
 - + CU05-Gestion de Multi-Usuario-01-Multi-Usuario Log in
 - + CU05-Gestion de Multi-Usuario-02-tipo de usuario
- ARQ06-CU06-Gestion de Backup y Restore**
 - + Sistema MotoPoint
 - + CU06-Backup y Restore -01-Backup
 - + CU06-Backup y Restore -02-Restore

 [Volver a Arquitectura](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.7.1. CU01-Gestión de Excepciones y Errores

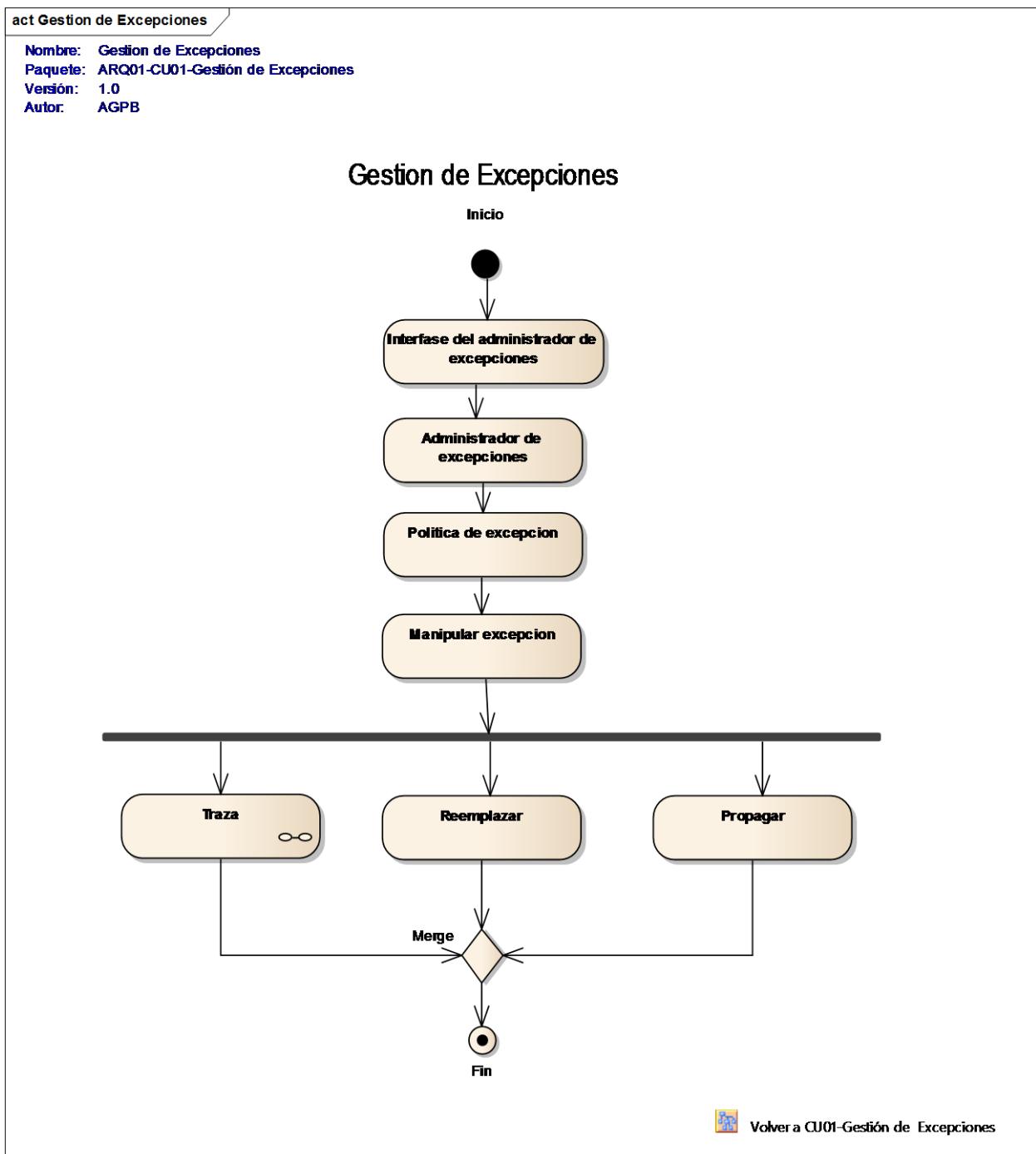
uc CU01-Gestión de Excepciones y Errores

Nombre: CU01-Gestión de Excepciones y Errores Paquete: ARQ01-CU01-Gestión de Excepciones Versión: 1.0 Autor: AGPB	<h3>Gestión de Excepciones y Errores</h3>  <pre> classDiagram actor System_MotoPoint --> CU01_Gestion_Excepciones_01_Gestion_Bitacora CU01_Gestion_Excepciones_01_Gestion_Bitacora < -- CU01_Gestion_Bitacora_02_Tipo_Excepcion CU01_Gestion_Excepciones_01_Gestion_Bitacora < -- CU02_Servicios_Bitacora_01_Registrar_Excepcion </pre>
--	---

 [Volver a Arquitectura](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
		Versión: 0.7

10.7.1.1. Gestión de Excepciones



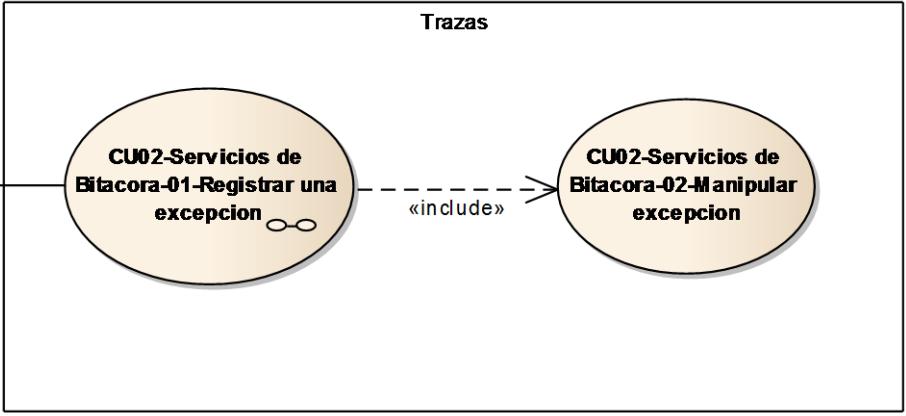
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.7.2. CU02-Servicio de Bitácora

uc CU02-Servicio de Bitacora

Nombre: CU02-Servicio de Bitacora
 Paquete: ARQ02-CU02-Servicio de Bitacora
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Servicio de Bitacora



```

graph LR
    SP((Sistema MotoPoint)) --- CU02_01((CU02-Servicios de Bitacora-01-Registrar una excepcion))
    CU02_01 -.-> CU02_02((CU02-Servicios de Bitacora-02-Manipular excepcion))
    CU02_01 -- «include» --> CU02_02
  
```

Trazas

Sistema MotoPoint

CU02-Servicios de Bitacora-01-Registrar una excepcion

CU02-Servicios de Bitacora-02-Manipular excepcion

 Volver a Arquitectura

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte		Comisión: 5ºA	
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche	
		Versión: 0.7	

10.7.2.1. Servicios de Bitácora

act Servicios de Bitacora

Nombre: Servicios de Bitacora
 Paquete: ARQ02-CU02-Servicio de Bitacora
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Servicios de Bitacora



```

graph TD
    Inicio((Inicio)) --> Interfase[Interfase del administrador de trazas]
    Interfase --> Administrador[Administrador de trazas]
    Administrador --> Tipo[Tipo de traza]
    Tipo --> Manipular[Manipular traza]
    Manipular --> Definir[Definir formato de Log]
    Definir --> Final((Final))
  
```

[Volver a Servicios de Traza](#)

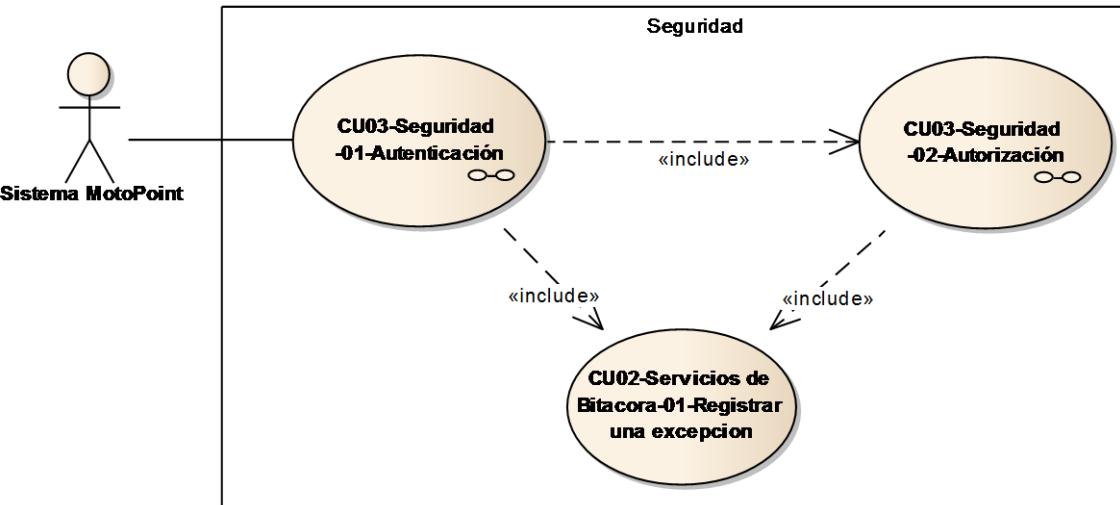
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.7.3. CU03-Gestión de Seguridad

uc CU03-Gestión de Seguridad

Nombre: CU03-Gestión de Seguridad
 Paquete: ARQ03-CU03-Gestión de Seguridad
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Gestión de Seguridad



```

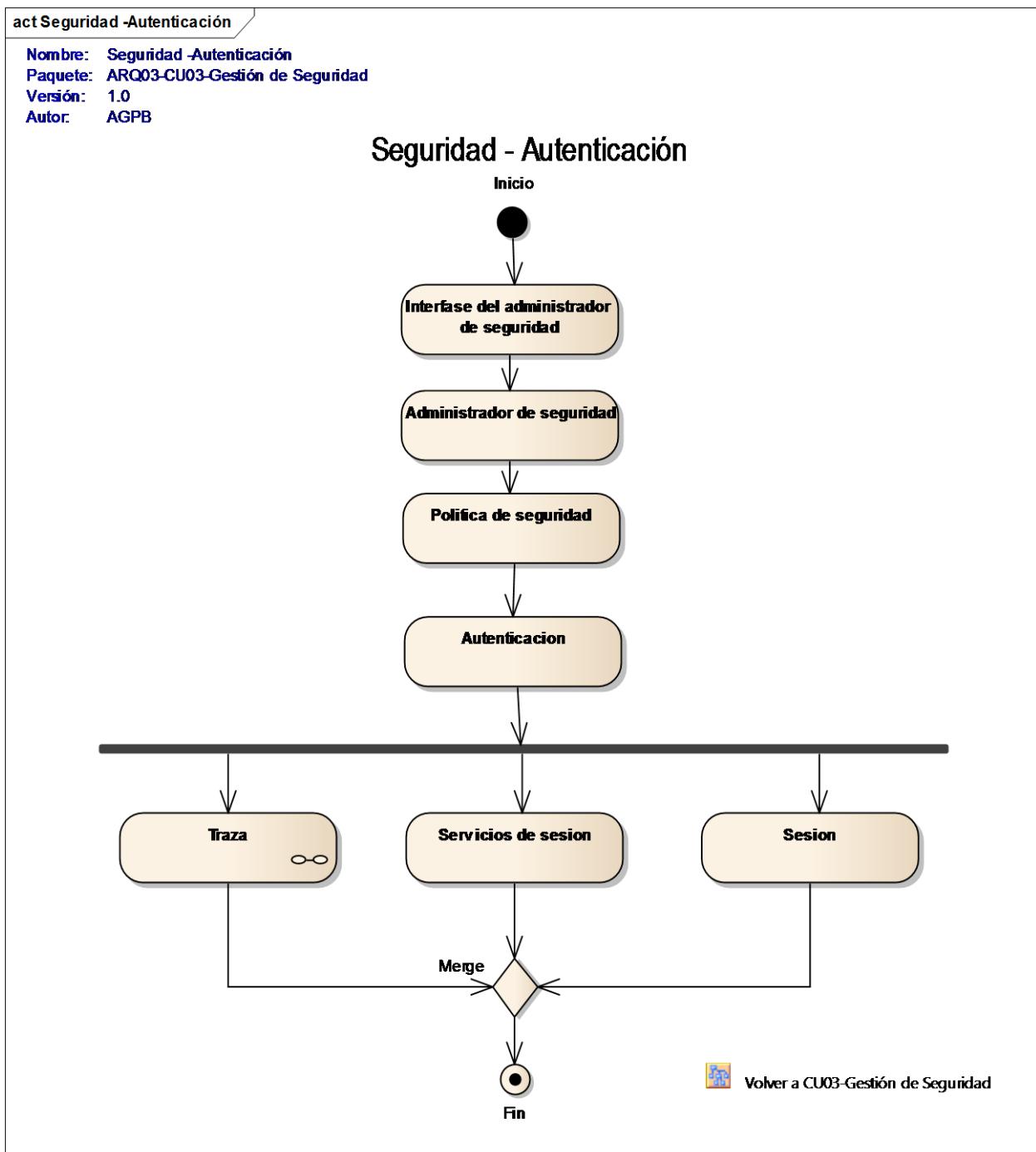
classDiagram
    participant SP as Sistema MotoPoint
    class CU03Seguridad01Autenticacion
    class CU03Seguridad02Autorizacion
    class CU02ServiciosDeBitacora01RegistrarUnaExencion

    SP --> CU03Seguridad01Autenticacion
    CU03Seguridad01Autenticacion --> CU03Seguridad02Autorizacion : <<include>>
    CU03Seguridad01Autenticacion --> CU02ServiciosDeBitacora01RegistrarUnaExencion : <<include>>
    CU03Seguridad02Autorizacion --> CU02ServiciosDeBitacora01RegistrarUnaExencion : <<include>>
  
```

[!\[\]\(1fce8eb5f6203ebae193ee1554b9f53d_img.jpg\) Volver a Arquitectura](#)

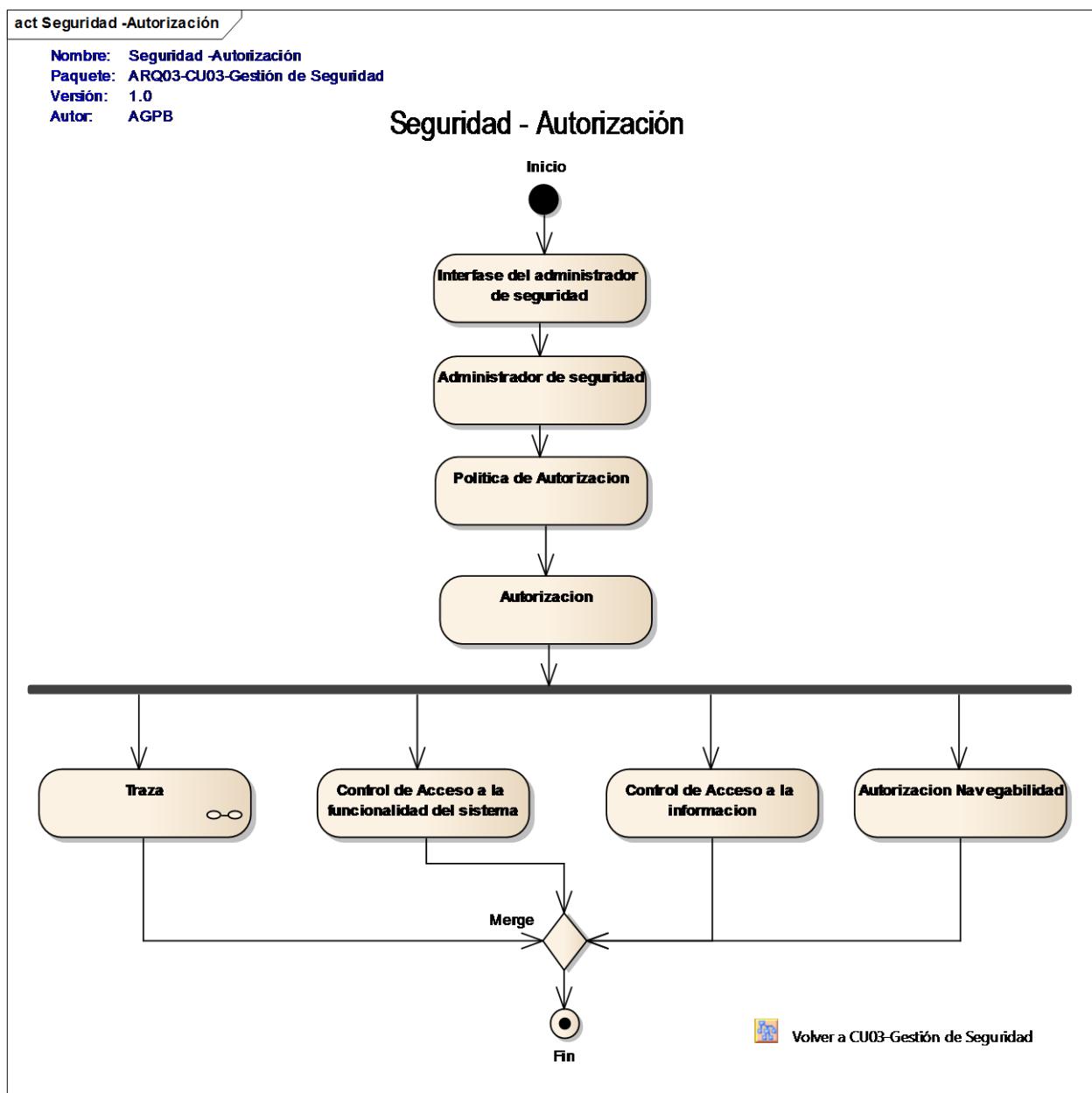
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td style="width: 50%;">Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa</td></tr> <tr> <td>Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo</td><td>Legajo: A0910057291</td></tr> <tr> <td>Sede: Norte</td><td>Comisión: 5ºA</td></tr> <tr> <td>Negocio: MotoPoint</td><td>Versión: 0.7</td></tr> </table>			Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa										
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291										
Sede: Norte	Comisión: 5ºA										
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7										

10.7.3.1. Seguridad -Autenticación



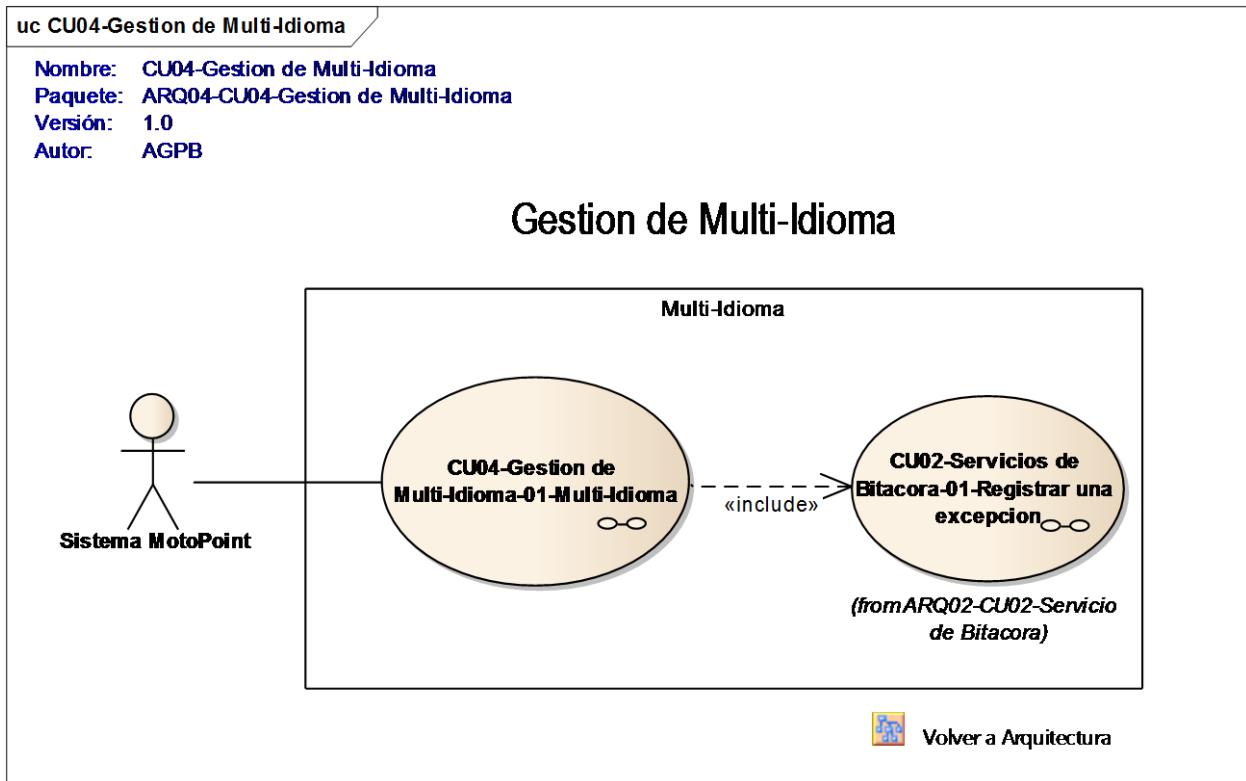
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.7.4. Seguridad -Autorización



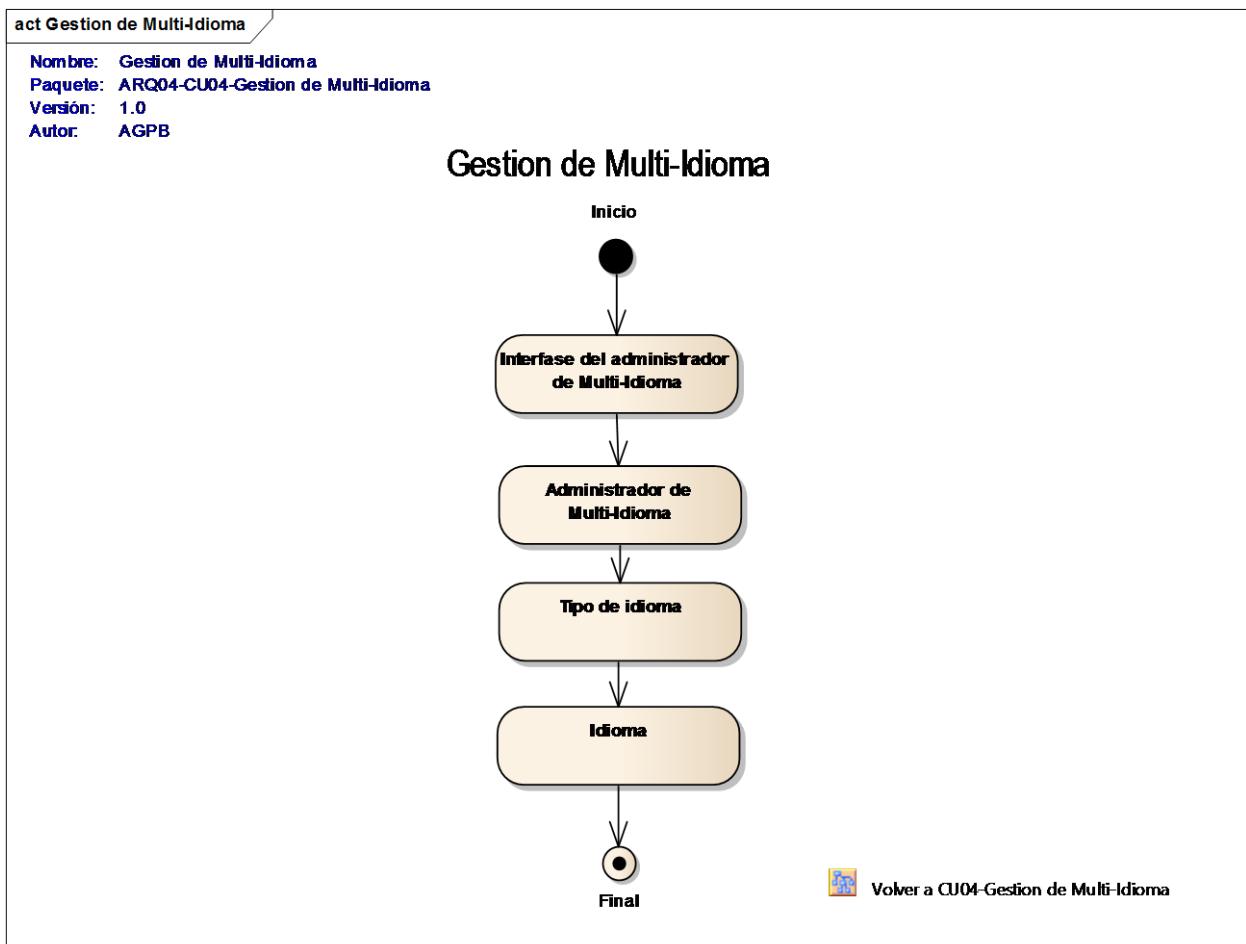
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.7.5.1. CU05-Gestion de Multi-Idioma



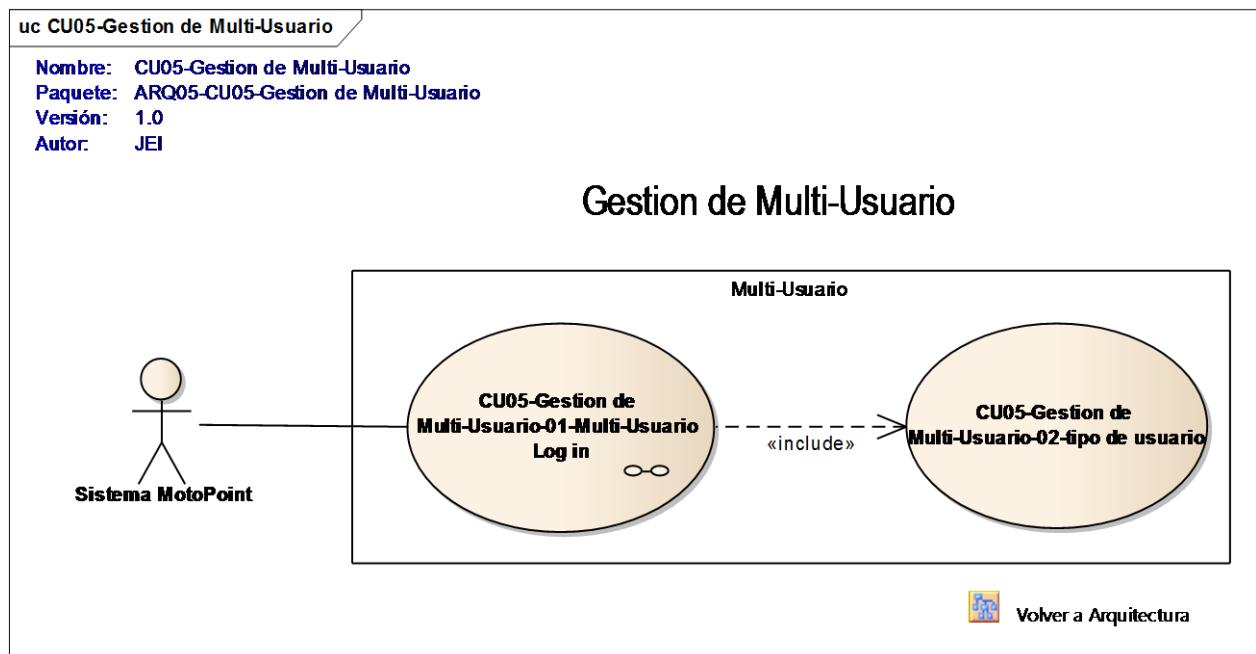
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.7.6. Gestión de Multi-Idioma



