## FORMULARIO IDEA-PROYECTO

**1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

***1.1. Título del Proyecto***

|  |
| --- |
| JINFINIT – Sistemas de Fidelización de Clientes. |

***1.2. Caracterización General del Proyecto***

*1.2.1. Idea*

|  |
| --- |
| Ofrecer a la PyMES un sistema de Fidelización de Clientes que posibilite en un plazo mediano plazo la atracción de nuevos clientes.  Para nosotros como desarrolladores la idea representa una innovación de productos, debido a que gracias al servicio que ofrecemos nuestros clientes contaran con una nueva metodología para hacer frente a la competencia.  Para nuestros clientes, el producto puede ser visto como una innovación incremental, ya que aportará una herramienta más a los posibles sistemas de fidelización con los que cuente la empresa (descuentos, boucher, promociones) además de brindar información precisa sobre tendencias de consumo que posibiliten la concepción de nuevas estrategias de negocio. |

*1.2.2. Comparación*

|  |
| --- |
| En el mercado existen productos similares solo en manos de grandes compañías. Tal es el caso de YPF (YPF Serviclub), Megatone (Club Megatone). Dichos sistemas requieren de complejos procesos de desarrollo e Implantación, además de grandes inversiones presupuestarias. En contraposición nosotros desarrollaremos un producto que pueda ser adquirido por pequeñas empresas (o grupo de empresas asociadas) adaptando nuestros desarrollos a las necesidades y posibilidades de adquisición de cada cliente en particular.  **“no se cuenta con información solicitada”** |

*1.2.3. Descripción*

|  |
| --- |
| **Duración:** la fase de desarrollo oscilará entre cuatro y ocho meses, dependiendo del alcance administrativo del software acordado con cada cliente. La etapa de implementación podría abarcar de uno a dos meses, dependiendo de la magnitud de la empresa contratante.  **Etapas:**   * **Requisitos:** Captura y Análisis de las necesidades del cliente en cuanto a la solución a implementar. * **Diseño:** Elaboración del esquema lógico de la Base de Datos y de los principales módulos del Software (Arquitectura del Sistemas). * **Desarrollo:** Programación de los módulos diseñados y elaboración de artefactos de gestión e ingeniería (aplicaciones de servicios, DBMS, documentación, etc.) * **Implantación:** Instalación de los módulos desarrollados, capacitación del usuario, revisión de errores y fallas. * **Adaptación:** corrección de errores, agregado de nuevas funcionalidades, mejoras generales.   **Criticidad:** las tres etapas criticas del proyecto son: en primer lugar la de **“Captura de requisitos”**, pues el entendimiento de las necesidades del usuario, es clave para un buen diseño de la solución a desarrollar. En segundo lugar **“el Diseño”**, pues un diseño superficial puede acarrear una etapa de desarrollo extensa y compleja debido a la falta de detalles que redundan en correcciones continuas de programación. Y en último lugar **“la etapa de Desarrollo”**, pues es vital que en etapa se establezca una estrecha relación entre el colectivo de programadores y los usuarios finales del sistema a fin de construir un producto final dotado de grandes características que lo hagan altamente eficiente. |

*1.2.4. Objetivos*

|  |
| --- |
| Desde el punto de vista técnico es un objetivo del proyecto brindar un software vanguardista, productivo, robusto, fácil de usar y adaptable a las distintas necesidades del mercado comercial.  Desde el punto de vista económico, es menester que el producto proporcione a las compañías adquisidoras una herramienta financiera que no solo ayude a mantener sus niveles de ventas, sino también a incrementarlos a través de la aplicación de nuevas estrategias de negocio. |

*1.2.5. Factores Críticos de Éxito*

|  |
| --- |
| Consideramos que nuestro producto podrá generar una empresa rentable debido a:   * La alta sensación de competencia que posea el mercado al cual apuntan nuestros potenciales clientes (Farmacias, Supermercados, Distribuidoras de video cable, entre otras). * La alta rentabilidad de dicho mercado. * La disponibilidad de conocimiento técnico necesario para desarrollar este tipo de sistemas y de recursos humanos altamente calificados en la región. * La elevada productividad que pueden alcanzar las compañías adquisidoras con la implantación de nuestro producto. |

*1.2.6. Análisis del Mercado*

|  |
| --- |
| Nuestros esfuerzos de ventas estarán enfocados a empresas comerciales de la región noreste argentina “NEA”, que posean una gran cantidad de clientes del tipo “consumidor final” y que vean sus finanzas amenazadas por el establecimiento y la expansión de las grandes cadenas comerciales. |

