

# Historial de Versiones

| **Fecha** | **Versión** | **Autor** | **Descripción** |
| --- | --- | --- | --- |
| 21/08/2025 | 1.0 | Cristian Nuñez | Estructuración e inicio del documento |

# Equipo de trabajo

| **RUN** | **Nombre** | **Correo** |
| --- | --- | --- |
| 21.173.688-7 | Cristian Nuñez | cr.nunezt@duocuc.cl |
| 19.529.652-9 | Paolo Cespedes | pao.cespedes@duocuc.cl |
| 21.496.735-9 | Daniel Mondaca | dani.mondaca@duocuc.cl |
| 21.122.527-0 | Juan Cardenas | ju.cardenasa@duocuc.cl |

# Información del proyecto

| **Empresa / Organización** | Jose Antonio Campos |
| --- | --- |
| **Proyecto** | SIPstore |
| **Patrocinador Principal** | Jose Antonio Campos |
| **Encargado del proyecto** | Paolo Cespedes |

# 

# 1. Introducción

La empresa de Jose Antonio Campos dedicada a la venta y comercialización de paneles SIP (Structural Insulated Panels o Paneles Estructurales Aislados) de forma presencial en tienda, gestionando las ventas de manera manual y mediante llamadas. Este estilo de proceso, ha generado limitaciones en términos de alcance, agilidad de atención y control de stock.

Con el aumento en la demanda de proyectos de construcción modular y la creciente tendencia hacia la compra en línea en el sector de materiales de construcción, la empresa de Jose Antonio Campos enfrenta la necesidad de modernizar su proceso comercial y de inventario. El proyecto surge en respuesta a estas limitaciones, buscando implementar un sistema digital de ventas en línea con integración de gestión de inventario, incluyendo un cotizador automático de materiales.

# 2. Objetivos del Negocio

Los objetivos del negocio en base al proyecto son los siguientes:

-Incremento de ventas en un 25% durante el primer periodo posterior a la implementación del sistema.

-Reducir los errores humanos en control de stock en un 80% tras la puesta en marcha del gestor de inventario.

-Implementación del cotizador online de materiales permitiendo un cálculo automático y asequible a los usuarios, la cantidad de paneles necesarios en función de metros cuadrados (m²)

-Optimizar el tiempo de atención al cliente reduciendo en un 50% al automatizar cotizaciones y consultas básicas.

# 3. Análisis de la situación actual

Actualmente, la empresa de Jose Antonio Campos enfrenta problemas derivados de la gestión manual.

-Procesos de ventas presenciales que limitan el alcance de clientes en diferentes localidades.

-Poco control de inventario, ocasionando errores en la disponibilidad del stock.

-Cotizaciones lentas y dependiente de personal, afectando a la rapidez y agilidad de respuesta al cliente.

-Ausencia de un canal digital que permita a la empresa posicionarse frente la competencia que ya venden online.

# 4. Analisis Foda

| **Fortalezas** | **Debilidades** | **Oportunidades** | **Amenazas** |
| --- | --- | --- | --- |
| Especialización en paneles SIP | Ausencia de digitalización en ventas | Tendencia creciente de construcción modular | Competencia con e-commerce consolidadas |
| Buena reputación local | Poca presencia online | Mayor demanda de autos constructoras y pymes | Cambios en los precios de la materias primas |
| Conocimiento técnico en el producto | dependencia de procesos manuales | Creciente digitalización del sector | variación en la demanda del rubro de construcción |

# 5. Análisis de Brecha

**Situación actual:**

La empresa cuenta con ventas presenciales, control manual de inventario, cotización presencial y poco eficaz.

**Situación Ideal:**

La situación ideal de la empresa es contar con Ventas online 24/7, inventario actualizado en tiempo real, cotizador digital disponible para clientes.

**Brecha Identificada:**La falta de automatización en procesos críticos, pérdida de oportunidades de ventas y menor competitividad. La implementación del sistema busca cubrir esta brecha al brindar eficiencia y mayor alcance comercial.

# 6. Justificación del proyecto

La inversión del sistema digital de ventas y gestión de inventario, permitirá a la empresa de Jose Antonio Campos, ampliar su mercado, mejorar sus procesos operativos y ofrecer un servicio más competitivo y atractivo para los clientes finales.

Este proyecto se alinea con los objetivos estratégicos de crecimiento y modernización de la empresa, incluyendo la diferenciación frente a la competencia. Además, el cotizador se convertirá en una herramienta diferenciadora que fideliza a los clientes y agilizará el proceso de compra.

# 7. Beneficios esperados del proyecto

| **Tangibles** | **Intangibles** |
| --- | --- |
| Aumento de ingresos por canal digital | Mayor satisfacción del cliente al acceder a un sistema rápido y confiable |
| Reducción de costos en gestión administrativas | Posicionamiento de la empresa en el ámbito digital, frente a la competencia de su rubro |
| Mejor control de stock, evitando pérdidas por sobreinventario. | Disminución de dependencia de personal para tareas repetitivas. |

# 8. Riesgos identificados

-Resistencia al cambio dentro de la empresa

-Baja adopción del canal digital por clientes tradicionales

-Problemas técnicos en el desarrollo del cotizador

-Sobrecostos de implementación

-Retrasos en los entregables críticos

# 9. Estimaciones de Tiempo, Esfuerzo y Costos

La estimación para el proyecto es de aproximadamente 18 semanas (equivalentes a 4 meses calendario) a partir de su aprobación. Para su ejecución se contempla un equipo de 4 especialistas, además de la disposición del cliente en las distintas etapas del proyecto. En cuanto a costos, se estima un aproximado de $2.000.000 (dos millones de pesos) destinados a recursos de infraestructura y servicios.

# 10. Consideraciones Externas

Una consideración externa sería el sector en el cual se operará, se debe tomar en consideración que aun no contienen en el sector camiones disponibles para servicios de delivery de los paneles

# Conclusión

Como conclusión se procederá a realizar los siguientes pasos para la realización del proyecto, se agendaron reuniones constantes con el cliente para la definición de los requisitos y definir las épicas a tratar, este documento es un punto fuerte para los siguientes pasos del proyecto, aquí se definió las principales dolencias del cliente y la oportunidad de mejora para el cliente, además de darnos un contexto general de la situación actual del cliente y cómo podemos abordarla