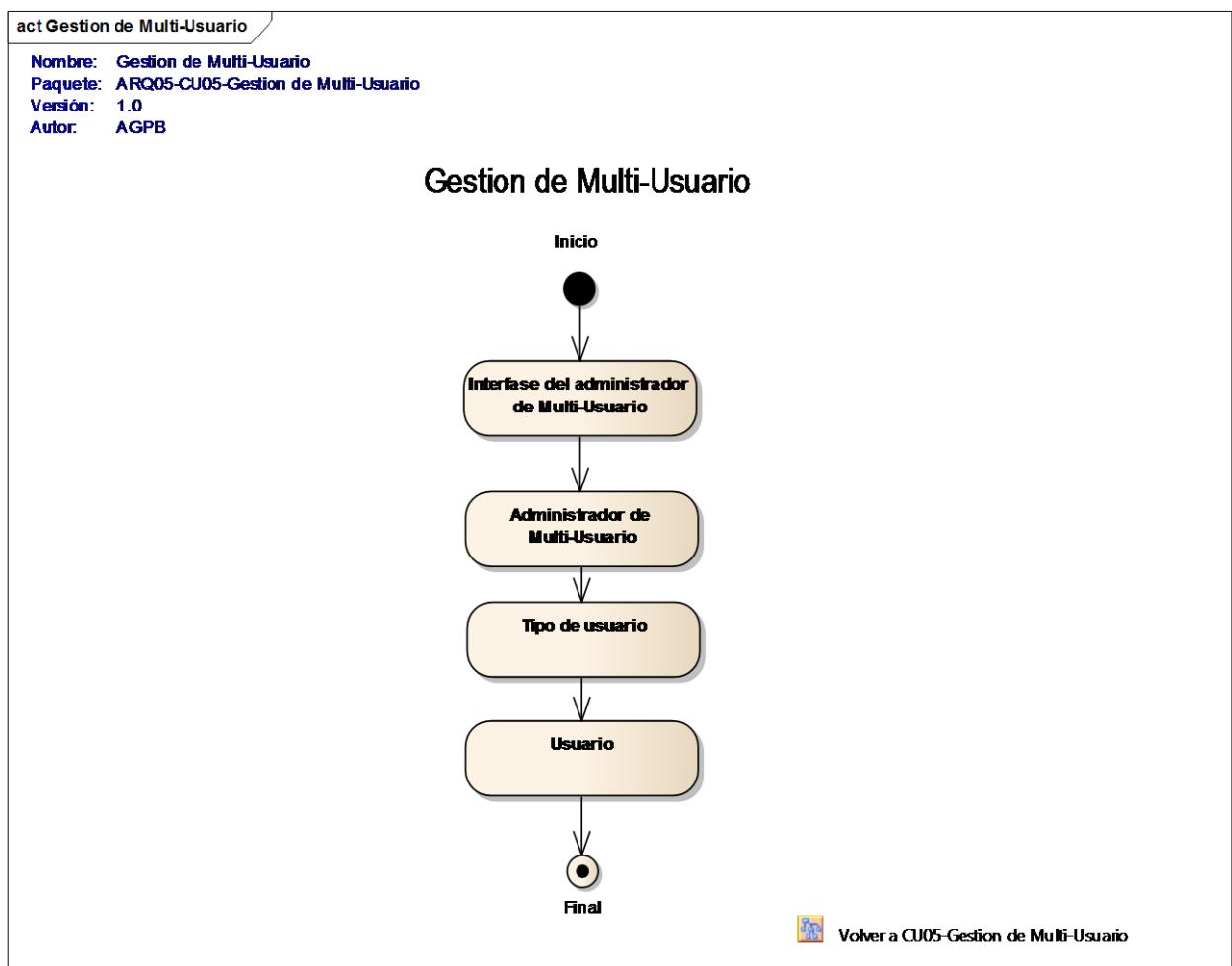
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.7.6.1. CU05-Gestion de Multi-Usuario



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.7.7. Gestión de Multi-Usuario



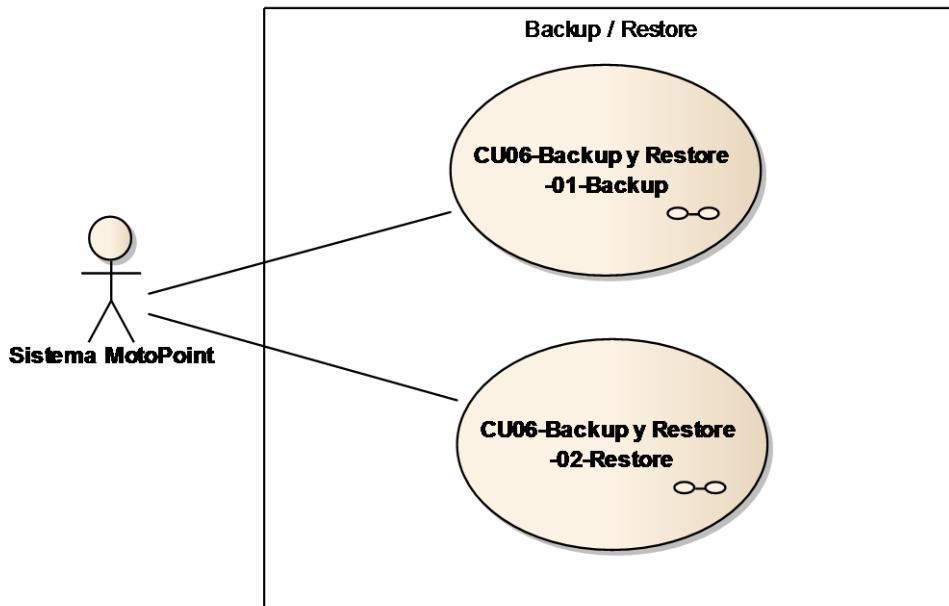
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.7.8. CU06-Gestion de Backup y Restore

uc CU06-Gestion de Backup y Restore

Nombre: CU06-Gestion de Backup y Restore
 Paquete: ARQ06-CU06-Gestion de Backup y Restore
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

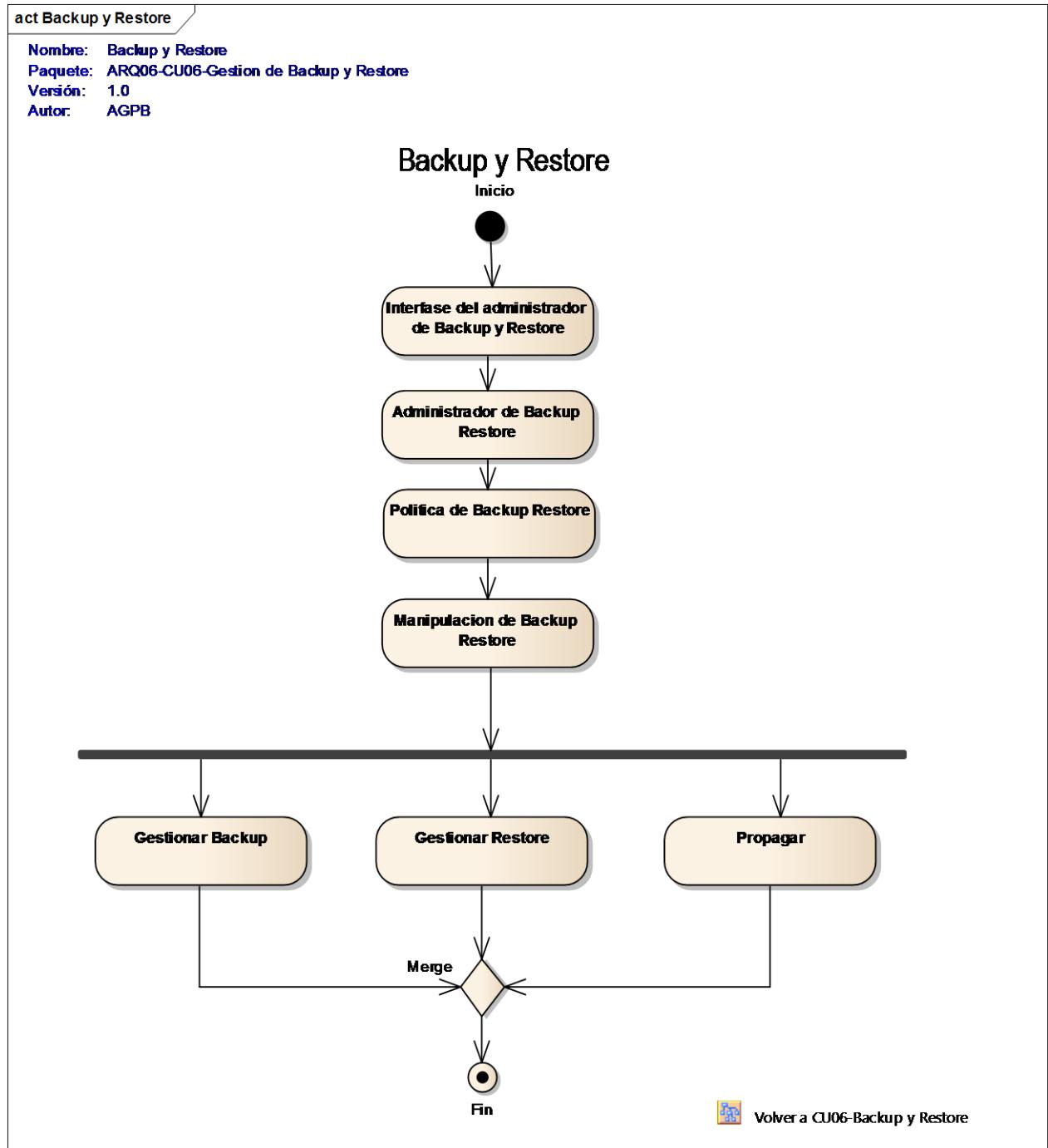
Gestion de Backup y Restore



Volver a Arquitectura

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.7.8.1. Backup y Restore



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo			Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA		Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

10.9. Arquitectura - Prototipos

pkg Arquitectura - Prototipos

Nombre: Arquitectura - Prototipos
 Paquete: Arquitectura - Prototipos
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Arquitectura - Base

Modelo BE-DAL

- + Actores
- + Casos de Uso - Diagramas de Secuencia
- + Modelo de clases - Arquitectura
- + Diagramas Entidad Relacion

(from Modelo Bussines entity - DAL)

Modelo de clases - Arquitectura

- + DC-01-ARQ-Gestión de Excepciones
- + DC-02-ARQ-Servicio de Bitácora
- + DC-03-ARQ-Gestión de Seguridad
- + DC-04-ARQ-Gestión de Multi-Idioma
- + DC-05-ARQ-Gestión de Multi-Usuario
- + DC-06-ARQ-Gestión de Backup y Restore

(from Modelo BE-DAL)

Casos de Uso - Diagramas de Secuencia

- + DS-01-ARQ-Gestión de Excepciones
- + DS-02-ARQ-Servicio de Bitácora
- + DS-03-ARQ-Gestión de Seguridad
- + DS-04-ARQ-Gestión de Multi-Idioma
- + DS-05-ARQ-Gestión de Multi-Usuario
- + DS-06-ARQ-Gestión de Backup y Restore

(from Modelo BE-DAL)

Diagramas Entidad Relacion

- + tbl_Bitacora
- + tbl_Grupo
- + tbl_GrupoPermisos
- + tbl_Multiidioma
- + tbl_Permisos
- + tbl_Usuario
- + tbl_UsuarioGrupo

(from Modelo BE-DAL)

[!\[\]\(31e12c3bc7862985e97334935a86596b_img.jpg\) Volver a Arquitectura](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
		Versión: 0.7

10.10. Modelo BE-DAL

uc Modelo BE-DAL

Nombre: Modelo BE-DAL
 Paquete: Modelo BE-DAL
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Modelo BE-DAL

Casos de Uso - Diagramas de Secuencia

- + DS-01-ARQ-Gestión de Excepciones
- + DS-02-ARQ-Servicio de Bitácora
- + DS-03-ARQ-Gestión de Seguridad
- + DS-04-ARQ-Gestión de Multi-Idioma
- + DS-05-ARQ-Gestión de Multi-Usuario
- + DS-06-ARQ-Gestión de Backup y Restore

(from Casos de Uso - Diagramas de Secuencia)

DS-04-ARQ-Gestión de Multi-Idioma

- + Multi-Idioma

(from Casos de Uso - Diagramas de Secuencia)

DS-02-ARQ-Servicio de Bitácora

- + Manipular Traza
- + Registrar una traza

(from Casos de Uso - Diagramas de Secuencia)

DS-06-ARQ-Gestión de Backup y Restore

- + Backup
- + Restore

(from Casos de Uso - Diagramas de Secuencia)

DS-03-ARQ-Gestión de Seguridad

- + Autenticación

(from Casos de Uso - Diagramas de Secuencia)

DS-05-ARQ-Gestión de Multi-Usuario

- + Generar - Usuario
- + Multi-Usuario - Log in

(from Casos de Uso - Diagramas de Secuencia)

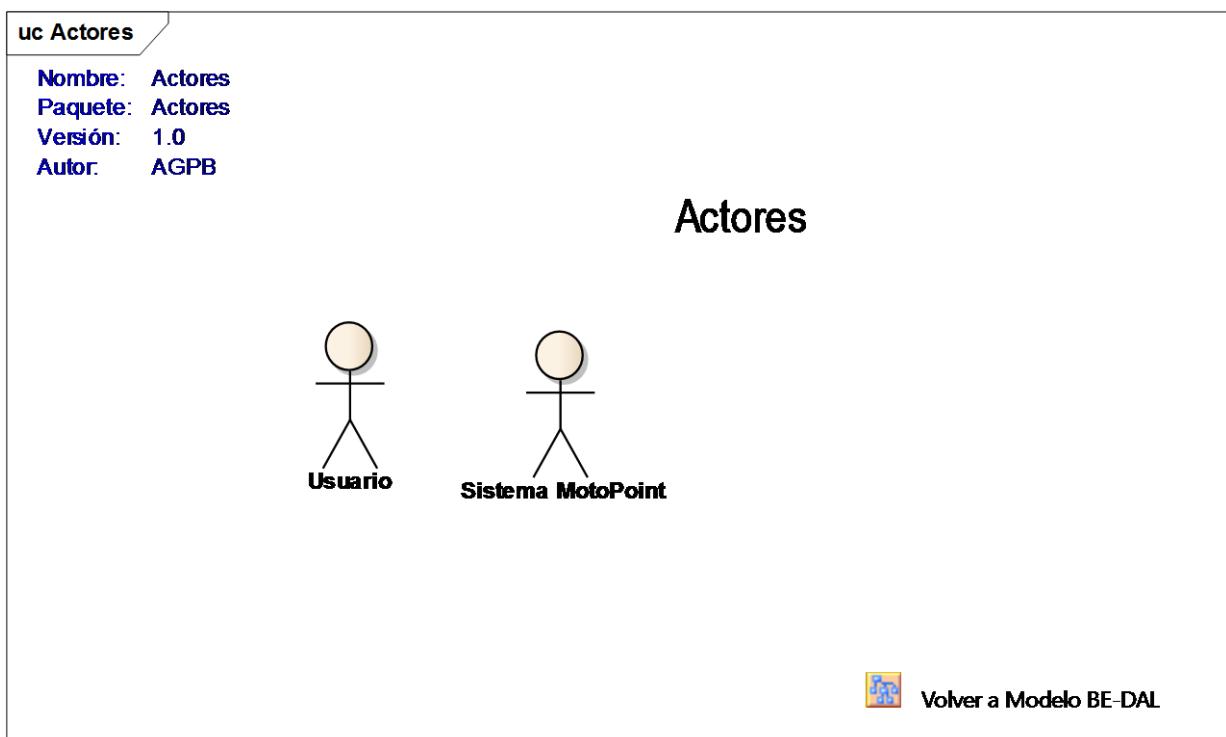
Actores

- + Sistema MotoPoint
- + Usuario

 [Volver a Arquitectura de Prototipos](#)

 UAI <small>UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</small>	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

10.11. Actores



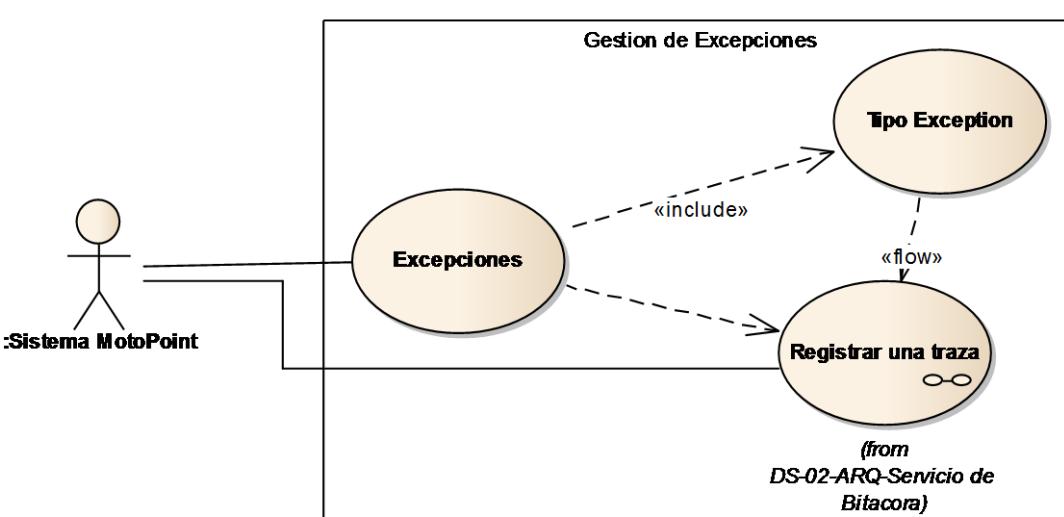
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.12.1. CU-01-ARQ-Gestión de Excepciones y Errores

uc CU-01-ARQ-Gestión de Excepciones y Errores

Nombre: CU-01-ARQ-Gestión de Excepciones y Errores
 Paquete: DS-01-ARQ-Gestión de Excepciones
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Gestión de Excepciones y Errores



```

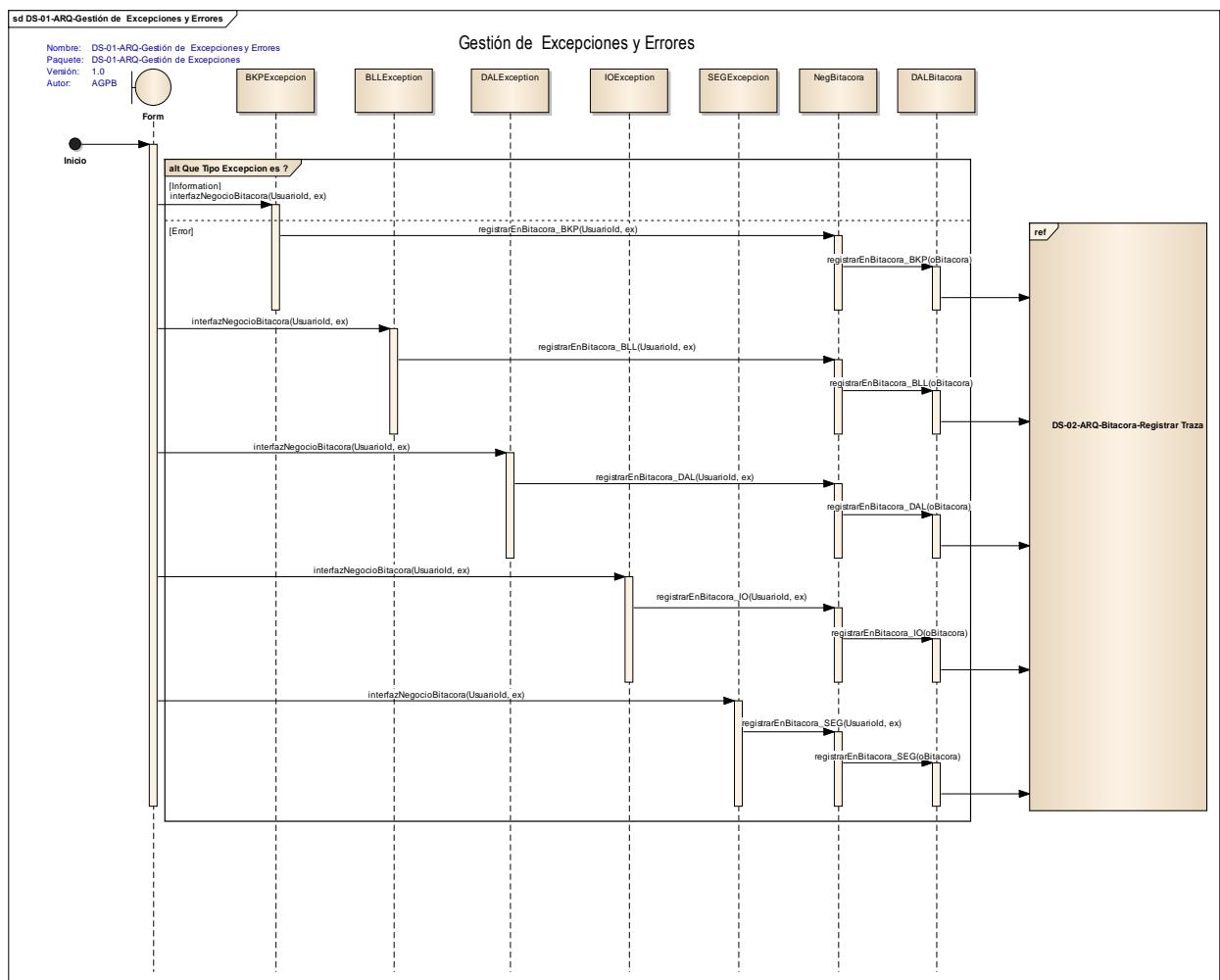
graph LR
    Actor((Sistema MotoPoint)) --> Excepciones((Excepciones))
    Excepciones --> TipoException((Tipo Exception))
    Excepciones --> Registrar((Registrar una traza))
    Registrar --> TipoException
    
```

(from DS-02-ARQ-Servicio de Bitacora)

 Modelo BE-DAL : Modelo BE-DAL

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5ºA Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7	

10.12.1.1. DS-01-ARQ-Gestión de Excepciones y Errores



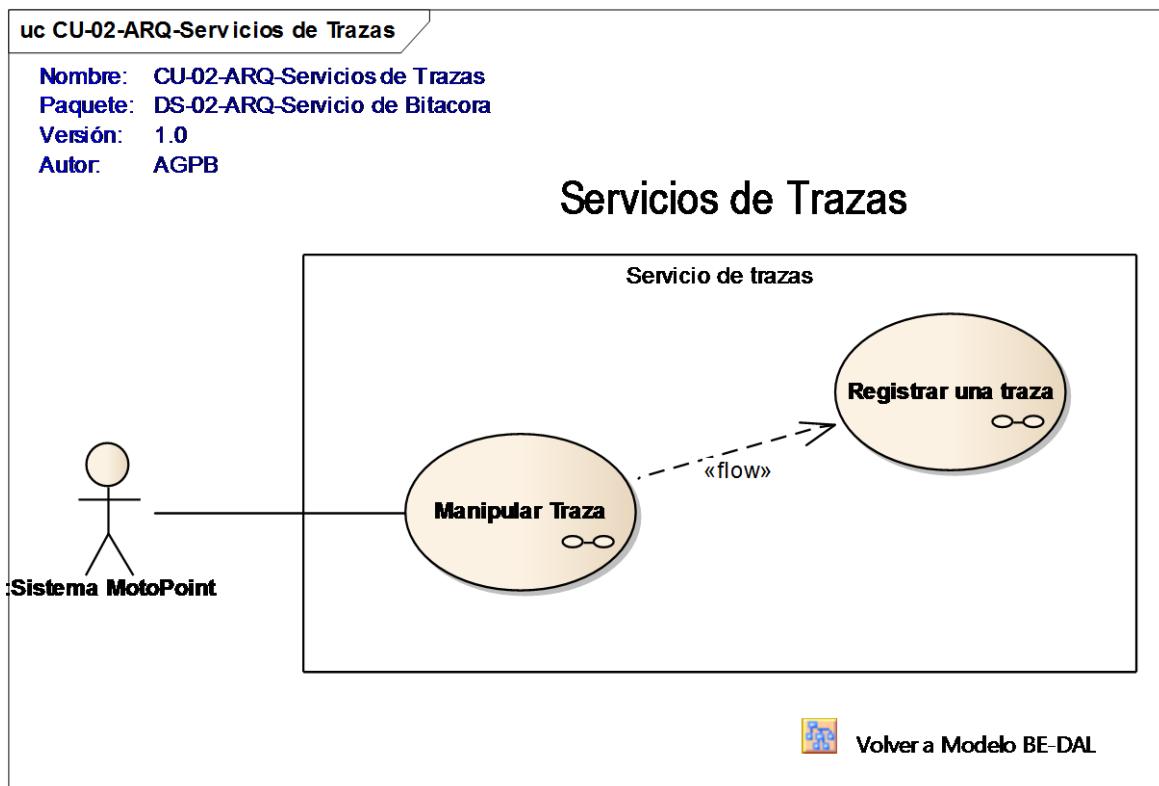
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5ºA Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7	

10.13. CU-02-ARQ-Servicios de Trazas

uc CU-02-ARQ-Servicios de Trazas

Nombre: CU-02-ARQ-Servicios de Trazas
 Paquete: DS-02-ARQ-Servicio de Bitacora
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Servicios de Trazas



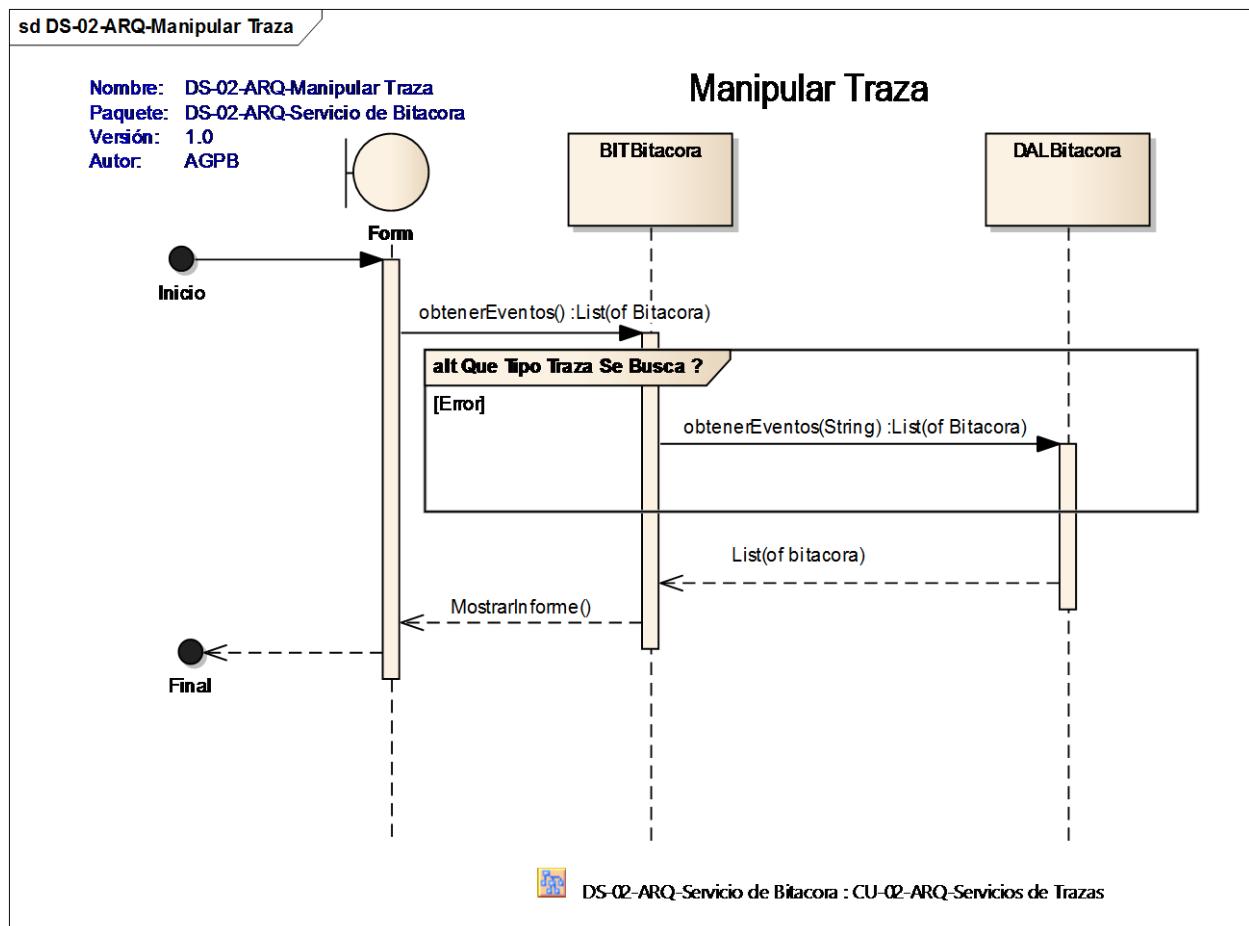
```

graph LR
    SP((Sistema MotoPoint)) --> ST[Servicio de trazas]
    subgraph ST
        direction TB
        MT((Manipular Traza))
        RT((Registrar una traza))
        MT -- flow --> RT
    end
  