*1.2.7. Estrategia de Marketing (entrada)*

|  |
| --- |
| En principio haremos foco en una pequeña cantidad clientes corporativos, para ser específicos, en entidades prestadoras de servicio de video cable, las cuales tienen una gran concentración de clientes del tipo “consumidor final”.  Debido a la distribución geográfica de este tipo de empresas en la región nuestros esfuerzos de ventas abarcaran las provincias del noroeste argentino (Chaco, Corrientes, Formosa, Misiones), haciendo hincapié en localidades del interior, en las que generalmente este tipo de servicio se presenta de forma monopólica y en la actualidad dicho monopolio está siendo amenazado por empresas de televisión satelital y las nuevas tecnologías de televisión digital de los canales de aire.  Luego los esfuerzos de ventas se centraran en empresas más pequeñas (Farmacias, Supermercados), ofreciéndoles a estas un pack acorde a su tamaño y su poder adquisitivo.  En nuestro esfuerzo de ventas aumentaremos el alcance de nuestro producto para abarcar un mayor segmento del mercado, incluyendo nuevas utilidades, nuevas funciones y nuevos uso (mailing, llevar los registros de un sistema de créditos, entre otros). |

***1.3. Beneficios Económicos y Sociales***

|  |
| --- |
| Además de ayudar en la organización y administración de las empresas adquisidoras, nuestro producto apuntará al crecimiento del comercio regional ayudando al fortalecimiento de las empresa autóctonas . |

**2. DETERMINACIÓN DEL ÁREA TEMÁTICA**

|  |  |
| --- | --- |
| **Área Temática** |  |
| Agro industrias |  |
| Alimentos |  |
| Software | X |
| Metal mecánico |  |
| Foresto industria |  |
| Energía |  |
| Industria textil |  |

**3. ASPECTOS TECNOLÓGICOS**

***3.1. Ingeniería***

|  |
| --- |
| Para implementar el proceso productivo serán necesarios sólidos conocimientos en materia informática (programación, gestión de sistemas de base de datos, telecomunicaciones, etc.). Lo cual se ve favorecido con la amplia disponibilidad de profesionales de esta rama en la región. Sería deseable (aunque no estrictamente necesario) contar con la asesoría de profesionales contables que guíen el proceso de producción en pos de una concepción de “sistema de gestión”.  En nuestro caso, nuestro proyecto es “intensivo” en el uso de los conocimientos de programación, pues requiere de los desarrolladores minuciosos controles de seguridad de la información y de rendimiento de procesos computacionales. |

***3.2. Descripción Técnica***

|  |
| --- |
| Destinado principalmente a empresas regionales comerciales o prestadoras de servicio, **JINFlNIT** tiene por objeto propiciar la implementación de programas de beneficios para sus clientes, los cuales se traducen en premios, regalos o descuentos especiales. Tales beneficios se podrán canjear por los puntos que cada cliente acumule, en función de sus compras en comercios asociados.  Se entrega a cada cliente una tarjeta magnética o inteligente, identificada con la  marca e imagen de la firma, y personalizada con sus datos personales. Cuando  efectúe compras en los comercios asociados la tarjeta se pasará por un  dispositivo lector, quedando registrada la operación on-line en la base de datos  central del sistema. Por último, podrá canjear sus puntos acumulados por  beneficios.  El sistema permite al comercio administrador monitorear la operatoria, y brindar  información estadística tanto de los negocios asociados, como de cada uno de  los clientes. De esta forma la empresa accederá a una potente y cada vez más  difundida herramienta de marketing directo denominada "fidelización", que le  permitirá retener a sus clientes actuales, fortaleciendo su lealtad a la empresa,  como así también cautivar a nuevos clientes, que se verán atraídos por los  beneficios del sistema. |

***3.3. Necesidades***

|  |
| --- |
| Debido a políticas particulares adoptaremos herramientas de programación de licencias gratuitas y fáciles de conseguir. El hardware necesario para la comunicación de las aplicaciones a desarrollar está disponible en la región a precios razonables.  **“no se cuenta con la información solicitada”** |

**4. RECURSOS A APLICAR AL PROYECTO**

**4.1. Activos físicos e intangibles**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Concepto | **Selección** | Objetivo |
| Inmuebles |  |  |
| Oficinas | X | Administración - Comercialización |
| Laboratorios | X | Desarrollo – Control de Calidad |
| Planta productiva |  |  |
| Otros |  |  |
| Maquinaria y Equipo |  |  |
| Bienes de capital |  |  |
| Equipos de laboratorio |  |  |
| Instrumental de control |  |  |
| Equipo de transporte |  |  |
| Otros |  |  |
| Equipamiento informático |  |  |
| PCs | X | Desarrollo – Control de Calidad |
| Servidores | X | Desarrollo – Control de Calidad |
| Impresoras | X | Desarrollo |
| Plotters |  |  |
| Otros | X | Desarrollo – Control de Calidad |
| Intangibles |  |  |
| Licencias |  |  |
| Patentes |  |  |
| Software |  |  |
| **Otros** (aclarar) |  | Haremos uso de programas bajo licencia GPL |
|  |  |  |
|  |  |  |

***4.2. Servicios***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Concepto | **Selección** | Objetivo |
| Servicios de Consultoría en Ingeniería |  |  |
| Asesoramiento Contable, Impositivo y Auditoria | x | Orientar el desarrollo a un enfoque de “sistema de gestión” |
| Asesoramiento Bancario y Financiero |  |  |
| Asesoramiento sobre Tecnologías de Información | x | En caso de restricciones impuestas por el cliente que requieran de un desarrollo cuyos conocimientos asociados sobrepasen los adquiridos por el equipo |
| Asesoramiento sobre Propiedad Intelectual |  |  |
| Ensayos y pruebas |  |  |
| Servicios de Consultoría Comercial y Marketing |  |  |
| Servicios de Consultoría en Producción |  |  |
| Servicios de Consultoría en Recursos Humanos |  |  |
| Servicios de Asesoramiento Legal |  |  |
| Otros (aclarar) |  |  |