```

 Volver a Modelo BE-DAL

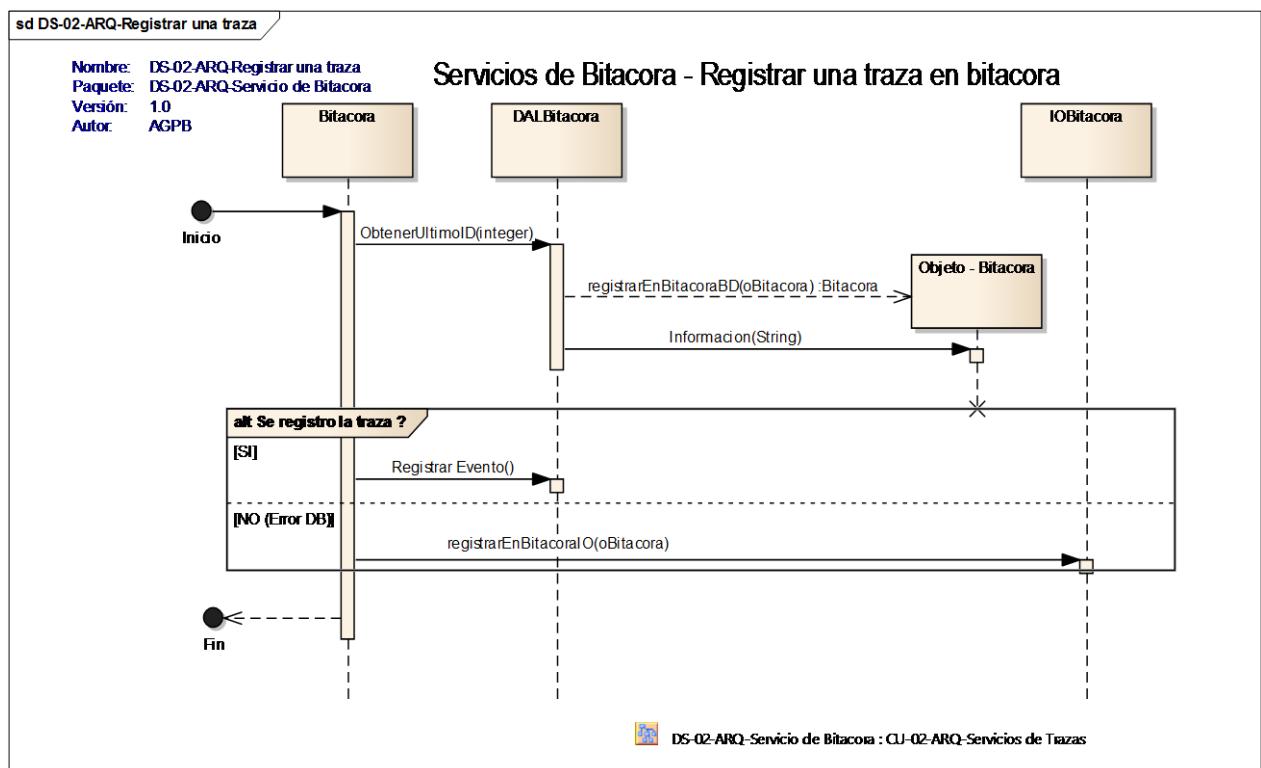
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.13.1 DS-02-ARQ-Manipular Traza



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.14. DS-02-ARQ-Registrar una traza



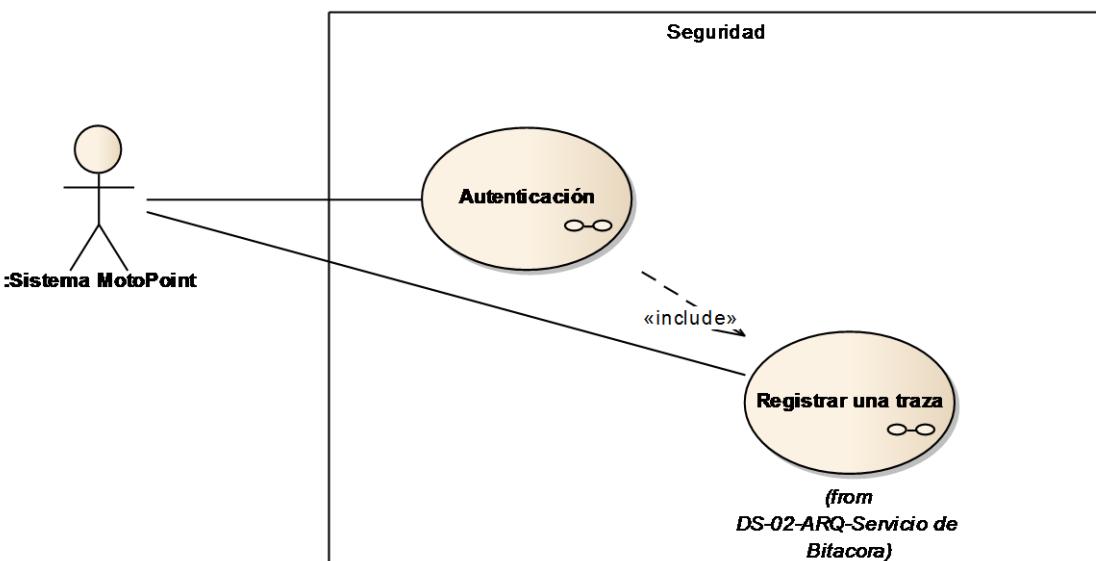
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.14.1. CU-03-ARQ-Gestión de Seguridad

uc CU-03-ARQ-Gestión de Seguridad

Nombre: CU-03-ARQ-Gestión de Seguridad
Paquete: DS-03-ARQ-Gestión de Seguridad
Versión: 1.0
Autor: AGPB

Gestión de Seguridad



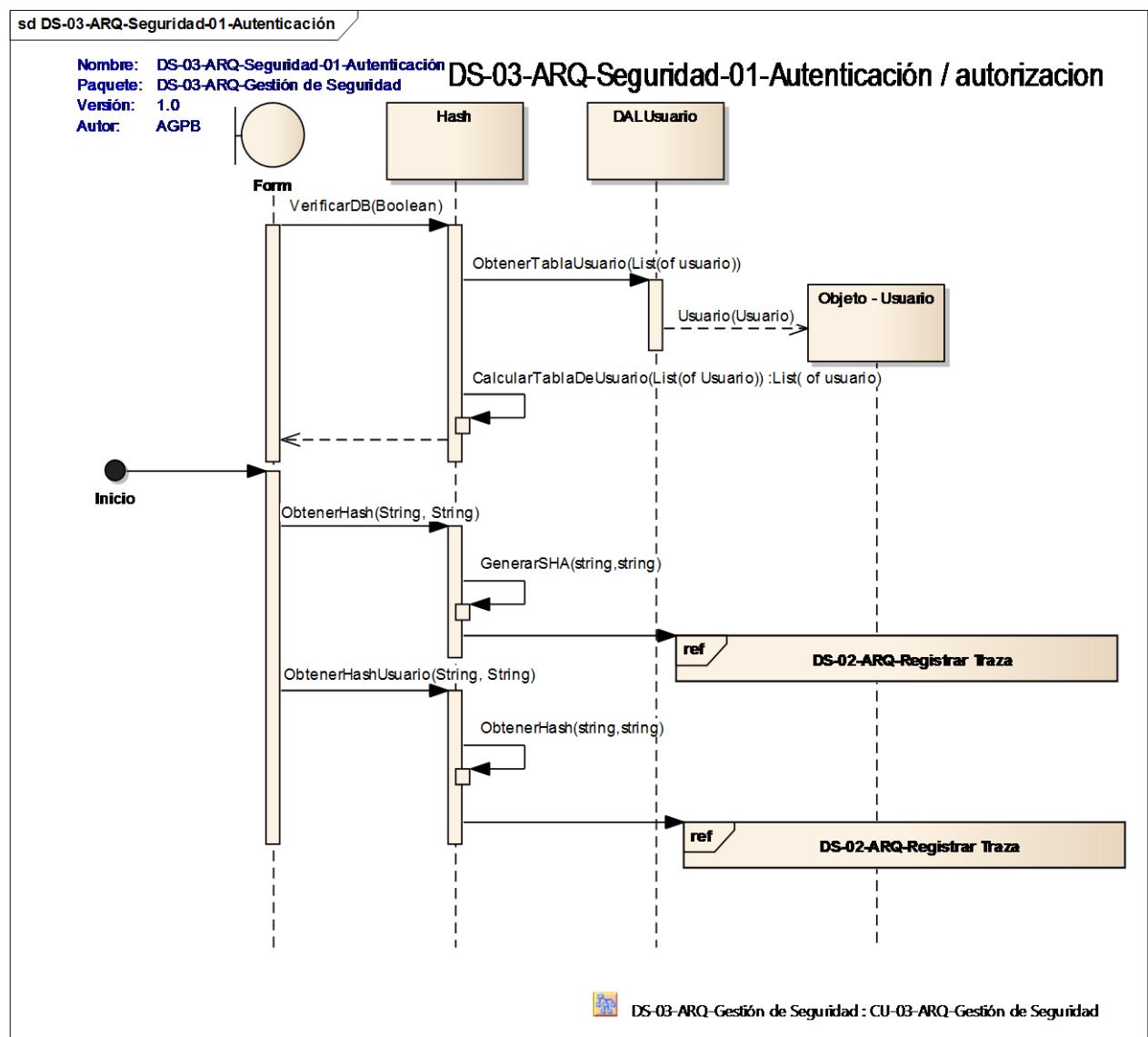
```

classDiagram
    actor Actor :Sistema MotoPoint
    package Seguridad {
        class Autenticacion
        class RegistrarUnaTraza
    }
    Actor --> Autenticacion
    Actor --> RegistrarUnaTraza
    Autenticacion --> RegistrarUnaTraza : <<include>>
    note over RegistrarUnaTraza: (from DS-02-ARQ-Servicio de Bitacora)
  
```

[!\[\]\(a12395dc5b519e01646266db1b38635f_img.jpg\) Volver a Modelo BE-DAL](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5ºA Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7	

10.15. DS-03-ARQ-Seguridad-01-Autenticación



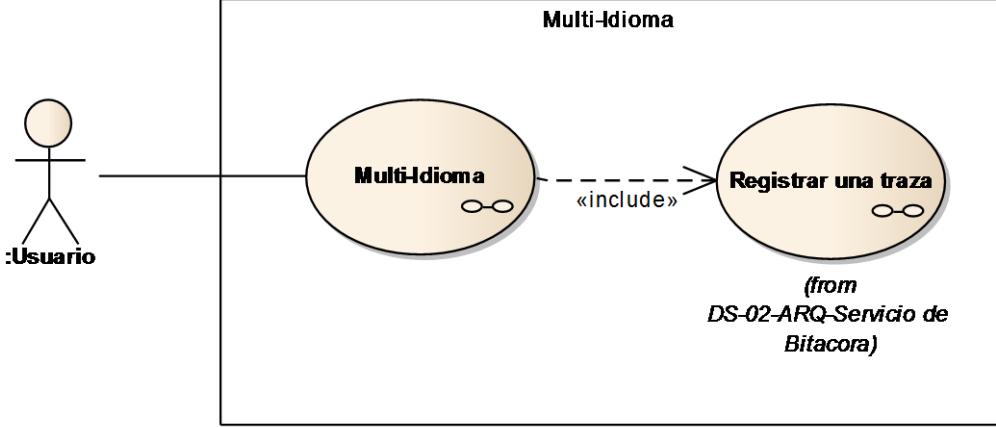
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.16. CU-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma

uc CU-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma

Nombre: CU-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma
 Paquete: DS-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Gestion de Multi-Idioma



```

classDiagram
    actor :Usuario
    class MultiIdioma
    class RegistrarUnaTraza

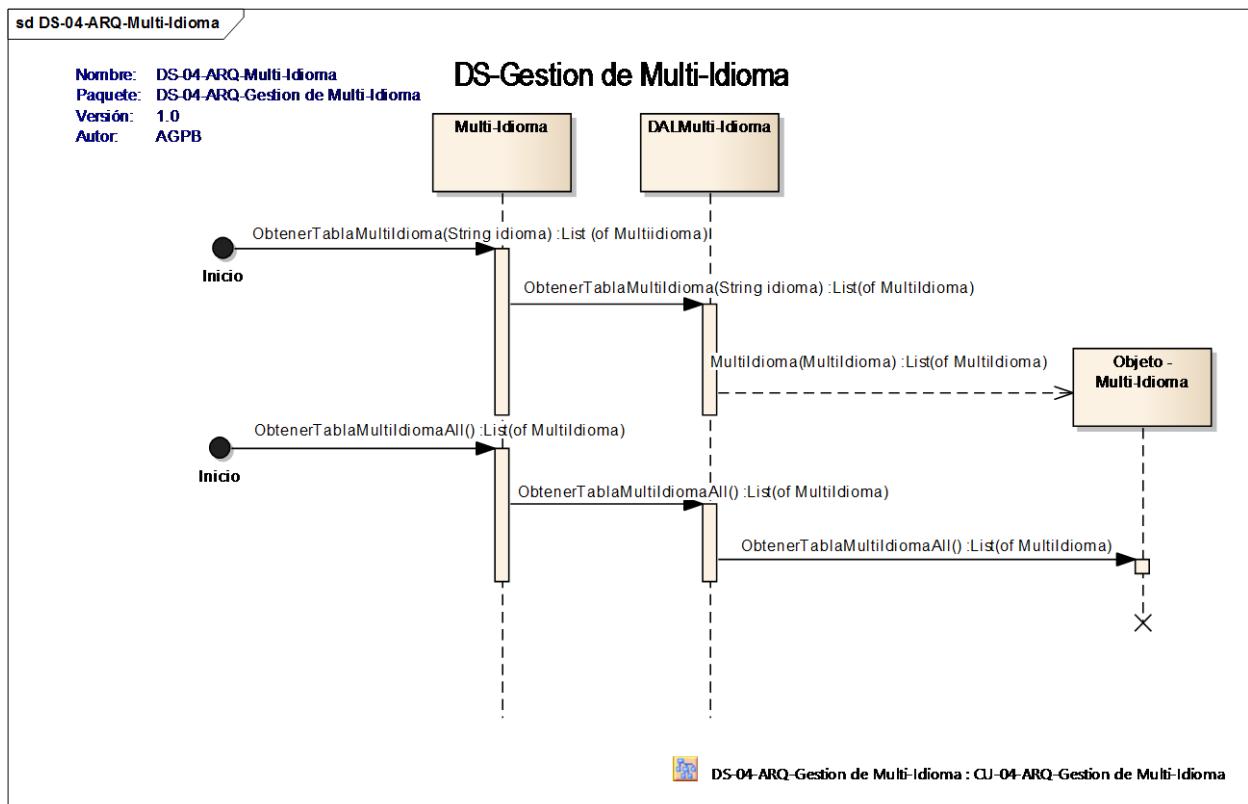
    :Usuario --> MultiIdioma
    MultiIdioma ..> RegistrarUnaTraza : «include»
  
```

(from
DS-02-ARQ-Servicio de Bitacora)

 [Volver a Modelo BE-DAL](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.17. DS-04-ARQ-Multi-Idioma



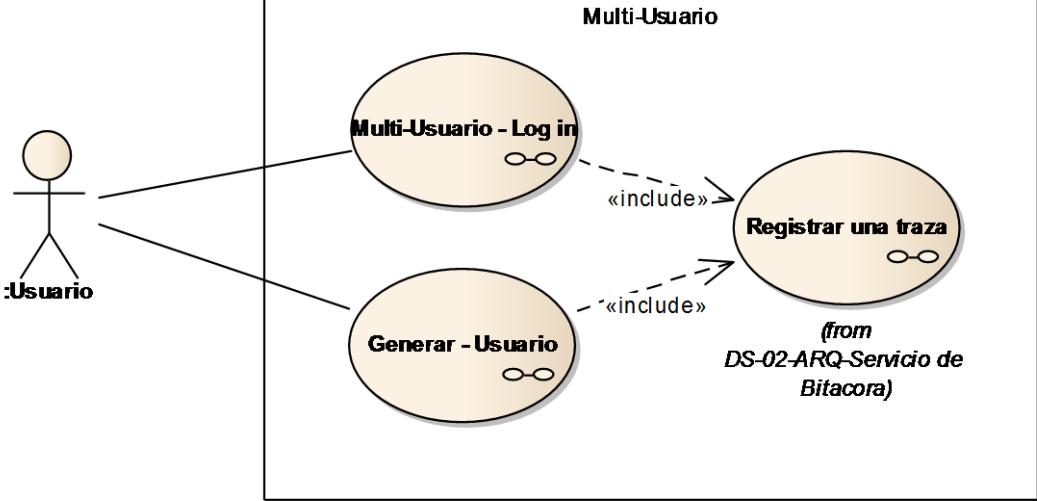
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.17.1. CU-05-ARQ-Gestion de Multi-Usuario

uc CU-05-ARQ-Gestion de Multi-Usuario

Nombre: CU-05-ARQ-Gestion de Multi-Usuario
 Paquete: DS-05-ARQ-Gestion de Multi-Usuario
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Gestion de Multi-Usuario



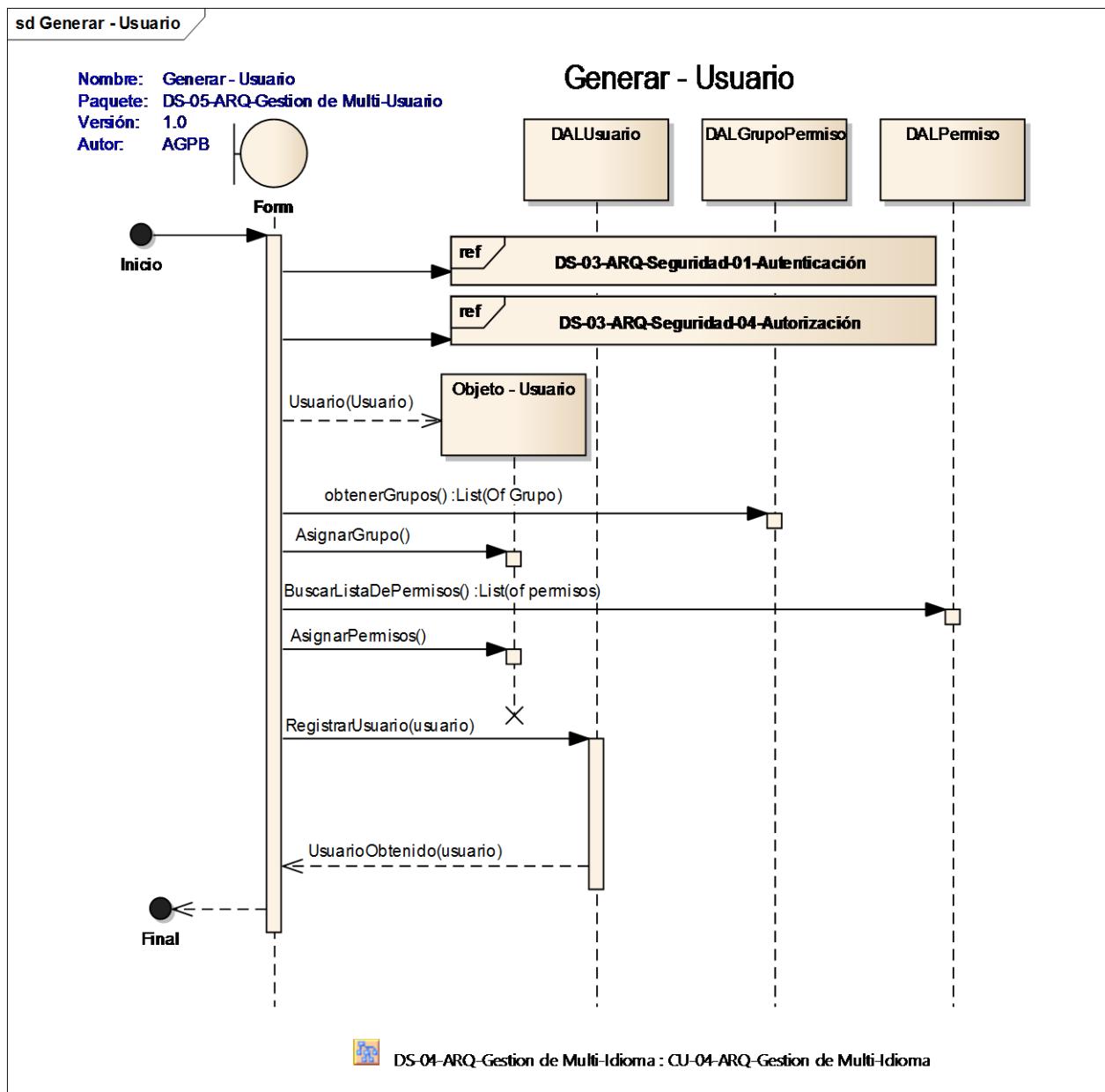
```

classDiagram
    actor User as :Usuario
    boundary MU
    MU <|-- MULogIn
    MU <|-- GenerarUsuario
    MU <|-- RegistrarTrazas
    User --> MULogIn
    User --> GenerarUsuario
    MULogIn "2" --> "1" RegistrarTrazas : include
    GenerarUsuario "2" --> "1" RegistrarTrazas : include
    note over RegistrarTrazas: (from DS-02-ARQ-Servicio de Bitacora)
  
```

 [Volver a Modelo BE-DAL](#)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.18. Generar - Usuario





UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería | Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo

Legajo: A0910057291

Sede: Norte

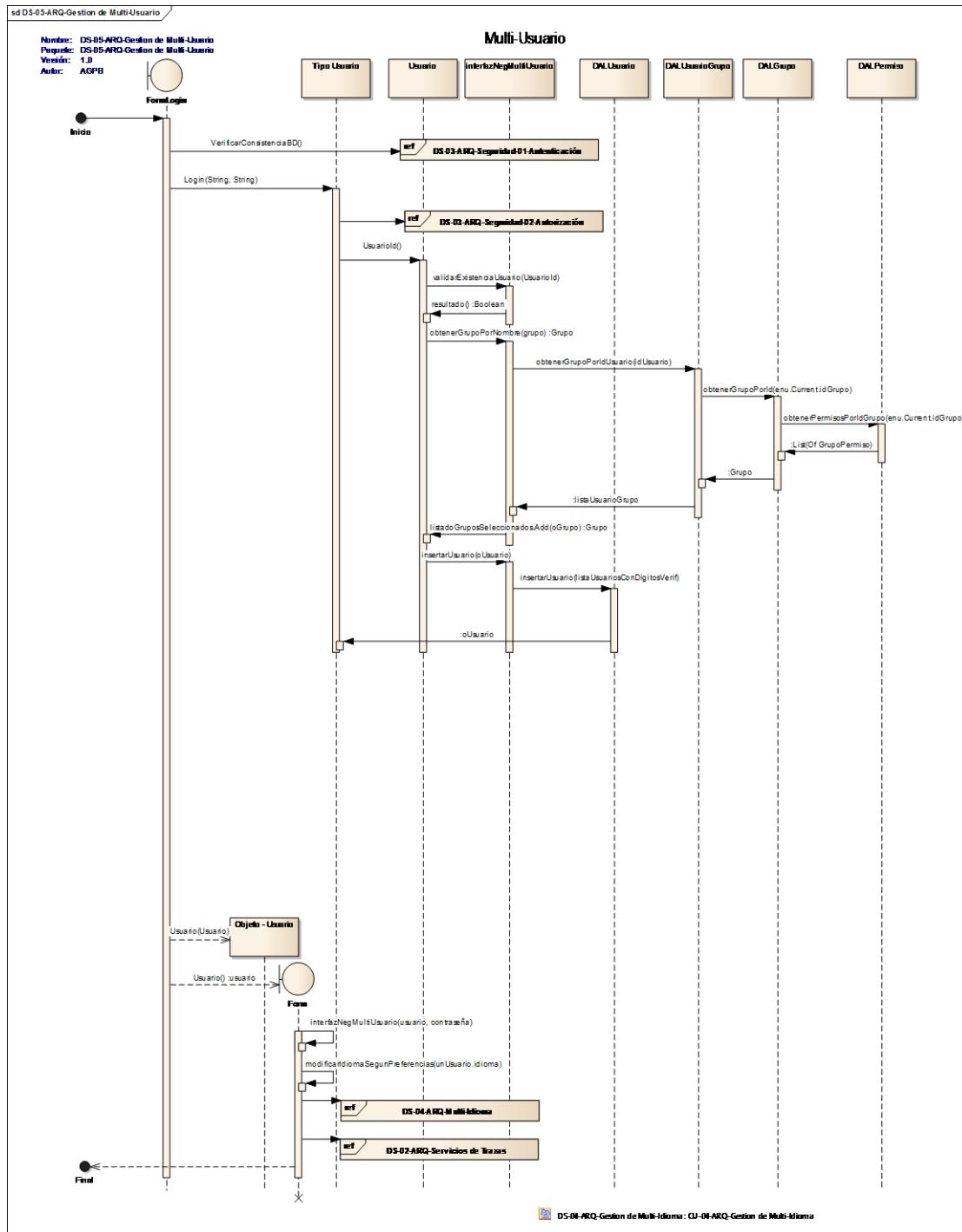
Comisión: 5ºA

Turno: Noche

Negocio: MotoPoint

Versión: 0.7

10.19. DS-05-ARQ-Gestión de Multi-Usuario



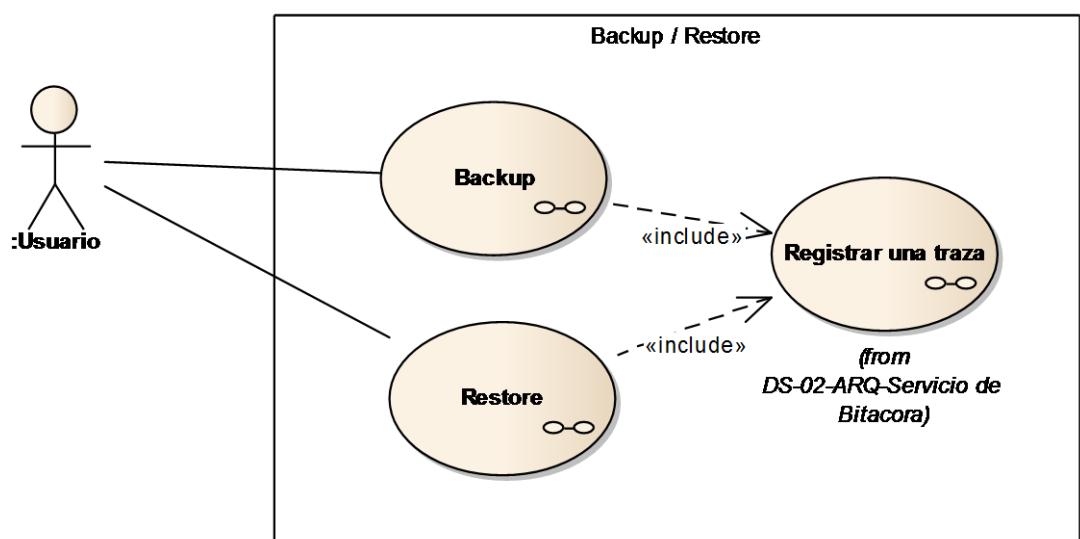
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.20. CU-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore

uc CU-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore

Nombre: CU-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore
 Paquete: DS-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Gestion de Backup y Restore



```

classDiagram
    actor User
    class Backup
    class Restore
    class RegistroUnaTraza {
        <<include>>--> Backup
        <<include>>--> Restore
        <<from>> DS-02-ARQ-Servicio de Bitacora
    }
    User --> Backup
    User --> Restore
    User --> RegistroUnaTraza
  
```

[!\[\]\(4016160b6d72bd48cf760f56268c02fb_img.jpg\) Volver a Modelo BE-DAL](#)