***4.3. Otras Necesidades***

|  |
| --- |
|  |

**5. RIESGOS Y PROBLEMAS**

|  |
| --- |
| **1. Falta de compromiso por parte de los miembros del equipo de proyecto.**  **1.1. - 1er Etapa: Identificación del Riesgo**  Riesgo: Retraso en las actividades planificadas por falta de compromiso o motivación de integrantes del equipo, como así también fallas de coordinación.  Vulnerabilidad: El proyecto es vulnerable a este riesgo ya que no se trata de un grupo de trabajo con experiencia en este tipo de emprendimientos, por lo que la comunicación y coordinación puede resultar difícil.  **1.2. - 2da Etapa: Análisis de Riesgo**  Impacto Potencial: Imposibilidad por parte del equipo de cumplir con los plazos acordados con el cliente para la adaptación del sistema software. Demoras en la ejecución del proyecto. Afectación de la calidad de los resultados. Afectación del clima de trabajo. Conflictos interpersonales.  Probabilidad de ocurrencia: Media  Consecuencias Primarias:  -Retraso en el tiempo total del proyecto  -Necesidad de replanificación  Consecuencias Secundarias:  -Gasto de tiempo y esfuerzo, ya que se necesita volver a planificar.  -Pérdida de calidad en los entregables por haberse adecuado a la restricción de tiempo.  -Pérdida de la motivación de los miembros del grupo, aumento del stress debido a la falla en coordinación y trabajo en equipo.  **1.3. - 3er Etapa: Manejo del Riesgo**  Estrategia: Llevar un registro de actividades y control de tiempo. Cumplimiento estricto del cronograma por parte de todos. Identificar demoras y comunicar resultados al líder del proyecto. Fomentar la comunicación y participación de todos los miembros. Llevar un registro de evaluación de la calidad de cada entregable.  Líneas de Defensa:  1º Línea de Defensa - Prevención: Contar con un plan de actividades con responsabilidades bien delimitadas.  2º Línea de Defensa - Detección: Reuniones constantes para evaluar los resultados e intensa comunicación entre los miembros del grupo para permitir una detección temprana del riesgo.  3º Línea de Defensa - Recuperación: Replanificación de tiempos y reasignación de recursos.  **1.4. - 4ta Etapa: Recuperación**  Plan de Contingencia:  En caso de producirse este riesgo se deberá realizar una replanificación completa de lo que reste del proyecto y una reasignación de recursos, a fin de poder cumplir con los plazos acordados, debido a las consignas del trabajo no es posible incorporar más recursos humanos al proyecto. En caso de no poderse cumplir los plazos de entrega, deberán ser acordados nuevamente con el cliente.  **2. Incumplimiento en las previsiones de ventas.**  **2.1. - 1er Etapa: Identificación del Riesgo**  Riesgo: Nivel de ventas por debajo del presupuesto planificado.  Vulnerabilidad: El proyecto es vulnerable a este riesgo ya que su característica innovadora no permite analizar registros de ventas de emprendimientos realizados con anterioridad, además el estudio de mercado se ha realizado por profesionales inexpertos en el tema.  **2. - 2da Etapa: Análisis de Riesgo**  Impacto Potencial: Imposibilidad por parte del equipo de continuar con las varias de actividades críticas de la empresa debido a la falta de fondos.  Probabilidad de ocurrencia: Media  Consecuencias Primarias:  -Incumplimiento en el pago de las deudas a los prestadores  -Imposibilidad de inversión en publicidad y promoción  Consecuencias Secundarias:  -Gasto de tiempo y esfuerzo, ya que se necesita volver realizar un estudio de mercado y una nueva segmentación del mismo.  -Posibilidad de obsolescencia de módulos del software debido a la apertura de un nuevo mercado.  **2.3. - 3er Etapa: Manejo del Riesgo**  Estrategia: Invertir las ganancias de la primer venta en promoción, publicidad, y encuestas telefónicas con personal experto (telemarketer) a fin de asegurarnos recabar información precisa sobre los gustos y necesidades de los potenciales clientes.  Líneas de Defensa:  1º Línea de Defensa - Prevención: Realizar la mayor cantidad de encuestas posibles en la etapa inicial (primer estudio de mercado).  2º Línea de Defensa - Detección: Contratar una persona especializada en la realización de encuestas telefónicas a fin de detectar gustos y necesidades del mercado.  3º Línea de Defensa - Recuperación: Replanificación del segmento de mercado en el cual hacer énfasis.  **2.4. - 4ta Etapa: Recuperación**  Plan de Contingencia:  En caso de producirse este riesgo se deberá realizar una replanificación completa del segmento del mercado al cual debe apuntar la empresa. Probablemente será necesario realizar adaptaciones en los módulos de JINFINIT a fin de adaptarlo a los requerimientos del nuevo mercado.  **3. Carencia de Internet en los potenciales lugares de venta de ventas.**  **3.1. - 1er Etapa: Identificación del Riesgo**  Riesgo: Falta del servicio de Internet en los lugares cuyas empresas se vean interesadas en adquirir el producto.  Vulnerabilidad: El proyecto es vulnerable a este riesgo ya que la comunicación entre el módulo central del sistema (administrado por la empresa adquiridora) y los módulos clientes del sistema (utilizados por las empresas adheridas), se establece mediante internet, y las muchas de las localidades del interior del NEA (foco de los esfuerzo de ventas) no poseen servicio de Internet (o lo poseen en forma acotada a zonas céntricas, en las respectivas localidades)  **3.2. - 2da Etapa: Análisis de Riesgo**  Impacto Potencial: Aumento en los costos de venta debido a la adquisición de tecnologías de comunicación para la implementación del producto.  Probabilidad de ocurrencia: Baja  Consecuencias Primarias:  -Imposibilidad de implementar el producto.  -Alargue de los plazos en los procesos de implementación debido a la adquisición de la tecnología adecuada.  Consecuencias Secundarias:  -Gasto de tiempo, esfuerzo y recursos económicos en la búsqueda de la solución que mejor se adapte a las posibilidades de la empresa adquiridora.  -Posibilidad de aumento en el precio de venta, sujeta a las tecnologías adquiridas.  **3.3. - 3er Etapa: Manejo del Riesgo**  Estrategia: Realizar un análisis de la situación tecnológica de las localidades cuyas empresas se muestren interesadas en adquirir el producto, a fin de ofrecer una solución optima de comunicación.  Líneas de Defensa:  1º Línea de Defensa - Prevención: Realizar la segmentación del mercado y llevar a cabo una estrategia de marketing que considere las deficiencias tecnológicas de los lugares en los cuales se desea vender el producto.  2º Línea de Defensa - Detección: Indagar sobre la situación, en materia de servicios de comunicación (teléfono, fax, Internet) de las empresas interesadas y la localidad afectada, al realizar el telemarketing.  3º Línea de Defensa - Recuperación: Analizar a fondo las posibles soluciones tecnológicas, a fin de adoptar la que mejor se ajuste a las posibilidades del potencial cliente.  **3.4. - 4ta Etapa: Recuperación**  Plan de Contingencia:  En caso de producirse este riesgo se deberá realizar un análisis de las posibilidades en soluciones tecnológicas (compra dispositivos de comunicación 3G, compra de antenas Vhf, contratación de un canal en los servicios móviles de comunicación, etc), a fin de encontrar una alternativa a la comunicación vía Internet que pueda ser implementada, satisfaga las necesidades de comunicación y pueda ser solventada por el cliente. |