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Tecnología Informática

Materia: Trabajo Final de Ingeniería

Docentes: Jorge Scali | Eugenio Costa

Alumno: **Prado Brun, Angel Guillermo**

Legajo: A0910057291

Sede: Norte

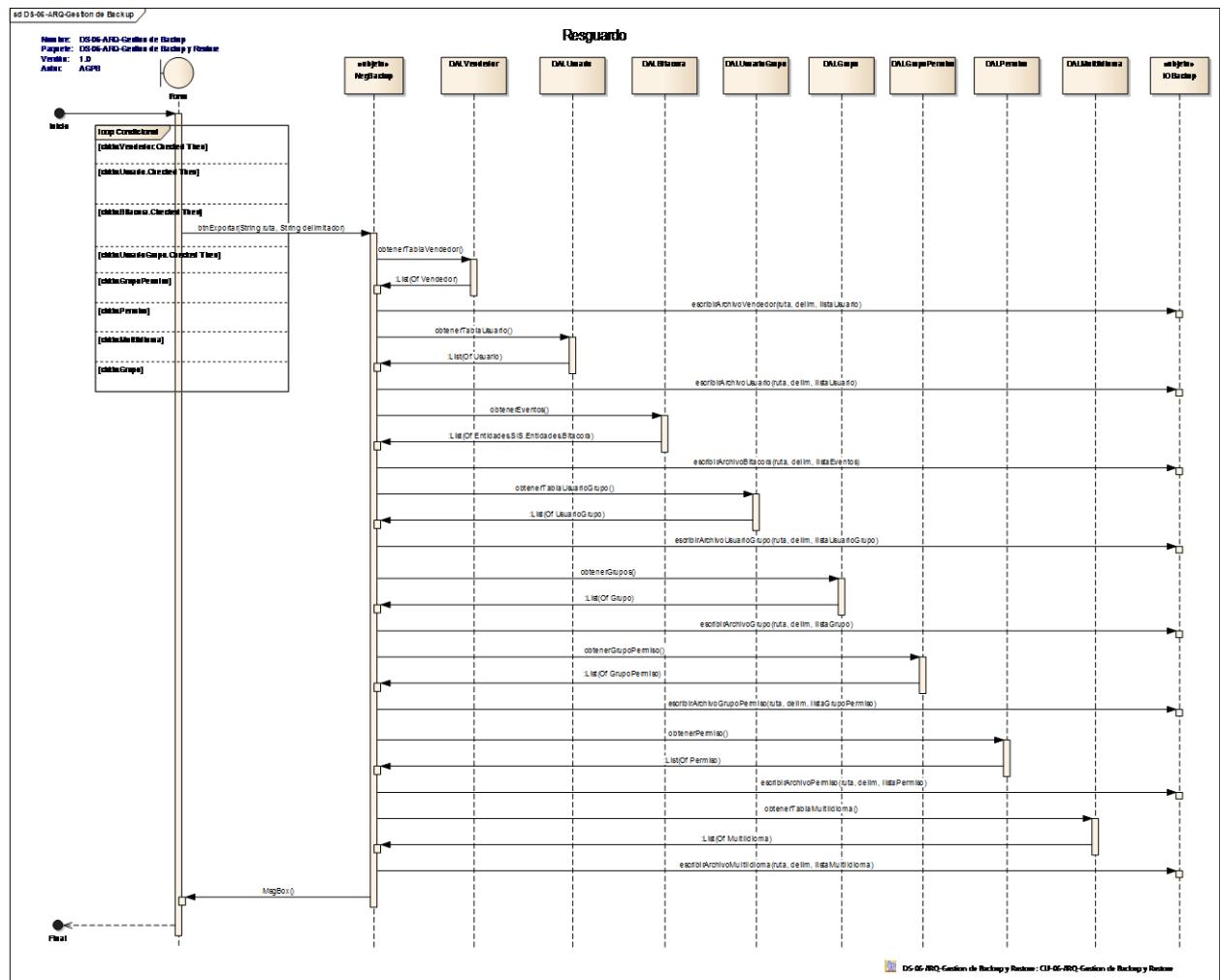
Comisión: 5ºA

Turno: Noche

Negocio: MotoPoint

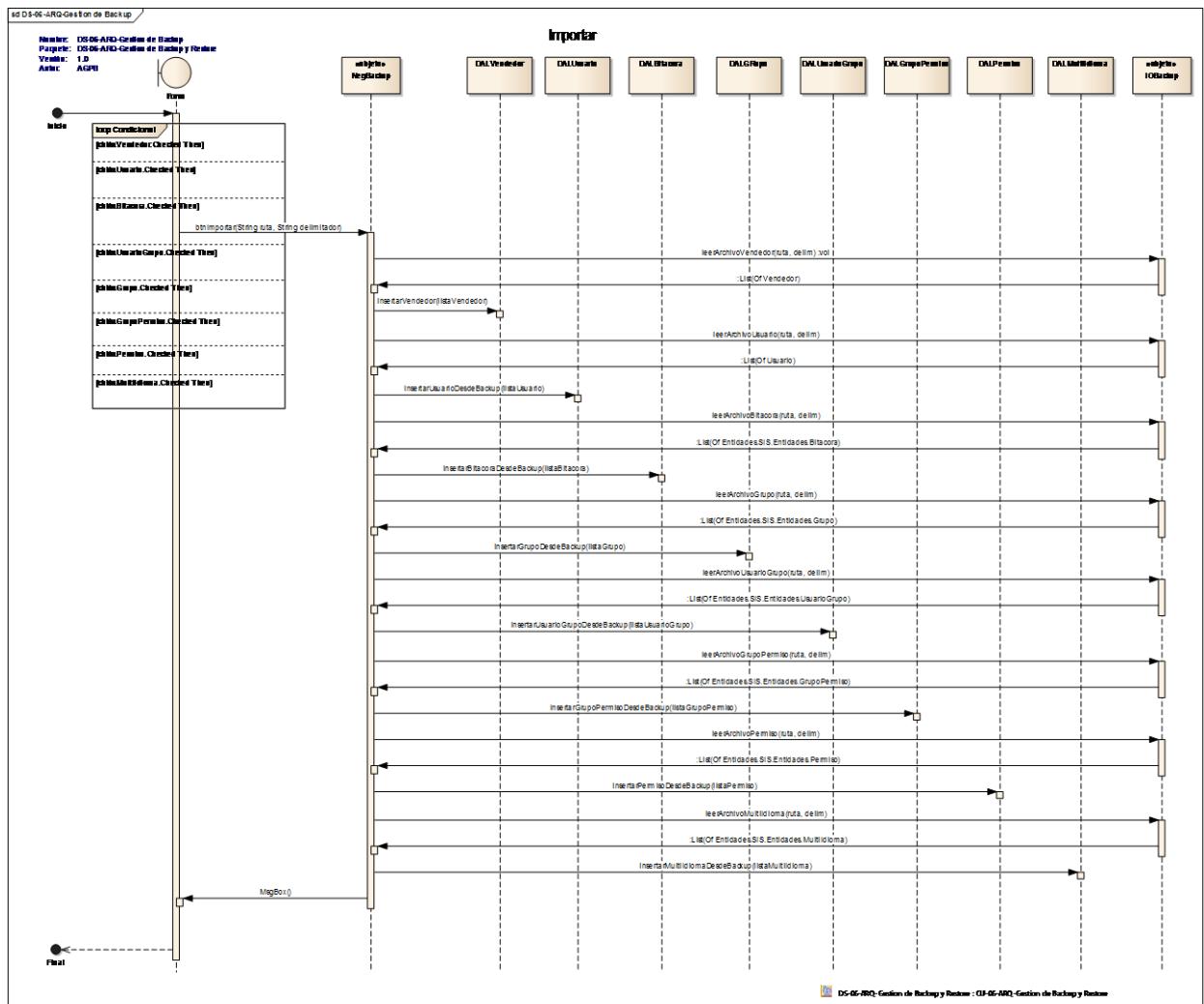
Versión: 0.7

10.20.1. DS-06-ARQ-Gestion de Backup



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.20.2. DS-06-ARQ-Gestión de Backup



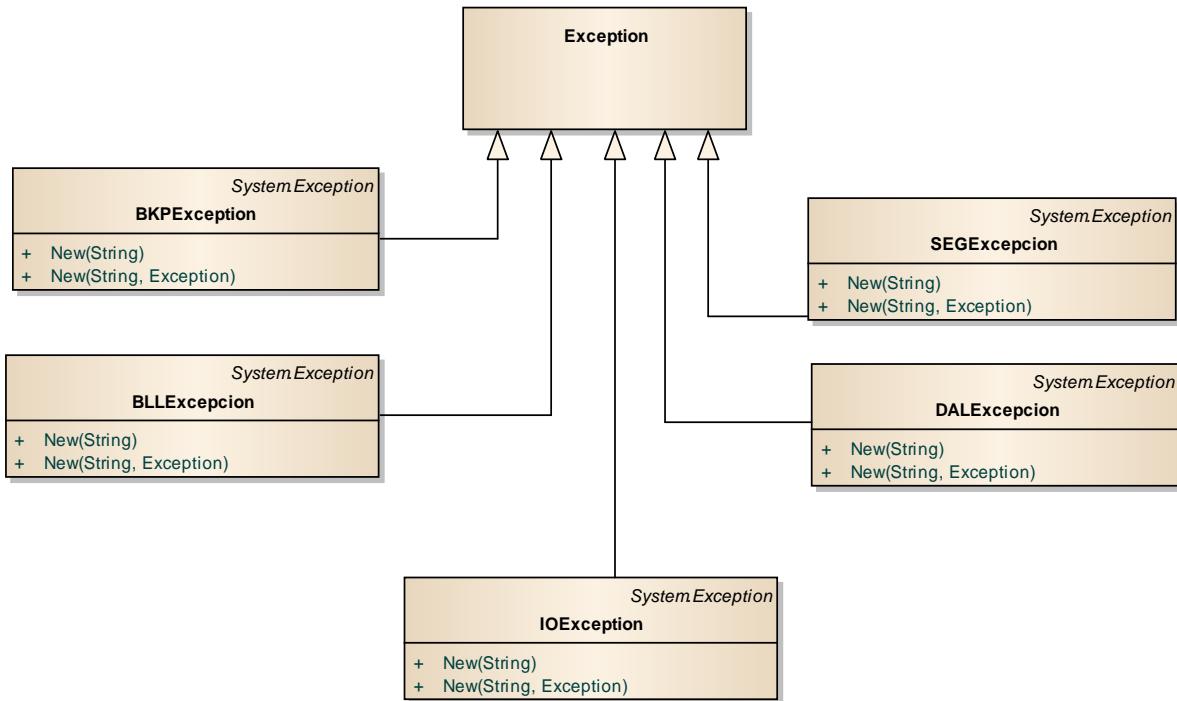
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.21. DC-01-ARQ-Gestión de Excepciones

```
class DC-01-ARQ-Gestión de Excepciones
```

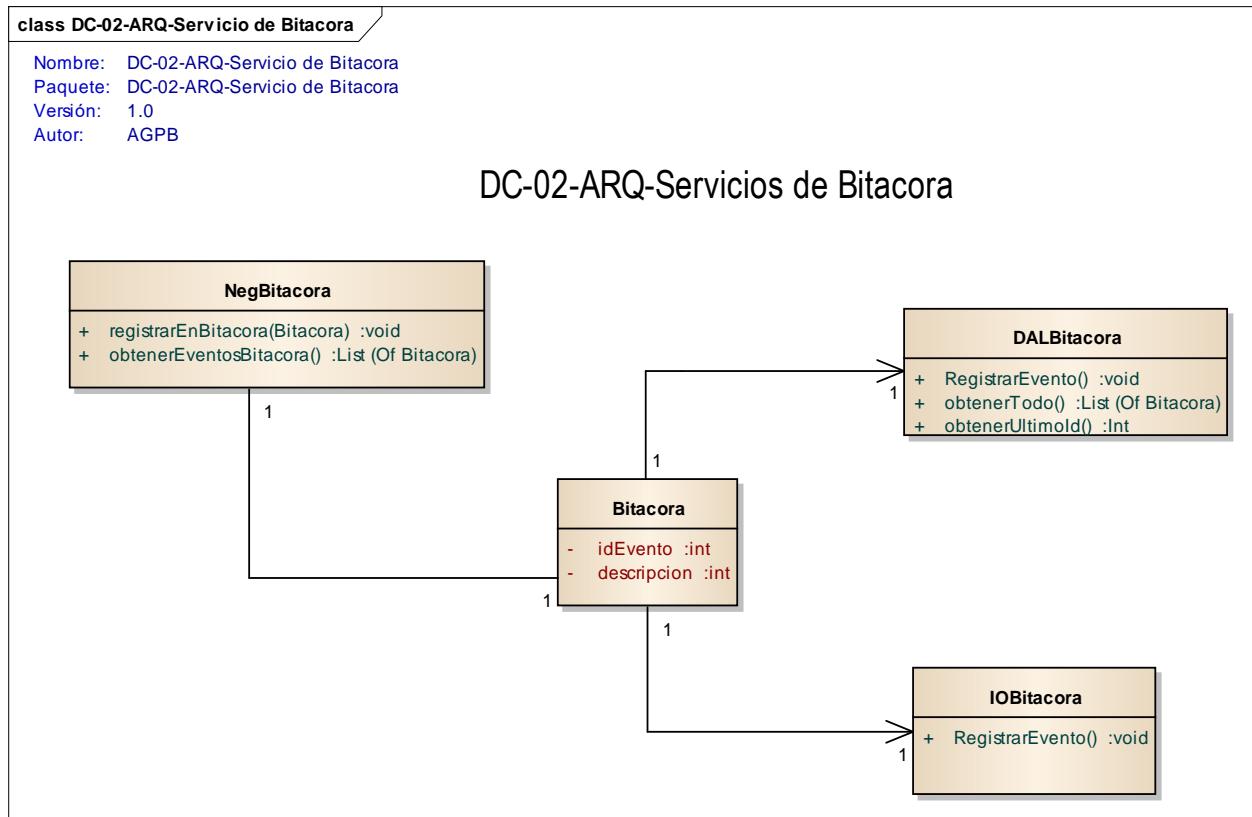
Nombre: DC-01-ARQ-Gestión de Excepciones
 Paquete: DC-01-ARQ-Gestión de Excepciones
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

DC-01-ARQ-Gestión de Excepciones



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
		Versión: 0.7

10.21.1. DC-02-ARQ-Servicio de Bitácora



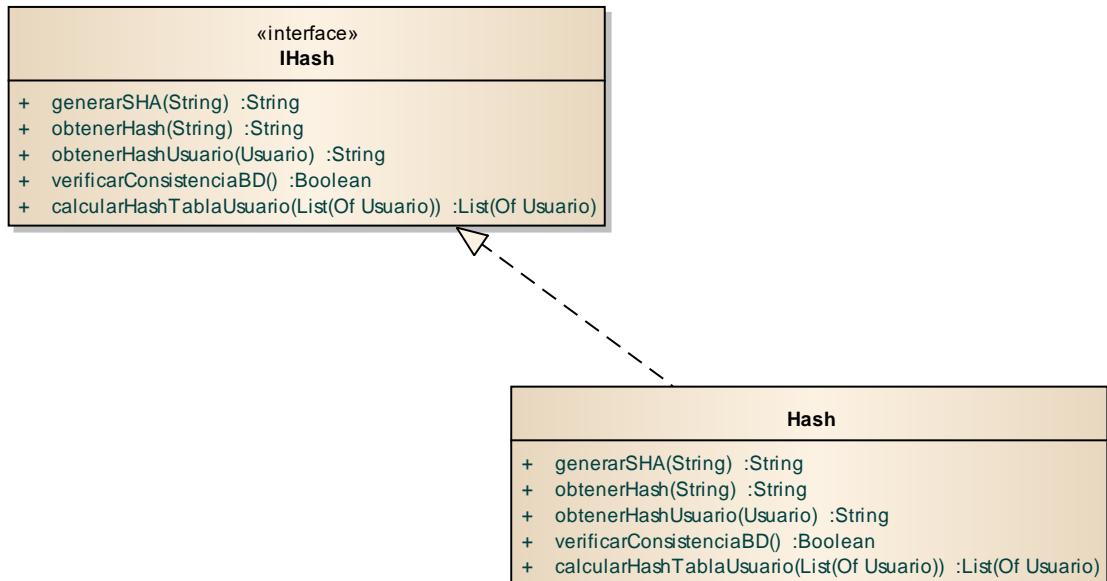
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.22. DC-03-ARQ-Gestión de Seguridad

```
class DC-03-ARQ-Gestión de Seguridad
```

Nombre: DC-03-ARQ-Gestión de Seguridad
 Paquete: DC-03-ARQ-Gestión de Seguridad
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

DC-03-ARQ-Gestión de Seguridad



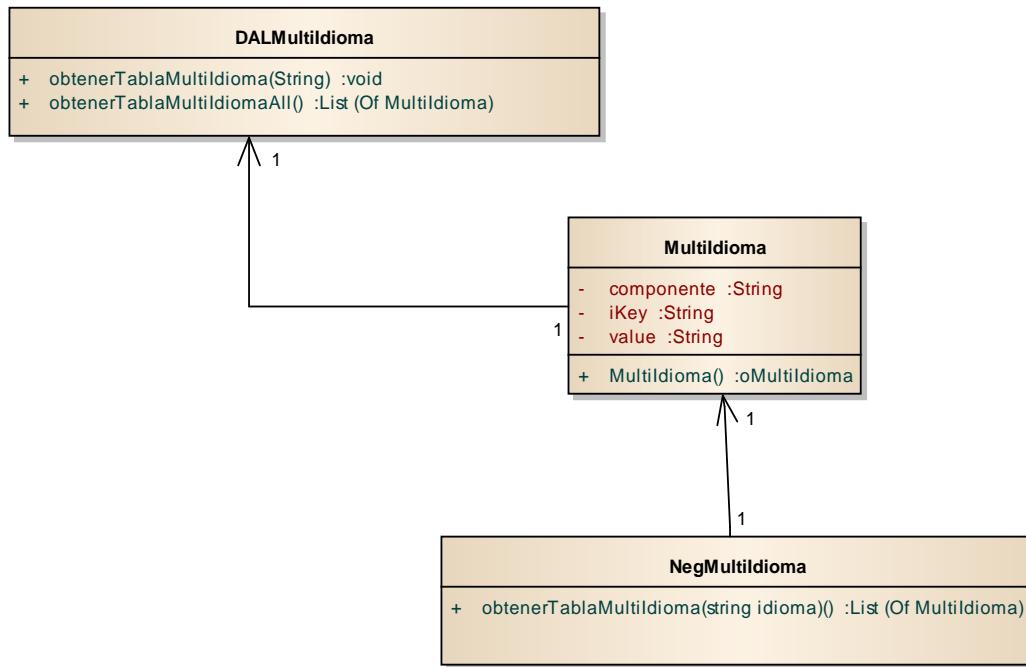
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
		Versión: 0.7

10.23. DC-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma

```
class DC-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma
```

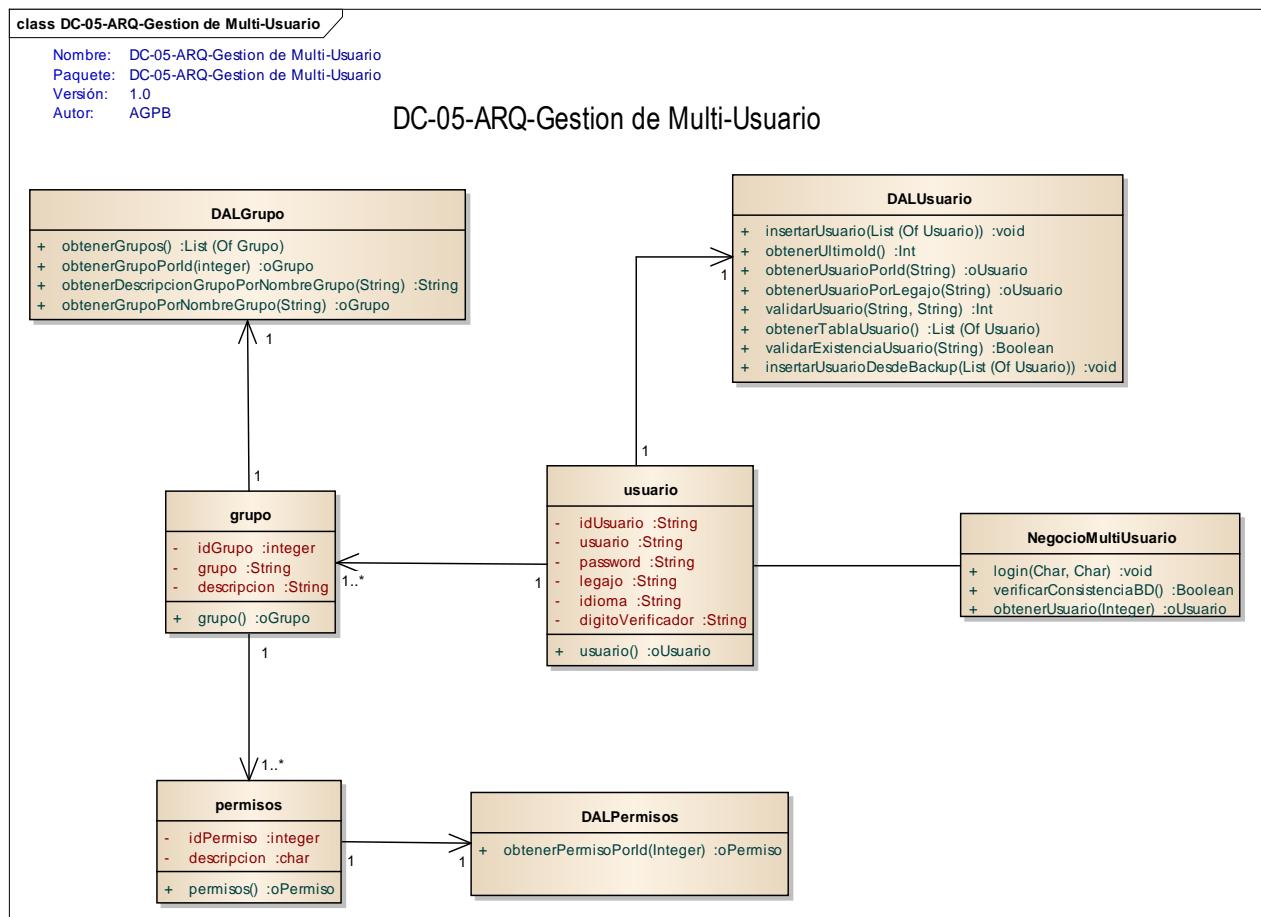
Nombre: DC-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma
 Paquete: DC-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma
 Versión: 1.0
 Autor: AGBB

DC-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10..23.1. DC-05-ARQ-Gestion de Multi-Usuario



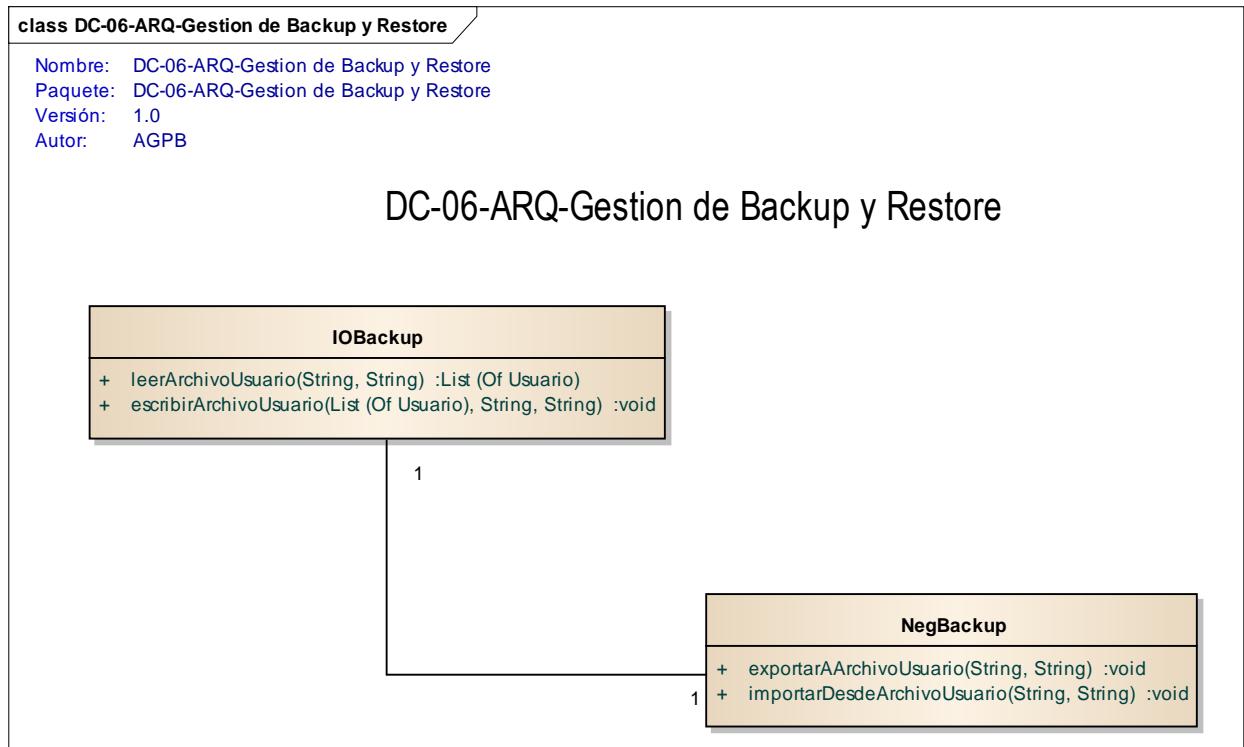
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.24. DC-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore

```
class DC-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore
```

Nombre: DC-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore
 Paquete: DC-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

DC-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.25. DER-01-ARQ-Gestión de Excepciones

dm DER-01-ARQ-Gestión de Excepciones

Nombre: DER-01-ARQ-Gestión de Excepciones
 Paquete: Diagramas Entidad Relacion
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

DER-01-ARQ-Gestión de Excepciones

Segun Tipo de Excepcion, se guarda la traza para poder identificar:
 Que? Quien? Cuando? y por que medio?

tbl_Bitacora

```

«column»
*PK idEvento :int
*   idUsuario :int
*   descripcion :varchar(100)
*   fecha :date

«PK»
+  PK_tbl_Bitacora(int)
«unique»
+  UQ_tbl_Bitacora_idEvento(int)
  
```

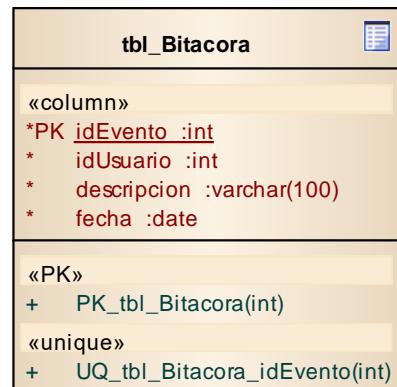
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.26.DER-02-ARQ-Servicio de Bitácora

dm DER-02-ARQ-Servicio de Bitacora

Nombre: DER-02-ARQ-Servicio de Bitacora
 Paquete: Diagramas Entidad Relacion
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

DER-02-ARQ-Manejo de Excepciones



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.27. DER-03-ARQ-Gestión de Seguridad

dm DER-03-ARQ-Gestión de Seguridad

Nombre: DER-03-ARQ-Gestión de Seguridad
 Paquete: Diagramas Entidad Relacion
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

DER-03-ARQ-Gestión de Seguridad

tbl_Usuario
«column» *PK <u>idUsuario</u> :int * usuario :varchar(50) * password :varchar(50) * legajo :varchar(50) * idioma :varchar(50) * digitoVerificador :varchar(50)
«PK» + PK_tbl_Usuario(int) «unique» + UQ_tbl_Usuario_idUsuario(int)

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.28. DER-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma

dm DER-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma

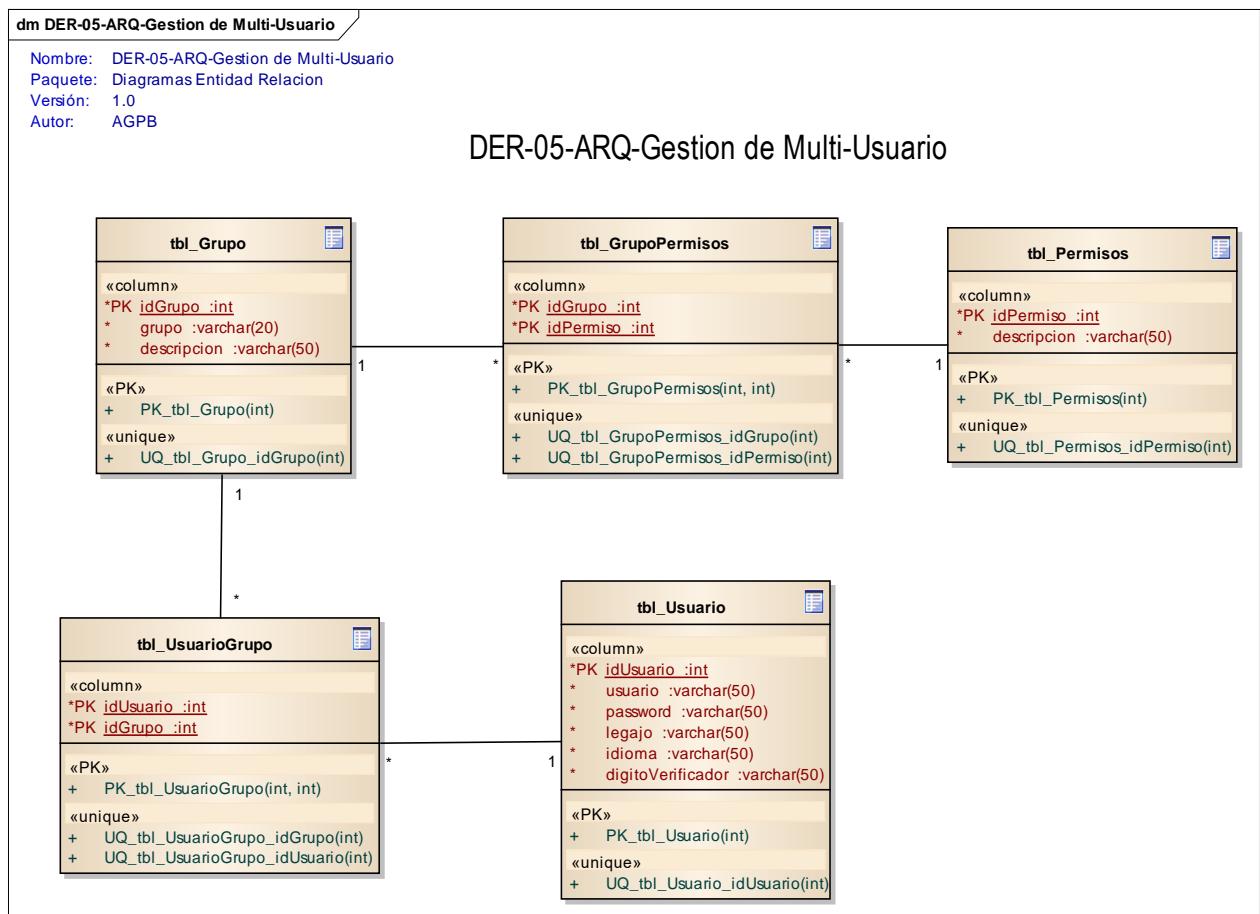
Nombre: DER-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma
 Paquete: Diagramas Entidad Relacion
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

DER-04-ARQ-Gestion de Multi-Idioma



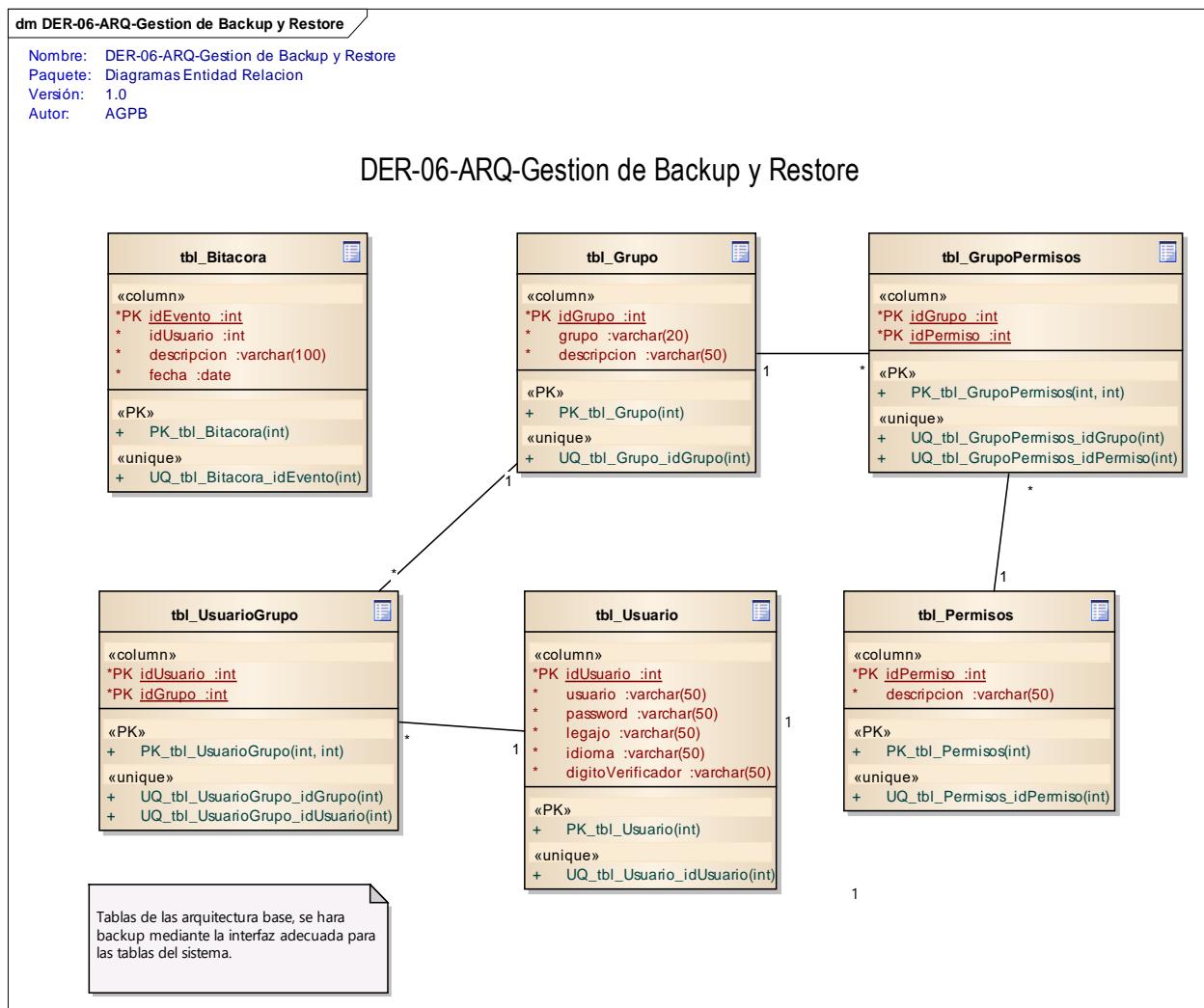
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.29. DER-05-ARQ-Gestión de Multi-Usuario



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.30. DER-06-ARQ-Gestion de Backup y Restore



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.31. Arquitectura Sistema - (diagrama de Negocio)

custom Arquitectura Sistema

Nombre: Arquitectura Sistema
 Paquete: Sistema
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Arquitectura Sistema

Casos de uso Sistema

- + Actores
- + CU-001-SIS-Evento
- + CU-002-SIS-Ruta
- + CU-003-SIS-Actividad
- + CU-004-SIS-Experto
- + CU-005-SIS-Cobro

Diagrama Entidad Relacion

- + DER-002-SIS-Ruta
- + DER-004-SIS-Experto
- + DER-001-SIS-Evento
- + DER-003-SIS-Actividad
- + DER-005-SIS-Cobro

Diagramas de Secuencia Sistema

- + DS-002-SIS-Ruta
- + DS-004-SIS-Experto
- + DS-001-SIS-Evento
- + DS-003-SIS-Actividad
- + DS-005-SIS-Cobro

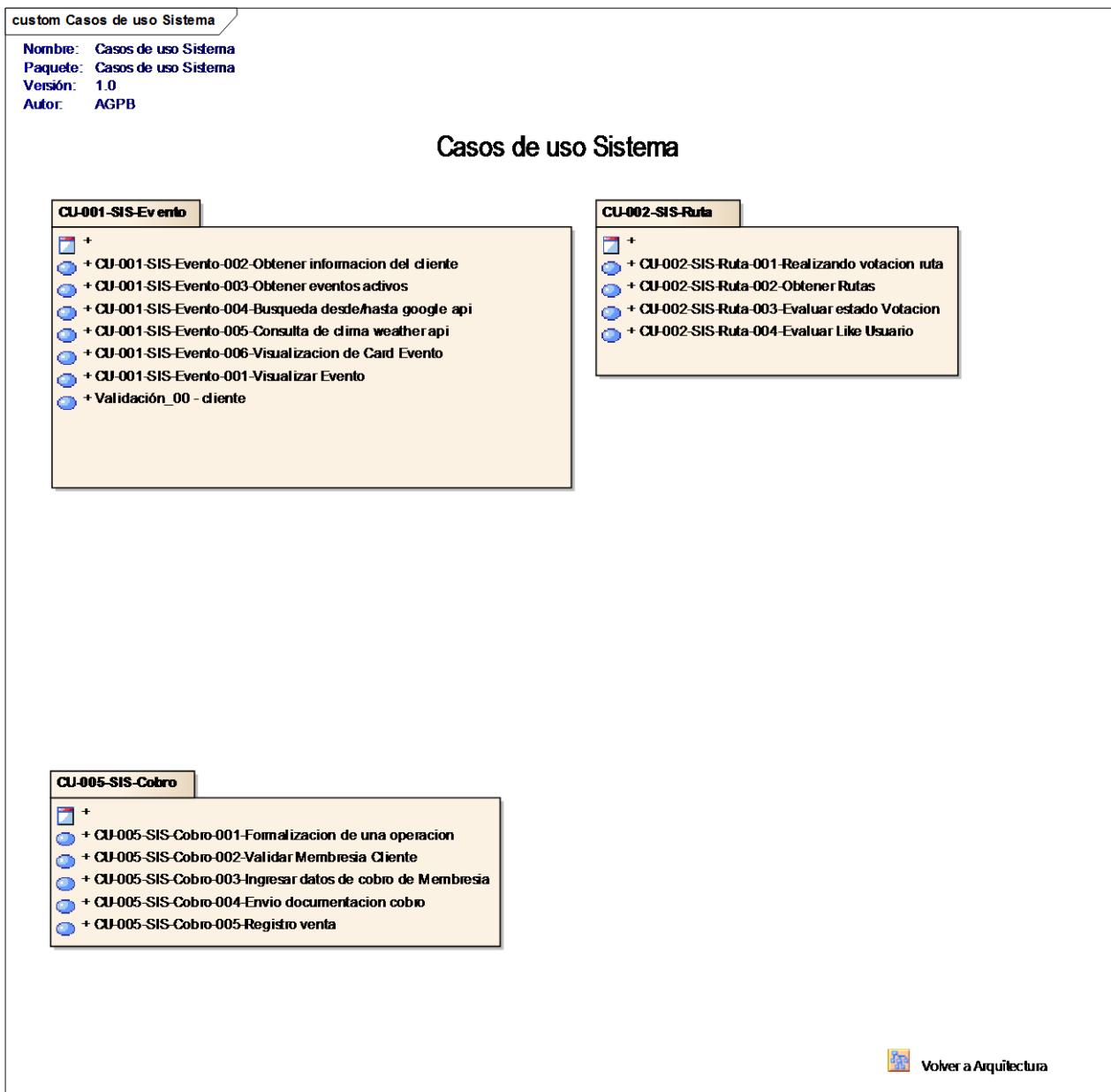
Diagrama Clases Sistema

- + DC-001-SIS-Evento
- + DC-002-SIS-Ruta
- + DC-003-SIS-Actividad
- + DC-004-SIS-Experto
- + DC-005-SIS-Cobro

[Volver a Arquitectura](#)

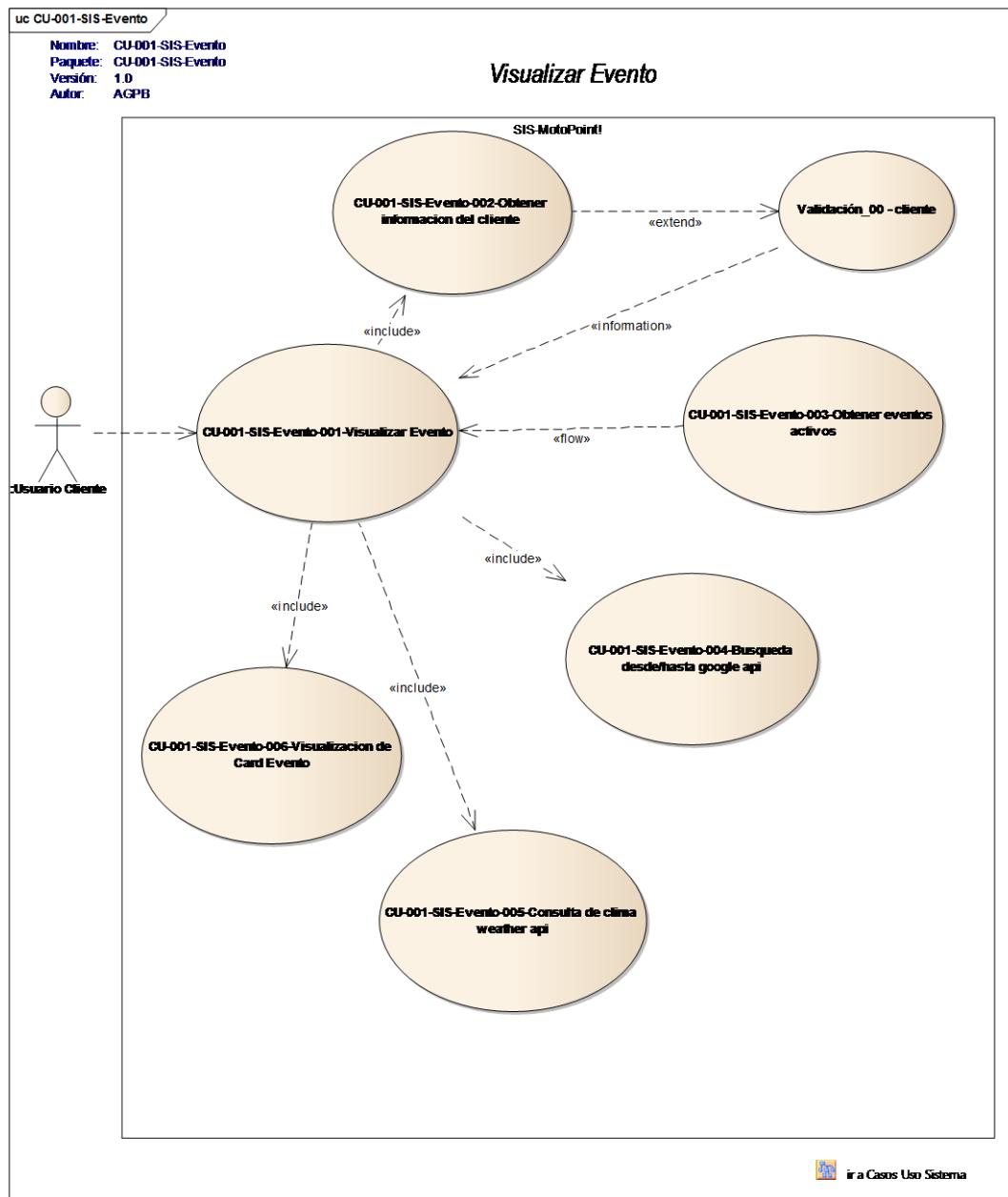
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.32. Casos de uso Sistema



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.32.1. CU-001-SIS-Evento

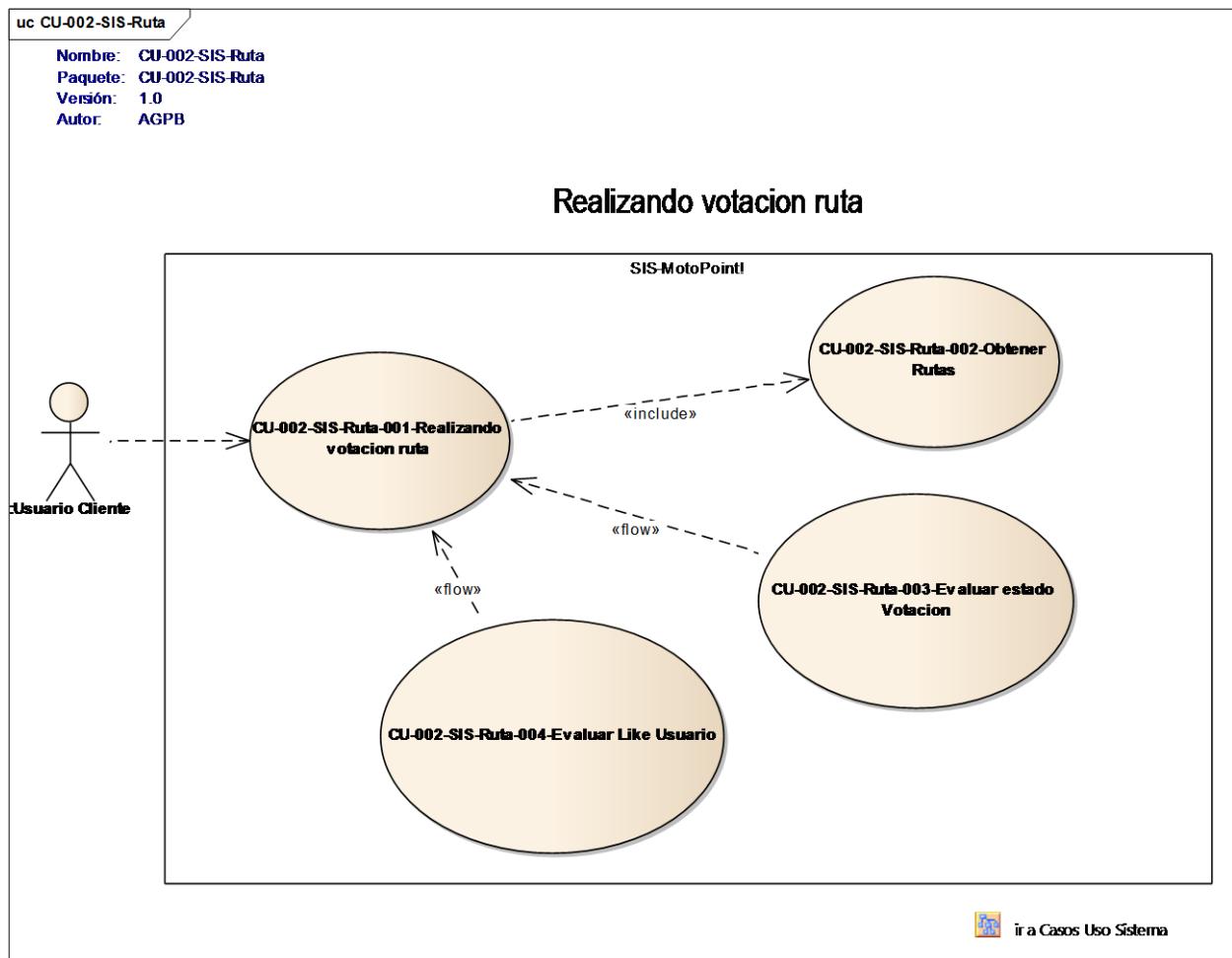


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

CODIGO Y NOMBRE	CU-001-SIS-Evento-001-Visualizar Evento
AUTOR	Angel G. Prado Brun
VERSION	1.0 – 01 Julio 2019
ESTADO	En revisión
DESCRIPCION	Este caso de uso el usuario cliente accede a la plataforma Web MotoPoint, la cual hará la operatoria para mostrar los eventos vigentes.
ACTOR PRINCIPAL	Usuario Cliente
ACTOR SECUNDARIO	Sistema MotoPoint Web
PRECONDICION	Para realizar una visualización de eventos, el cliente debe existir en el sistema
ESCENARIO PRINCIPAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. El Usuario cliente comienza el proceso de visualización de evento. 2. El sistema asignara un formulario para la visualización de el/los eventos/s. 3. El sistema obtiene los datos del usuario cliente. 4. El sistema valida que el usuario cliente este activo en el sistema y que tenga una membresía vigente en el momento del ingreso. 5. El sistema obtiene el/los evento/s actual/es que estén es estado activo. 6. El sistema obtiene la/las actividad/es disponible/s para el/los evento/s disponibles vigente. 7. El sistema establece comunicación vía http con weather api para la obtención de información sobre clima para el/los evento/s. 8. El sistema establece comunicación vía http con google api para la obtención de información de el/los eventos/s. 9. El sistema itera el/los eventos/s y lo/s muestra por el formulario web.
FLUJO ALTERNATIVO	3.1 Anexar Obtener Usuario Cliente 3.2 Anexar No Obtener Usuario Cliente 4.1 Anexar Cliente No Activo Falta Pago 4.2 Anexas Cliente No Activo Diferente Membresía 5.1 Anexar Eventos Inactivos 5.2 Anexar Eventos Activos 7.1 Anexar Falla Http 7.2 Anexar Ok Http 8.1 Anexar Falla Http 8.2 Anexar Ok Http
POSTCONDICION	El usuario cliente visualizara en card/s toda la información pertinente a él/los evento/s vigente/s y con estado activo.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5°A
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.32.2. CU-002-SIS-Ruta

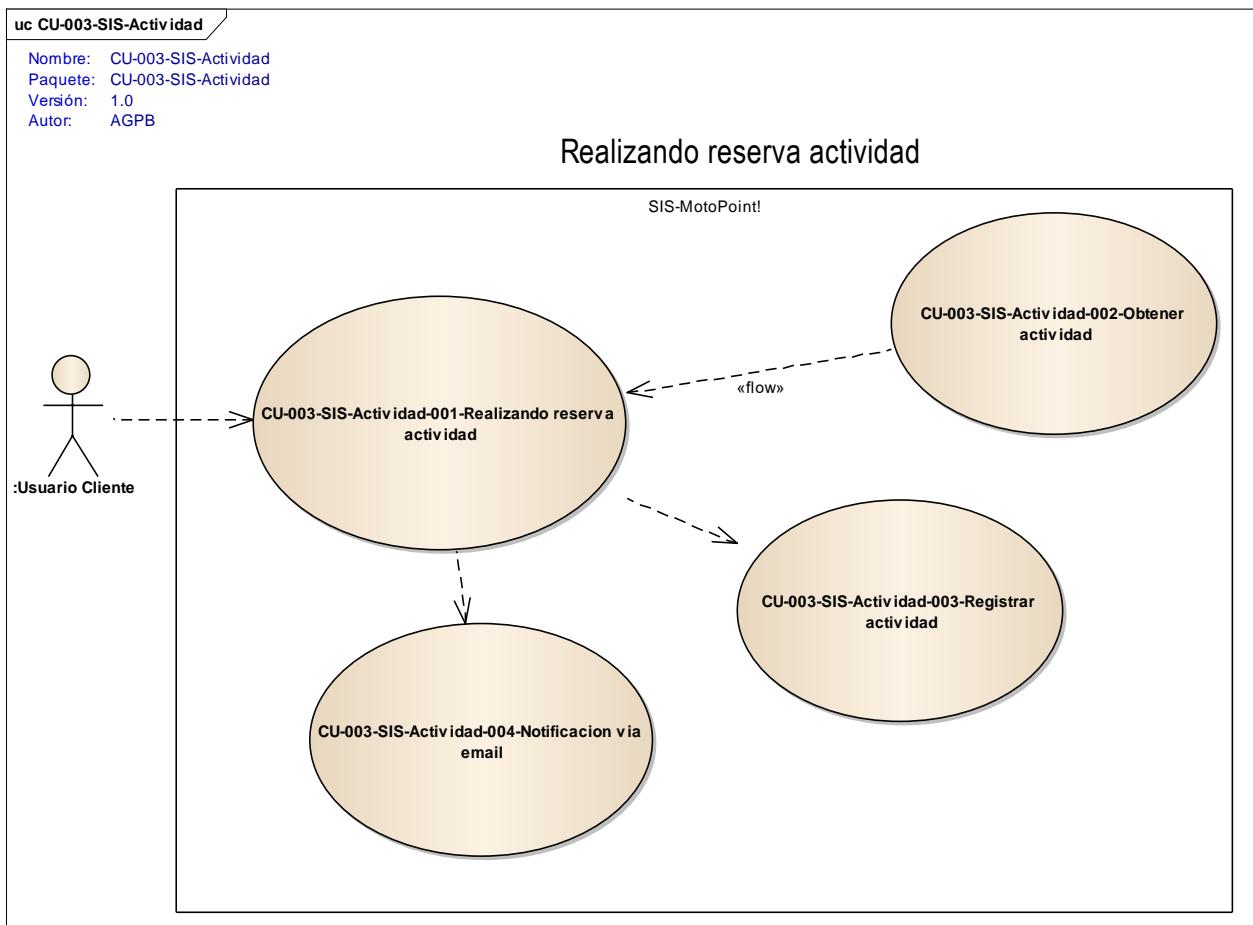


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291	
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

CODIGO Y NOMBRE	CU-002-SIS-Ruta-001-Realizando votación ruta
AUTOR	Angel G. Prado Brun
VERSION	1.0 – 01 Julio 2019
ESTADO	En revisión
DESCRIPCION	En este caso de uso el sistema verifica la/s ruta/s propuesta/s y realiza toda la operatoria para la votación de la misma y así poder liberar diferentes eventos según la experiencia de cada usuario.
ACTOR PRINCIPAL	Usuario Cliente
ACTOR SECUNDARIO	Sistema MotoPoint Web
PRECONDICION	Para realizar una votación de ruta, el usuario cliente debe existir en el sistema y tener una membresía acorde que lo habilite a al registro de dicha actividad. La actividad tiene que estar vigente y con disponibilidad.
PUNTO DE EXTENSION	
ESCENARIO PRINCIPAL	<ol style="list-style-type: none"> El Usuario Cliente ingresa en la sección de Rutas. El sistema obtiene los datos del usuario cliente. El sistema asignara un formulario vacío para la generación de la/s ruta/s propuesta/s. En él se cargará un card/s con la/s ruta/s propuestas por el departamento de marketing de la organización. Se debe informar en dicha card los siguientes campos: Desc-Desde-Hasta-Fecha Cierre-Cantidad Motos-Detalle de la Ruta. El sistema obtiene la/s ruta/s que ya fue/ron votada/s por el usuario cliente. El Usuario cliente selecciona la/s ruta/s que cree que concuerda más con su gusto e interés. El sistema actualiza la/s card/s seleccionada/s por el usuario cliente para dicha votación.
FLUJO ALTERNATIVO	5.1 Anexar Liberación Evento 5.2 Anexar No Liberación Evento 5.3 Anexar Cierre Ruta
POSTCONDICION	El usuario cliente sumara una votación para la liberación de un evento o cierre de una ruta y quedara registrado en el mismo para reservar su cupo.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.32.3. CU-003-SIS-Actividad

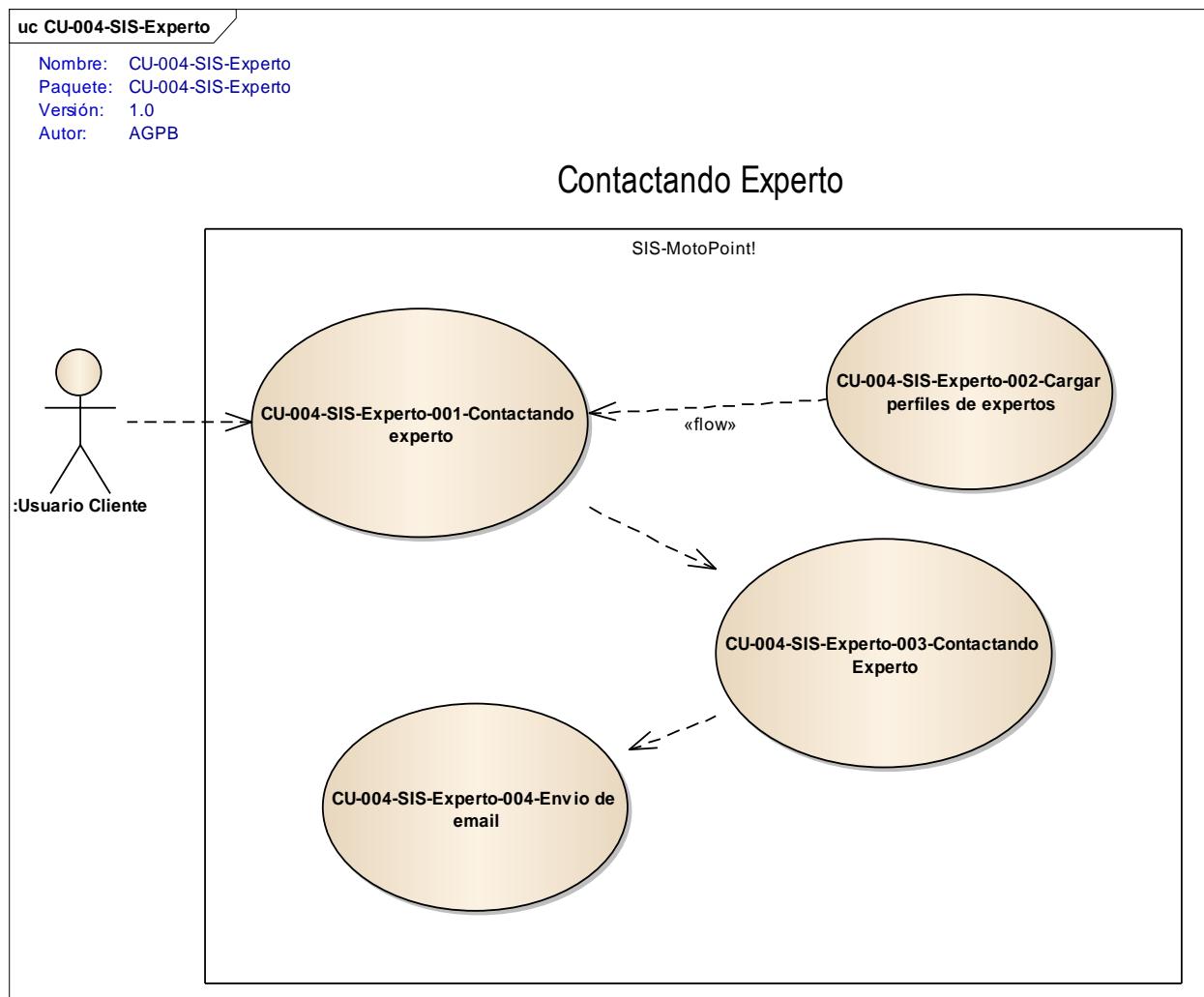


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

CODIGO Y NOMBRE	CU-003-SIS-Actividad-001-Realizando reserva actividad
AUTOR	Angel G. Prado Brun
VERSION	1.0 – 01 Julio 2019
ESTADO	En revisión
DESCRIPCION	En este caso de uso el sistema verifica la/s actividad/es propuesta/s y realiza toda la operatoria para la selección de esta y así poder reservar diferentes actividades según la experiencia de cada usuario.
ACTOR PRINCIPAL	Usuario Cliente
ACTOR SECUNDARIO	Sistema MotoPoint Web
PRECONDICION	Para realizar una reserva de actividad, el usuario cliente debe existir en el sistema, tener una membresía acorde y que lo habilite a la adquisición de dicha actividad.
PUNTO DE EXTENSION	
ESCENARIO PRINCIPAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. El usuario cliente ingresa en la sección de Actividades. 2. El sistema obtiene los datos del usuario cliente. 3. El sistema asignara un formulario vacío para la asignación de la/s actividad/es propuesta/s. En él se cargará un card/s con la/s actividad/es propuesta/s por el departamento de marketing de la organización. Se debe informar en dicha card los siguientes campos: Sitio-Descripción-Detalle de las actividades (Tipo de actividad Pago/Free - Tiempo de actividad) 4. El Usuario cliente selecciona la/s actividad/es que cree que concuerda más con su gusto e interés. 5. El sistema registra la/s selección/es del usuario. 6. El sistema validara el descuento o beneficio obtenido por el usuario según la membresía respecto a la/s actividad/es seleccionada/s. 7. El sistema asignara un formulario para el pago de las actividades. 8. El sistema notifica al/los proveedor/es. 9. El sistema notifica al usuario cliente la/s actividad/es seleccionadas vía email. 10. El sistema enviara la factura de la/s actividad/es
FLUJO ALTERNATIVO	3.1 Anexar Usuario Cliente No Selecciona 3.2 Anexar Usuario Cliente Selecciona 6.1 Anexar Membresía No Apta 8.1 Anexar Pago Rechazado 8.2 Anexar Pago Realizado
POSTCONDICION	El usuario cliente obtendrá vía email una reserva de su actividad a desarrollar y la factura del pago realizado.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA U A I	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA</p> <p style="text-align: center;">Facultad de Tecnología Informática</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td style="width: 50%;">Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa</td></tr> <tr> <td>Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo</td><td>Legajo: A0910057291</td></tr> <tr> <td>Sede: Norte</td><td>Comisión: 5ºA</td></tr> <tr> <td>Negocio: MotoPoint</td><td>Versión: 0.7</td></tr> </table>		Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa									
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291									
Sede: Norte	Comisión: 5ºA									
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7									