**6. DATOS DEL EQUIPO EMPRENDEDOR**

***5.1. Situación Educacional***

|  |  |
| --- | --- |
| **Número de Participante: 1** | **Tipo de Participante: Coordinador** |
| a) Si es graduado universitario | |
| Título universitario:Analista Universitario de Sistemas | |
| Año de graduación:2010 | |
| Posgrados completos: | |
| Posgrados en curso: | |
| Otros cursos: Certificacion Oracle. Arquitectura Oracle. | |
| Función en el Proyecto: Analista de Requerimientos- Developer | |
| b) Si es alumno universitario | |
| Carrera: Ingeniería en Sistemas de Información | |
| Cantidad de materias del Plan de Estudios: 43 | |
| Cantidad de materias cursadas y regularizadas: 43 | |
| Materias aprobadas: 34 | |
| Otras actividades académicas | |
| Función en el proyecto: | |
| c) Otras situaciones educacionales no contempladas en a) y b) | |
| Título: | |
| Institución otorgante: | |
| Año de graduación: | |
| Función en el proyecto: | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Número de Participante: 2** | **Tipo de Participante: Integrante** |
| a) Si es graduado universitario | |
| Título universitario:Analista Universitario de Sistemas | |
| Año de graduación:2010 | |
| Posgrados completos: | |
| Posgrados en curso: | |
| Otros cursos:. | |
| Función en el Proyecto: Analista de Requerimientos- Developer | |
| b) Si es alumno universitario | |
| Carrera: Ingeniería en Sistemas de Información | |
| Cantidad de materias del Plan de Estudios: 43 | |
| Cantidad de materias cursadas y regularizadas: 43 | |
| Materias aprobadas: 34 | |
| Otras actividades académicas: | |
| Función en el proyecto: Analista de Requerimientos- Developer | |
| c) Otras situaciones educacionales no contempladas en a) y b) | |
| Título: | |
| Institución otorgante: | |
| Año de graduación: | |
| Función en el proyecto: | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Número de Participante: 3** | **Tipo de Participante: Integrante** |
| a) Si es graduado universitario | |
| Título universitario: Contador Publico Nacional | |
| Año de graduación:2010 | |
| Posgrados completos: | |
| Posgrados en curso: | |
| Otros cursos:. | |
| Función en el Proyecto: Consultoria Contable e Inteligencia de Negocios. | |
| b) Si es alumno universitario | |
| Carrera: | |
| Cantidad de materias del Plan de Estudios: | |
| Cantidad de materias cursadas y regularizadas: | |
| Materias aprobadas: | |
| Otras actividades académicas: | |
| Función en el proyecto: | |
| c) Otras situaciones educacionales no contempladas en a) y b) | |
| Título: | |
| Institución otorgante: | |
| Año de graduación: | |
| Función en el proyecto: | |

***5.2. Situación Laboral y Experiencia***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Número de Participante** | **1** | **Tipo de Participante Coordinador** |  |
| Experiencia laboral: Funciones desarrolladas: | | | |
| Trabajo actual: Programador (Affers Argentina) Funciones desarrolladas:  -Programación de Aplicaciones Enterprise WEB  - Analista Funcional | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Número de Participante** | **2** | **Tipo de Participante Integrante** |  |
| Experiencia laboral: Funciones desarrolladas: | | | |
| Trabajo actual: Programador (Assertum, España.) Funciones desarrolladas:  -Programación de Aplicaciones Enterprise WEB.  -Programación de TransacSQL. | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Número de Participante** | **3** | **Tipo de Participante Integrante** |  |
| Experiencia laboral: Estudio Contable Pro-Nea Funciones desarrolladas: Contador Publico. | | | |
| Trabajo actual: Funciones desarrolladas: | | | |

***5.3. Otros Datos de Interés***

|  |
| --- |
| Escribir dentro de este cuadro. |

**7. CONCLUSIONES**

|  |
| --- |
| La viabilidad del proyecto queda al descubierto al tenerse en cuenta el resultado de los análisis hechos sobre los factores financieros, económicos, legales y técnicos . |