10.32.4. CU-004-SIS-Experto

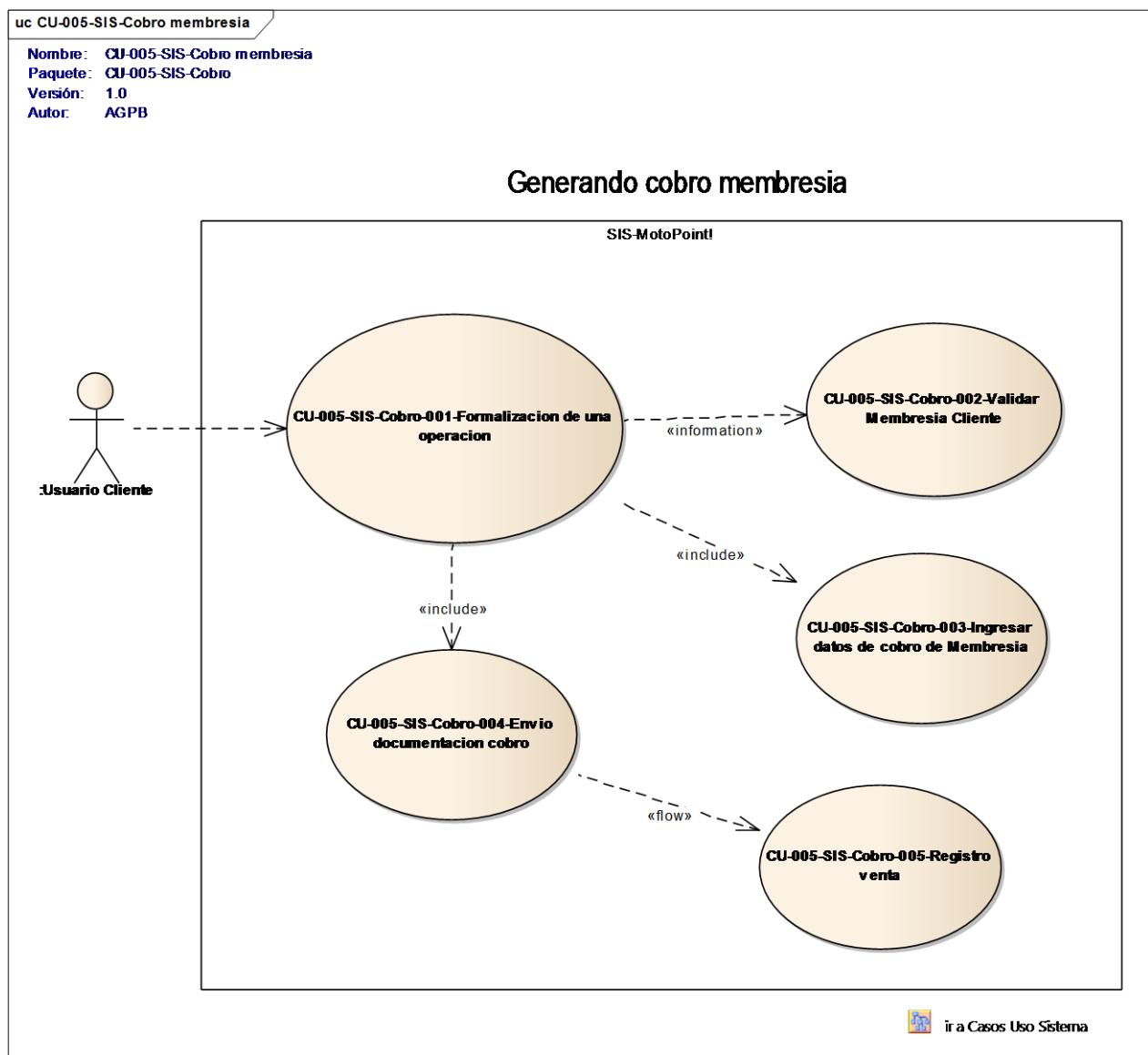


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

CODIGO Y NOMBRE	CU-004-SIS-Experto-001-Contactando experto
AUTOR	Angel G. Prado Brun
VERSION	1.0 – 01 Julio 2019
ESTADO	En revisión
DESCRIPCION	En este caso de uso se detalla cómo es el contacto con un experto, para poder realizar pedidos de información o recomendaciones para cada usuario cliente.
ACTOR PRINCIPAL	Usuario Cliente
ACTOR SECUNDARIO	Sistema MotoPoint Web
PRECONDICION	Para contactar a un/os/as experto/s, el usuario cliente debe existir en el sistema. Tiene que haber experto/s en el sistema.
PUNTO DE EXTENSION	
ESCENARIO PRINCIPAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. El usuario cliente ingresa en la sección de Experto. 2. El sistema obtiene los datos del usuario cliente. 3. El sistema asignara un formulario vacío para la generación de el/los expertos/s. En él se cargará un card/s con el/los expertos/s propuestas por el departamento de marketing de la organización. Se debe informar en dicha card los siguientes campos: Nombre del experto, Breve Bio de la zona el cual va a ser influencer o tipo de moto turismo-botón de contacto. 4. El Usuario cliente selecciona el expertos que cree que concuerda más con su gusto e interés. 5. El sistema asignara un formulario de contacto con los campos: Email del usuario cliente, Nombre y Apellido del Usuario Cliente- Un cuadro para el mensaje a ser enviado al Experto-Botón Cancelar/Regresar-Botón Enviar 6. El Usuario cliente deberá llenar los campos con su información, necesarios para el envío de su consulta. 7. El sistema registra la consulta y envía el email vía http al experto.
FLUJO ALTERNATIVO	2.1 Anexar No Existen Experto/s Para Destino 2.2 Anexar Existen Experto/s Para el Destino
POSTCONDICION	El usuario cliente obtendrá accesoriamente y recomendaciones por un influencer de motopoint.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.32.5. CU-005-SIS-Cobro membresía

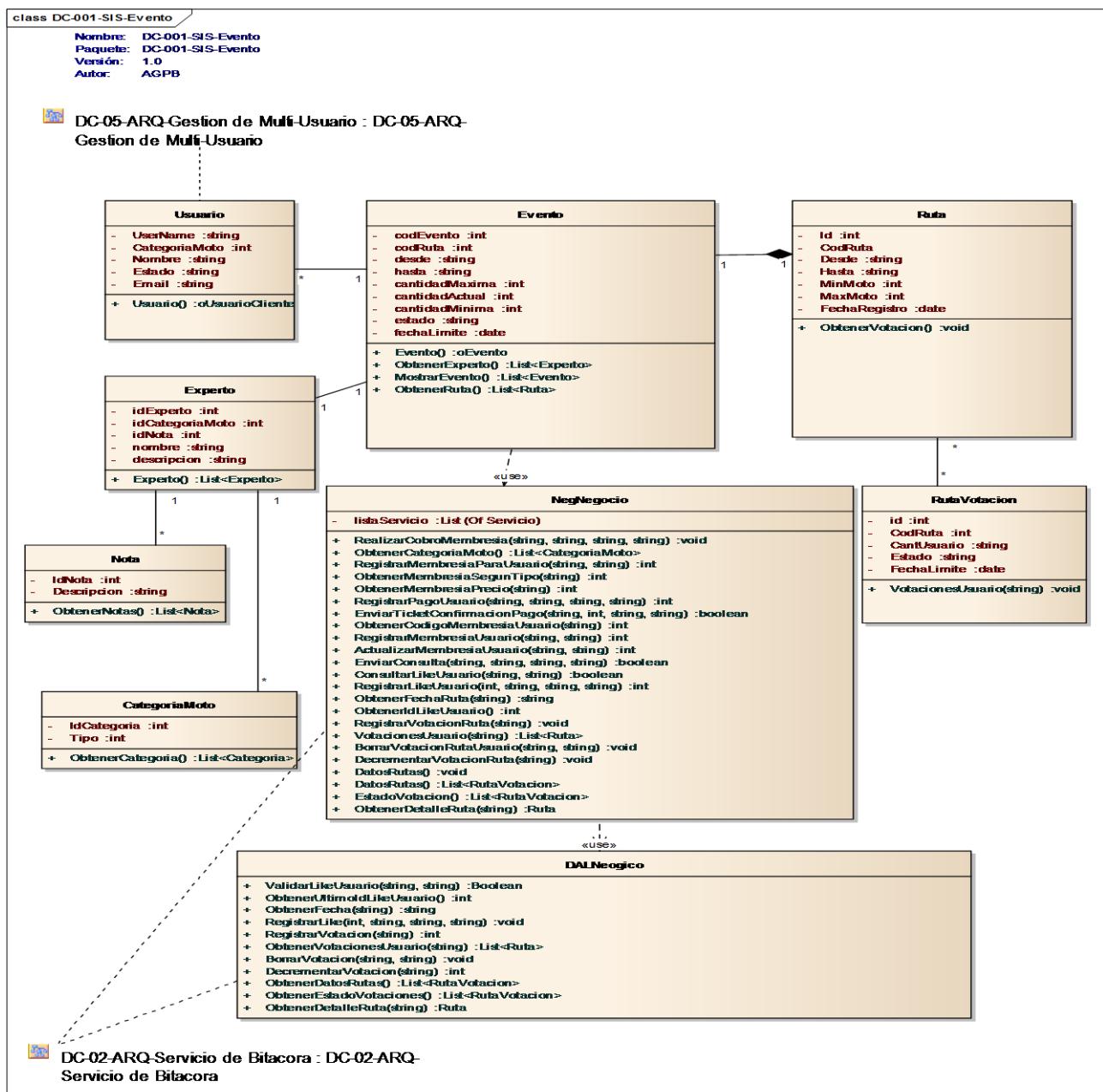


 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

CODIGO Y NOMBRE	CU-005-SIS-Cobro-001-Formalizacion de una operación
AUTOR	Angel G. Prado Brun
VERSION	1.0 – 01 Julio 2019
ESTADO	En revisión
DESCRIPCION	Este caso de uso el usuario cliente ingresa datos para solicitar el cobro de su membresía, o la actualización de su membresía ya existente por medio de un upgrade.
ACTOR PRINCIPAL	Usuario Cliente
ACTOR SECUNDARIO	Sistema MotoPoint Web
PRECONDICION	Para realizar el pago de los servicios de motopoint debe contar con al menos un medio de pago electrónico como VISA, MS, AMEX.
ESCENARIO PRINCIPAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. El usuario cliente ingresa a la sección de membresía pago. 2. El sistema obtendrá la información del usuario cliente. 3. El sistema asignara un formulario vacío para la generación de cobro de la membresía. 4. El sistema carga en cards las membresías vigentes propuestas por el departamento de marketing. 5. El usuario cliente selecciona la membresía que desea abonar. 6. El sistema carga los datos de cobro en un formulario donde estarán los datos de tarjeta ya que el pago se hará vía tarjeta de crédito y online. 7. El usuario cliente deberá ingresar los datos de su tarjeta de crédito. 8. El sistema validara por medio del número de dni en la base de datos del sistema para saber si dicho cliente tiene operación/s de cobro/s pendiente 9. El sistema utiliza la validación: valida deuda. 10. El sistema informa al Usuario Cliente si este posee una deuda a la fecha, la misma tendría que ser abonada junto con el valor de la membresía seleccionada por el usuario cliente. 11. El usuario cliente confirma el pago de los haberes. 12. El sistema procesara el pago vía webservices de la compañía de crédito seleccionada. 13. El sistema guarda el pago realizado por el cliente en la base de datos de la organización. 14. El sistema envía por mail, la documentación y notificación de la de confirmación de la operatoria. 15. El sistema cierra la operación de pago.

 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5ºA Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7	
FLUJO ALTERNATIVO		7.1 Anexar Tarjeta Disponible 11.1 Anexar Confirmación Por Deuda 11.2 Anexar Cancelación Por Deuda 12.1 Anexar Pago Rechazado
POSTCONDICION		El usuario cliente obtendrá una membresía o un upgrade de membresía.

10.32.6. DC-001-SIS-Evento



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.33. DC-002-SIS-Ruta

```
class DC-002-SIS-Ruta
```

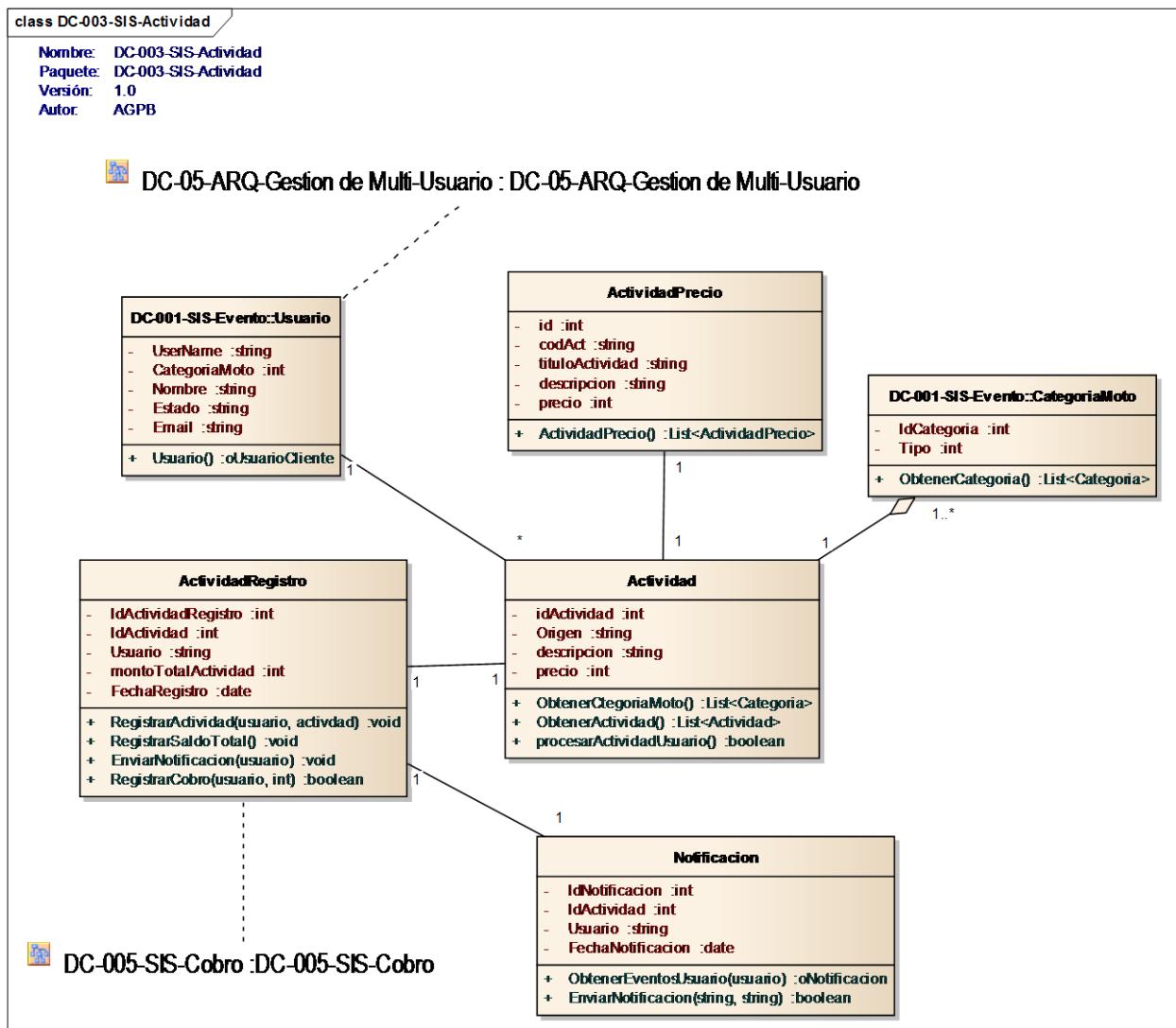
Nombre: DC-002-SIS-Ruta
 Paquete: DC-002-SIS-Ruta
 Versión: 1.0
 Autor: angel

 DC-001-SIS-Evento : DC-001-SIS-Evento



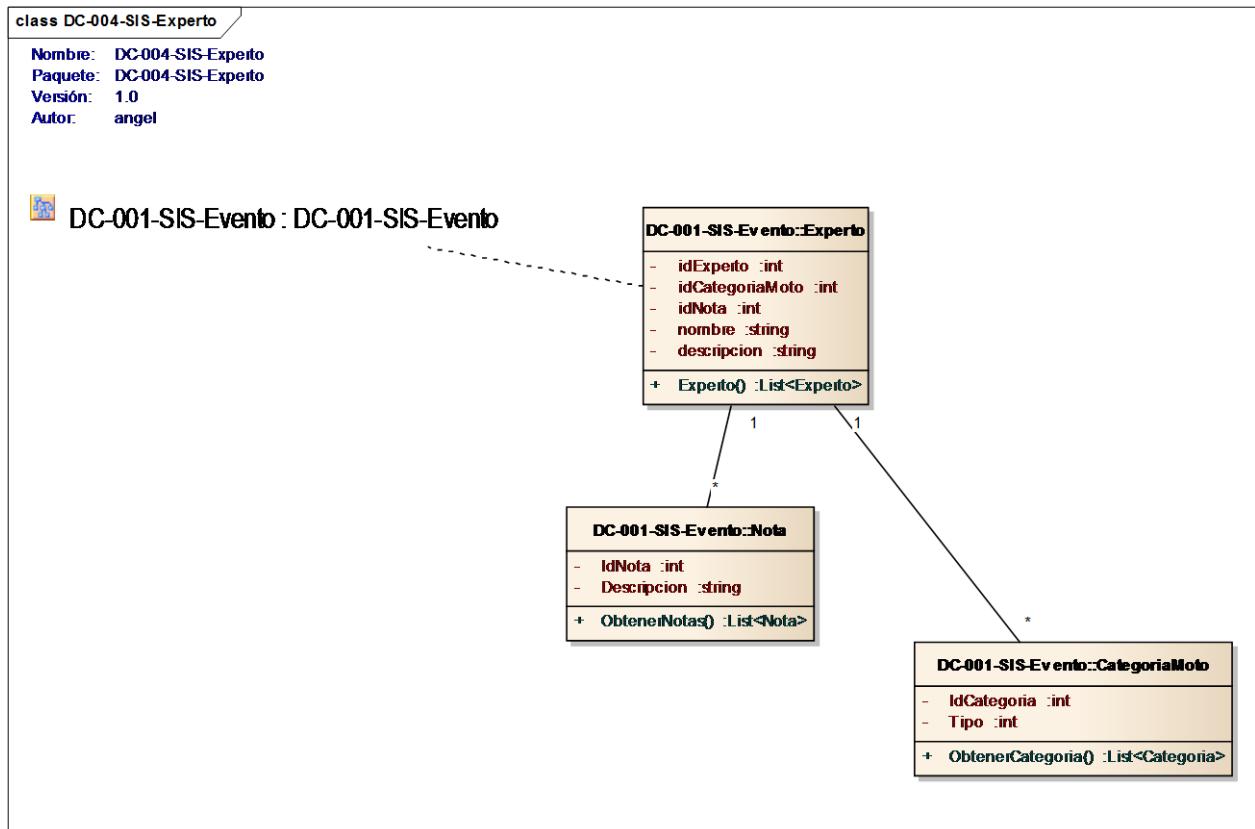
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.33.1. DC-003-SIS-Actividad



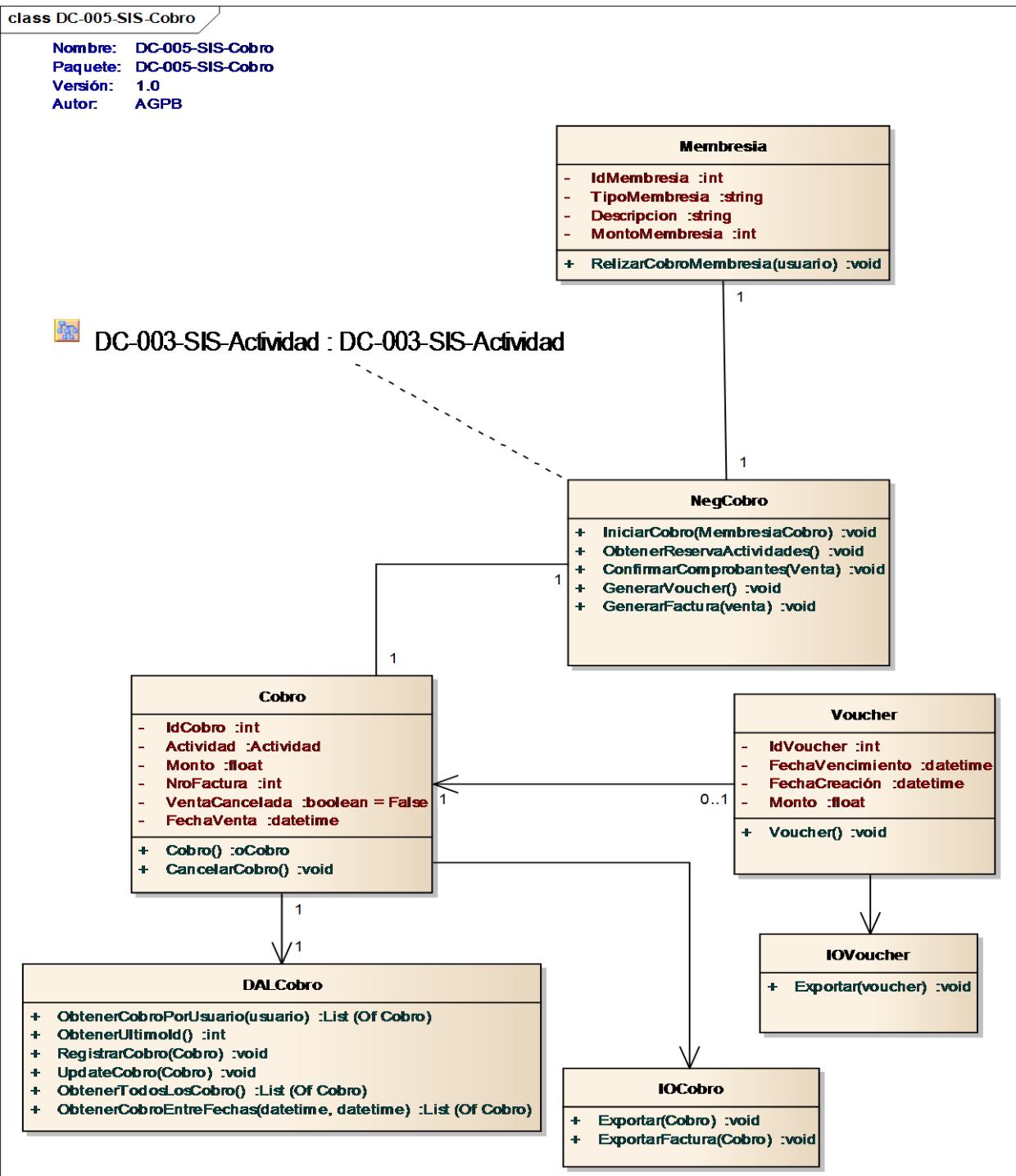
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.33.2. DC-004-SIS-Experto



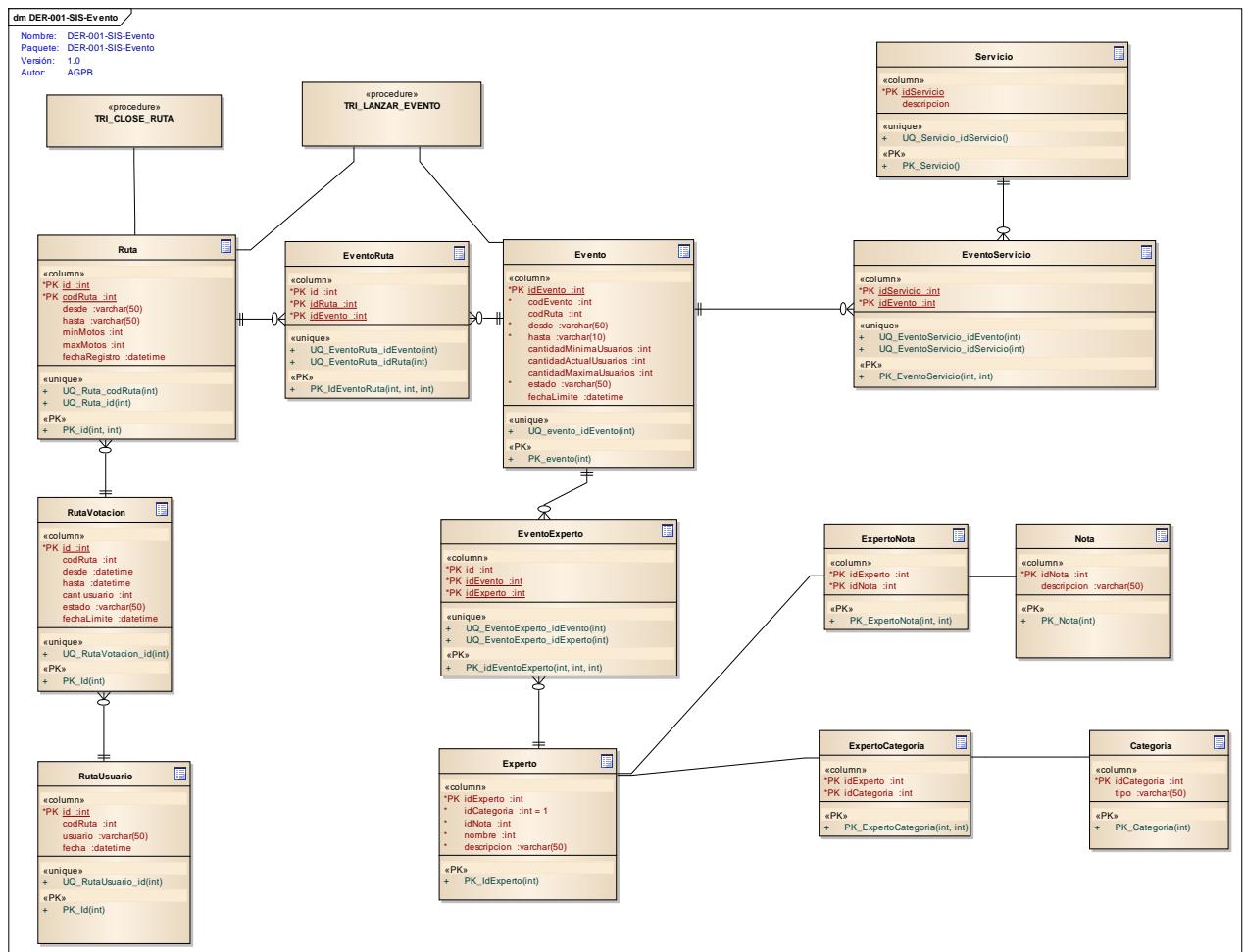
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5ºA Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7	

10.33.3. DC-005-SIS-Cobro



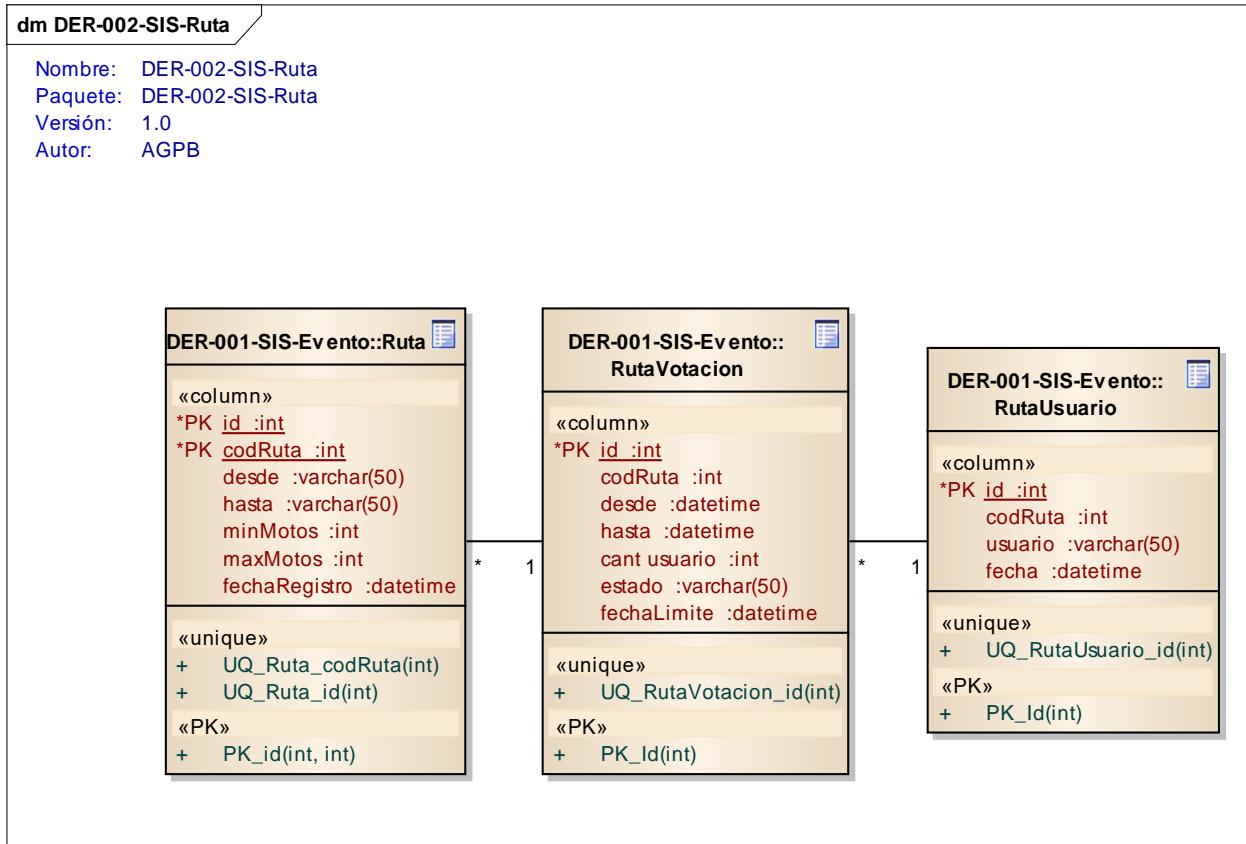
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5ºA Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7	

10.34.1. DER-001-SIS-Evento



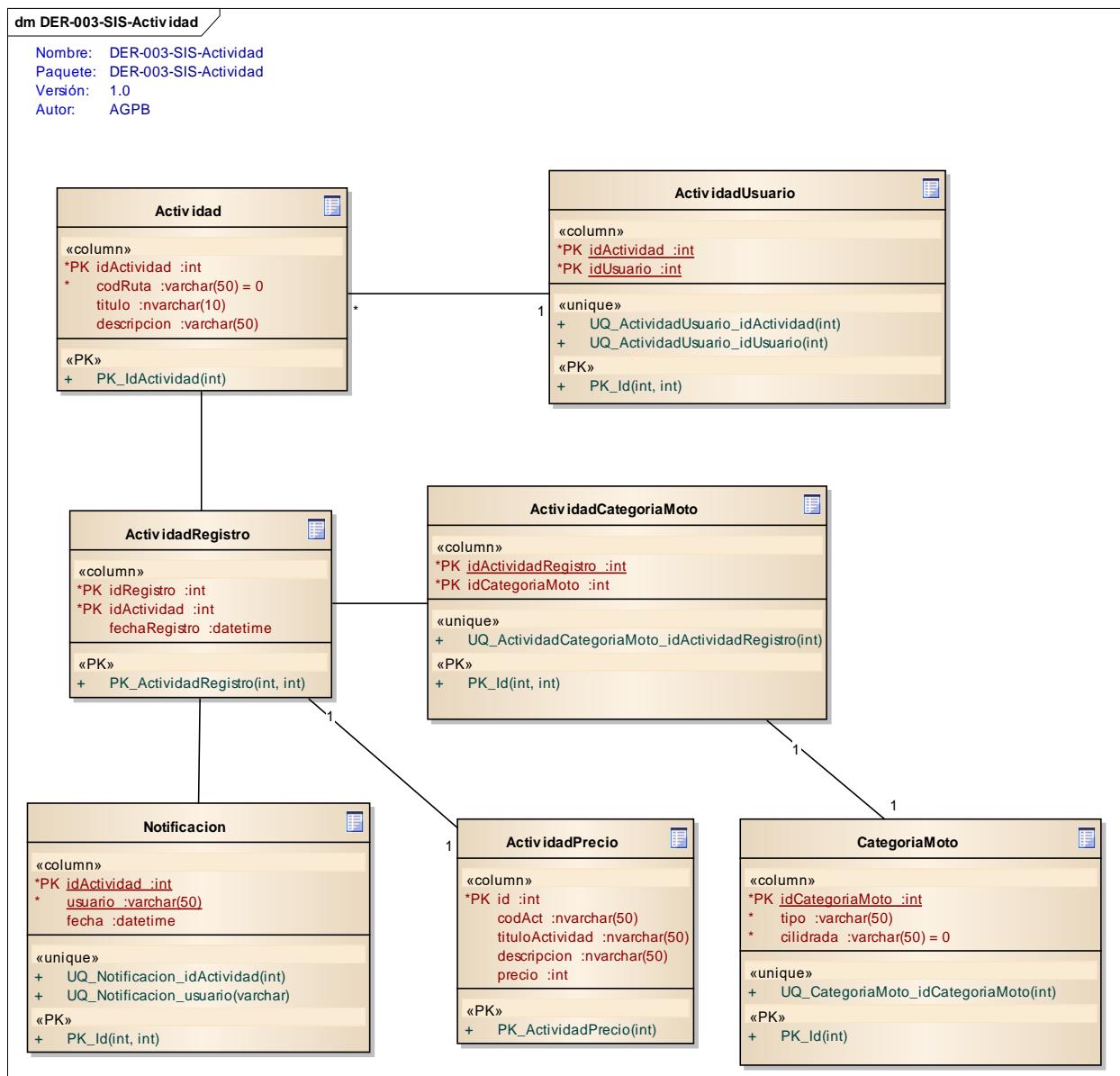
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.34.2. DER-002-SIS-Ruta



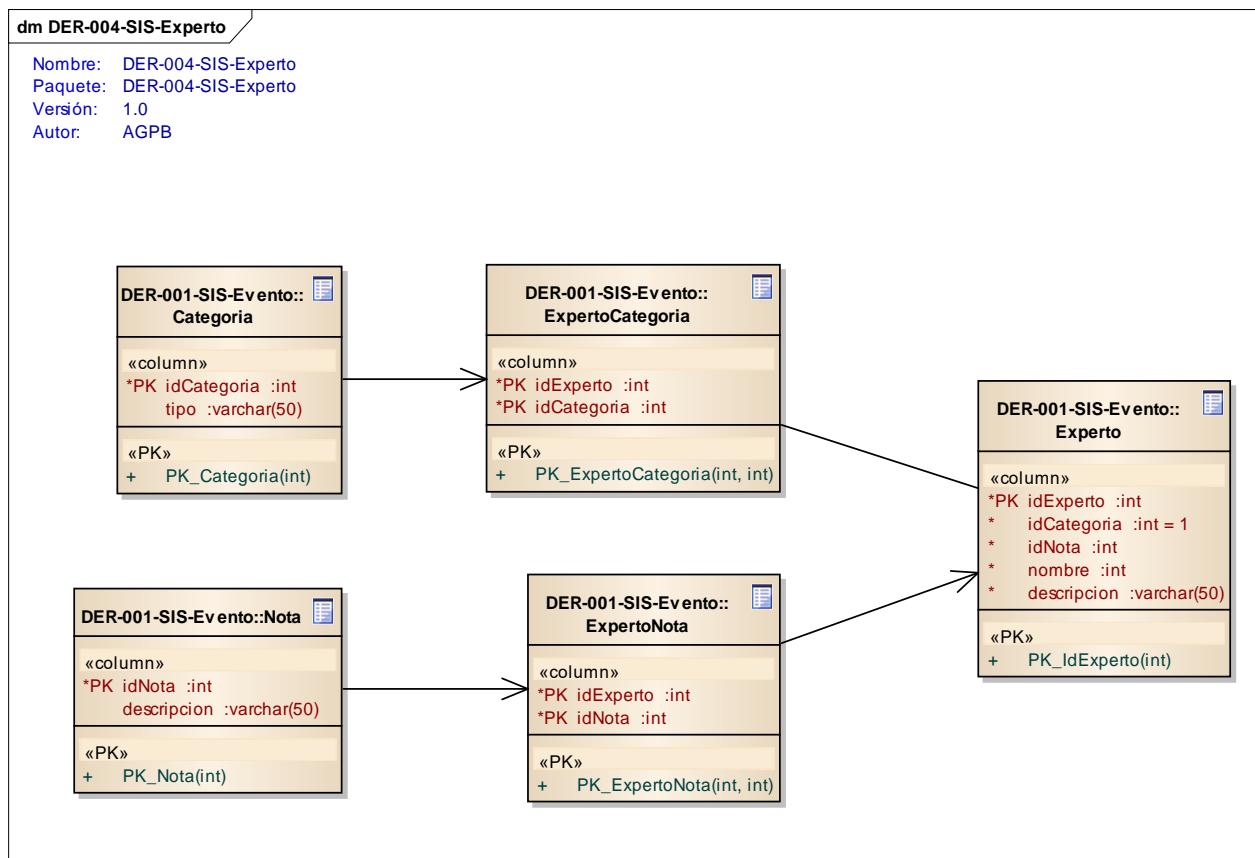
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5ºA Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7		

10.34.3. DER-003-SIS-Actividad



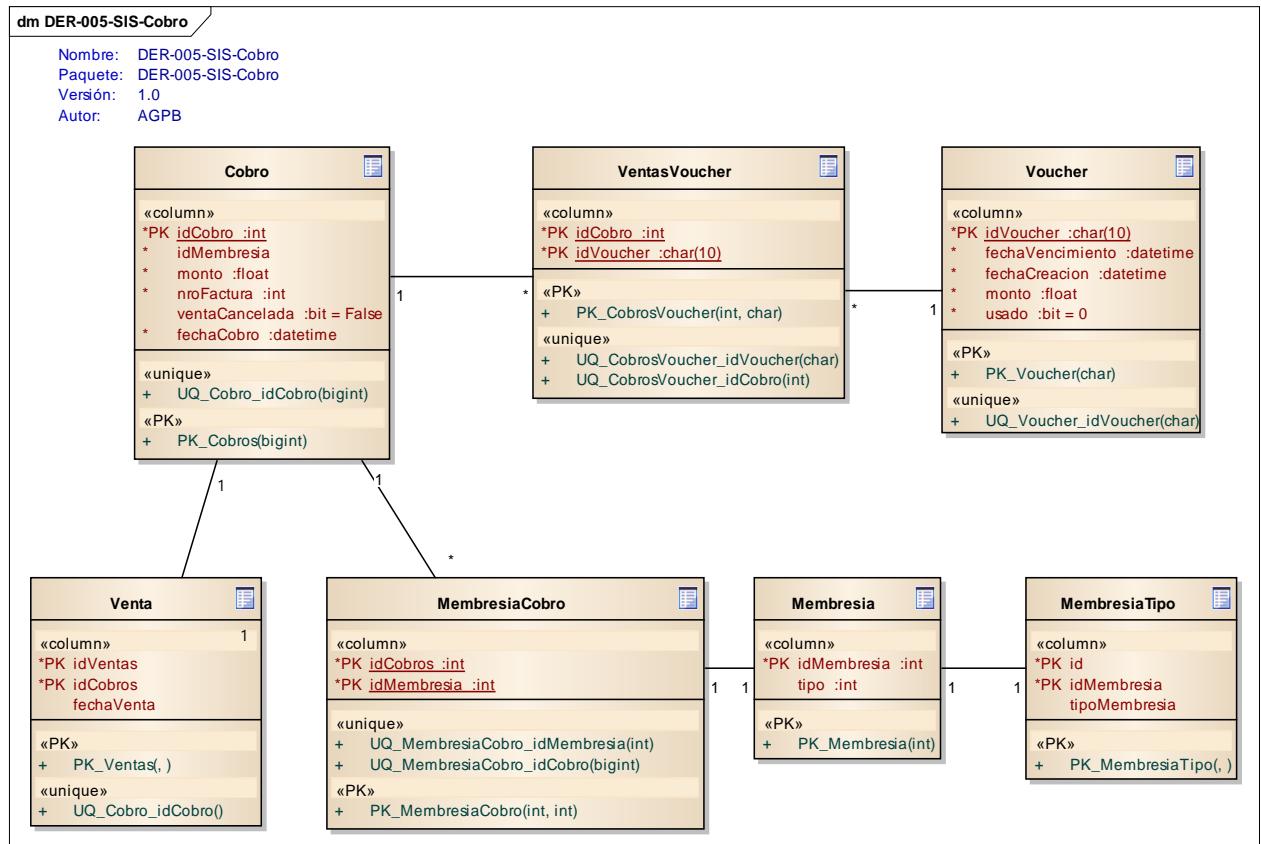
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.34.4. DER-004-SIS-Experto



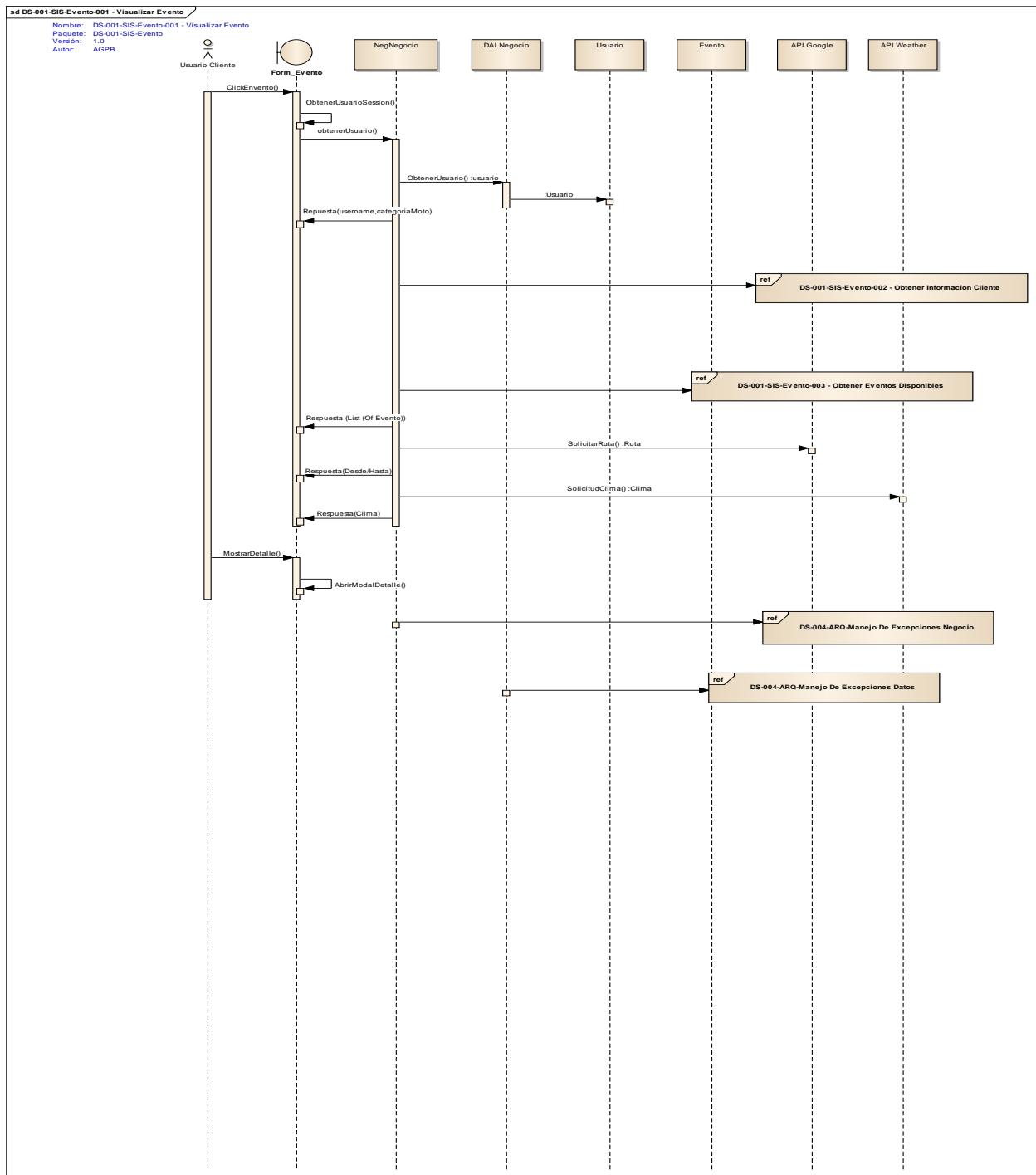
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5°A	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.34.5. DER-005-SIS-Cobro



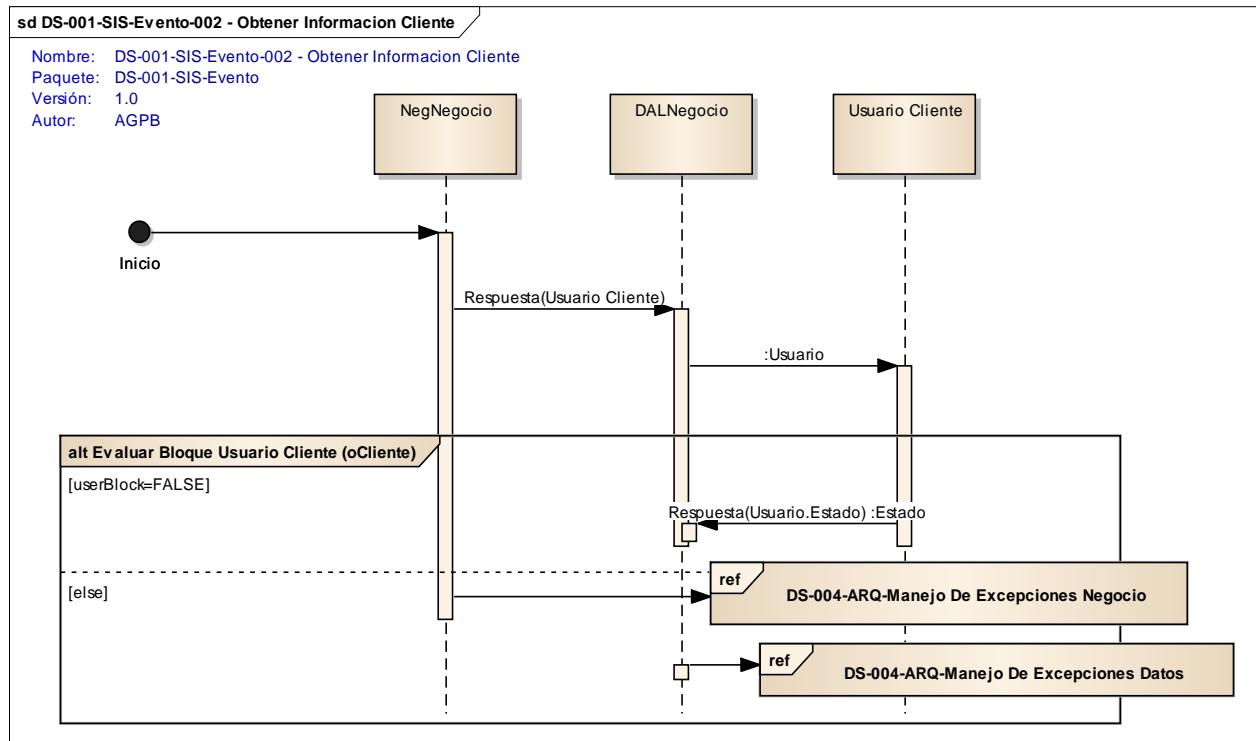
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería			Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo			Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5°A	
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7	

10.35.1. DS-001-SIS-Evento-001 - Visualizar Evento



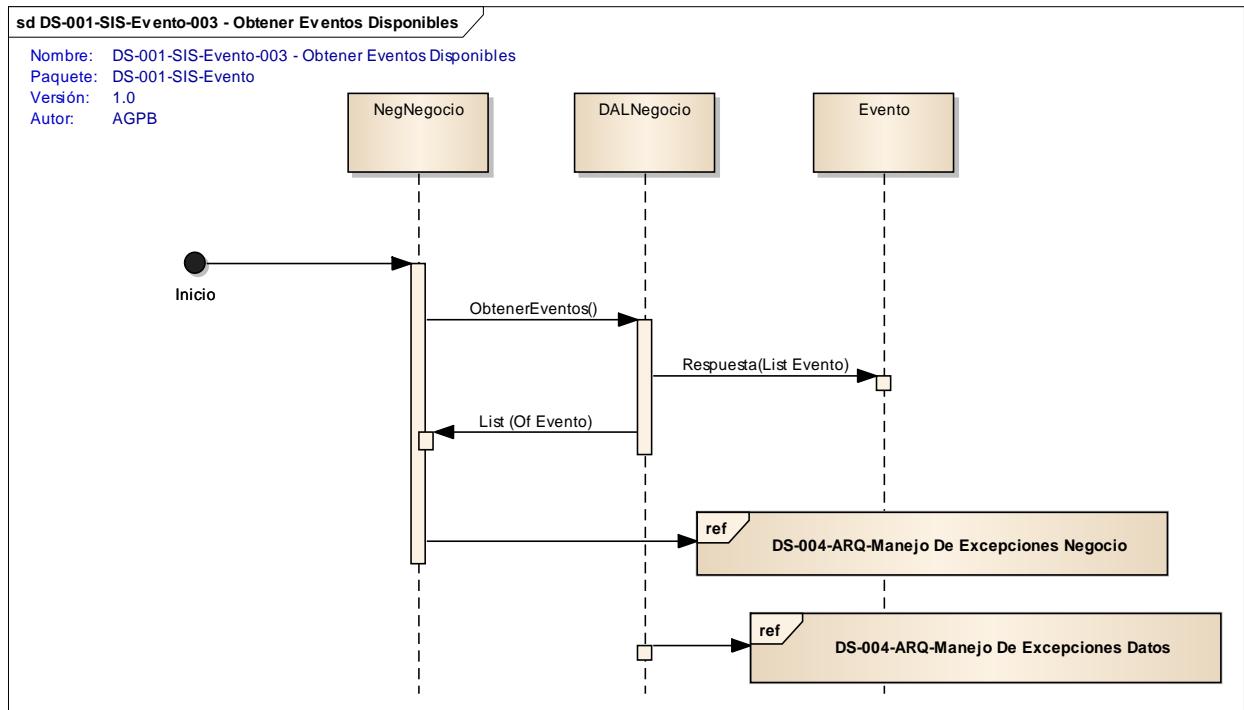
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291		
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

10.35.2. DS-001-SIS-Evento-002 - Obtener Información Cliente



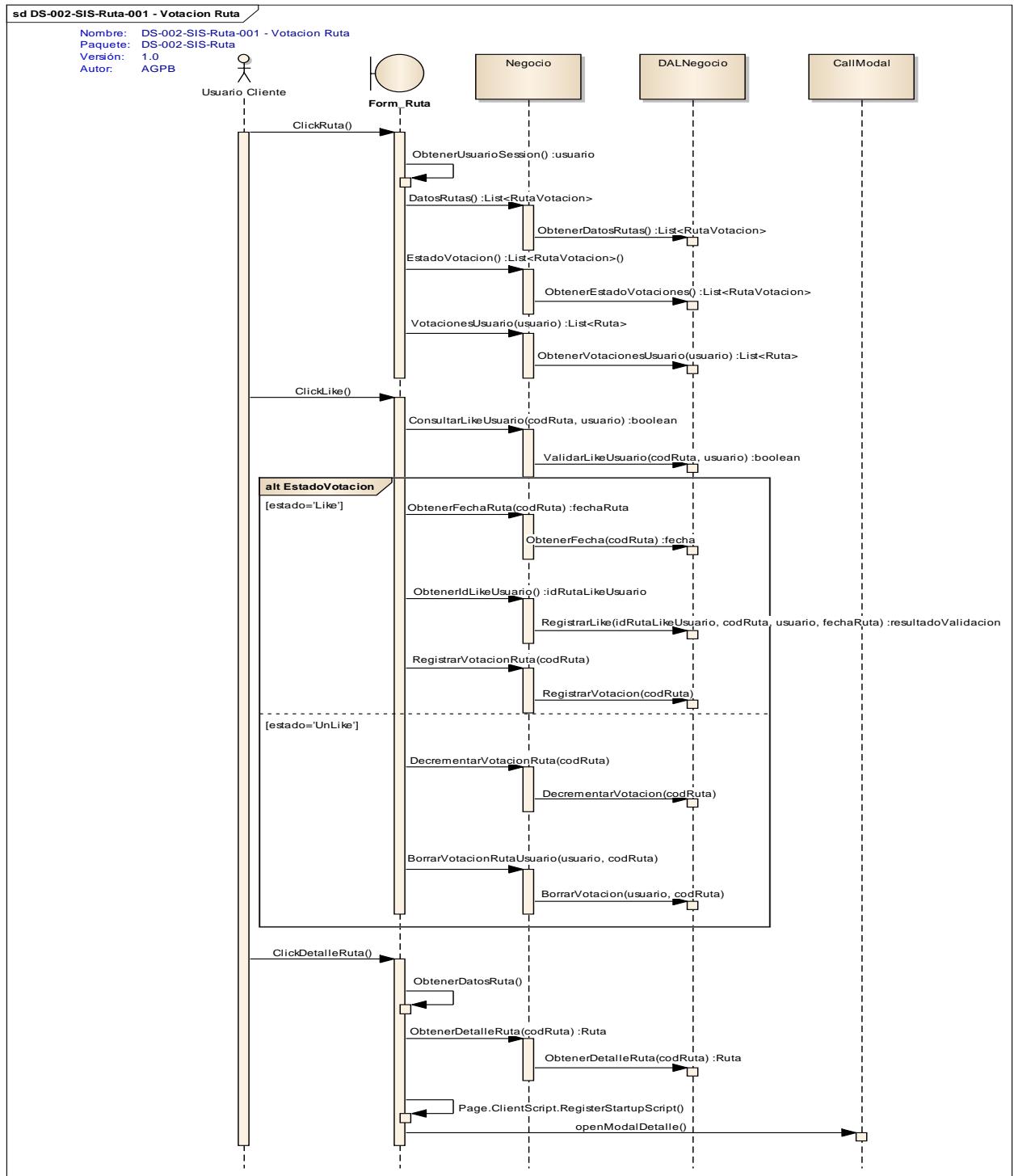
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
Versión: 0.7		

10.35.3. DS-001-SIS-Evento-003 - Obtener Eventos Disponibles



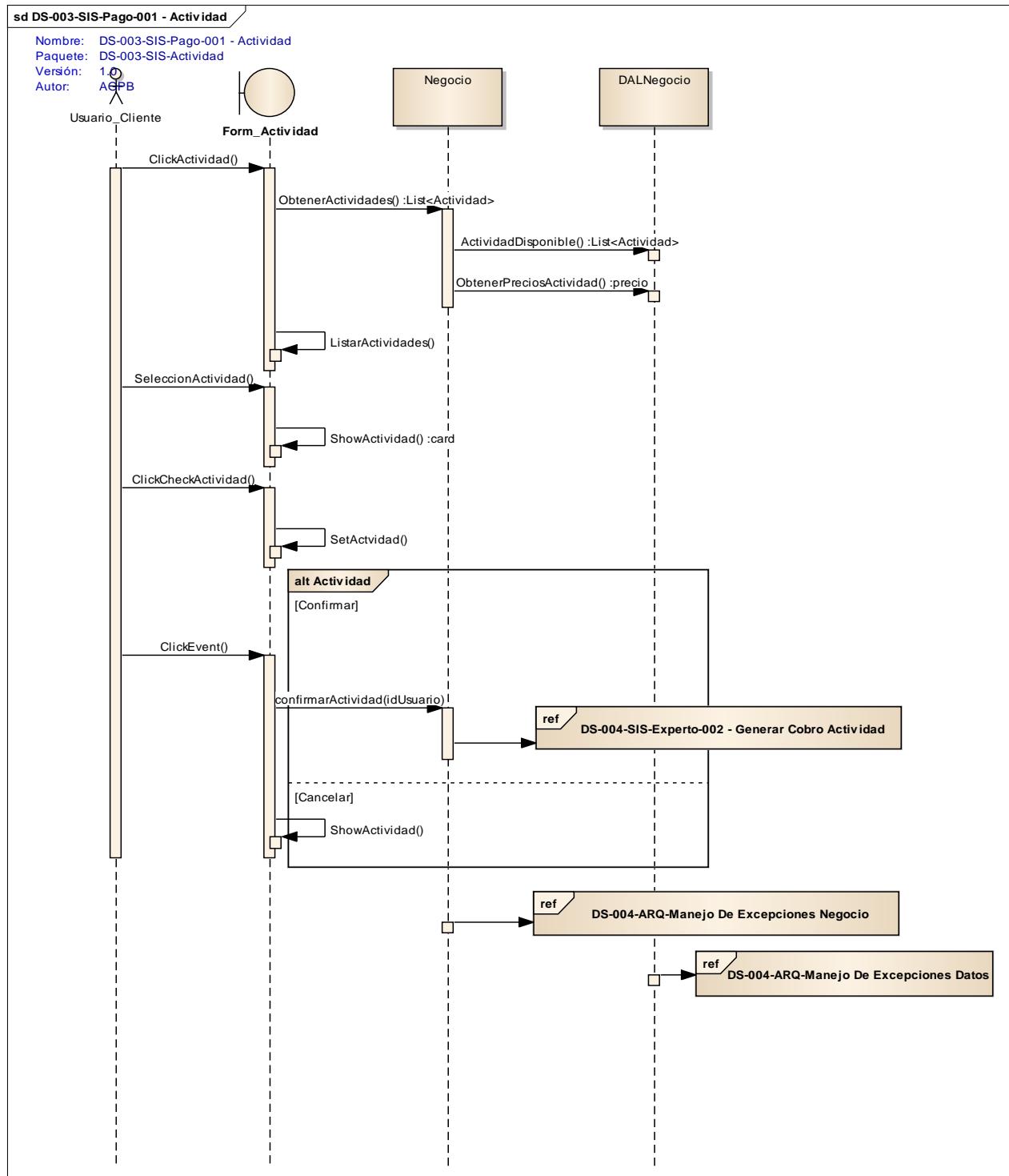
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5ºA Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7		

10.35.4. DS-002-SIS-Ruta-001 - Votación Ruta



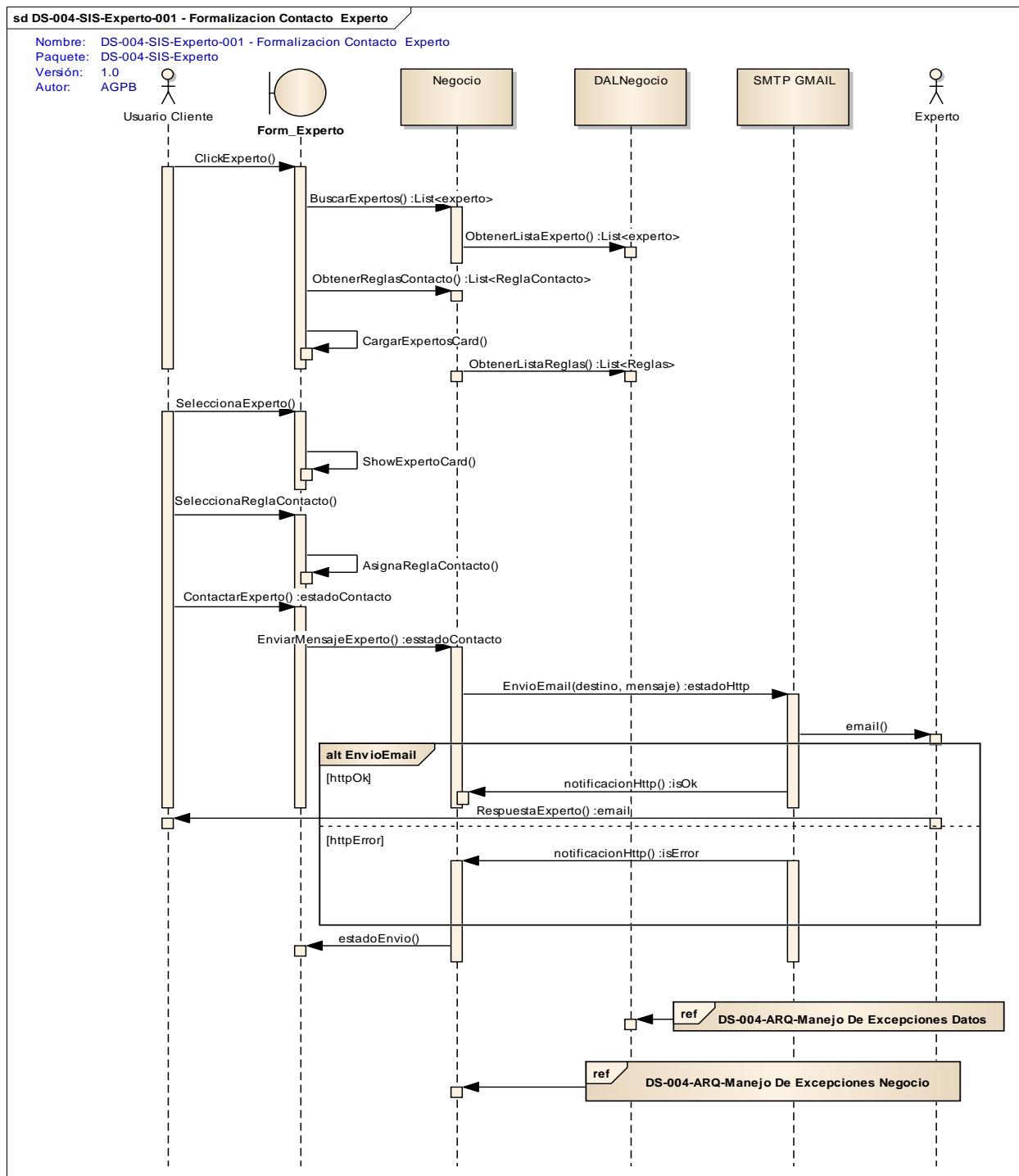
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5°A Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7	

10.35.5. DS-003-SIS-Pago-001 - Actividad



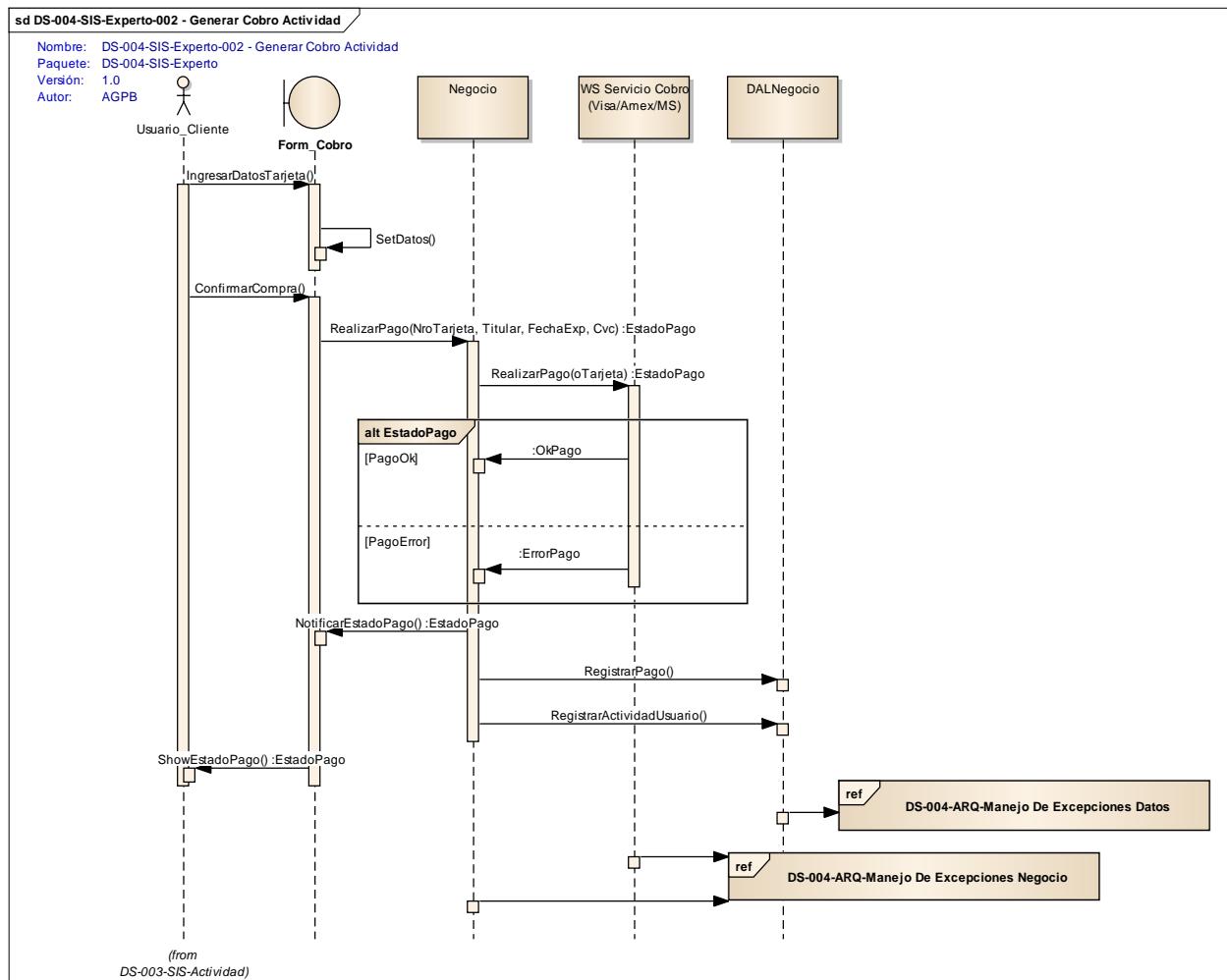
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5ºA Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7		

10.35.6. DS-004-SIS-Experto-001 - Formalización Contacto Experto



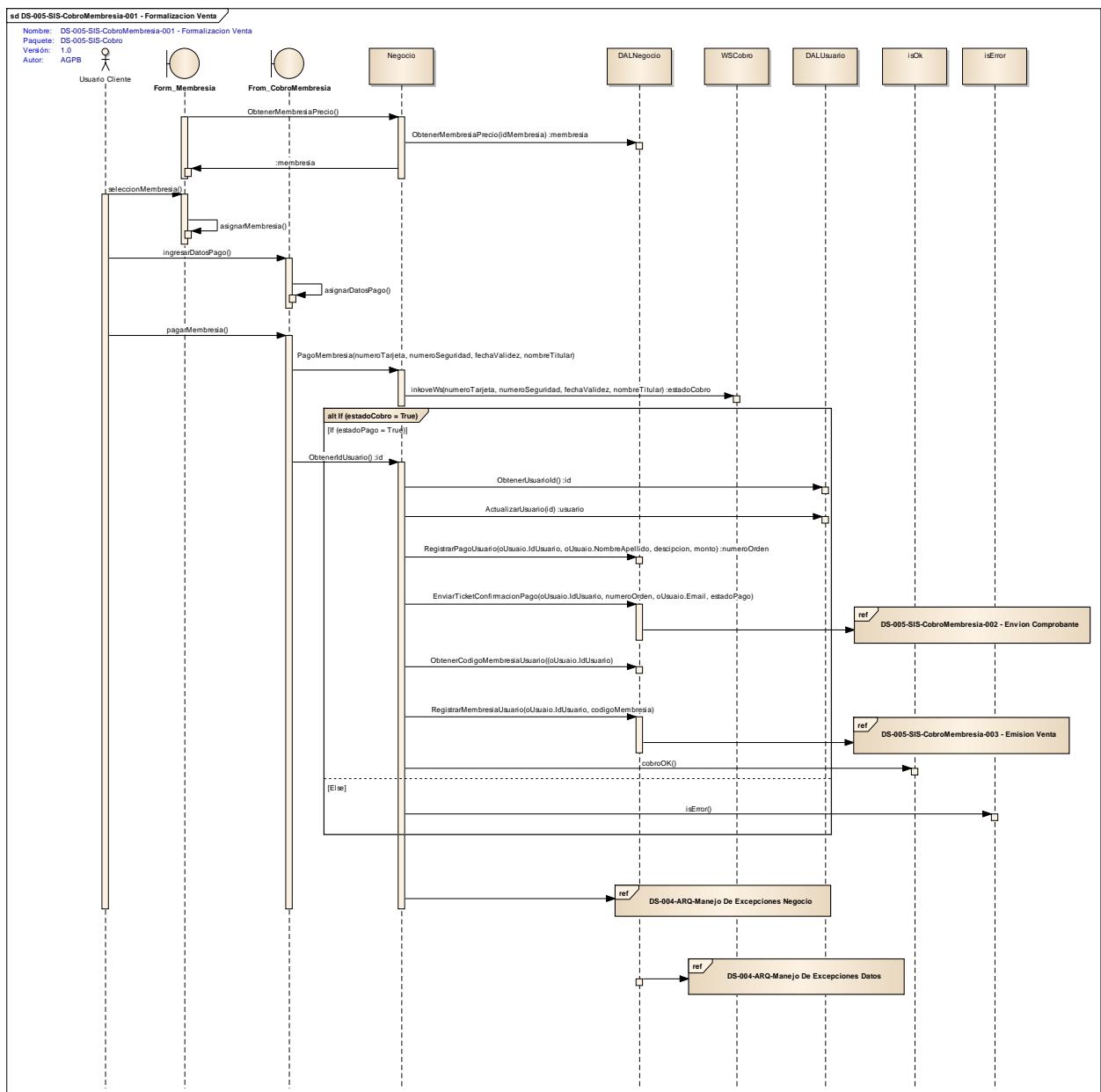
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5°A Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7		

10.35.7. DS-004-SIS-Experto-002 - Generar Cobro Actividad



 UAI UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática</p> <table border="1" data-bbox="446 130 1372 143"><tr><td data-bbox="450 132 1006 157">Materia: Trabajo Final de Ingeniería</td><td data-bbox="1006 132 1372 157">Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa</td></tr><tr><td data-bbox="450 157 1006 181">Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo</td><td data-bbox="1006 157 1372 181">Legajo: A0910057291</td></tr><tr><td data-bbox="450 181 689 233">Sede: Norte</td><td data-bbox="689 181 1006 233">Comisión: 5ºA</td><td data-bbox="1006 181 1372 233">Turno: Noche</td></tr><tr><td data-bbox="450 233 1006 258">Negocio: MotoPoint</td><td data-bbox="1006 233 1372 258">Versión: 0.7</td></tr></table>	Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa	Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291	Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche	Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa									
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291									
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche								
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7									

10.35.8. DS-005-SIS-CobroMembresia-001 - Formalización Venta



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint		Turno: Noche
		Versión: 0.7

10.36. Modelo de Diseño

custom Modelo de Diseño

Nombre: Modelo de Diseño
 Paquete: #03-Modelo de Diseño
 Versión: 1.0
 Autor: AGPB

Modelo de Diseño

Mapa de navegación

- + Actividad
- + Depuración
- + Encuesta
- + Evento
- + Experto
- + HomePage
- + Login
- + Oferta
- + Resguardo
- + Ruta
- + Usuarios
- + WebMater

Diagrama de Despliegue

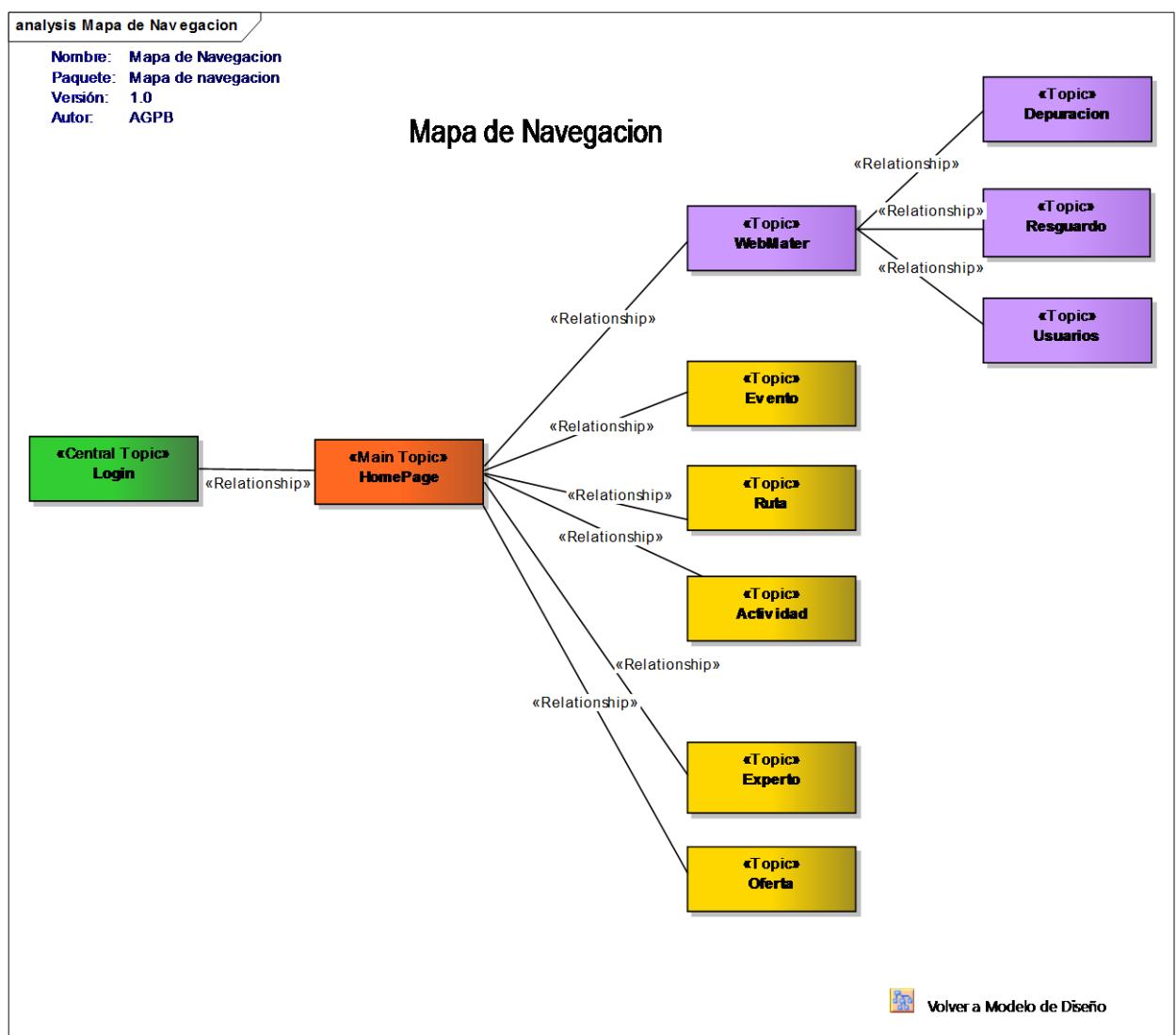
- + Base de Datos MotoPoint
- + Usuario
- + Enlace
- + Framework .NET 4.0.1
- + Instancia MotoPointDev
- + MotoPoint Software
- + Hosting Web
- + Router
- + Servidor DB
- + Switch
- + SQL Server 2017 R1
- + Windows Server 2017
- + Windows Server OS

Diagrama de Componente

- + Arquitectura Base
- + MotoPoint.BLL
- + MotoPoint.DAL
- + MotoPoint.Entidades
- + MotoPoint.UI

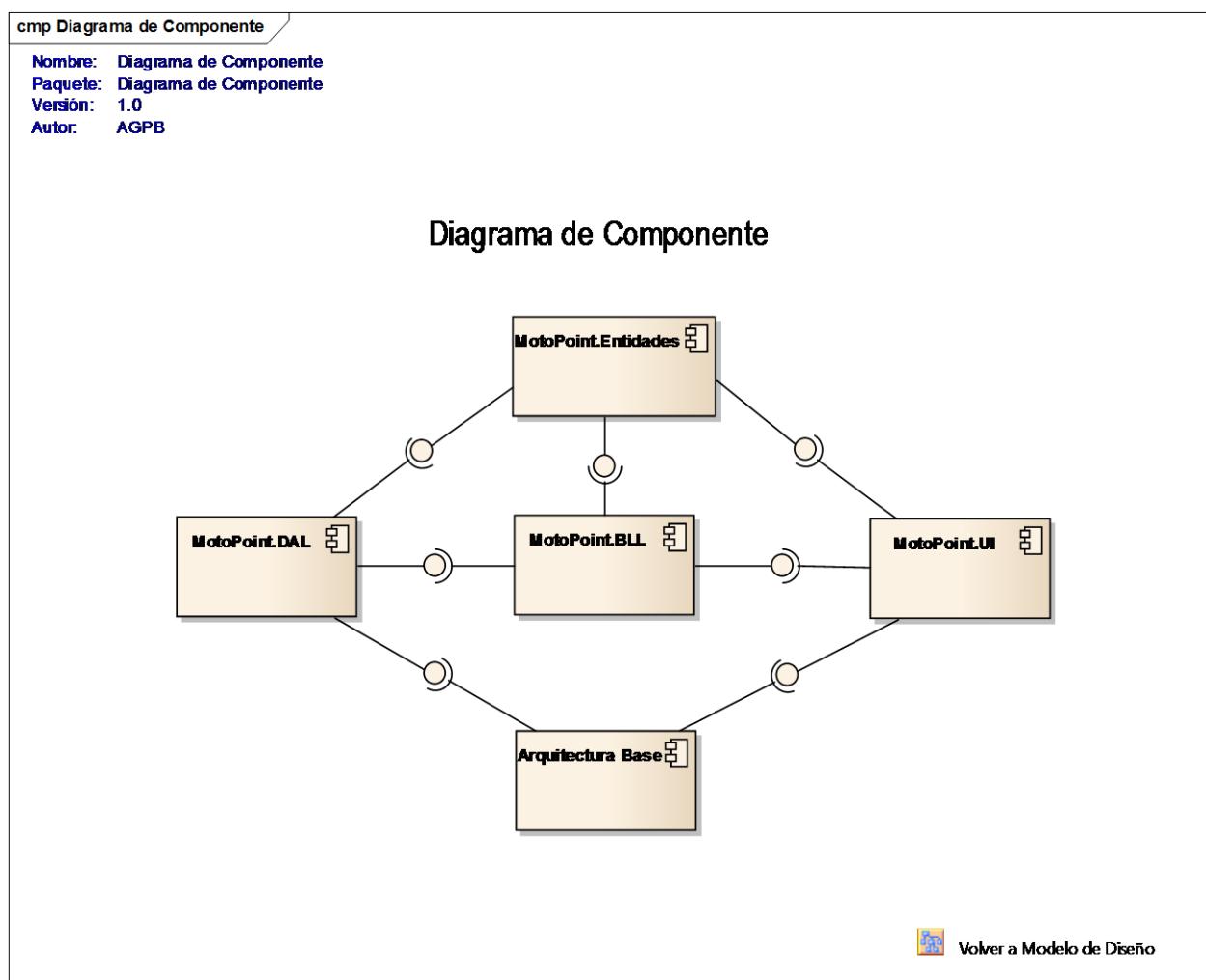
 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería			Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo			Legajo: A0910057291
Sede: Norte		Comisión: 5ºA	
Negocio: MotoPoint			Turno: Noche
Versión: 0.7			

10.37. Mapa de Navegación



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA	UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática Materia: Trabajo Final de Ingeniería Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo Legajo: A0910057291 Sede: Norte Comisión: 5ºA Turno: Noche Negocio: MotoPoint Versión: 0.7	

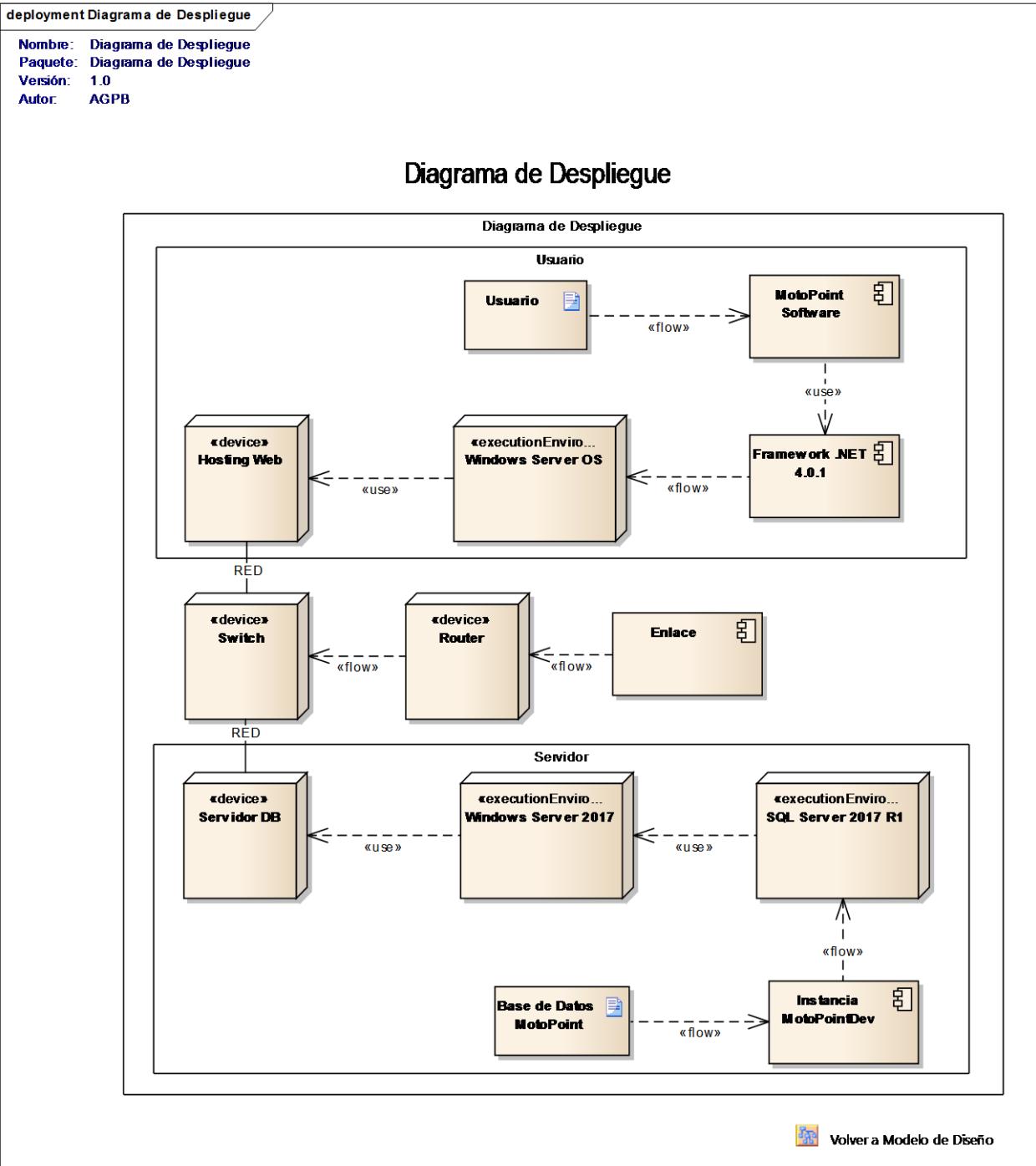
10.38. Diagrama de Componente





UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática	
Materia: Trabajo Final de Ingeniería	Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo	Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA
Negocio: MotoPoint	Versión: 0.7

10.39. Diagrama de Despliegue



 UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA Facultad de Tecnología Informática		
Materia: Trabajo Final de Ingeniería		Docentes: Jorge Scali Eugenio Costa
Alumno: Prado Brun, Angel Guillermo		Legajo: A0910057291
Sede: Norte	Comisión: 5ºA	Turno: Noche
Negocio: MotoPoint		Versión: 0.7

11. Material bibliográfico

CAFAM ORG. (s.f.). Obtenido de <http://www.cafam.org.ar/>

Castro, C. (2012). revistacomunicacion.org. Obtenido de
[http://revistacomunicacion.org:](http://revistacomunicacion.org/)
http://revistacomunicacion.org/pdf/n13/Resenas/R6_Castro-Marketing-2-0-El-nuevo-marketing-en-la-Web-de-las-Redes-Sociales.pdf

Grosso, F. (s.f.). Claves para el desarrollo de la empresa. Buenos Aires - Argentina.

Mintzberg, H. (1993). Diseño de Organizaciones Eficientes. Englewood Cliffs, NJ, US: Prentice-Hall, Inc.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Decimocuarta Edición, Marketing. Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson.

El proyecto delta: estrategias para hacer más rentables las empresas en el mundo de hoy /

A.C. Hax, D.L. Wilde; pról. de L.C. Thurow; tr. por Nicolás Majluf

12. Anexos

- Artículos recortados y entregados junto a la carpeta